



▶ **สรุปผลการดำเนินโครงการ**
ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา 6 พื้นที่
ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น

20 เมษายน 2569 - 31 พฤษภาคม 2569

กลุ่มงานบริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

คำนำ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (มทร.ล้านนา) ให้ความสำคัญกับการสื่อสารองค์กรเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการรับสมัครนักศึกษา การประชาสัมพันธ์หลักสูตร ผลงานวิจัย การบริการวิชาการ ตลอดจนกิจกรรมเพื่อสังคม อันเป็นพันธกิจสำคัญของมหาวิทยาลัย การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสื่อของผู้บริโภคในปัจจุบัน จึงนับเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับการรับรู้และสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

ด้วยเหตุนี้ จึงได้ดำเนิน โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา 6 พื้นที่ ผ่าน Influencer ท้องถิ่น ระหว่างวันที่ 20 เมษายน – 31 พฤษภาคม 2569 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดอัตลักษณ์และจุดเด่นของมหาวิทยาลัยในแต่ละพื้นที่ผ่านผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่มีความเข้าใจบริบทท้องถิ่นและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด อันจะช่วยเสริมสร้างการรับรู้ การจดจำอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และสนับสนุนการสื่อสารองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การดำเนินโครงการได้ออกแบบรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาให้สอดคล้องกับศักยภาพและลักษณะของ Influencer ในแต่ละพื้นที่ โดยแบ่งรูปแบบการสื่อสารออกเป็น 3 รูปแบบ เพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการรับชมของกลุ่มเป้าหมายและสามารถถ่ายทอดเรื่องราว อัตลักษณ์ วิถีชีวิต บรรยากาศการเรียนการสอน ตลอดจนจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ได้อย่างน่าสนใจ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน

ผลการดำเนินโครงการสะท้อนให้เห็นว่า การใช้ Influencer ท้องถิ่นเป็นกลไกการประชาสัมพันธ์สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในด้านการสร้างการรับรู้ (Awareness) การสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) และการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งนอกจากจะมีจำนวนการเข้าถึงสื่อเพิ่มขึ้นแล้ว ยังพบว่าผู้รับชมมีการแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงการเกิดความผูกพันทางอารมณ์ (Emotional Engagement) และการรับรู้อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในแต่ละพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รายงานสรุปผลการดำเนินโครงการฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมผลการดำเนินงาน วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ของการสื่อสารผ่าน Influencer ท้องถิ่น ตลอดจนถอดบทเรียนและแนวทางการพัฒนาการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในอนาคต เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการสื่อสารองค์กรเชิงยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย และยกระดับการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาให้สามารถสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในระดับประเทศได้อย่างยั่งยืน

ลงชื่อ  ผู้จัดทำ/รับผิดชอบโครงการ

(นางสาวอพัชรี ศิรินาโพธิ์)

ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ ชำนาญการ

สารบัญ

คำนำ.....	1
สารบัญ.....	3
สรุปผลการดำเนินโครงการ.....	4
ผลลัพธ์จากการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน Influencer ท้องถิ่น.....	5
เปรียบเทียบความนิยมและกระแสตอบรับ.....	6
1. พื้นที่เชียงใหม่ (เทคโนโลยีนิตย / เจ็ดยอด) – อันดับ 1 ด้านกระแสและความผูกพัน (ผลิตจำนวน 1 คลิป).....	6
2. พื้นที่ตาก (เทคโนโลยีตาก) – อันดับ 2 ด้านความเข้มข้นของอัตลักษณ์ช่วง (ผลิตจำนวน 1 คลิป).....	7
3. พื้นที่เชียงราย (เขตพื้นที่พาน) – โดดเด่นด้านความรักในถิ่นฐานและตำนาน (ผลิตจำนวน 1 คลิป).....	7
4. พื้นที่พิษณุโลก (บ้านกร่าง) – ความเชื่อมั่นในทักษะการปฏิบัติ (ผลิตจำนวน 1 คลิป).....	7
5. พื้นที่ลำปาง – ภาพลักษณ์แห่งนวัตกรรมและการพัฒนาสังคม (ผลิตจำนวน 2 คลิป).....	8
6. พื้นที่เขตน่าน – ความภาคภูมิใจในรากฐานที่แข็งแกร่ง (ผลิตจำนวน 3 คลิป).....	8
ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของความคิดเห็น.....	9
บทวิเคราะห์สรุปผลโครงการ.....	9
ข้อเสนอแนะเพื่อการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในครั้งต่อไป.....	10
ภาคผนวก.....	11
โครงการ.....	12
เอกสารแจ้งการโอนเงิน.....	27
การนำเสนอจุดเด่นของหน่วยงานและช่อง Influencer Review.....	35
รายงานผลการดำเนินงานของแต่ละช่อง.....	49

สรุปผลการดำเนินโครงการ

โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา 6 พื้นที่ ผ่าน Influencer ท้องถิ่น ได้ดำเนินการเสร็จสิ้นและเกิดการมีส่วนร่วมจากผู้ชมที่น่าสนใจที่จะสามารถนำมาวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน Influencer ใน 3 เขตพื้นที่ คือ เชียงใหม่ เชียงราย และตาก ซึ่งใช้ Influencer ของช่องก้องภพเขาชะวีวี เป็นพื้นที่ที่มีการแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมเป็นอย่างมากและในส่วนของพื้นที่ลำปางได้ใช้ Influencer ของช่อง รถม้า พาทัวร์ พื้นที่น่าน ใช้ Influencer ของช่อง Gain Gain Tawee และพื้นที่พิษณุโลกใช้ Influencer ของช่องวีวีพิษณุโลก ที่มีการแสดงความคิดเห็นเพียงเล็กน้อย ซึ่งสอดคล้องกับยอดการเข้าชม (ยอดวิว) ดังตัวอย่างดังนี้

มทร.ล้านนา เชียงใหม่ (ก้องภพเขาชะวีวี)

Tiktok >> <https://vt.tiktok.com/ZS9qsnYAK/>

Reel instagram>>

<https://www.instagram.com/reel/DYWCHHBJMGY/?igsh=MTZ1c3d3Z3l2MTM0OA==>

Reel facebook >> <https://www.facebook.com/share/v/1CWd5mSzC2/?mibextid=wwXlfr>

มทร.ล้านนา ตาก (ก้องภพเขาชะวีวี)

Tiktok >> <https://vt.tiktok.com/ZSxRYef8P/>

Reel instagram>> <https://www.facebook.com/share/v/1CNqSGtTic/?mibextid=wwXlfr>

Reel facebook >> <https://www.facebook.com/share/v/1CNqSGtTic/?mibextid=wwXlfr>

มทร.ล้านนา เชียงราย (ก้องภพเขาชะวีวี)

Tiktok >> <https://vt.tiktok.com/ZS9K8bUGB/>

Reel instagram>> <https://www.instagram.com/reel/DYOk8qlTwNV/?igsh=OXczc3ViMzdmY2du>

Reel facebook >> <https://www.facebook.com/share/v/15nSuWAjWo2/?mibextid=wwXlfr>

มทร.ล้านนา พิษณุโลก (ช่องวีวีพิษณุโลก)

Tiktok >> <https://vt.tiktok.com/ZSxFokXGK/>

Reel facebook >> <https://www.facebook.com/share/r/1CgH247P9P/>

มทร.ล้านนา ลำปาง (ช่อง รถม้า พาทัวร์)

Reel facebook >> <https://www.facebook.com/share/v/1BY9D4yB16/>

Reel facebook >> <https://www.facebook.com/share/v/14fiWnYRXBk/>

มทร.ล้านนา น่าน (ช่อง Gain Gain Tawee)

Tiktok >>

https://www.tiktok.com/@gaintawee/video/7643758353679830292?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7583915355220035080

Tiktok >>

https://www.tiktok.com/@gaintawee/video/7643730480600337685?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7583915355220035080

Tiktok >>

https://www.tiktok.com/@gaintawee/video/7643686794860432660?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7583915355220035080

Reel facebook >> <https://www.facebook.com/share/v/1BRKEPrGZR/>

Reel facebook >> <https://www.facebook.com/share/v/1ancbXtzum/>

Reel facebook >> <https://www.facebook.com/share/v/1Hja3THnHT/>

ผลลัพธ์จากการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน Influencer ท้องถิ่น

การดำเนินโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา 6 พื้นที่ผ่าน Influencer ท้องถิ่น สามารถสร้างการรับรู้ (Awareness) และการมีส่วนร่วม (Engagement) บนสื่อสังคมออนไลน์ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในกลุ่มศิษย์เก่า ผู้ปกครอง นักเรียน นักศึกษา และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งพบว่าผู้ชมไม่ได้เพียงรับชมเนื้อหาเท่านั้น แต่ยังเข้ามาแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นว่าสื่อที่ผลิตสามารถสร้างความผูกพันทางอารมณ์ (Emotional Engagement) และกระตุ้นการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็น พบว่าศิษย์เก่าทุกพื้นที่ต่างมีความภาคภูมิใจในสถาบัน มีการรำลึกถึงสถานที่ สัญลักษณ์ และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละเขตพื้นที่ เช่น เสื้อเชิ้ต ปรต่านักศึกษา สถานที่สำคัญ และเรื่องราวในอดีต ซึ่งสะท้อนถึงความผูกพันที่ยังคงอยู่แม้สำเร็จการศึกษาเป็นเวลานาน นอกจากนี้ยังพบว่าศิษย์เก่าจำนวนมากแสดงความเชื่อมั่นในคุณภาพการศึกษาจนส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย ถือเป็นภาพสะท้อนของความเชื่อมั่นในศักยภาพของมหาวิทยาลัยที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน

ในด้านการสื่อสาร พบว่าคลิปวิดีโอสามารถกระตุ้นให้เกิดคำถามเกี่ยวกับการรับสมัคร หลักสูตร ค่าใช้จ่าย สิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทาง และการใช้ชีวิตภายในมหาวิทยาลัยเป็นจำนวนมาก แสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์มีบทบาทในการสร้างความสนใจแก่ผู้ที่กำลังตัดสินใจศึกษาต่อได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อเสนอแนะจากผู้รับชมให้มหาวิทยาลัยนำเสนอข้อมูลหลักสูตรแต่ละคณะให้ละเอียดมากขึ้น เพิ่มข้อมูลค่าใช้จ่าย ทุนการศึกษา รีวิวอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการนำเสนอจุดเด่นของแต่ละพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

เปรียบเทียบความนิยมและกระแสดอรับ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์และสถิติการโต้ตอบในพื้นที่ต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (มทร.ล้านนา) ที่สามารถสะท้อนรูปแบบเนื้อหาของคลิปวิดีโอให้เห็นได้ชัดเจนว่า การจัดทำเนื้อหาที่สอดคล้องกับความบันเทิงจะสามารถทำให้มีผู้เข้าถึงสื่อได้มากกว่าคลิปวิดีโอที่มีเพียงเนื้อหาสาระเพียงอย่างเดียว อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมการแสดงความคิดเห็น การสนับสนุนมหาวิทยาลัยจากศิษย์เก่าที่มีความภูมิใจต่อสถาบันที่ตนเคยศึกษาจนทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์เป็นอย่างมาก จากกระแสดอรับสามารถเปรียบเทียบความนิยมและอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในแต่ละพื้นที่จังหวัดได้ดังนี้ (ข้อมูล ณ วันที่ 4 มิถุนายน 2569)

1. พื้นที่เชียงใหม่ (เทคโนโลยีราชมงคล / เจ็ดยอด) – อันดับ 1 ด้านกระแสและความผูกพัน (ผลิตจำนวน 1 คลิป)

- **ความนิยม:** ยอดวิวในแพลตฟอร์ม Reel 530,000 วิว มียอดการโต้ตอบสูงสุดในบรรดาทุกพื้นที่ โดยมียอดไลก์ในวิดีโอรีล Reel 17,000 ไลก์ แสดงความคิดเห็น 675 ความคิดเห็น และมีการแชร์ถึง 975 ครั้ง ในแพลตฟอร์ม Instagram มียอดวิว 655,000 วิว ยอดไลก์ 28,500 ไลก์ จำนวนความคิดเห็น 790 ความคิดเห็น ใน TikTok มียอดวิว 356,800 วิว ยอดไลก์สูงถึง 30,700 ไลก์ และมีจำนวนความคิดเห็นกว่า 558 ข้อความ
- **จุดเด่น:** ถูกยกย่องให้เป็น "บ้านหลังที่สอง" ที่ศิษย์เก่าทุกรุ่นมีความผูกพันสูงมาก มีกลุ่มเฉพาะอย่าง "นกฮูก" (นักศึกษาภาคสมทบ) และสถานที่ในตำนานอย่าง "สามแยกปากหมา"

