

แผนปฏิบัติการ

(Action Plan)

ประจำปีงบประมาณ2568

งานสื่อสารองค์กรและข่าว กองประชาสัมพันธ์

สำนักงานอธิการบดี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

บริบทของกองประชาสัมพันธ์

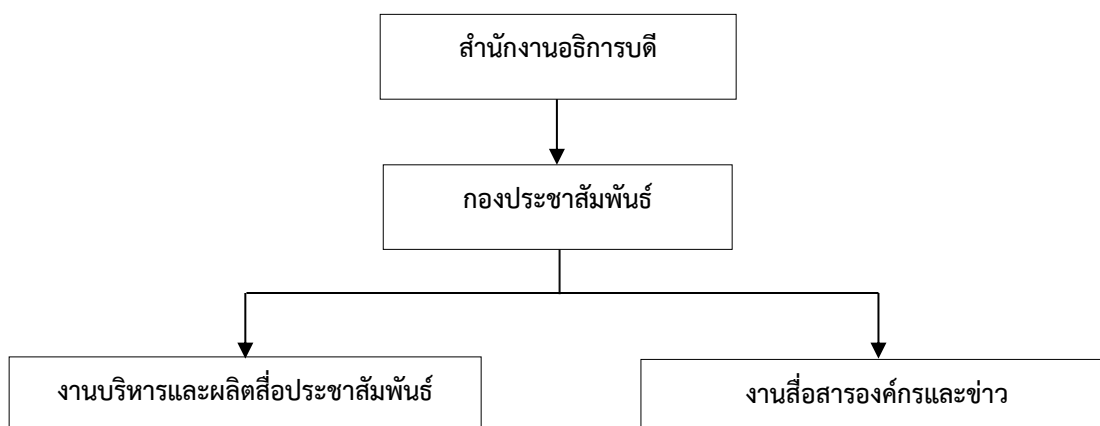
กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเป็นหน่วยงานหนึ่งในสังกัดสำนักงานอธิการบดีมีหน้าที่เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารข้อมูล กิจกรรม ชี้แจงข้อเท็จจริง ให้ข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา รวมทั้งการดำเนินการด้านความร่วมมือกับต่างประเทศเพื่อรองรับภารกิจ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ฯ ให้สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของมหาวิทยาลัยโดยมีภาระหน้าที่ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นมหาวิทยาลัย ซึ่งมีมาตรฐานและคุณภาพทางวิชาการเป็นที่ยอมรับในระดับชาติ รวมทั้งให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบถึงกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาได้ดำเนินการในทุกภารกิจอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ทั้งในระดับภายในมหาวิทยาลัย ภายในประเทศ และระดับนานาชาติ

และประกาศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เรื่อง การแบ่งส่วนราชการและส่วนงานภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พ.ศ. 2563 ลงวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ให้แบ่งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เป็นงาน โดยกองประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 2 กลุ่มงาน คือ

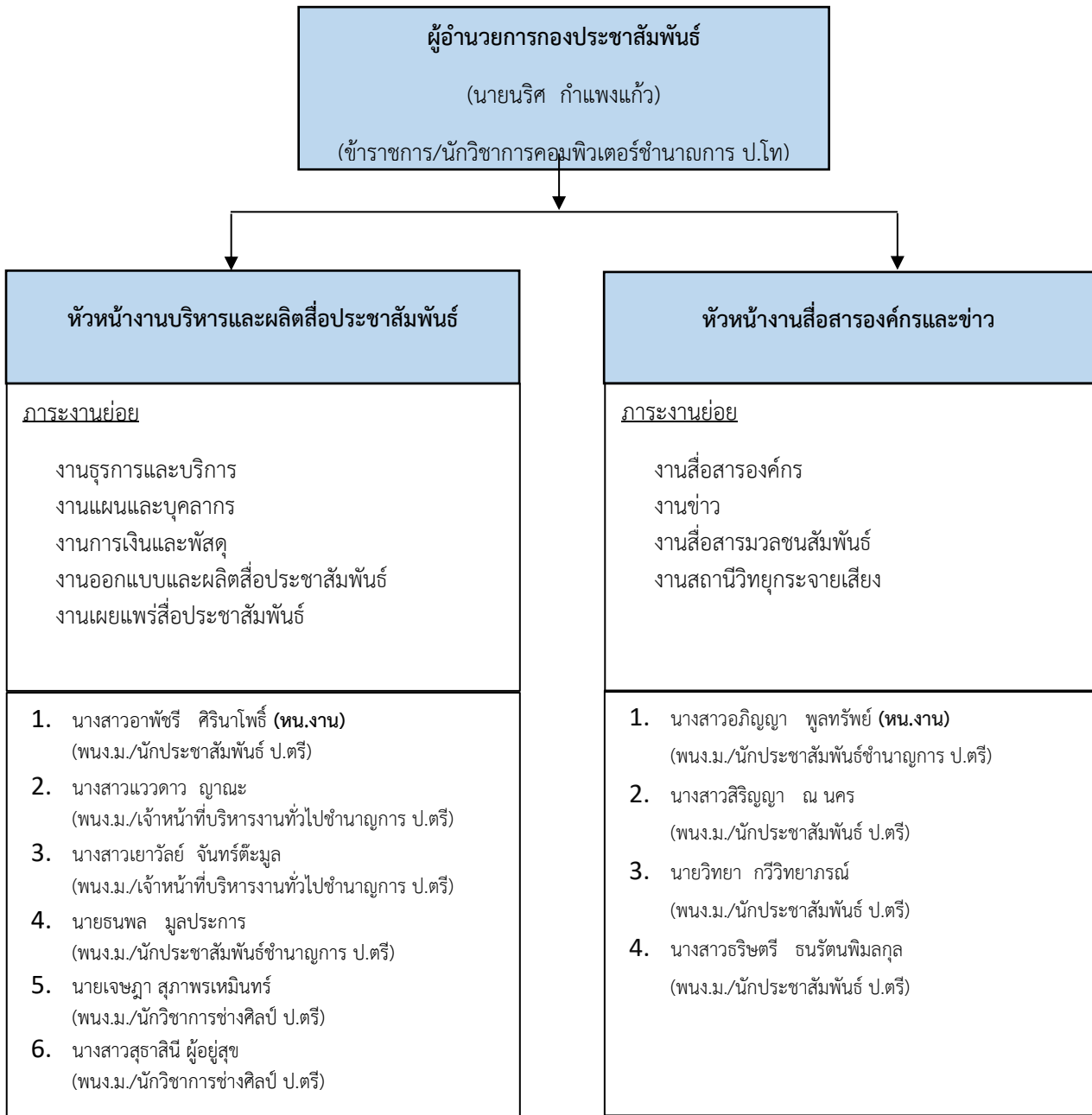
1. งานบริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
2. งานสื่อสารองค์กรและข่าว