- **ความนิยมในกลุ่มสาขา:** วิศวกรรมศาสตร์ (ช้อปน้ำตาล/เลือดหมู), บริหารธุรกิจ (บธ.1) และ ศิลปกรรม (เจ็ดยอด)

2. พื้นที่ตาก (เทคโนตาก) – อันดับ 2 ด้านความเข้มข้นของอัตลักษณ์ช่าง (ผลิตจำนวน 1 คลิป)

- **ความนิยม:** ยอดวิวในแพลตฟอร์ม Reel 420,000 วิว มียอดไลค์สูงเป็นอันดับต้น ๆ เช่นกัน โดยมี ยอดไลค์ไอรีวิว 11,000 ไลค์ แสดงความคิดเห็น 234 ความคิดเห็น และมีการแชร์ถึง 709 ครั้ง ใน แพลตฟอร์ม Instagram มียอดวิว 506,000 วิว ยอดไลค์ 18,300 ไลค์ จำนวนความคิดเห็น 253 ความคิดเห็น ใน TikTok มียอดวิว 223,000 วิว ยอดไลค์ 20,800 ไลค์ และมีจำนวนความคิดเห็นกว่า 171 ข้อความ
- **จุดเด่น:** มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในสายวิชาชีพช่างและวิศวกรรมอย่างรุนแรง มีความเชื่อมั่นสูง จนเกิดวัฒนธรรม "ส่งลูกหลานกลับมาเรียนที่เดิม" อย่างต่อเนื่อง
- **ความนิยมในกลุ่มสาขา:** วิศวกรรมโยธา, ไฟฟ้า, และเครื่องกล โดยมีสัญลักษณ์ทางใจคือองค์พระ วิษณุกรรมและหนองหลวง

3. พื้นที่เชียงราย (เขตพื้นที่พาน) – โดดเด่นด้านความรักในถิ่นฐานและตำนาน (ผลิตจำนวน 1 คลิป)

- **ความนิยม:** ยอดวิวในแพลตฟอร์ม Reel 120,000 วิว โดยมียอดไลค์ไอรีวิว 3,300 ไลค์ แสดงความคิดเห็น 91 ความคิดเห็น และมีการแชร์ถึง 269 ครั้ง ในแพลตฟอร์ม Instagram มียอดวิว 14,400 วิว ยอดไลค์ 374 ไลค์ จำนวนความคิดเห็น 1 ความคิดเห็น ใน TikTok มียอดวิว 133,400 วิว ยอดไลค์ 7,607 ไลค์ และมีจำนวนความคิดเห็นกว่า 102 ข้อความ
- **จุดเด่น:** มีสัญลักษณ์ร่วมที่เหนียวแน่นคือ "น้ำแดง" และกลุ่ม "799 Power" ศิษย์เก่ามีความกตัญญู ต่อสถาบันที่ช่วยสร้างอาชีพให้มีชีวิตที่ดีขึ้น
- **เสียงสะท้อน:** มีความเห็นว่าปัจจุบันบรรยากาศดูเงียบเหงาลง และต้องการให้สถาบันกลับมาคึกคัก เหมือนในอดีต

4. พื้นที่พิษณุโลก (บ้านกร่าง) – ความเชื่อมั่นในทักษะการปฏิบัติ (ผลิตจำนวน 1 คลิป)

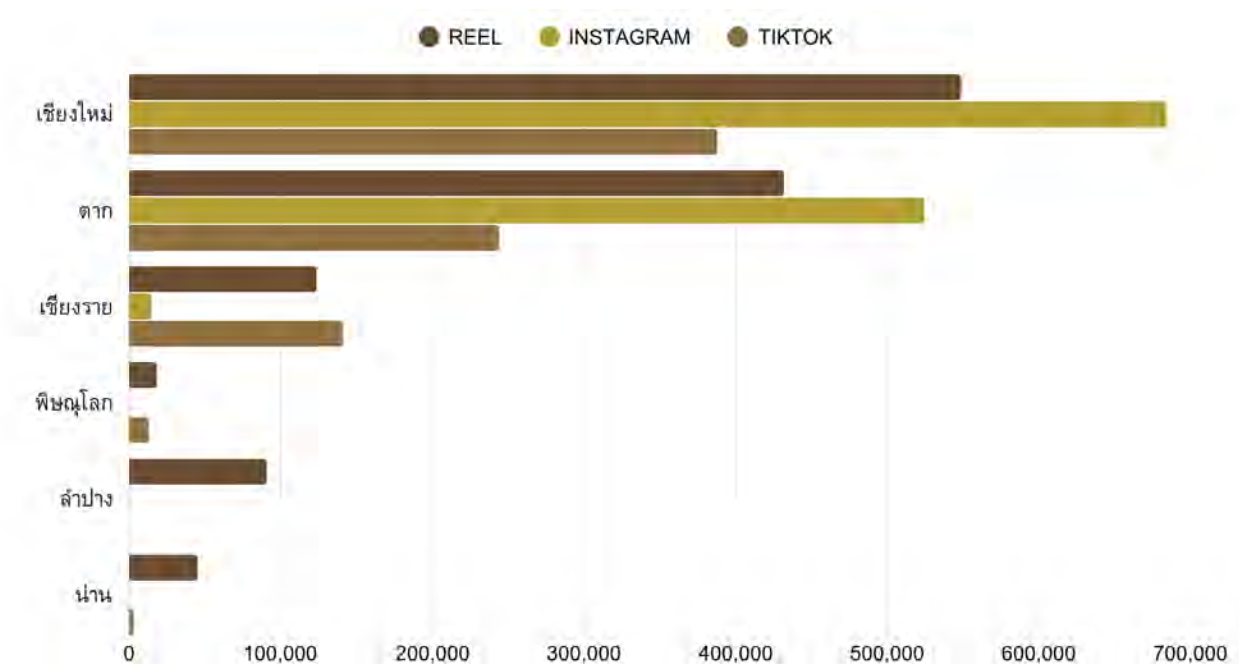
- **ความนิยม:** ยอดวิวในแพลตฟอร์ม Reel 18,000 วิว โดยมียอดไลค์ไอรีวิว 236 ไลค์ แสดงความคิดเห็น 16 ความคิดเห็น และมีการแชร์ถึง 90 ครั้ง ในแพลตฟอร์ม TikTok มียอดวิว 12,400 วิว ยอดไลค์ 594 ไลค์ และมีจำนวนความคิดเห็นกว่า 17 ข้อความ
- **จุดเด่น:** ได้รับการยอมรับในฐานะ "บัณฑิตนักปฏิบัติ" ที่ทำงานเก่งและมีความอดทนสูง
- **เสียงสะท้อน:** ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มองว่าสถาบันมีผลงานดีและน่าเรียนมาก แต่ยัง "ขาดการประชาสัมพันธ์" ทำให้ชื่อเสียงยังไม่เป็นที่รับรู้ในวงกว้างเท่าที่ควร

5. พื้นที่ลำปาง – ภาพลักษณ์แห่งนวัตกรรมและการพัฒนาสังคม (ผลิตจำนวน 2 คลิป)

- **ความนิยม:** เน้นการโต้ตอบในเชิงชื่นชมและขอบคุณสำหรับการให้ความรู้ มีการโต้ตอบที่อบอุ่น โดยมียอดวิวรวมในแพลตฟอร์ม Reel 90,000 วิว โดยมียอดไลก์วีโอรีวีว 695 ไลก์ แสดงความคิดเห็น 11 ความคิดเห็น และมีการแชร์ถึง 77 ครั้ง
- **จุดเด่น:** โดดเด่นในเรื่อง เทคโนโลยีและนวัตกรรมการเกษตร และมีภาพลักษณ์เป็นสถาบันที่ช่วย "ปกครองสังคม" และพัฒนาประเทศ

6. พื้นที่เขตน่าน – ความภาคภูมิใจในรากฐานที่แข็งแกร่ง (ผลิตจำนวน 3 คลิป)

- **ความนิยม:** มีการโต้ตอบที่อบอุ่น โดยมียอดวิวรวมในแพลตฟอร์ม Reel 44,800 วิว โดยมียอดไลก์วีโอรีวีว 236 ไลก์ แสดงความคิดเห็น 16 ความคิดเห็น และมีการแชร์ถึง 90 ครั้ง ในแพลตฟอร์ม TikTok มียอดวิวรวม 2,431 วิว ยอดไลก์ 594 ไลก์ และมีจำนวนความคิดเห็นกว่า 17 ข้อความ
- **จุดเด่น:** ถูกนำเสนอว่าเป็นมหาวิทยาลัยที่ซ่อน "ความยิ่งใหญ่" ไว้ใจกลางเมื่องน่าน ศิษย์เก่าระลึกถึงบรรยากาศการเรียนและมีความรักในสถาบันไม่ต่างจากพื้นที่หลัก



ภาพประกอบสรุปการเปรียบเทียบความนิยมและการมีส่วนร่วมในคลิปวิดีโอ
(ข้อมูล ณ วันที่ 4 มิถุนายน 2569)

สรุปการเปรียบเทียบ : หากวัดจาก "กระแสไวรัลและการรวมตัวของศิษย์เก่า" พื้นที่ เชียงใหม่และตาก ครองความนิยมสูงสุด ในขณะที่พื้นที่ พิษณุโลกและลำปาง จะเด่นในเรื่อง "การยอมรับในคุณภาพผลงานและทักษะปฏิบัติ" จากสายตาคูคนภายนอก

ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของความคิดเห็น

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นทั้งหมด สามารถจำแนกประเด็นสำคัญได้ 4 ด้าน ได้แก่

ประเด็น	ผลการวิเคราะห์
ด้านอัตลักษณ์	ผู้รับชมจดจำอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ได้อย่างชัดเจน ผ่านเรื่องราว สถานที่ บุคลิก และวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่
ด้านภาพลักษณ์องค์กร	ภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในเชิงบวก โดยเฉพาะด้านการผลิตบัณฑิตสายวิชาชีพ คุณภาพการเรียนการสอน และความผูกพันของศิษย์เก่า
ด้านการประชาสัมพันธ์	สื่อสามารถสร้างการมีส่วนร่วมสูง แต่ยังขาดข้อมูลเชิงลึกที่ผู้สนใจใช้ประกอบการตัดสินใจเข้าเรียน
ด้านความต้องการของผู้รับชม	ผู้รับชมต้องการข้อมูลหลักสูตร ค่าใช้จ่ายทุนการศึกษา การรับสมัคร รีวิวสถานที่ และแนวโน้มอาชีพหลังสำเร็จการศึกษา

บทวิเคราะห์สรุปผลโครงการ

การดำเนินโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ผ่าน Influencer ท้องถิ่น ถือว่าประสบความสำเร็จในการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ผ่านเรื่องราว ความทรงจำ และประสบการณ์จริงของผู้คนในชุมชน ส่งผลให้ผู้รับชมเกิดความรู้สึกใกล้ชิดและเชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัยมากกว่าการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบทั่วไป ข้อมูลจากความคิดเห็นสะท้อนว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยยังคงได้รับความเชื่อมั่นในฐานะสถาบันที่ผลิตบัณฑิตสายวิชาชีพที่มีคุณภาพ และมีเครือข่ายศิษย์เก่าที่เข้มแข็ง ในส่วนของพื้นที่จังหวัดลำปาง น่าน พะเยา และแพร่ ที่ไม่มีการมีส่วนร่วมจากผู้รับชมอาจมีผลจากลักษณะของเนื้อหาและวิธีการเล่าเรื่องของสื่อที่แตกต่างจากคลิปของเชียงใหม่ เชียงราย และตาก ที่มีการลำดับเนื้อเรื่องที่ให้ความบันเทิงจนสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามความคิดเห็นของผู้รับชมยังสะท้อนโอกาสในการพัฒนาการสื่อสาร โดยเฉพาะการนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับหลักสูตร การรับสมัคร ค่าใช้จ่าย ทุนการศึกษา และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งจะช่วยให้เปลี่ยนจากการสร้างการรับรู้ (Awareness) ไปสู่การสร้างความสนใจและการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ (Conversion) ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในครั้งต่อไป

1. พัฒนาคอนเทนต์แบบ Storytelling เชิงอัตลักษณ์ โดยนำเสนอเรื่องราวของศิษย์เก่า บุคลากร และนักศึกษาที่สะท้อนเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ เพื่อสร้างความผูกพันทางอารมณ์และเพิ่มคุณค่าของแบรนด์มหาวิทยาลัย
2. เพิ่มสื่อเชิงข้อมูล (Informative Content) อาทิ คลิปวีวหลักสูตร คณะ ห้องปฏิบัติการ หอพักทุนการศึกษา ค่าใช้จ่าย การรับสมัคร และเส้นทางอาชีพหลังสำเร็จการศึกษา เพื่อรองรับความต้องการของผู้สนใจศึกษาต่อ
3. ผลิตคอนเทนต์แยกตามกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียน ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า และผู้ประกอบการ เพื่อให้เนื้อหาตรงกับความต้องการของแต่ละกลุ่มมากยิ่งขึ้น
4. สร้างซีรีส์ประชาสัมพันธ์ครบทั้ง 6 เขตพื้นที่ ภายใต้แนวคิดเดียวกัน แต่สะท้อนจุดเด่นเฉพาะของแต่ละพื้นที่ เพื่อสร้างการจดจำอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในภาพรวม พร้อมทั้งแสดงศักยภาพที่หลากหลายของแต่ละเขตพื้นที่
5. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของศิษย์เก่าและ Influencer ในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ผ่านกิจกรรมออนไลน์ การเล่าเรื่องประสบการณ์ และการแบ่งปันความสำเร็จ เพื่อสร้างเครือข่ายผู้สนับสนุนแบรนด์ (Brand Advocacy) และขยายการรับรู้ในวงกว้าง
6. นำข้อมูลจากการวิเคราะห์ความคิดเห็น (Social Listening) มาใช้วางแผนการสื่อสาร เพื่อพัฒนาประเด็นที่ผู้รับชมให้ความสนใจ ลดช่องว่างของข้อมูลที่ยังขาด และผลิตเนื้อหาที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด

จากผลการดำเนินงานในครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าการใช้ Influencer ท้องถิ่นเป็นกลไกการสื่อสารสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการสร้างภาพลักษณ์ ความผูกพันของศิษย์เก่า และการเข้าถึงกลุ่มผู้สนใจศึกษาต่อ จึงควรต่อยอดรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวควบคู่กับการพัฒนาคอนเทนต์เชิงข้อมูลและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อยกระดับการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยให้สามารถแข่งขันและสร้างการรับรู้ในระดับประเทศได้อย่างยั่งยืน.

ภาคผนวก

โครงการ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี โทร. ๐ ๕๓๙๒ ๑๔๔๔ ต่อ ๑๑๐๑

ที่ อว๐๖๕๔.๓๑/๓๘

วันที่ ๑๗ มีนาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุมัติงบประมาณในการดำเนินโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ๖ พื้นที่
ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ด้วยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มีภารกิจสำคัญในการพัฒนากำลังคนด้านวิชาชีพ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อรองรับการพัฒนาพื้นที่ในภาคเหนือ อีกทั้งมีความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์ ที่เชื่อมโยงกับบริบทชุมชน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานวิจัย/บริการวิชาการเชิงพื้นที่ และการผลิตบัณฑิตเชิงปฏิบัติการ ซึ่งการสื่อสารอัตลักษณ์และคุณค่าของมหาวิทยาลัยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลากหลาย โดยเฉพาะเยาวชน ผู้ปกครอง ผู้ประกอบการ และชุมชนในแต่ละพื้นที่ ในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงง่าย ทันสมัย และมีความน่าเชื่อถือ

และปัจจุบันอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารกับผู้คนในพื้นที่ มีความเข้าใจวัฒนธรรม ภาษา และพฤติกรรมการรับสื่อของชุมชน สามารถถ่ายทอดเรื่องราวให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะผ่านสื่อดิจิทัล เช่น TikTok, Facebook, Instagram, YouTube และแพลตฟอร์มข่าวสารท้องถิ่น ดังนั้น กองประชาสัมพันธ์ จึงจัดทำโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ๖ พื้นที่ ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น โดยมุ่งผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ครอบคลุม ๖ พื้นที่ ผ่านการร่วมสร้างสรรค์คอนเทนต์กับอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น เพื่อยกระดับการรับรู้ ภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่น ตลอดจนสนับสนุนการสื่อสารเชิงพื้นที่ให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละพื้นที่ อย่างแท้จริง

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินโครงการวัดตามวัตถุประสงค์ กองประชาสัมพันธ์ จึงขออนุมัติ ดังนี้

๑. อนุมัติเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานโครงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผลงานของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ผ่านสื่อภายนอก ช่วงที่ ๑ จำนวน ๒๐๐,๐๐๐ บาท ตามแผนงานตามนโยบายของรองอธิการบดีที่กำกับกองประชาสัมพันธ์
๒. จากข้อที่ ๑ ขออนุมัติงบประมาณในการดำเนินโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ๖ พื้นที่ ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น จำนวน ๑๔๕,๐๐๐ บาท (หนึ่งแสนสี่หมื่นห้าพันบาทถ้วน) ซึ่งไม่กระทบกรอบเงินงบประมาณในภาพรวมของแผนงานตามนโยบายของรองอธิการบดีที่กำกับกองประชาสัมพันธ์ที่ได้รับอนุมัติของหน่วยงานสำนักงานอธิการบดี และการดำเนินงานโครงการดังกล่าว ยังคงตอบสนองตัวชี้วัดของมหาวิทยาลัยเหมือนเดิม
๓. อนุมัติให้กองคลังโอนงบประมาณในระบบ GFMS และกองนโยบายและแผนโอนงบในระบบ ERP ให้กับพื้นที่ ดังนี้
 - พื้นที่ ลำปาง จำนวน ๑๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน)
 - พื้นที่ พิษณุโลก จำนวน ๑๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน)
 - พื้นที่ น่าน จำนวน ๒๕,๐๐๐ บาท (สองหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

รายละเอียดดังเอกสารแนบ ๑

๔. อนุมัติแต่งตั้ง...

๔. อนุมัติแต่งตั้งคณะกรรมการร่างขอบเขตของงานหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุ และกรรมการกำหนดราคากลาง รายการ จ้างเหมาจัดทำเนื้อหา (Script) เขียนบทโครงเรื่องและคลิปวิดีโอสั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ในโครงการ โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ๖ พื้นที่ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น ดังนี้

- | | |
|------------------------------|---------------|
| ๔.๑ นางสาวอาพัชร ศิรินาโพธิ์ | ประธานกรรมการ |
| ๔.๒ นางสาวแววดาว ญาณะ | กรรมการ |
| ๔.๓ นางสาวสุธานี ผู้อยู่สุข | กรรมการ |

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ



(นายวิทยา กวีวิทยาภรณ์)

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ

รักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์

รายงานบันทึกงาน

เลขที่เอกสาร : อว0654.31/38

ทะเบียน 38

เรื่อง : ขออนุมัติงบประมาณในการดำเนินโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัครลักษณ์ มทร.ล้านนา 6 พื้นที่ ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น

จาก : ผู้อำนวยการ กองประชาสัมพันธ์

สร้าง 17 มี.ค. 2569 14:21

ทะเบียน 1488
นำเสนอ / ผู้ปฏิบัติ เรียน อธิการบดี
บันทึกงาน รายการดังกล่าวเบิกได้ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริหารงานของส่วนราชการ พ.ศ.2553

(สุปราณี สัมบูรณ์พันธ์)

บันทึกเมื่อ 19 มี.ค. 2569 เวลา 14:41:12 Non-PKI server Sign

Signature Code : 446643-19BKG-147G5-261RE

ทะเบียน 853
นำเสนอ / ผู้ปฏิบัติ อธิการบดี
บันทึกงาน เพื่อโปรดพิจารณางบดำเนินการโครงการ จำนวน 145,000 บาท หากอนุมัติ พิจารณาใช้จ่ายงบเงินรายได้ สอ ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน

(โปปอล ลาวัลย์)

บันทึกเมื่อ 23 มี.ค. 2569 เวลา 11:01:00 Non-PKI server Sign

Signature Code : 446643-23IBT-391TO-26F12

ทะเบียน 1541
นำเสนอ / ผู้ปฏิบัติ เรียน อธิการบดี มทร.ล้านนา
บันทึกงาน เพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ

(ศิริประภา ชัยเนตร)

บันทึกเมื่อ 23 มี.ค. 2569 เวลา 13:09:16 Non-PKI server Sign

Signature Code : 446643-23FUQ-389ZC-26UJI

ทะเบียน 3321
นำเสนอ / ผู้ปฏิบัติ เสนอ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการมหาวิทยาลัยและการสร้างผู้ประกอบการ
(อัญมณี สุวรรณ)

บันทึกเมื่อ 23 มี.ค. 2569 เวลา 13:16:40

ทะเบียน 986
บันทึกงาน อนุมัติและให้ปฏิบัติตามระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด



(อรรถนพ ทศนอุดม)

รักษาราชการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

บันทึกเมื่อ 24 มี.ค. 2569 เวลา 12:07:09 Non-PKI server Sign

Signature Code : 446643-24182-952L0-26370

สรุปรายการโอนงบประมาณในระบบ GFMS และกองนโยบายและแผน โอนงบในระบบ ERP
ให้กับพื้นที่ต่าง ๆ ประกอบด้วย

รายการ	จำนวนเงิน
๑.พื้นที่ ลำปาง จำนวน ๑๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน)	
- จ้างเหมาจัดทำเนื้อหา (Script) เขียนบทโครงเรื่องและคลิปวิดีโอสั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พื้นที่ลำปาง จำนวน ๒ คลิป	๑๐,๐๐๐
๒. พื้นที่ พิชญโลก จำนวน ๑๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน)	
- จ้างเหมาจัดทำเนื้อหา (Script) เขียนบทโครงเรื่องและคลิปวิดีโอสั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พื้นที่พิชญโลก จำนวน ๒ คลิป	๑๐,๐๐๐
๓. พื้นที่ น่าน จำนวน ๒๕,๐๐๐ บาท (สองหมื่นห้าพันบาทถ้วน)	
- จ้างเหมาจัดทำเนื้อหา (Script) เขียนบทโครงเรื่องและคลิปวิดีโอสั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พื้นที่น่าน จำนวน ๑ คลิป	๒๕,๐๐๐

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

หน่วยงาน กองประชาสัมพันธ์

☐ งบประมาณแผ่นดิน ☒ งบประมาณเงินรายได้ ☐ นอกแผน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

รหัสโครงการ _ _ _ _ _

1. ชื่อโครงการ/กิจกรรม

โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา 6 พื้นที่ ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น

2. หน่วยงานที่รับผิดชอบ กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี

3. สถานที่ดำเนินงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา 6 พื้นที่

4. กำหนดการจัดโครงการ 20 เมษายน 2569 – 31 พฤษภาคม 2569

5. หลักการและเหตุผล

ในบริบทของสังคมดิจิทัลปัจจุบัน การสื่อสารประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์ การรับรู้ และความเชื่อมั่นต่อองค์กร โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาที่ต้องมีการแข่งขันด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อ รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการยอมรับจากสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (มทร.ล้านนา) มีภารกิจสำคัญในการพัฒนากำลังคนด้านวิชาชีพ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อรองรับการพัฒนาพื้นที่ในภาคเหนือ อีกทั้งมีความโดดเด่นด้าน อัตลักษณ์ ที่เชื่อมโยงกับบริบทชุมชน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานวิจัย/บริการวิชาการเชิงพื้นที่ และการผลิตบัณฑิตเชิงปฏิบัติการ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารอัตลักษณ์และคุณค่าของมหาวิทยาลัยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลากหลาย โดยเฉพาะเยาวชน ผู้ปกครอง ผู้ประกอบการ และชุมชนในแต่ละพื้นที่ ยังจำเป็นต้องใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงง่าย ทันสมัย และมีความน่าเชื่อถือ

ปัจจุบันอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารกับผู้คนในพื้นที่ มีความเข้าใจวัฒนธรรม ภาษา และพฤติกรรม การรับสื่อของชุมชน สามารถถ่ายทอดเรื่องราวให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะผ่านสื่อดิจิทัล เช่น TikTok, Facebook, Instagram, YouTube และแพลตฟอร์มข่าวสารท้องถิ่น ดังนั้น โครงการนี้จึงมุ่งผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ครอบคลุม 6 พื้นที่ ผ่านการร่วมสร้างสรรค์คอนเทนต์กับอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น เพื่อยกระดับการรับรู้ ภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่น ตลอดจนสนับสนุนการสื่อสารเชิงพื้นที่ให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละพื้นที่อย่างแท้จริง