1.1 โครงสร้างองค์กรและโครงสร้างการบริหารจัดการ/แผนภูมิการแบ่งส่วนงาน

การแบ่งส่วนราชการและส่วนงานภายใน กองประชาสัมพันธ์ (ประกาศ ณ 11 กุมภาพันธ์ 2563)



1.2 โครงสร้างการบริหารจัดการ



1.3 ค่านิยม วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ ค่านิยม ของหน่วยงาน

ค่านิยมร่วม

(Core Value) ใส่ใจการสื่อสาร บริการดี มีคุณภาพ

วิสัยทัศน์ (Vision)

หน่วยงานสนับสนุนการบริหารการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล

พันธกิจ (Mission)

- M1 : สร้างและปรับการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์ต่อประชาคมอย่างต่อเนื่อง
- M2 : สื่อสารเพื่อสร้างชื่อเสียงและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย
- M3 : สร้างการยอมรับและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย
- M4 : พัฒนารฐานข้อมูลเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย
- M5 : พัฒนาสมรรถนะด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย
- M6 : ดำเนินการติดตามผลการประเมินการสื่อสารประชาสัมพันธ์
- M7 : ส่งเสริมให้บุคลากรมหาวิทยาลัยมีทัศนคติเชิงบวกและมีบทบาทด้านการประชาสัมพันธ์กับองค์กร

นโยบาย (Policy)

นโยบายที่ 1 (P1) : เร่งสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเท่าเทียม ทันสมัย ทัดเทียมมหาวิทยาลัยชั้นนำ

นโยบายที่ 2 (P2) : สื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุกและเชิงรับเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย

นโยบายที่ 3 (P3) : พัฒนสมรรถนะด้านการประชาสัมพันธ์

นโยบายที่ 4 (P4) : สร้างศักยภาพให้บุคลากรมหาวิทยาลัยเป็นนักประชาสัมพันธ์และมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ (Objectives)

O1 : เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ประชาคมรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยอย่างถูกต้องและต่อเนื่อง

O2 : สร้างทัศนคติเชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย

O3 : สร้างการยอมรับและมีส่วนร่วมของเครือข่ายและกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย

O4 : สร้างคลังข้อมูลสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

O5 : เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรผู้รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์

O6 : ประเมินผลการสื่อสารการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

O7 : เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้กับบุคลากรมหาวิทยาลัยมีบทบาทเป็นนักประชาสัมพันธ์องค์กร

กลยุทธ์ (Strategies)

- S1 : พัฒนาประเด็นเนื้อหาสาระ (Key Message) วิธึนำเสนอสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- S2 : สื่อสารประเด็นเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการดำเนินงานสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในภายนอก
- S3 : สื่อสารภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยให้มีเอกภาพภายใต้ค่านิยมและวัฒนธรรมที่สอดคล้อง
- S4 : สื่อสารประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรผ่านเครือข่าย เพื่อขยายผลในการสร้างทัศนเชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย
- S5 : สื่อสารสร้างการรับรู้ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก
- S6 : ทบทวนและขยายเครือข่ายสื่อสารประชาสัมพันธ์ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย
- S7 : รณรงค์สร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายตามยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย
- S8 : สร้างระบบคลังข้อมูลสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย
- S9 : บริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยให้ถูกต้อง ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน
- S10 : สร้างทักษะการใช้ฐานข้อมูลการสื่อสารและทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ
- S11 : บริหารจัดการให้มีการติดตามประเมินผลทั้งในระดับยุทธศาสตร์และระดับแผนงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงนำข้อมูลจากการรายงานผลไปใช้ในการพัฒนาการสื่อสารประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพ
- S12 : สื่อสารค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กรให้กับบุคลากรมหาวิทยาลัยที่ส่งเสริมบทบาทการเป็นนักประชาสัมพันธ์องค์กร
- S13 : สร้างทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบให้กับบุคลากรมหาวิทยาลัยมีบทบาทในการเป็น Brand ambassador

บริบทกลุ่มงานสื่อสารองค์กรและข่าว

Corporate communication and news Section

กลุ่มงานสื่อสารองค์กรและข่าว เป็นกลุ่มงานใหม่ที่จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2563 ตามประกาศเรื่องแบ่งส่วนราชการและส่วนงานภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ.2563 อยู่ภายใต้กองประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่บริหารจัดการด้านงานสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร เผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมที่สอดคล้องกับการดำเนินงานตามพันธกิจ เพื่อสร้างความเข้าใจในบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของของมหาวิทยาลัยที่มีต่อทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาคสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เสริมสร้างสัมพันธภาพอันดีระหว่างมหาวิทยาลัยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรอื่น ๆ ในทุกภาคส่วน เพื่อสนับสนุนพันธกิจและวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยให้บรรลุตามเป้าประสงค์ ประกอบด้วย 4 ส่วนงานหลัก ได้แก่

งานสื่อสารองค์กร : ทำหน้าที่บริหารจัดการ วางแผนประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข่าวสาร ตลอดจนสร้างสรรค์กิจกรรมรณรงค์ต่าง ๆ (PR Campaign) ให้สอดคล้องกับพันธกิจ และดำเนินการถ่ายทอดกิจกรรมเหล่านั้นผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ อันเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของสถาบันไปสู่หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน ไปจนถึงภาคประชาชน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เสริมสร้างสัมพันธภาพทั้งภายในและภายนอกองค์กร

วิสัยทัศน์

เพื่อสนับสนุนพันธกิจมหาวิทยาลัย ให้บรรลุตามเป้าประสงค์ ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี โดยสร้างระบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกให้มีประสิทธิภาพ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัย กับทุกภาคส่วน ให้ถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น ตลอดจนเพิ่มบทบาทภารกิจด้านงานเครือข่ายความร่วมมือ และกิจกรรมเพื่อสังคม อย่างเป็นรูปธรรม