6. วัตถุประสงค์

6.1 เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ของ มทร.ล้านนา ให้ครอบคลุม 6 พื้นที่ ด้วยรูปแบบที่ทันสมัยและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

6.2 เพื่อสร้างการรับรู้และการจดจำอัตลักษณ์ของ มทร.ล้านนา ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่นและช่องทางดิจิทัล

6.3 เพื่อสนับสนุนการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย เช่น การรับสมัครนักศึกษา การประชาสัมพันธ์หลักสูตร ผลงานวิจัย บริการวิชาการ และกิจกรรมเพื่อสังคม

7. ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 เป้าหมาย Sustainable Development Goals (SDGs)

7.1 เป้าหมายที่ 17 เสริมความเข้มแข็งให้แก่งlobalการดำเนินงานและฟื้นฟูสภาพหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลก สำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Strengthen the means of implementation and revitalize the Global Partnership for Sustainable Development)

เป้าหมายย่อย 17.16 ยกกระดับหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยร่วมเติมเต็มโดยหุ้นส่วนความร่วมมือจากภาคส่วนที่หลากหลายซึ่งจะระดมและแบ่งปันความรู้ ความเชี่ยวชาญ เทคโนโลยี และทรัพยากรการเงิน เพื่อจะสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกประเทศ โดยเฉพาะ

8. ความสอดคล้องประเด็นยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

- 8.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การจัดการศึกษาเพื่อการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติที่มีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21
8.2 กลยุทธ์ที่ 5 สร้างความตระหนักให้สังคมทราบถึงชื่อเสียงและคุณภาพของมหาวิทยาลัย

9. กลุ่มเป้าหมายผู้เข้าร่วมโครงการ

นักเรียน ผู้ปกครอง และบุคคลทั่วไป

10. งบประมาณ จำนวน 145,000 บาท (หนึ่งแสนสี่หมื่นห้าพันบาทถ้วน)

หมวดงบประมาณ	จำนวนเงิน (บาท)
10.1 ค่าใช้สอย	
10.1.1 จ้างเหมาจัดทำเนื้อหา (Script) เขียนบทโครงเรื่องและคลิปวิดีโอสั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พื้นที่เชียงใหม่ จำนวน 1 คลิป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พื้นที่เชียงราย จำนวน 1 คลิป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พื้นที่ตาก จำนวน 1 คลิป	100,000
10.1.2 จ้างเหมาจัดทำเนื้อหา (Script) เขียนบทโครงเรื่องและคลิปวิดีโอสั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พื้นที่ลำปาง จำนวน 2 คลิป	10,000
10.1.3 จ้างเหมาจัดทำเนื้อหา (Script) เขียนบทโครงเรื่องและคลิปวิดีโอสั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พื้นที่พิษณุโลก จำนวน 2 คลิป	10,000
10.1.3 จ้างเหมาจัดทำเนื้อหา (Script) เขียนบทโครงเรื่องและคลิปวิดีโอสั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พื้นที่น่าน จำนวน 1 คลิป	25,000
รวมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น	145,000

หมายเหตุ งบประมาณ ให้ระบุรายละเอียดการคำนวณรายการค่าใช้จ่ายที่ต้องการให้ชัดเจน ตามระเบียบกระทรวงการคลัง และตามนโยบายมาตรการประหยัดของมหาวิทยาลัยฯ ทั้งนี้ให้ผู้รับผิดชอบโครงการ ประสานในส่วนนี้กับกองคลัง ก่อนเสนอขออนุมัติโครงการ

11. แผนปฏิบัติงาน (แผนงาน) แผนการใช้จ่ายงบประมาณ (แผนเงิน) และ ตัวชี้วัดเป้าหมายผลผลิต

รายละเอียดกิจกรรม	ปี พ.ศ. 2568			ปี พ.ศ. 2569									งบประมาณ	ผลลัพธ์ของกิจกรรม
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
1.วางแผนการดำเนินการ (P) (แผนงาน) - ประชุมคณะกรรมการดำเนินงานเพื่อวางแผนการทำโครงการ - ดำเนินการจัดทำขอบข่ายและรายละเอียดโครงการเพื่อดำเนินการเสนอต่อที่ประชุม - ประชุมคณะกรรมการผู้รับผิดชอบโครงการ					↔									ได้แนวทางในการดำเนินการพร้อมรายละเอียดโครงการ
2.การดำเนินการจัดโครงการ (D)(แผนงาน) - ดำเนินการขออนุมัติงบประมาณและดำเนินการจัดซื้อและดำเนินงานตามแผน - ดำเนินการประชาสัมพันธ์แจ้งไปยังกลุ่มเป้าหมาย - จัดกิจกรรมตามกำหนดการ					↔		↔						145,000	-ได้คลิปวิดีโอสั้น มทร. ล้านนา ทั้ง 6 เขตพื้นที่ - ได้ยอดชมและมีส่วนร่วมจากช่องอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น
3.การติดตามประเมินผล(C) (แผนงาน)							↔							เก็บรวบรวมข้อมูลการมีส่วนร่วมในคลิปที่เผยแพร่ทุกช่องทาง
4.การปรับปรุง/พัฒนา/แก้ไขจากผลการติดตาม(A) (แผนงาน)								↔						วิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินผลและหาช่องทางการปรับปรุงข้อสงสัยและปัญหาต่าง ๆ

12. ตัวชี้วัดของโครงการ

- | | | |
|------|----------------|--|
| 12.1 | เชิงปริมาณ | <p>1) มีสื่อประชาสัมพันธ์เป็นคลิปวิดีโอสั้น จำนวน 8 คลิป</p> <p>2) มีจำนวนช่องทางเผยแพร่ที่ใช้งานจริงจาก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ช่องของอินฟลูเอนเซอร์ จำนวน 4 ช่องบน 3 แพลตฟอร์ม (Facebook, Instagram, TikTok) รวมเป็น 12 ช่องทาง - ช่องทางของมหาวิทยาลัย (Facebook, Youtube) จำนวน 2 ช่องทาง - หน่วยงานกองประชาสัมพันธ์ (Facebook, TikTok, Website) จำนวน 3 ช่องทาง |
| 12.2 | เชิงคุณภาพ | <p>1. ผลสำรวจการรับรู้ การติดตาม และการมีส่วนร่วม ของทุกช่องทางทางสื่อสารจากช่องของอินฟลูเอนเซอร์แต่ละช่อง รวมยอดการมองเห็นไม่น้อยกว่า 10,000 วิว และยอดการมีส่วนร่วม (กดไลค์, แชร์, แสดงความคิดเห็น) ไม่น้อยกว่า 1,000 ครั้ง</p> <p>2. ผลสำรวจการรับรู้ การติดตามและการมีส่วนร่วมในช่องทางการสื่อสารของ มทร.ล้านนา ของกลุ่มเป้าหมายหลังรับชมสื่อสูงขึ้นไม่น้อยกว่า 20 % จากก่อนดำเนินโครงการ</p> |
| 12.3 | เชิงเวลา | ร้อยละของโครงการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 |
| 12.4 | เชิงค่าใช้จ่าย | งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินโครงการ 145,000 บาท |

13. ผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับ(Output)(ผลผลิตที่ได้รับจากการดำเนินงานซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของโครงการ/กิจกรรม)

- 13.1 ชุดสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์จุดเด่นเชิงพื้นที่ มทร.ล้านนา ที่เป็นคลิปวิดีโอสั้นสำหรับ 6 พื้นที่ จำนวน 8 คลิป
- 13.2 แผนเผยแพร่สื่อ (Content calendar) ครบ 6 พื้นที่ พร้อมสรุปผลการดำเนินงาน
- 13.3 รายงานสรุปผลการเผยแพร่และสถิติพร้อมข้อเสนอแนะในการต่อยอดจัดทำสื่อครั้งต่อไป

14. ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ (Outcome) (ผลประโยชน์ที่ได้จากผลผลิตของโครงการ/กิจกรรม)

- 14.1 กลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่มีการรับรู้และเข้าใจอัตลักษณ์ของ มทร.ล้านนา มากขึ้น และเชื่อมโยงกับบริบทท้องถิ่นได้ชัดเจน
- 14.2 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในมิติ ความทันสมัย เข้าถึงง่าย เป็นมหาวิทยาลัยของพื้นที่ และเพื่อให้แต่ละพื้นที่มีความเข้มแข็งขึ้น
- 14.3 เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม เช่น การแชร์ประสบการณ์ การแสดงความคิดเห็น การแท็กเพื่อน/ผู้ปกครอง และการสอบถามข้อมูล
- 14.4 เกิดช่องทางสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น ช่วยขยายฐานผู้รับสารนอกกลุ่มเดิมของมหาวิทยาลัย
- 14.5 หน่วยงานสามารถนำไปใช้ซ้ำ ต่อยอดในกิจกรรมรับสมัครนักศึกษา งานบริการวิชาการ งานวิจัย และกิจกรรมของหน่วยงานอื่นได้

15. ผลกระทบที่คาดว่าจะได้รับ (Impact) (ผลกระทบที่ได้รับจากผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรม)

- 15.1 ความเชื่อมั่นต่อ มทร.ล้านนา ในระดับพื้นที่เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียน/ร่วมมือ/เข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ในระยะยาว
- 15.2 มหาวิทยาลัยมีความเข้มแข็งด้านการสื่อสารอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ ทำให้การขับเคลื่อนพันธกิจร่วมกับชุมชน และภาคีเครือข่ายมีประสิทธิภาพสูงขึ้น
- 15.3 เกิดระบบนิเวศการสื่อสารที่สนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่น เช่น การเชื่อมโยงนักศึกษา ผู้ประกอบการ ชุมชน ผ่านเรื่องเล่าและผลงานจริง
- 15.4 เพิ่มชื่อเสียงและการยอมรับของมหาวิทยาลัยในวงกว้างเพิ่มขึ้น ส่งผลเชิงบวกต่อการระดมความร่วมมือทุนสนับสนุน และโครงการร่วมกับหน่วยงานภายนอก

ลงชื่อ  ผู้รับผิดชอบโครงการ/กิจกรรม

(นางสาวอาพัชร ศิรินาโพธิ์)

เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อโดยตรง 1104

แผนปฏิบัติการประจำปี
สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
2569

2026
ANNUAL ACTION PLAN
OFFICE OF THE PRESIDENT
RAJAMAGALA UNIVERSITY
OF TECHNOLOGY LANNA

สรุปรายละเอียดแผนปฏิบัติราชการของสำนักงานอธิการบดี
และหน่วยงานในสังกัดสำนักงานอธิการบดี
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569
ตามแผนงานนโยบาย

แผนงานตามนโยบายของรองอธิการบดีที่กำกับ - กองประชาสัมพันธ์

นโยบาย	วัตถุประสงค์ของนโยบาย	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	รหัส	แผนงาน/โครงการ	รหัสกิจกรรม	กิจกรรม	ตัวชี้วัดกิจกรรม	งบประมาณ	ความสอดคล้องกับ ตัวชี้วัดมหาวิทยาลัย	ระยะเวลาดำเนินงาน		ผู้รับผิดชอบ
								2569		วันที่เริ่มต้น	วันที่สิ้นสุด	
สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่มหาวิทยาลัย	1.เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่สาธารณชนภายนอก รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยอย่างถูกต้อง แพร่หลาย 2. สร้างทัศนคติเชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย 3.สร้างการยอมรับและมีส่วนร่วมของเครือข่ายและกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย	1.จำนวนข่าวสารที่ได้รับ การเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน 2.ความร่วมมือกับเครือข่ายด้านสื่อสารมวลชนในจังหวัดเชียงใหม่และส่วนกลาง 3.จำนวนการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า 10,000 การมองเห็น 4.จำนวนการมีส่วนร่วม ไม่น้อยกว่า 1,000 ครั้ง	69กส01P	แผนงานสื่อสารองค์กร	69กส0101P	โครงการสืบสานสัมพันธ์สื่อมวลชน และเลี้ยงขอบคุณผู้สื่อข่าว	ได้รับการเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยฯ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เครือข่าย ไม่น้อยกว่า 50 ข่าว ต่อปี	200,000.00	ย1 ก5 KPI13 14	1-ม.ค.-69	31-ม.ค.-69	1.น.ส.อภิญา พูลทรัพย์ 2.น.ส.สิริญญา ณ นคร
					69กส0102P	กิจกรรมสารความสัมพันธ์เครือข่ายภายนอกในโอกาสต่าง ๆ (ช่อดอกไม้ กระเช้าดอกไม้)	ช่อดอกไม้ กระเช้าดอกไม้ จำนวน 5 ครั้ง	5,000.00	ย1 ก5 KPI13 14	1-ต.ค.-68	30-ก.ย.-69	กองประชาสัมพันธ์
					69กส0103P	กิจกรรมค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ	โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ ไม่น้อยกว่า จำนวน 2 ครั้ง	50,000.00	ย1 ก5 KPI13 14	1-ต.ค.-68	30-ก.ย.-69	กองประชาสัมพันธ์
					69กส0104P	โครงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผลงานของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ผ่านสื่อภายนอก ช่วงที่ 1	ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยทางสื่อออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 5 เดือน โดยจัดทำข่าว ภาพข่าวของมหาวิทยาลัย เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ดังนี้ 1. ทางสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงานต่อเดือน 2. ทางสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงานต่อเดือน	200,000.00	ย1 ก5 KPI13 14	1-ต.ค.-68	31-มี.ค.-69	กองประชาสัมพันธ์
					69กส0105P	โครงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผลงานของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ผ่านสื่อภายนอก ช่วงที่ 2	ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยทางสื่อออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 5 เดือน โดยจัดทำข่าว ภาพข่าวของมหาวิทยาลัย เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ดังนี้ 1. ทางสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงานต่อเดือน 2. ทางสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงานต่อเดือน	200,000.00	ย1 ก5 KPI13 14	1-เม.ย.-69	30-ก.ย.-69	กองประชาสัมพันธ์

แผนงานตามนโยบายของรองอธิการบดีที่กำกับ - กองประชาสัมพันธ์

นโยบาย	วัตถุประสงค์ของนโยบาย	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	รหัส	แผนงาน/โครงการ	รหัสกิจกรรม	กิจกรรม	ตัวชี้วัดกิจกรรม	งบประมาณ	ความสอดคล้องกับ ตัวชี้วัดมหาวิทยาลัย	ระยะเวลาดำเนินงาน		ผู้รับผิดชอบ
								2569		วันที่เริ่มต้น	วันที่สิ้นสุด	
					69กส0106P	โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัยฯ	1.Footage ภาพเคลื่อนไหวของมทร.ล้านนา ทั้ง 6 เขตพื้นที่ 2.วีดิทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัย ทั้ง 6 เขตพื้นที่ จำนวน 6 คลิป 3.วีดิทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัยในภาพรวมทุกพื้นที่ จำนวน 1 คลิป 4.วีดิทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัยในรูปแบบเป็นทางการฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 2 คลิป	386,000.00	ย1 ก5 KPI13 14	1-ม.ค.-69	30-ก.ย.-69	1.น.ส.อาพัชรี ศิรินาโพธิ์ 2.นายธนพล มูลประการ 3.นายเจษฎา สุภาพรเหมินทร์
นโยบายการเสริมสร้างระบบการสื่อสารและบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และทันสมัย	1.เพื่อให้การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยมีระบบ มีมาตรฐาน และตรวจสอบได้ 2.เพื่อส่งเสริมให้หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ 3.เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว 4.เพื่อยกระดับภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของมหาวิทยาลัยด้วยการสื่อสารที่โปร่งใสและสร้างสรรค์	1.ร้อยละของข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่บนช่องทางทางการของมหาวิทยาลัยภายในเวลาที่กำหนด ≥ 90% 2.ระดับความพึงพอใจของผู้รับข้อมูลข่าวสารต่อความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ ≥ 85% 3.จำนวนหน่วยงานภายในที่ใช้ระบบฐานข้อมูลกลางเพื่อเผยแพร่ข้อมูล ≥ 80% ของหน่วยงานทั้งหมด 3.จำนวนช่องทางสื่อสารดิจิทัลที่ได้รับการพัฒนา/ปรับปรุงให้ทันสมัย ≥ 3 ช่องทางต่อปี	69กส02P	แผนงานการพัฒนาศักยภาพสื่อสารมวลชนและดิจิทัลมีเดีย	69กส0201P	โครงการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และการสื่อสารองค์กร - จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ วิสัยทัศน์ วัฒนธรรมองค์กร ค่านิยมของมหาวิทยาลัย - จัดทำ วารสารราย 3 เดือน (3ฉบับ/ปี) ตามยุทธศาสตร์ทั้งสิ่งพิมพ์และ e-Magazine	- มีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตสำเร็จตามจำนวนและคุณภาพที่กำหนด - ร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมายรับรู้ข้อมูลวิสัยทัศน์ ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กรผ่านสื่อที่เผยแพร่ - ร้อยละ 80 ของกลุ่มผู้ตอบแบบประเมินมีความพึงพอใจต่อสื่อที่จัดทำ	210,000.00	ย1 ก5 KPI13 14	1-ต.ค.-68	30-พ.ย.-69	กองประชาสัมพันธ์
					69กส0202P	โครงการสื่อสารเชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย - จัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการผลิตสื่อ, การเขียนคอนเท้น เพื่อเผยแพร่ในสื่อโซเชียล - จัดทำข่าว/คลิป/บทความเชิงบวกอย่างต่อเนื่อง - จัดแคมเปญออนไลน์ตามช่วงเวลาสำคัญ (เปิดภาคเรียน / กิจกรรมพระราชพิธี / งานวิชาการ ฯลฯ)	- ยอดผู้ติดตามสื่อโซเชียลมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้น 15% ภายในปีงบประมาณ - Engagement Rate ของโพสต์เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 5%	250,000.00	ย1 ก5 KPI13 14	1-ต.ค.-68	30-ก.ย.-69	กองประชาสัมพันธ์

แผนงานตามนโยบายของรองอธิการบดีที่กำกับ - กองประชาสัมพันธ์

นโยบาย	วัตถุประสงค์ของนโยบาย	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	รหัส	แผนงาน/โครงการ	รหัสกิจกรรม	กิจกรรม	ตัวชี้วัดกิจกรรม	งบประมาณ	ความสอดคล้องกับ ตัวชี้วัดมหาวิทยาลัย	ระยะเวลาดำเนินงาน		ผู้รับผิดชอบ
								2569		วันที่เริ่มต้น	วันที่สิ้นสุด	
					69กส0203P	โครงการจัดทำสมุดบันทึก ประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย (ชะลอ) - ออกแบบและจัดทำสมุดบันทึกที่มี เอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย - บรรจุนี้อหาสำคัญ ได้แก่ ข้อมูล มหาวิทยาลัย, วิสัยทัศน์, ค่านิยม, วัฒนธรรมองค์กร, ปฏิทินกิจกรรมประจำปี - จัดพิมพ์และเผยแพร่ให้กับบุคลากร นักศึกษา และเครือข่ายภายนอก	- ผลิตสมุดบันทึกได้ตามจำนวน ที่กำหนด (เช่น 1,000 เล่ม) - ร้อยละ 80 ของผู้รับรู้สื่อก พึงพอใจและเห็นว่าสมุดบันทึก สะท้อนภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยได้ดี (ประเมินจากแบบสอบถาม) - สมุดบันทึกถูกนำไปใช้จริง โดยบุคลากรและนักศึกษา อย่างน้อย 70%	-	ย1 ก5 KPI13 14	1-ต.ค.-68	30-ก.ย.-69	
รวมงบประมาณ								1,501,000.00				
งบประมาณที่ได้รับการจัดสรร								0				

เอกสารแจ้งการโอนเงิน



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กองคลัง งานบริหารการเงินและงบประมาณ โทร.๐ ๕๓๙๒ ๑๔๔๔ ต่อ ๑๐๖๘

ที่ อว ๐๖๕๔.๑๖/๓๘๐

วันที่ ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๙

เรื่อง ขอแจ้งการโอนเงินระหว่างกันโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ๖ พื้นที่

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานบริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง/พิษณุโลก/น่าน /ผู้อำนวยการ
กองประชาสัมพันธ์/ผู้อำนวยการกองนโยบายและแผน

ตามหนังสือกองประชาสัมพันธ์ ที่ อว ๐๖๕๔.๓๑/๓๘ ลงวันที่ ๑๗ มีนาคม ๒๕๖๙ มหาวิทยาลัยได้อนุมัติดำเนินโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ๖ พื้นที่ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น และมอบกองคลังดำเนินการโอนเงินรายได้สำนักงานอธิการบดีค่าใช้จ่ายดำเนินการไปยังผู้รับผิดชอบโครงการ มทร.ล้านนา ลำปาง พิษณุโลก และน่าน กองคลังได้ดำเนินการโอนเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online จากบัญชีเบิกจ่ายเงินรายได้- มทร.ล้านนา ไปยังบัญชีเบิกจ่ายเงินรายได้- มทร.ล้านนา ลำปาง พิษณุโลก และน่าน เรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๙ รายละเอียดดังนี้

ลำดับ	หน่วยงานมทร.ล้านนา	จำนวนเงิน	รหัสโครงการระบบ ERP
๑	ลำปาง	๑๐,๐๐๐.๐๐	๒๖๙๒๒๐๐๐๐๐๐๐๘๑๒๔๐๐๐๐
๒	พิษณุโลก	๑๐,๐๐๐.๐๐	๗๖๙๒๗๐๐๐๐๐๐๐๐๘๑๒๔๐๐๐๐
๓	น่าน	๒๕,๐๐๐.๐๐	๔๖๙๒๔๐๐๐๐๐๐๐๐๘๑๒๔๐๐๐๐
	รวมทั้งสิ้น	๔๕,๐๐๐.๐๐	

ในการนี้ กองคลังจึงขอแจ้งการโอนเงินระหว่างกันโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ๖ พื้นที่ เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น ๔๕,๐๐๐.๐๐ บาท (สี่หมื่นห้าพันบาทถ้วน) เพื่อให้หน่วยงานของท่านดำเนินการเบิกจ่ายงบประมาณต่อไป และขอให้ดำเนินการบันทึกรายการบัญชีในระบบ ERP เดบิต เงินฝากธนาคาร... เครดิต๔๓๐๘๐๑๐๑๒๑๐๒ บัญชีรายได้ระหว่างกัน-ภายในกรมเดียวกันเชียงใหม่

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

สุปราณี สัมปฤณะ

พันธ์

<supranee_77@

rmutl.ac.th>

2026.03.26

11:31:08 +07'00'

(นางสาวสุปราณี สัมปฤณะพันธ์)

ผู้อำนวยการกองคลัง

รายงานบันทึกงาน

เลขที่เอกสาร : อว0654.16/380

ทะเบียน 322

เรื่อง : ขอแจ้งการโอนเงินระหว่างกันโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ มทร.ล้านนา 6 พื้นที่

จาก : กองคลัง

สร้าง 26 มี.ค. 2569 11:25

ทะเบียน	322
นำเสนอ / ผู้ปฏิบัติ	เรียน ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์
บันทึกงาน	1.เพื่อโปรดทราบ การแจ้งโอนเงินระหว่างกันโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ มทร.ล้านนา 6 พื้นที่ 2.เห็นควรสำเนาแจ้ง หน.งานบริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และน.ส.แหวดดาว ญาณะ ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง (แหวดดาว ญาณะ) บันทึกเมื่อ 26 มี.ค. 2569 เวลา 12:10:31

ทะเบียน	322
บันทึกงาน	- ทราบ - เห็นชอบ มอบดำเนินการตามที่เสนอ


(วิทยา กวีวิทยากรณ์)
บันทึกเมื่อ 27 มี.ค. 2569 เวลา 10:34:47 Non-PKI server Sign
Signature Code : 450039-276UA-1747I-26F1G

 ธนาคารกรุงไทย KRUNGTHAI BANK Payment ID : 1000008575013 Customer Ref# : CB000076902191 Service Name : KTB iPay Direct 03 Minimum Per Bulk : 0.00	Customer ID : RMUT009891		Customer Name : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี		CTF001 Payment Detail Complete Transaction Report	
	Narrative : CHIANGMAI.RMUTL		Sending Bank/Branch/Account : 006/0521/5210991172		Upload Date : 24/03/2026	
	Debit Date : 24/03/2026				Effective Date : 24/03/2026	
					Print Date : 24/03/2026 Print Time : 18:09:23	
					(Detail Part)	
				Datatype : IGD03		Page 1 of 2

KTB Account Transferred

006-0503/0503 - LAM PANG BR.