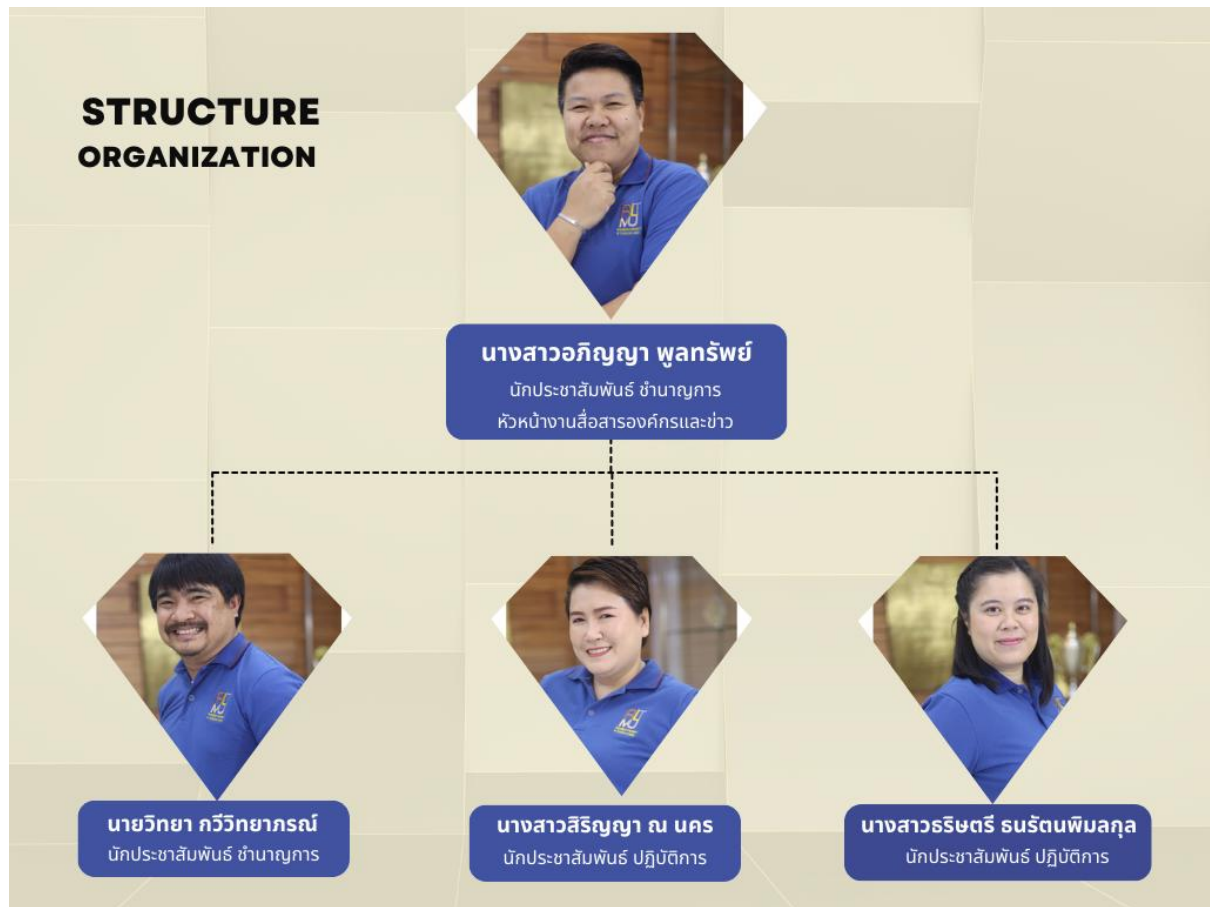
หน้าที่ความรับผิดชอบ

สนับสนุนด้านการสื่อสารองค์กรและกิจกรรมสังคม โดยเน้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนทุกประเภทและสื่อเทคโนโลยี เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและสาธารณชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารกิจกรรมของสถาบันอย่างต่อเนื่องและทันเหตุการณ์ อันจะส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการด้านต่าง ๆ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถาบัน

วัตถุประสงค์

1. ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสาร สร้างค่านิยม และความเข้าใจอันดีร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยกับสาธารณชน ผ่านการสื่อสารหลายช่องทางก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี
2. เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างผู้บริหาร บุคลากรมหาวิทยาลัย กับสื่อมวลชน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
3. แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และเผยแพร่ศักยภาพของสถาบันไปสู่สาธารณชน

บุคลากรงานสื่อสารองค์กรและข่าว



แผนปฏิบัติงาน (Action Plan) งานสื่อสารองค์กรและข่าว กองประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์:

- เพื่อพัฒนาการสื่อสารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ เสริมสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน
- เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง โดยมีการจัดทำเนื้อหาที่สร้างสรรค์ ตรงกลุ่มเป้าหมาย และสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย
- ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้สอดคล้องกับพันธกิจและวิสัยทัศน์
- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารถึงกลุ่มเป้าหมาย
- จัดการและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้อง รวดเร็ว และมีความน่าเชื่อถือ

กลุ่มเป้าหมาย

- บุคลากรภายในองค์กร
- สื่อมวลชน (วิทยุกระจายเสียง สถานีโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ออนไลน์)
- ประชาชนทั่วไป

1. งานข่าว

กิจกรรม: จัดทำข่าวสารและบทความเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม ผลงาน และความสำเร็จขององค์กร

เป้าหมาย: เผยแพร่ข่าวสารอย่างน้อย 20 ข่าวต่อเดือน

ระยะเวลา: ดำเนินการตลอดปี

ช่องทางเผยแพร่: เว็บไซต์หน่วยงาน Facebook และ LINE Official ส่งต่อให้สื่อมวลชนภายนอก

2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และเนื้อหาโซเชียลมีเดีย

กิจกรรม: ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาพนิ่ง อินโฟกราฟิก วิดีโอ หรือแอนิเมชัน เพื่อเผยแพร่บนโซเชียลมีเดีย

เป้าหมาย: ผลิตสื่อที่มีคุณภาพและได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย สร้างการมีส่วนร่วมไม่น้อยกว่า 15% ต่อโพสต์

ระยะเวลา: ดำเนินการตลอดปี

ช่องทางเผยแพร่: Facebook/ YouTube/LINE

3. การจัดงานแถลงข่าวและการสื่อสารในเหตุการณ์สำคัญ

กิจกรรม: จัดงานแถลงข่าวในกรณีมีกิจกรรมหรือเหตุการณ์สำคัญ และประสานงานกับสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสาร

เป้าหมาย: เพิ่มการรับรู้ของสาธารณชนต่อเหตุการณ์สำคัญให้เข้าถึงผู้ชมอย่างน้อย 10,000 คนต่อเหตุการณ์

ระยะเวลา: ตามกำหนดการของกิจกรรม

ช่องทางเผยแพร่:

- การเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วม
- การเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียและเว็บไซต์หน่วยงาน

4. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมพิเศษ และพิธีเฉลิมฉลองสำคัญ

กิจกรรม: ประชาสัมพันธ์กิจกรรมพิเศษ เช่น พิธีพระราชทานปริญญาบัตร พิธีเฉลิมฉลอง และโครงการเพื่อสังคม

เป้าหมาย: เพิ่มการรับรู้ของประชาชนและสื่อมวลชนเกี่ยวกับกิจกรรมสำคัญ โดยมีจำนวนผู้ชมและการมีส่วนร่วมบนโซเชียลมีเดียอย่างน้อย 1,000 คนต่อกิจกรรม

ระยะเวลา: ตามกำหนดการของกิจกรรม

ช่องทางเผยแพร่: Facebook Live /YouTube /เว็บไซต์หน่วยงาน

5. การจัดทำจดหมายข่าว (Newsletter)

กิจกรรม: รวบรวมข่าวสาร กิจกรรม และบทความที่น่าสนใจจัดทำเป็นจดหมายข่าวเพื่อส่งให้บุคลากรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เป้าหมาย: จัดทำจดหมายข่าว โดยมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 90% ของบุคลากรภายใน

ระยะเวลา: ดำเนินการทุกข่าว

ช่องทางเผยแพร่: เว็บไซต์หน่วยงาน/ Facebook

6. การวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารและการประเมินผล

กิจกรรม: ติดตามผลลัพธ์การสื่อสาร เช่น จำนวนการเข้าถึง การมีส่วนร่วม ความพึงพอใจของผู้ติดตาม และการแสดงผลทางการสื่อสาร เพื่อปรับปรุงการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เป้าหมาย: วิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารทุกไตรมาส และสรุปผลเป็นรายงานประจำเดือน เพื่อนำเสนอต่อผู้บริหาร

ระยะเวลา: ทุกเดือนและทุกไตรมาส

ช่องทางรายงานผล: รายงานต่อผู้บริหารนำเสนอในที่ประชุมทีมงานสรุปแผนการดำเนินงานประจำปี

กิจกรรม	เป้าหมาย	ระยะเวลา	ช่องทางเผยแพร่
จัดทำข่าวสารและบทความ	10 ข่าวต่อเดือน	ตลอดปี	เว็บไซต์, Facebook, LINE, สื่อภายนอก
ผลิตสื่อโซเชียลมีเดีย	Engagement 15% ต่อโพสต์	ตลอดปี	Facebook, YouTube, I, LINE
งานแถลงข่าว	ผู้ชม 10,000 คนต่อเหตุการณ์	กำหนดตามกิจกรรม	สื่อมวลชน, โซเชียลมีเดีย
ประชาสัมพันธ์กิจกรรมสำคัญ	ผู้ชม 5,000 คนต่อกิจกรรม	กำหนดตามกิจกรรม	Facebook Live, YouTube, เว็บไซต์
จดหมายข่าว	บุคลากรติดตาม 90%	ทุกเดือน	อีเมล, เว็บไซต์
การวิเคราะห์และประเมินผล	รายงานผลทุกเดือนและไตรมาส	ทุกเดือน/ไตรมาส	รายงานต่อผู้บริหาร, ประชุมทีมงาน

การดำเนินการตามแผนนี้คาดว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารของกองประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้ได้รับความเชื่อมั่นจากบุคลากรและประชาชน

แผนปฏิบัติงาน (Action Plan) งานสื่อมวลชนสัมพันธ์

1. วัตถุประสงค์

- เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับสื่อมวลชน
- เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อมวลชน
- ส่งเสริมภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กร

2. กลุ่มเป้าหมาย

- สื่อมวลชน (โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อออนไลน์)
- ผู้บริหารองค์กรและพนักงาน
- ประชาชนทั่วไป

3. กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน

ลำดับ	กิจกรรม	รายละเอียด	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
1	การจัดงานแถลงข่าว	จัดงานแถลงข่าวเพื่อเผยแพร่ข้อมูลสำคัญขององค์กร	รายไตรมาส หรือเมื่อมีประเด็นสำคัญ	งานสื่อสารองค์กร

ลำดับ	กิจกรรม	รายละเอียด	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
2	การส่งข่าวประชาสัมพันธ์	ส่งข่าวประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อมวลชนเป็นประจำ	ทุกเดือน	งานสื่อสารองค์กร
3	การจัดกิจกรรมพบปะสื่อมวลชน	จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ เช่น การเยี่ยมชมองค์กร หรือการประชุมร่วม	ทุกไตรมาส	งานสื่อสารองค์กร
4	การใช้สื่อออนไลน์	เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย	ทุกสัปดาห์	งานสื่อสารองค์กร
5	การจัดอบรมและสัมมนา	จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับงานองค์กรให้แก่สื่อมวลชน	ปีละ 1-2 ครั้ง	งานสื่อสารองค์กรและผู้เชี่ยวชาญในองค์กร

4. ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

- จำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการเผยแพร่โดยสื่อมวลชน
- จำนวนงานแถลงข่าวและการเข้าร่วมของสื่อมวลชน
- การมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในกิจกรรมขององค์กร
- จำนวนการเข้าถึงและปฏิสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์

5. งบประมาณ

- ค่าใช้จ่ายในการจัดงานแถลงข่าว
- ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมพบปะสื่อมวลชน

6. ระยะเวลาดำเนินการ

- ตลอดทั้งปี โดยแบ่งเป็นรายไตรมาสและรายเดือนตามแผนกิจกรรม

7. ผู้รับผิดชอบ

- ทีมสื่อสารองค์กร
- ทีมประชาสัมพันธ์ดิจิทัล
- ฝ่ายบริหารที่เกี่ยวข้อง

แผนปฏิบัติงาน (Action Plan) งานวิทยุกระจายเสียง

1. วัตถุประสงค์

- เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชนผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง
- สร้างความเข้าใจและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
- ให้ข้อมูล ข่าวสาร และสาระบันเทิงที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. กลุ่มเป้าหมาย