Item	Bank-Branch	Account No	PromptPay	Account Name	Srv	Type	System	Ref. No.	Tr. Amt	Approve.Amt	FeeAmt	NetAmt	
1	006-0503	05033079506		เบิกจ่ายเงินรายได้-ม	14	C	Direct Credit	ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	10,000.00	10,000.00	0.00	10,000.00	
									1	10,000.00	10,000.00	0.00	10,000.00

006-0507/0507 - NAN BR.

Item	Bank-Branch	Account No	PromptPay	Account Name	Srv	Type	System	Ref. No.	Tr. Amt	Approve.Amt	FeeAmt	NetAmt	
1	006-0507	05073439953		เบิกจ่ายเงินรายได้-ม	14	C	Direct Credit	ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	25,000.00	25,000.00	0.00	25,000.00	
									1	25,000.00	25,000.00	0.00	25,000.00

006-0644/0644 - SINGHAWAT ROAD BR.

Item	Bank-Branch	Account No	PromptPay	Account Name	Srv	Type	System	Ref. No.	Tr. Amt	Approve.Amt	FeeAmt	NetAmt	
1	006-0644	06440725319		เบิกจ่ายเงินรายได้-ม	14	C	Direct Credit	ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	10,000.00	10,000.00	0.00	10,000.00	
									1	10,000.00	10,000.00	0.00	10,000.00

Payment Total

Total KTB Account Transfer									3	45,000.00	45,000.00	0.00	45,000.00
Grand Total City									3	45,000.00	45,000.00	0.00	45,000.00
Grand Total Non-City									0	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Interbank Account Transfer									0	0.00	0.00	0.00	0.00
Total PromptPay Transfer									0	0.00	0.00	0.00	0.00
Grand Total									3	45,000.00	45,000.00	0.00	45,000.00

 ธนาคารกรุงไทย KRUNGTHAI BANK Payment ID : 1000008575013 Customer Ref# : CB000076902191 Service Name : KTB iPay Direct 03 Minimum Per Bulk : 0.00	Customer ID : RMUT009891		Customer Name : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี		CTF001 Payment Detail Complete Transaction Report	
	Narrative : CHIANGMAI.RMUTL		Sending Bank/Branch/Account : 006/0521/5210991172		Upload Date : 24/03/2026	
	Debit Date : 24/03/2026				Effective Date : 24/03/2026	
					Print Date : 24/03/2026 Print Time : 18:09:23	
					(Detail Part)	
				Datatype : IGD03		Page 2 of 2

Company Part

Item	Bank-Branch	Account No	Name	Transaction		Commission	
				Type	Amount	Type	Amount
1	006-0521	5210991172	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	D	45,000.00	D	0.00
				C	0.00	C	0.00
					45,000.00		0.00

User Detail

Item	User ID	User Name	Trans Date	Trans Time
1	KATTERA@RMUT009891	นางสาวคัทรียา ไชยน้อย	24/03/2026	14:23:33
2	SIRAPRAPA@RMUT009891	นางศิริประภา ชัยเนตร	24/03/2026	16:10:08
3	SUPRANEE@RMUT009891	นางสาวสุปราณี สัมประณะพันธ์	24/03/2026	16:33:01





Payment ID : 1000008575013
Customer Ref# : CB000076902191
Service Name : KTB iPay Direct 03
Minimum Per Bulk : 0.00

Company ID : RMUT009891
Company Name : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
Narrative : CHIANGMAI.RMUTL
Sending Bank/Branch/Account : 006/0521/5210991172
Debit Date : 24/03/2026

CTF051 Payment Summary Complete Transaction Report

Upload Date : 24/03/2026
Effective Date : 24/03/2026
Print Date : 24/03/2026 Print Time : 18:09:30
(Detail Part)
Datatype : IGD03 Page 1 of 1

Item	Bank	System Processing	Count	Tr. Amt	Approve Amt	FeeAmt	NetAmt
1	006	Direct Credit	3	45,000.00	45,000.00	0.00	45,000.00
			3	45,000.00	45,000.00	0.00	45,000.00

Company Part

Item	Bank-Branch	Account No	Name	Transaction		Commission	
				Type	Amount	Type	Amount
1	006-0521	5210991172	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	D	45,000.00	D	0.00
				C	0.00	C	0.00
					45,000.00		0.00

User Detail

Item	User ID	User Name	Trans Date	Trans Time
1	KATTERA@RMUT009891	นางสาวคัทรียา ไชยน้อย	24/03/2026	14:23:33
2	SIRAPRAPA@RMUT009891	นางศิริประภา ชัยเนตร	24/03/2026	16:10:08
3	SUPRANEE@RMUT009891	นางสาวสุปราณี สัมประณะพันธ์	24/03/2026	16:33:01

- End of report -





บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี โทร. ๐ ๕๓๙๒ ๑๕๔๔ ต่อ ๑๑๐๑

ที่ อว๐๖๕๔.๓๑/๓๘

วันที่ ๑๗ มีนาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุมัติงบประมาณในการดำเนินโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ๖ พื้นที่
ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ด้วยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มีภารกิจสำคัญในการพัฒนากำลังคนด้านวิชาชีพ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อรองรับการพัฒนาพื้นที่ในภาคเหนือ อีกทั้งมีความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์ ที่เชื่อมโยงกับบริบทชุมชน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานวิจัย/บริการวิชาการเชิงพื้นที่ และการผลิตบัณฑิตเชิงปฏิบัติการ ซึ่งการสื่อสารอัตลักษณ์และคุณค่าของมหาวิทยาลัยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลากหลาย โดยเฉพาะเยาวชน ผู้ปกครอง ผู้ประกอบการ และชุมชนในแต่ละพื้นที่ ในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงง่าย ทันสมัย และมีความน่าเชื่อถือ

และปัจจุบันอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารกับผู้คนในพื้นที่ มีความเข้าใจวัฒนธรรม ภาษา และพฤติกรรมการรับสื่อของชุมชน สามารถถ่ายทอดเรื่องราวให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะผ่านสื่อดิจิทัล เช่น TikTok, Facebook, Instagram, YouTube และแพลตฟอร์มข่าวสารท้องถิ่น ดังนั้น กองประชาสัมพันธ์ จึงจัดทำโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ๖ พื้นที่ ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น โดยมุ่งผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ครอบคลุม ๖ พื้นที่ ผ่านการร่วมสร้างสรรค์คอนเทนต์กับอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น เพื่อยกระดับการรับรู้ ภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่น ตลอดจนสนับสนุนการสื่อสารเชิงพื้นที่ให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละพื้นที่อย่างแท้จริง

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินโครงการวัตถุประสงค์ กองประชาสัมพันธ์ จึงขออนุมัติ ดังนี้

๑. อนุมัติเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานโครงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผลงานของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ผ่านสื่อภายนอก ช่วงที่ ๑ จำนวน ๒๐๐,๐๐๐ บาท ตามแผนงานตามนโยบายของรองอธิการบดีที่กำกับกองประชาสัมพันธ์
๒. จากข้อที่ ๑ ขออนุมัติงบประมาณในการดำเนินโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ๖ พื้นที่ ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น จำนวน ๑๕๕,๐๐๐ บาท (หนึ่งแสนห้าหมื่นห้าพันบาทถ้วน) ซึ่งไม่กระทบกรอบเงินงบประมาณในภาพรวมของแผนงานตามนโยบายของรองอธิการบดีที่กำกับกองประชาสัมพันธ์ที่ได้รับอนุมัติของหน่วยงานสำนักงานอธิการบดี และการดำเนินงานโครงการดังกล่าว ยังคงตอบสนองตัวชี้วัดของมหาวิทยาลัยเหมือนเดิม
๓. อนุมัติให้กองคลังโอนงบประมาณในระบบ GFMS และกองนโยบายและแผน โอนงบในระบบ ERP ให้กับพื้นที่ ดังนี้
 - พื้นที่ ลำปาง จำนวน ๑๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน)
 - พื้นที่ พิชญโลก จำนวน ๑๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน)
 - พื้นที่ น่าน จำนวน ๒๕,๐๐๐ บาท (สองหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

รายละเอียดดังเอกสารแนบ ๑

๔. อนุมัติแต่งตั้ง...

๔. อนุมัติแต่งตั้งคณะกรรมการร่างขอบเขตของงานหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุ และกรรมการกำหนดราคากลาง รายการ จ้างเหมาจัดทำเนื้อหา (Script) เขียนบทโครงเรื่องและคลิปวิดีโอสั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ในโครงการ โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา ๖ พื้นที่ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น ดังนี้

- | | |
|------------------------------|---------------|
| ๔.๑ นางสาวอาพัชร ศิรินาโพธิ์ | ประธานกรรมการ |
| ๔.๒ นางสาวแววดาว ญาณะ | กรรมการ |
| ๔.๓ นางสาวสุธานี ผู้อยู่สุข | กรรมการ |

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ



(นายวิทยา กวีวิทยาภรณ์)

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ

รักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์

รายงานบันทึกงาน

เลขที่เอกสาร : ขว0654.31/38

ทะเบียน 1488

เรื่อง : ขออนุมัติงบประมาณในการดำเนินการดำเนินโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา 6 พื้นที่ ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น
จาก : ผู้อำนวยการ กองประชาสัมพันธ์

สร้าง 17 มี.ค. 2569 14:21

ทะเบียน 1488

นำเสนอ / ผู้ปฏิบัติ

เรียน อธิการบดี

บันทึกงาน
รายการดังกล่าวเปิดได้ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริหารงานของส่วนราชการ พ.ศ.2553



(สุปรณี สัมปรัตน์)

บันทึกเมื่อ 19 มี.ค. 2569 เวลา 14:41:12 Non-PKI server Sign

Signature Code : 446643-198KG-147G5-261RE

ทะเบียน 853

นำเสนอ / ผู้ปฏิบัติ

อธิการบดี

บันทึกงาน
เพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติโครงการ จำนวน 145,000 บาท
หากอนุมัติ พิจารณาใช้จ่ายงบเงินรายได้ สอ ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน



(โอปอล ลาวีชัย)

บันทึกเมื่อ 23 มี.ค. 2569 เวลา 11:01:00 Non-PKI server Sign

Signature Code : 446643-23IBT-391TO-26F12

ทะเบียน 1541

นำเสนอ / ผู้ปฏิบัติ

เรียน อธิการบดี มทร.ล้านนา

บันทึกงาน
เพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ



(ศิริประภา ชัยนคร)

บันทึกเมื่อ 23 มี.ค. 2569 เวลา 13:09:16 Non-PKI server Sign

Signature Code : 446643-23FUQ-389ZC-26UJI

ทะเบียน 3321

นำเสนอ / ผู้ปฏิบัติ

เสนอ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการมหาวิทยาลัยและการสร้างผู้ประกอบการ

(อัญมณี สุวรรณ)

บันทึกเมื่อ 23 มี.ค. 2569 เวลา 13:16:40

ทะเบียน 230

นำเสนอ / ผู้ปฏิบัติ

บันทึกงาน

เพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติตั้งรายละเอียดที่กองแผนฯ ระบุไว้
และเพื่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมทั้ง 6 จังหวัดในภาพ One RMUTL ผ่าน
influencer ของแต่ละจังหวัดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ตรงจุด



(กนกวรรณ เวชกามา)

บันทึกเมื่อ 24 มี.ค. 2569 เวลา 08:45:01 Non-PKI server Sign

Signature Code : 446643-24Z89-540SZ-26NMM

ทะเบียน 986

บันทึกงาน

อนุมัติและให้ปฏิบัติตามระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด



(อรรถพร ทัดอุดม)

รักษาราชการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

บันทึกเมื่อ 24 มี.ค. 2569 เวลา 12:07:09 Non-PKI server Sign

Signature Code : 446643-24IB2-952LO-26370

ทะเบียน 1488

บันทึกงาน

มอบพักรักษา ตำแหน่งการโอน

(ดวงรัตน์ คำแดง)