- ผู้ฟังวิทยุในท้องถิ่นและระดับประเทศ
- สื่อมวลชนด้านวิทยุกระจายเสียง
- หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และองค์กรที่เกี่ยวข้อง

3. กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน

ลำดับ	กิจกรรม	รายละเอียด	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
1	ผลิตรายการวิทยุ	จัดทำรายการให้ความรู้ ข่าวสาร และสารบันเทิง	รายสัปดาห์/รายเดือน	ทีมงานผลิตรายการวิทยุ
2	ออกอากาศประชาสัมพันธ์	เผยแพร่โฆษณา ข่าวประชาสัมพันธ์ และสารคดีเสียง	ตามแผนการประชาสัมพันธ์	ทีมประชาสัมพันธ์องค์กร
3	จัดสัมภาษณ์สด	จัดให้มีการสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ข้อมูลที่สำคัญ	ตามวาระสำคัญ	ทีมสื่อสารองค์กร
4	ความร่วมมือกับสถานีวิทยุ	ประสานงานกับสถานีวิทยุเพื่อขยายช่องทางการเผยแพร่	รายไตรมาส	ทีมประชาสัมพันธ์
5	สำรวจความพึงพอใจของผู้ฟัง	เก็บข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ฟัง	ทุก 6 เดือน	ทีมวิเคราะห์และพัฒนา

4. ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

- จำนวนรายการที่ออกอากาศและจำนวนครั้งของการออกอากาศ
- จำนวนผู้รับฟังและระดับความพึงพอใจของผู้ฟัง
- จำนวนครั้งของการประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ
- การได้รับการตอบรับจากสื่อมวลชนและประชาชน

5. งบประมาณ

- ค่าผลิตรายการและค่าออกอากาศ
- ค่าประสานงานกับสถานีวิทยุ
- ค่าสำรวจความคิดเห็นผู้ฟัง

6. ระยะเวลาดำเนินการ

- ตลอดทั้งปี โดยแบ่งเป็นแผนรายเดือนและรายไตรมาส

7. ผู้รับผิดชอบ

- ทีมงานผลิตรายการวิทยุ
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์
- ฝ่ายบริหารและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง

แผนปฏิบัติการ (Action Plan) ประจำปีงบประมาณ 2568

งานสื่อสารองค์กรและข่าว กองประชาสัมพันธ์

สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ลำดับที่	ขั้นตอนการดำเนินงาน/โครงการ	ระยะเวลา	ทรัพยากรที่ต้องใช้/ งบประมาณ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	ค่าเป้าหมาย	การประเมินผล/รายงานผล	ผู้รับผิดชอบ
งานสื่อสารองค์กร							
1	ปรับปรุงระบบสารสนเทศ การนำเสนอผลงานได้แก่ -ระบบการรับฟังย้อนหลังของรายการในสถานีวิทยุ - ระบบการแสดงผล ข่าวรายวัน daylinews - ระบบแสดงผลข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ Clipping จากสื่อมวลชน -ระบบการแสดงผลจำนวนข่าวที่ ได้รับการนำเสนอ -ระบบจัดเก็บข้อมูล ไฟล์เสียง รายการของสถานีวิทยุ	ตุลาคม 2567 - กันยายน 2568	ระบบเครือข่าย - คอมพิวเตอร์	มีกลุ่มเป้า สามารถเข้าถึงช่องทางสื่อ สารสนเทศดังกล่าว	1.เป็นการนำเสนอรายการที่ ออกอากาศทางสถานีวิทยุ เพื่อให้ ผู้รับฟังสามารถเข้าไปฟังรายการ ย้อนหลังได้ (on demand) 2. เผยแพร่ข่าวที่ได้รับการนำเสนอ รายวัน 3. เป็นการนำเสนอ จำนวนข่าวที่ได้รับการนำเสนอ ผ่านสื่อมวลชนในแต่ละสัปดาห์ และสามารถสืบค้นได้ 4. ปัจจุบัน สถานีวิทยุไม่มีระบบการจัดเก็บ ไฟล์ข้อมูล ไฟล์เสียง รายการ ปัจจุบันจัดเก็บในเครื่อง คอมพิวเตอร์ ไม่สะดวกต่อการ เรียกใช้งาน	1. รายงานผลการปรับปรุง ระบบสารสนเทศ 2. ประเมินผลการติดตาม การ เข้าถึง	กลุ่มงานสื่อสารองค์กร
2	จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาศักยภาพ บุคลากรของบุคลากรประชาสัมพันธ์	1 กรกฎาคม -31 สิงหาคม 2568	200000	1. มีสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ อย่าง น้อย 5 สื่อ 2.ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึง พอใจและมีทักษะในการสร้างสรรค์ผลงาน ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น	เป็นการพัฒนาศักยภาพของ ผู้ปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์ให้มีทักษะ เทคนิค วิธีการนำเสนอที่หลากหลาย	1. รายงานผลการปรับปรุง ระบบสารสนเทศ 2. ประเมินผลการติดตาม การ เข้าถึง	อภิญญา /กลุ่มงานสื่อสาร องค์กร

ลำดับที่	ขั้นตอนการดำเนินงาน/โครงการ	ระยะเวลา	ทรัพยากรที่ต้องใช้/ งบประมาณ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	ค่าเป้าหมาย	การประเมินผล/รายงานผล	ผู้รับผิดชอบ
3	จัดทำแผนงานและดำเนินงานระบบการถ่ายทอดสดโทรทัศน์วงจรปิด พิธีพระราชทานปริญญาบัตร	ตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568	490060	1.จำนวนผู้ชมที่สามารถรับชมพิธีผ่านระบบวงจรปิด มากกว่า 1,000 คน2.ผู้ปกครองญาติบัณฑิตได้รับทราบข้อมูลข่าวสารงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตร 3.ถ่ายทอดสดได้โดยไม่มีการสะดุด เช่น 100% ของระยะเวลาพิธีการ	1.จัดให้มีอุปกรณ์และระบบที่สามารถถ่ายทอดสดด้วยคุณภาพสูง เช่น กล้องวงจรปิด ความละเอียดสูงและอุปกรณ์เสียงที่ชัดเจน รองรับการแสดงผลทั้งในสถานที่และผ่านช่องทางออนไลน์ 2. ถ่ายทอดภาพพิธีการและบรรยากาศของงานอย่างครบถ้วน	1.รวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานและทีมงานเกี่ยวกับความพึงพอใจ 2.วิเคราะห์ข้อบกพร่องเพื่อปรับปรุงในพิธีครั้งถัดไป	อภิญญา /กลุ่มงานสื่อสารองค์กร
4	จัดทำและเผยแพร่ ข่าวพิธีมอบปริญญาบัตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา	ตุลาคม 2567 - มีนาคม 2569	ไม่มี	1.มีข่าวงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรได้รับการเผยแพร่ข่าวที่เกี่ยวข้องกับพิธีไม่น้อยกว่า 3-5 ข่าว เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ก่อนพิธี รายงานพิธี และข่าวสรุปพิธี2.เผยแพร่ข่าวในช่องทางไม่น้อยกว่า 5 ช่องทาง เช่น เว็บไซต์มหาวิทยาลัย โซเชียลมีเดีย (Facebook, Twitter, Instagram) สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชนท้องถิ่นและระดับประเทศ ระบบประกาศภายในมหาวิทยาลัย3. ผู้ปกครอง ญาติบัณฑิตได้รับทราบข้อมูลข่าวสารงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตร	จัดทำและเผยแพร่ข่าวที่เกี่ยวข้องกับพิธีไม่น้อยกว่า 3-5 ข่าว เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ก่อนพิธี รายงานพิธี และข่าวสรุปพิธีและมีการเผยแพร่ข่าวในช่องทางไม่น้อยกว่า 5 ช่องทาง	1.รวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานและทีมงานเกี่ยวกับความพึงพอใจ 2.วิเคราะห์ข้อบกพร่องเพื่อปรับปรุงในพิธีครั้งถัดไป	อภิญญา /กลุ่มงานสื่อสารองค์กร
5	การจัดกิจกรรม/โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการสื่อสารองค์กรของหน่วยงาน	1 มิถุนายน - 30 กันยายน 2568	150000	บุคลากรผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีทักษะการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ให้บุคลากร มหาวิทยาลัยมีบทบาทเป็นนักประชาสัมพันธ์องค์กร เพิ่มขึ้น	พัฒนาทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้บุคลากร มหาวิทยาลัยมีบทบาทเป็นนักประชาสัมพันธ์องค์กร	1.รวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานและทีมงานเกี่ยวกับความพึงพอใจ 2.วิเคราะห์ข้อบกพร่องเพื่อปรับปรุงในพิธีครั้งถัดไป	อภิญญา /กลุ่มงานสื่อสารองค์กร

ลำดับที่	ขั้นตอนการดำเนินงาน/โครงการ	ระยะเวลา	ทรัพยากรที่ต้องใช้/ งบประมาณ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	ค่าเป้าหมาย	การประเมินผล/รายงานผล	ผู้รับผิดชอบ
งานข่าว							
1	ตรวจสอบพิจารณา กลั่นกรองการอนุมัติข่าวที่ ต้องการนำเสนอโดยการแยกประเภทของข่าว พิจารณาความเป็นข่าว ตรวจสอบความถูกต้องของ เนื้อหาที่นำเสนอเพื่อให้ความถูกต้องตามหลักเกณฑ์ ของแต่ละประเภท ได้แก่ ประเภทข่าวกิจกรรม ข่าว ประชาสัมพันธ์ ข่าวประกาศรับสมัคร ปฏิทิน กิจกรรมของมหาวิทยาลัยก่อนการเผยแพร่ในเวบ ไซด์ของมหาวิทยาลัย www.rmutl.ac.th	1 ตุลาคม 2567- 30 กันยายน 2568	คอมพิวเตอร์/ระบบอิน เทอร์เน็ต	ข้อมูล ข่าวสารของมหาวิทยาลัยได้รับการ นำเสนอเผยแพร่ ในสื่อภายในของ มหาวิทยาลัยและสื่อภายนอก	เพื่อให้บุคลากรภายใน มหาวิทยาลัยและบุคลากร ภายนอกได้รับทราบข้อมูล ข่าวสารของมหาวิทยาลัย	รายงานสรุปผลการ ดำเนินงานประจำเดือน	อภิญญา /กลุ่มงานสื่อสาร องค์กร
2	บันทึกภาพและนำเสนอข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาและจัดทำ บทความเพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ไปยังสื่อภายใน ได้แก่ เว็บไซต์ www.rmutl.ac.th / แอปพลิเคชัน ไลน์(Line) /เฟซบุ๊ก (Facebook Fan page) และ สื่อมวลชนภายใน และดำเนินการ Clipping ข่าวที่ ได้รับการนำเสนอ	2 ตุลาคม 2567- 30 กันยายน 2568	กล้องถ่ายภาพ/ คอมพิวเตอร์/ระบบอิน เทอร์เน็ต	ข้อมูล ข่าวสารของมหาวิทยาลัยได้รับการ นำเสนอเผยแพร่ ในสื่อภายในของ มหาวิทยาลัยและสื่อภายนอก	เพื่อให้บุคลากรภายใน มหาวิทยาลัยและบุคลากร ภายนอกได้รับทราบข้อมูล ข่าวสารของมหาวิทยาลัย	รายงานสรุปผลการ ดำเนินงานประจำเดือน	อภิญญา /กลุ่มงานสื่อสาร องค์กร
	จัดทำโครงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผลงานของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา	1 ธันวาคม 2567 - 30 มิถุนายน 2568	825000	ผลิตงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลล้านนาทางสื่อออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 2 เดือน โดยจัดทำ ข่าว ภาพข่าวของมหาวิทยาลัย เผยแพร่ ผ่านสื่อต่าง ๆ ดังนี้ 1. ทางสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 20 ชิ้นงาน ต่อเดือน 2. ทางสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงานต่อ เดือน	1.เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ ประชาคมรับทราบ 2.ข่าวสาร กิจกรรมของมหาวิทยาลัยมีการ นำเสนอไปยังกลุ่มเป้าหมายผู้มี ส่วนเสี่ยของมหาวิทยาลัย และเกิดการยอมรับและมีส่วนร่วม ในพันธกิจของมหาวิทยาลัย	รายงานสรุปผลการ ดำเนินงานประจำเดือน	อภิญญา /กลุ่มงานสื่อสาร องค์กร