บันทึกเมื่อ 24 มี.ค. 2569 เวลา 13:42:09

การนำเสนอจุดเด่นของ
หน่วยงานและช่อง
Influencer Review

การนำเสนอจุดเด่นของหน่วยงาน ภายช่องทางออนไลน์

จังหวัด	key features	อินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Review)
เชียงใหม่	จุดเด่น	 kongpobsorreview ก้องภพเชาว์รีวิว Follow Message + - ... 876 Following 414.1K Followers 13.6M Likes // ช่องรีวิวไปทั่วประเทศที่พูดไทยได้นิดหน่อย นอกนั้น... ID Line : @718xuoib lin.ee/YuHjBGb
เชียงราย	จุดเด่น - ห้อง Lab ที่ทันสมัย เหมาะสมกับการเรียนรู้ - ห้องปฏิบัติการ EV - ห้องหุ่นยนต์ - สังเกตง่ายมี Landmark หน้ามหาวิทยาลัย - มีห้องผู้ประกอบการให้นักศึกษาได้สามารถใช้ฝึกประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการ - เรามีสิ่งศักดิ์สิทธิ์(พระเจ้าทันใจ , พ่อปู่ , พระวิชฌุกรม)ที่ให้กราบไหว้ศักดิ์สิทธิ์มากกกกก.....ทั้งขอให้เรียนจบ, สอบโปรเจกต์ผ่าน - เรามีหลักสูตรที่หลากหลายตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน เช่น หลักสูตร ปวช. ในหลักสูตรเตรียมวิศวกรรม ปวส. และปริญญาตรี ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ ซึ่งแม่ฟ้าหลวงและม.ราชภัฏ จะเน้นไปที่ระดับปริญญาตรี	 kongpobsorreview ก้องภพเชาว์รีวิว Follow Message + - ... 876 Following 414.1K Followers 13.6M Likes // ช่องรีวิวไปทั่วประเทศที่พูดไทยได้นิดหน่อย นอกนั้น... ID Line : @718xuoib lin.ee/YuHjBGb

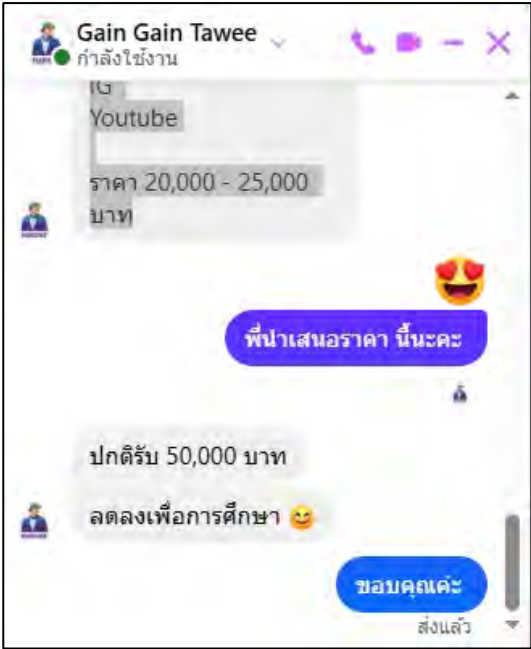
จังหวัด	key features	อินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Review)
	6 เรามีศูนย์นวัตกรรมบริการวิชาการที่ให้บริการตรวจสอบในด้านต่างๆ - หน่วยบริการเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ (SISC) - หน่วยพัฒนาศักยภาพด้านบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ (BEU) - หน่วยบริการวิชาการด้านวิศวกรรม - หน่วยบริการวิชาชีพบัญชี (PAU) - หน่วยนวัตกรรมเกษตรอัจฉริยะเพื่อเกษตรกรและผู้ประกอบการยุคดิจิทัล จุดด้อย 1. สถานที่เราค่อนข้างอยู่ไกลจากตัวเมือง 2. มีภาพการรับน้องไม่สร้างสรรค์ 3. นักศึกษาไม่สามารถหารายได้ได้ระหว่างเรียน 4. ภูมิทัศน์ไม่ค่อยสวยงาม 5. ระบบอินเทอร์เน็ตไม่มีความเสถียร(เน็ตช้า) 6. ไม่เป็นที่รู้จัก มีความเข้าใจว่าเราเป็นวิทยาลัย	

จังหวัด	key features	อินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Review)
ตาก	เป็นการถามคำถามนักศึกษาชั้นๆ โดนใจ เช่น 1. คณะที่เรียนตรงปกไหม 2. สิ่งที่ไม่เคยมีใครบอกก่อนเข้าเรียน 3. วิชาไหนที่เรียนแล้วรู้สึก “ว้าว” ที่สุด 4. จุดแข็งคนอื่นที่ต้องไป 5. ประโยชน์ของรุ่นน้องมาเรียน จะพูดว่าอะไร บรรยากาศการเรียนการสอน/ห้องปฏิบัติการ/อาคารสถานที่ที่เป็น Background	 kongpobsorreview ก้องภพเชาว์รีวิว Follow Message +R +L ... 876 Following 414.1K Followers 13.6M Likes // ช่องรีวิวไปทั่วประเทศที่พูดไทยได้นิดหน่อย นอกนั้น... 📍 ID Line : @718xuoib 🔗 lin.ee/YuHJBGb
พิษณุโลก	มุ่งเน้นการนำเสนอความเป็นเลิศด้านปฏิบัติการและนวัตกรรม: • Smart Farming & Agriculture: * งานฟาร์มสัตวศาสตร์ (วัว, แพะ) และประมง - o พืชศาสตร์ (ทุ้งดอกไม้สวยงาม, ผักไฮโดรโปนิคส์) • Industrial Expertise: โรงงานคณะวิศวกรรมศาสตร์ และ โรงสีข้าวมาตรฐาน • Innovation Hub: ศูนย์ความเป็นเลิศทางนวัตกรรมอาหารสำหรับผู้ประกอบการ (แนะนำให้ใส่รูปภาพกิจกรรมจริงในแต่ละหัวข้อ) ความท้าทายและโอกาสในการพัฒนา (Challenges)	1. ชื่อ รีวิวพิษณุโลก พื้นที่หลัก จังหวัดพิษณุโลก รูปแบบคอนเทนต์ (Content) แนะนำสถานที่ กลุ่มเป้าหมายหลัก วัยทำงาน และวัยรุ่น ในจังหวัดพิษณุโลก  ฐานผู้ติดตาม (Followers) Facebook 1.5 แสนคน Instagram 9.4 หมื่นคน TikTok 9.4 หมื่นคน  ข้อมูลการจ้างงาน อัตราค่าบริการ 5,000 บาท / ครั้ง

จังหวัด	key features	อินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Review)
	การวิเคราะห์พื้นที่เพื่อการปรับปรุงและสร้างการรับรู้: • Landscape Enhancement: การปรับปรุงทัศนียภาพและจุดเช็คอินในมหาวิทยาลัยให้ดึงดูดใจมากขึ้น • Brand Awareness: เพิ่มการสื่อสารเชิงรุกเพื่อสร้างการจดจำชื่อสถาบันให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง <i>(สโลว์นี้ควรนำเสนอในเชิง 'แผนการพัฒนา' เพื่อเปลี่ยนจุดด้อยให้เป็นจุดแข็ง)</i>	ช่องทางการเผยแพร่ Facebook, TikTok และ IG รูปแบบงานที่ได้รับ 1. ภาพนิ่งและคลิปสั้น (โพสต์ลง Facebook) 2. คลิปสั้น (โพสต์ลง TikTok) 3. คลิปสั้น (โพสต์ลง IG)  ลิงก์ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ Facebook reviewpitloke TikTok @reviewpitloke Instagram @reviewpitloke • 3.ชื่อ พิดโลกจัดเต็ม • พื้นที่หลัก จังหวัดพิษณุโลก • รูปแบบคอนเทนต์ (Content) แนะนำสถานที่ • กลุ่มเป้าหมายหลัก วัยทำงาน และวัยรุ่น ในจังหวัดพิษณุโลก  ฐานผู้ติดตาม (Followers) • Facebook 3.8 แสนคน • TikTok 5.3 หมื่นคน  ข้อมูลการจ้างงาน • อัตราค่าบริการ ยังไม่ระบุราคา (- บาท / ครั้ง) • ช่องทางการเผยแพร่ Facebook และ TikTok

จังหวัด	key features	อินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Review)
		• รูปแบบงานที่ได้รับ 1. ภาพนิ่งและคลิปสั้น (โพสต์ลง Facebook) 2. คลิปสั้น (โพสต์ลง TikTok)  ลิงก์ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ • Facebook pitlokjudtem • TikTok @pitlokjudtem 2. ชื่อ บาส สุโขทัย พื้นที่หลัก จังหวัดสุโขทัย รูปแบบคอนเทนต์ (Content) รีวิวและแนะนำสถานที่ กลุ่มเป้าหมายหลัก นักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครอง ในจังหวัดสุโขทัย  ฐานผู้ติดตาม (Followers) Facebook 1.1 แสนคน TikTok 3.7 หมื่นคน  ข้อมูลการจ้างงาน อัตราค่าบริการ 5,000 บาท / ครั้ง ช่องทางการเผยแพร่ Facebook และ TikTok รูปแบบงานที่ได้รับ 1. ภาพนิ่งและคลิปสั้น (โพสต์ลง Facebook) 2. คลิปสั้น (โพสต์ลง TikTok)  ลิงก์ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

จังหวัด	key features	อินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Review)
		Facebook: bas.sukhothay TikTok: @bassukhothai1
น่าน	Key Features : RMUTL Nan "Innovation for Local Sustainability" 1. Professional & Tech Excellence (ยอดเยี่ยมด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี) - Hands-on Smart Learning: เน้นการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง (Hands-on) ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ระบบเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming), ห้องปฏิบัติการวิศวกรรมขั้นสูง และนวัตกรรมการจัดการธุรกิจดิจิทัล - Next-Gen Infrastructure: สิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่คาดคิด (Unexpected Amenities) เช่น "Co-Working Space & Smart Library" ที่ทันสมัยเทียบเท่าระดับสากล และการใช้ "RMUTL App" เพื่อเชื่อมโยงทุกบริการในมหาวิทยาลัยไว้ในมือถือ 2. Human Capital & Innovation (พัฒนากำลังคนและนวัตกรรม) - Boutique University Identity: อัตลักษณ์การผลิต "บัณฑิตนักปฏิบัติ" ที่เชี่ยวชาญเทคโนโลยีแต่เข้าใจรากเหง้าท้องถิ่น พร้อมทักษะศตวรรษที่ 21	  • เรทการ์ด Influencer Gaintawee • หัวข้อ : ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน • ความยาวคลิป 0:30-1:30 นาที • จำนวน 1 คลิป • เผยแพร่ช่องทาง • Tiktok : ผู้ติดตาม 3.08 แสนคน

จังหวัด	key features	อินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Review)
	- Local Innovation Hub: เป็นศูนย์กลางการสร้างนวัตกรรมที่กินได้ (Practical Innovation) เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร นานด้วยเทคโนโลยีถนอมอาหาร หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าชุมชน 3. Social & Community Value (สร้างคุณค่าแก่สังคมและชุมชน) - Tangible Impact (ผลกระทบที่จับต้องได้): การนำองค์ความรู้จากมหาวิทยาลัยออกไปแก้ไขปัญหาจริงในชุมชน เช่น โครงการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมน่าน หรือการเพิ่มรายได้ให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม - University as a Community Partner: มหาวิทยาลัยไม่ใช่แค่ที่เรียน แต่เป็น "เพื่อนคู่คิดของชุมชน" (Social Engagement) ที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดน่าน 4. Sustainable Heritage (ความยั่งยืนบนพื้นฐานวัฒนธรรม) - Green & Cultural Campus: พื้นที่สีเขียวที่รักษาสมดุลระหว่างธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ (จากอดีต "เกษตรน่าน") และความทันสมัย	อินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Review) - Facebook : ผู้ติดตาม 2.1 แสนคน - IG - Youtube - ราคา 20,000 - 25,000 บาท 

จังหวัด	key features	อินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Review)
	- Nan Heritage Connection: การเป็นโซ่ข้อกลางที่เชื่อมโยงระหว่าง "ภูมิปัญญาท้องถิ่นนาน" กับ "เทคโนโลยีสมัยใหม่" เพื่อให้เกิดความยั่งยืน (Sustainability) ในระยะยาว	
ลำปาง	1.จากแบตเตอรี่สู่มอเตอร์ เรียนรู้ครบในหลักสูตรเดียว “วิศวกรรมยานยนต์สมัยใหม่” <u>สิ่งที่อยากให้นำเสนอ</u> -มีห้องเรียนและอุปกรณ์การเรียนรู้ที่ทันสมัย -เรียนรู้ด้วยการปฏิบัติจริง -ตอบโจทย์การทำงานในอนาคต	 รถม้า พาทัวร์ ผู้ติดตาม 1.4 แสน คน • กำลังติดตาม 34 คน รถม้าพาทัวร์พาท่องเที่ยวตะลุยแดนลำปาง ติดต่องาน Line : @rodmapatour *ห้ามนำภาพและคลิปของเพจไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต* ■ ครีเอเตอร์ดิจิทัล   รถม้า พาทัวร์ @rodmapatour • 41.8K subscribers • 423 videos รถม้าพาทัวร์ พาตะลุยเที่ยวทั่วประเทศไทย ...more Subscribe  rodmapatour รถม้าพาทัวร์ Follow Message +👤 ➦ ... 6 Following 33.7K Followers 224.4K Likes รถม้าพาทัวร์พาท่องเที่ยวตะลุยแดนลำปาง ติดต่องาน Line : @rodmapatour @รถม้า ปีกะล่ง รถม้า พาทัวร์