ลำดับที่	ขั้นตอนการดำเนินงาน/โครงการ	ระยะเวลา	ทรัพยากรที่ต้องใช้/ งบประมาณ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	ค่าเป้าหมาย	การประเมินผล/รายงานผล	ผู้รับผิดชอบ
3	จัดทำสรุปกิจกรรมประจำเดือนและรอบไตรมาส รวบรวมข้อมูล เพื่อนำเสนอต่อผู้บริหารและนำเสนอในที่ประชุมคณะกรรมการมหาวิทยาลัย การประชุมสภามหาวิทยาลัยฯ และสภาวิชาการ ประจำทุกเดือน	ตุลาคม 2567- กันยายน 2568	ไม่มี	มีรายงานผลการดำเนินงาน นำเสนอเข้า วาระการประชุมสภามหาวิทยาลัย/ กรรมการสภาวิชาการมหาวิทยาลัย/ คณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย		รายงานสรุปผลการ ดำเนินงานประจำเดือน	อภิญญา /กลุ่มงานสื่อสาร องค์กร
4	ดำเนินการตรวจสอบพิจารณา กลั่นกรองการอนุมัติ ข่าวดังที่ต้องการนำเสนอโดยการแยกประเภทของข่าว พิจารณาความเป็นข่าว ตรวจสอบความถูกต้องของ เนื้อที่นำเสนอเพื่อให้ความถูกต้องตามหลักเกณฑ์ ของแต่ละประเภท ได้แก่ ประเภทข่าวกิจกรรม ข่าว ประชาสัมพันธ์ ข่าวประกาศรับสมัคร ปฏิทิน กิจกรรมของมหาวิทยาลัยก่อนการเผยแพร่ในเวบ ไซต์ของมหาวิทยาลัย www.rmutl.ac.th	1 ตุลาคม 2567- 30 กันยายน 2568	ไม่มี	มีผลงานข่าวกิจกรรม ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ ได้รับการนำเสนอผ่านช่องทางต่างไม่น้อย กว่า เดือนละ 30 ข่าว		รายงานสรุปผลการ ดำเนินงานประจำเดือน	กลุ่มงานสื่อสารองค์กร
งานสื่อมวลชนสัมพันธ์							
1	ร่วมแถลงข่าวสื่อมวลชนประจำสัปดาห์ หรือ วางแผนในการทำข่าวการเชิญสื่อมวลชนเข้าทำข่าว กิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัยฯ	ตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568		1.จำนวนครั้ง ที่มีการปฏิบัติงาน	ได้เข้าร่วมการแถลงข่าว สื่อมวลชนประจำสัปดาห์	รายงานผลงานดำเนินงาน	สิริญา และบุคลากรกอง ประชาสัมพันธ์
2	วางแผนในการทำข่าวการเชิญสื่อมวลชนเข้าทำข่าว กิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัยฯ มีการ ประสานงานและอำนวยความสะดวกให้แก่ สื่อมวลชนในการเข้าพื้นที่เพื่อทำข่าวสารหรือ กิจกรรมของมหาวิทยาลัยฯ	ตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568		1.จำนวนครั้ง ที่มีการปฏิบัติงาน	สื่อมวลชนเข้าทำข่าวกิจกรรม ต่างๆ ของมหาวิทยาลัย	รายงานผลงานดำเนินงาน	สิริญา
3	ประสานงานการสนับสนุนการครอบหรือวาระ ต่างๆ ของสื่อมวลชน	ตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568	1.งบประมาณตามที่กำหนด	1.จำนวนครั้ง ที่มีการปฏิบัติงาน	ร่วมสนับสนุนการครอบหรือ วาระต่างๆ ของสื่อมวลชน	รายงานผลงานดำเนินงาน	สิริญา
4	จัดโครงการเลี้ยงขอบคุณสื่อมวลชนประจำปี	ตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568	1.งบประมาณตามที่กำหนด	สื่อมวลชนเข้าร่วมโครงการและเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยฯ	จำนวนสื่อมวลชนเข้าร่วมโครงการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ประเมินผลโครงการ	สิริญา และบุคลากรกอง ประชาสัมพันธ์

ลำดับที่	ขั้นตอนการดำเนินงาน/โครงการ	ระยะเวลา	ทรัพยากรที่ต้องใช้/ งบประมาณ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	ค่าเป้าหมาย	การประเมินผล/รายงานผล	ผู้รับผิดชอบ
5	ประสานงานสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยเขต 3 จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อบันทึกเทปรายการถวายพระพรวันเฉลิมพระชนมพรรษา และนำคณะผู้บริหารร่วมบันทึกเทปรายการถวายพระพรฯ	พฤษภาคม -สิงหาคม 2568	ไม่มี	มหาวิทยาลัยมีการเผยแพร่เทปรายการถวายพระพรผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อภายในมหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยได้เข้าร่วมบันทึกเทปรายการถวายพระพร พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่และพระบรมวงศานุวงศ์	รายงานผลการดำเนินงาน	อภิญญา/กลุ่มงานสื่อสารองค์กร
งานสถานีวิทยุกระจายเสียง							
1	จัดทำสปอตวิทยุเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรม ของมหาวิทยาลัย	ต.ค.2567 - มี.ค.2568	ไมโครโฟน คอมพิวเตอร์ โปรแกรมตัดต่อ อุปกรณ์ออกอากาศ	1. มีสปอตเผยแพร่ผ่านสถานีวิทยุ เสียงตามสาย และช่องทางอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย 2. มีระบบจัดเก็บและเผยแพร่สปอตวิทยุทางออนไลน์หรือบนเว็บไซต์	มีสปอตวิทยุเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 5 สปอตต่อเดือน	1.รายงานสรุปการดำเนินงานประจำเดือน 2.ลิงก์จัดเก็บข้อมูล	ธริษตรี สิริธัญญา
2	จัดทำข่าววิทยุของมหาวิทยาลัย	ต.ค.2567 - มี.ค.2569	ไมโครโฟน คอมพิวเตอร์ โปรแกรมตัดต่อ อุปกรณ์ออกอากาศ	1.มีข่าวเผยแพร่ผ่านสถานีวิทยุ มทร.ธัญบุรี ตามกำหนดตารางออกอากาศประจำเดือน 2. มีระบบจัดเก็บและเผยแพร่ข่าววิทยุทางออนไลน์หรือบนเว็บไซต์	มีข่าวเผยแพร่อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ข่าว	1.รายงานสรุปการดำเนินงานประจำเดือน 2.ลิงก์จัดเก็บข้อมูล	ธริษตรี
3	การบันทึกเสียงสรุปข่าว สำหรับประกอบวีดิทัศน์การประชุมผู้บริหาร / สภาประจำเดือน	ต.ค.2567 - มี.ค.2570	ไมโครโฟน คอมพิวเตอร์ โปรแกรมตัดต่อ อุปกรณ์ออกอากาศ	1.ส่งเสียงประกอบวีดิทัศน์ให้ฝ่ายตัดต่อก่อนกำหนด 2. มีระบบจัดเก็บและเผยแพร่ไฟล์วีดิทัศน์ทางออนไลน์หรือบนเว็บไซต์	มีการจัดทำสรุปเดือน ละ 1 ครั้งตามรอบของการประชุมผู้บริหาร/สภา	1.รายงานสรุปการดำเนินงานประจำเดือน 2.ลิงก์จัดเก็บข้อมูล	ธริษตรี อภิญญา ธนพล

ลำดับที่	ขั้นตอนการดำเนินงาน/โครงการ	ระยะเวลา	ทรัพยากรที่ต้องใช้/ งบประมาณ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	ค่าเป้าหมาย	การประเมินผล/รายงานผล	ผู้รับผิดชอบ
4	การผลิตรายการวิทยุ	ต.ค.2567 - มี.ค.2571	ไมโครโฟน คอมพิวเตอร์ โปรแกรมตัดต่อ อุปกรณ์ออกอากาศ	1.มีรายการวิทยุ ออกอากาศ ตามกำหนด ตารางออกอากาศ 2. มีระบบจัดเก็บและเผยแพร่ รายการวิทยุทางออนไลน์ หรือบนเว็บไซต์	1.มีรายการวิทยุออกอากาศเป็น ประจำไม่น้อยกว่า 5 รายการ ต่อ สัปดาห์	1.รายงานสรุปการดำเนินงาน ประจำเดือน 2.ลิงก์จัดเก็บข้อมูล	ธรัชตรี อ.เกิดศิริ - ภู่มั่นจำหวน ศักดิ์รินทร์ - ช่วงศรีเวียง แก้วเจ็ดลิน คณะวิทยาศาสตร์ฯ - เกษตร วิทย์ มิตรชุมชน ชัชวาล - เชียงใหม่เมืองดนตรี สวนสัตว์เชียงใหม่ - Zoo Happiness จตุพร มทณ.ล้านนา ลำปาง - ก้าวทันโลก
5	การควบคุมสถานีวิทยุตามกำหนดเวลาออกอากาศ 06.00 - 22.00 น.	ต.ค.2567 - มี.ค.2572	ไมโครโฟน คอมพิวเตอร์ โปรแกรมตัดต่อ อุปกรณ์ออกอากาศ	1.มีการเปิด-ปิดสถานีตามตารางการ ออกอากาศที่กำหนดไว้ 2. เชื่อมโยงสัญญาณออกอากาศ ตาม ข้อบังคับที่ กสทช.กำหนด	สถานีวิทยุออกอากาศทั้งช่องทาง ปกติและช่องทางออนไลน์ได้อย่าง ต่อเนื่องตามเวลา	รายงานสรุปการดำเนินงาน ประจำเดือน	ธรัชตรี อภิญญา สิริธัญญา วิทยา
5	การดำเนินการขออนุญาตใช้คลื่นความถี่ของสถานี วิทยุ	ต.ค.2567 - มี.ค.2573	ไมโครโฟน คอมพิวเตอร์ โปรแกรมตัดต่อ อุปกรณ์ออกอากาศ	สามารถดำเนินการขออนุญาตการใช้คลื่น ความถี่เดิมได้สำเร็จ ตามกำหนดการของ กสทช.	ได้รับใบอนุญาตกระจายเสียง	รายงานสรุปการดำเนินงาน ประจำเดือน	ธรัชตรี แววดาว
6	การให้บริการบันทึกเสียง	ต.ค.2567 - มี.ค.2574	ไมโครโฟน คอมพิวเตอร์ โปรแกรมตัดต่อ อุปกรณ์ออกอากาศ	1. ให้บริการบันทึกเสียงสำหรับหน่วยงาน ต่างๆ โดยจัดส่งไฟล์เสียงที่สำเร็จแล้ว ให้แก่ หน่วยงานนั้นๆ ภายใน 2 วัน หลังจาก บันทึกเสียง 2. มีการเผยแพร่ไฟล์เสียงผ่านช่องทางของ สถานีวิทยุ และช่องทางอื่นๆ ตามที่หน่วย การต้องงาน เช่น สถานีวิทยุคลื่นอื่นๆ หรือ ใช้ในขบวนการทาง เป็นต้น		1.รายงานสรุปการดำเนินงาน ประจำเดือน 2.ลิงก์จัดเก็บข้อมูล	ธรัชตรี

ลำดับที่	ขั้นตอนการดำเนินงาน/โครงการ	ระยะเวลา	ทรัพยากรที่ต้องใช้/ งบประมาณ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	ค่าเป้าหมาย	การประเมินผล/รายงานผล	ผู้รับผิดชอบ
7	จัดโครงการอบรม การใช้เสียงเพื่อการสื่อสาร และ ผลิตสื่อเสียง	ไตรมาสที่ 3	1.เอกสารประกอบการ อบรม 2.อุปกรณ์สำหรับ บันทึกเสียง 3.งบประมาณตามที่กำหนด	มีสื่อเสียงสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า 10 ผลงาน โดยไม่ จำกัดประเภท	จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการไม่น้อย กว่าร้อยละ 80	ประเมินผลโครงการ	ธริษตรี และบุคลากรกอง ประชาสัมพันธ์

(ลงชื่อ).....
 (.....นายวิชา กวีวิทยากร.....)
 ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ ชำนาญการ

(ลงชื่อ).....
 (.....นางสาวสิริภุญา ณ นคร.....)
 ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์

(ลงชื่อ).....
 (.....นางสาวธริษตรี รัตนพิมลกุล.....)
 ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์

(ลงชื่อ).....
 (.....นางสาวอภิญญา พูลทรัพย์.....)
 ตำแหน่ง ปฏิบัติหน้าที่หัวหน้างานสื่อสารองค์กรและข่าว

(ลงชื่อ).....
 (นายนิศ กำแพงแก้ว)
 ตำแหน่ง รักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์