จังหวัด	key features	อินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Review)
		ติดต่องาน Line : @rodmapatour ฐานผู้ติดตาม (Followers) Facebook 1.4 แสนคน TikTok 3.3 หมื่นคน Youtube 41,800 คน  ข้อมูลการทำงาน อัตราค่าบริการ 4,000 บาท / ครั้ง ช่องทางการเผยแพร่ Facebook และ TikTok รูปแบบงานที่ได้รับ 1. ภาพนิ่งและคลิปสั้น (โพสต์ลง Facebook) 1 คลิป / 1 โฟส (ภาพ 1 อัลบั้ม) / ลงทุกช่องทาง พร้อมยิงแอด (facebook , Tiktok)  ลิงก์ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ Facebook: รถม้า พาทัวร์ TikTok: @rodmapatour Youtube : รถม้า พาทัวร์ •

จังหวัด	key features	อินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Review)
	2.จากข้าวสาเลี่ผลัดกันแห่งอนาคต นวัตกรรมรักษ์โลกจากงานวิจัย <u>สิ่งที่อยากให้นำเสนอ</u> -แปลงทดลองปลูกข้าวสาเลี่ (ใน ม. เกือบเกี่ยว กลางเดือน มีค 69) -เปลี่ยนของเหลือใช้ให้เป็นของมีค่า -ผลิตภัณฑ์จากงานวิจัยข้าวสาเลี่ -รางวัลการันตี	 leeming1105 ถ่านหินลิกไนต์ Follow Message + - ... 941 Following 92.2K Followers 4.2M Likes ติดต่องานรีวิว ลำปาง เชียงใหม่ พิธีกรขาย : 0962582733 🌐 www.facebook.com/profile.p... ถ่านหินลิกไนต์ ติดต่องาน FB : ถ่านหินลิกไนต์ โทร 096 258 2733 ฐานผู้ติดตาม (Followers) Facebook 5.4 หมื่นคน TikTok 92.2 หมื่นคน  ข้อมูลการจ้างงาน อัตราค่าบริการ 3,000 บาท / ครั้ง ช่องทางการเผยแพร่ Facebook และ TikTok 1) คลิป TikTok 2) คลิป Reels Facebook 3) คลิป Reels Instagram และ 4) รูปภาพในแฟนเพจ Facebook ถ่านหินลิกไนต์  ลิงก์ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ Facebook: ถ่านหินลิกไนต์ TikTok: ถ่านหินลิกไนต์

จังหวัด	key features	อินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Review)
สวก.	จุดเด่น 1.การให้บริการใช้พื้นที่และทรัพย์สินของสถาบันวิจัยฯ ● ห้องประชุม ● หอพัก ● พื้นที่เกษตร 2.การบ่มเพาะธุรกิจและที่ปรึกษา ● Smartfarm Sandbox model (อบจ.ลำปาง) 3.Learning Journey & เกษตรแฟร์ ● Banana U Bank ● แปลงสาธิตต่างๆ ที่ MOU กับบริษัท 4.ห้อง Lab ที่ทันสมัย เหมาะสมกับการเรียนรู้ ● ห้องปฏิบัติการเทคโนโลยีชีวภาพ และพันธุกรรมแผ่นดิน ● ห้องปฏิบัติการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อพืช 5.มีงานเทคโนโลยีเกษตรในด้านต่างๆ ● พันธุกรรมแผ่นดิน และทรัพยากรชีวภาพ ● เทคโนโลยีการผลิตพืชอัจฉริยะ ○ ไมโครนาโนบับเบิล ○ สมาร์ทฟาร์ม	 รถม้า พาทัวร์ ติดต่องาน Line : @rodmapatour  ฐานผู้ติดตาม (Followers) Facebook 1.4 แสนคน TikTok 3.3 หมื่นคน  ข้อมูลการจ้างงาน อัตราค่าบริการ 4,000 บาท / ครั้ง ช่องทางการเผยแพร่ Facebook และ TikTok รูปแบบงานที่ได้รับ 1. ภาพนิ่งและคลิบสั้น (โพสต์ลง Facebook) 1 คลิบ / 1 โฟส (ภาพ 1 อัลบั้ม) / ลงทุกช่องทาง พร้อมยิงแอด (facebook , Tiktok)  ลิงก์ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ Facebook: รถม้า พาทัวร์ TikTok: @rodmapatour

จังหวัด	key features	อินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Review)
	● นวัตกรรมอาหารและเพิ่มมูลค่า O ศูนย์นวัตกรรมบริการวิชาการที่ให้บริการวิเคราะห์ และตรวจสอบคุณภาพอาหาร 6.งานสนองโครงการพระราชดำริ ● อพ.สธ. ศูนย์พัฒนาพันธุ์พืชจักรพันธ์เพ็ญศิริ	

รายงานผลการดำเนินงานของ แต่ละช่อง

ที่ กภ 001/2569



บริษัท กองภพชะเรีวีว จำกัด
95/2 หมู่ 5 ตำบลเหมืองแก้ว
อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ 50180

15 พฤษภาคม 2569

เรื่อง ขอแจ้งส่งงานจัดทำผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา 6 พื้นที่ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น

เรียน ประธานคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ใบส่งงานตามขอบเขตและเงื่อนไขการจ้างเหมา จำนวน 1 แผ่น

ตามที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ได้ว่าจ้างให้บริษัท กองภพชะเรีวีว จำกัด จัดทำผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา 6 พื้นที่ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น จำนวน 3 คลิป ประกอบไปด้วย มทร.ล้านนา เชียงใหม่ เชียงราย และตาก เพื่อโพสต์ลง social media อย่างน้อย 2 ช่องทาง เช่น TikTok, Facebook, YouTube, Instagram เป็นต้น จำนวน 1 รายการ ให้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา นั้น

บัดนี้ บริษัท กองภพชะเรีวีว จำกัด ได้ดำเนินการจัดทำ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา 6 พื้นที่ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น จำนวน 3 คลิป เรียบร้อยแล้ว จึงขอแจ้งการส่งงานมา ณ ที่นี้ พร้อมทั้งได้แนบใบส่งงานตามขอบเขตและเงื่อนไขการจ้างเหมา จำนวน 1 แผ่น ตามสิ่งที่ส่งมาด้วยแนบพร้อมนี้

ทาง บริษัท กองภพชะเรีวีว จำกัด จึงขอเบิกเงินค่าจ้างดังกล่าว จำนวน 100,000 บาท (หนึ่งแสนบาทถ้วน) ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการ

ขอแสดงความนับถือ

.....
(ผู้รับมอบงาน)

.....
(นายพิทักษ์ชน จันทรพิสุ)
ผู้ส่งงาน

บริษัท กองภพชะเรีวีว จำกัด

โทร. 08-2180-3607

อีเมลล์ kongpobsorreview@yahoo.com

ใบส่งงานตามขอบเขตและเงื่อนไขการจ้างเหมา
จัดทำผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มทร.ล้านนา 6 พื้นที่ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น

ขอบเขตของงานจ้าง

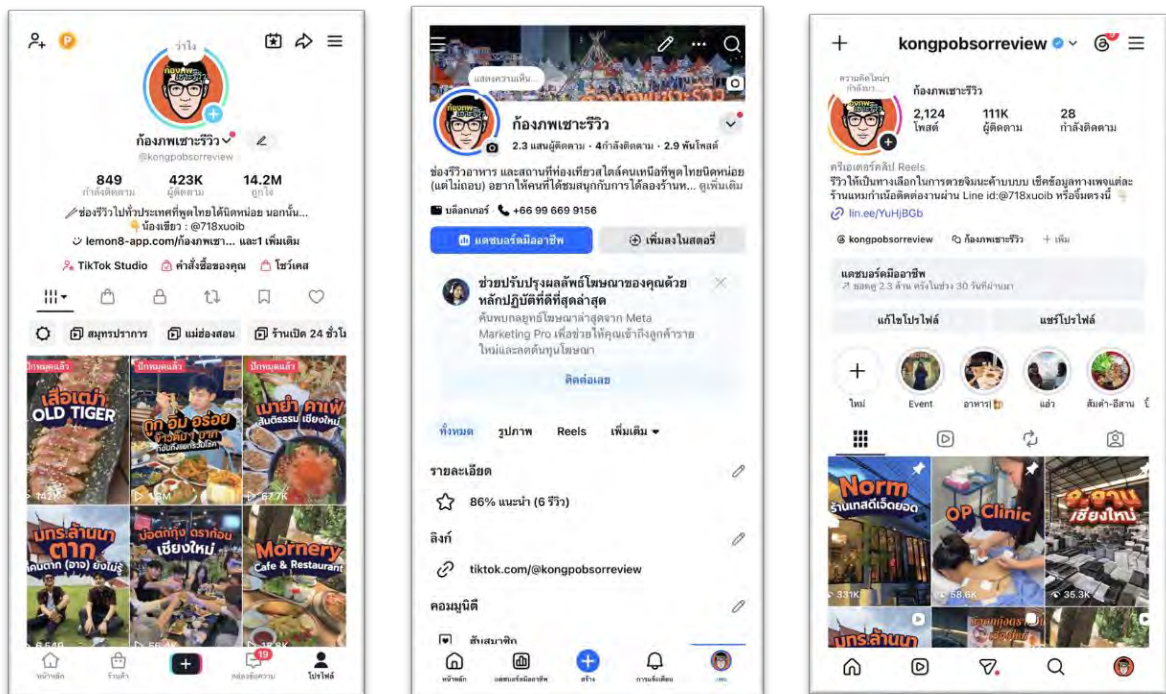
1. สรุปผลการดำเนินงาน ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ได้ประสบขณะปฏิบัติงาน

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์เป็นที่ค่อนข้างน่าพอใจ และประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ คือได้ประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นเรื่องของความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ และความเป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ในแต่ละพื้นที่ โดยมีรุ่นพี่ศิษย์เก่าที่จบไปมาสนับสนุนและบอกเล่าประสบการณ์ให้กับน้องๆ ที่ยังไม่เคยได้เข้ามาสัมผัส มีความรู้สึกรักอยากศึกษาต่อตามเป้าหมายที่วางไว้ ผ่านแพลตฟอร์มอินฟลูทท้องถิ่นซึ่งถือว่ามีความคุ้มค่าติดตามที่เป็นคนในพื้นที่นั้นๆ

ปัญหาที่พบ : (ไม่มี)

ข้อเสนอแนะ : (ไม่มี)

2. โปรไฟล์ของบุคคลที่มีอิทธิพลในโลกโซเชียล หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) และต้องแสดงให้เห็นยอดผู้ติดตามในแพลตฟอร์ม เช่น TIKTOK และ Facebook หรือ Instagram ณ วันที่จัดจ้าง



ยอดผู้ติดตาม Tiktok (423k) Facebook (230k) และ Instagram (111k) ตามลำดับ

รวม 760,000 ผู้ติดตาม

3. โครงร่างการผลิต (Story Board/Story Line) และเค้าโครงการผลิตภาพ หรือ แบนเนอร์ หรือ อินโฟกราฟิก ที่ได้รับความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง

Storyline มทร.ล้านนา เชียงใหม่

มูมที่คนเชียงใหม่ ยังไม่รู้ว่ามีแบบนี้ด้วย เริ่ม เอาเรื่องนี้ก่อนเลย เทคโน หรือ มทร.ล้านนา ไม่ได้มีแค่เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง พิชญ์โลก น่าน และตากก็ใช่ แต่หลายคนไม่รู้ จริงไหม..?? แต่เชียงใหม่จะเป็นศูนย์กลางของทั้ง 6 ที่ ที่นี้เข้าใจหรือยัง อีกหลายอย่างที่คนเชียงใหม่ไม่รู้ ว่า ฮู้...!!! มีแบบนี้ด้วยหรือ

1. ยานยนต์สมัยใหม่ ห้องปฏิบัติการ EV (สถานที่ถ่ายทำ : มทร.ล้านนา ดอยสะเก็ด)

- หู..!!!! อันนี้ต้องเรียนอะไร ถึงจะใช้ห้องนี้ เจ๋งดี “ต้องเรียนยานยนต์สมัยใหม่” ถึงจะได้ใช้ห้องปฏิบัติการ EV ที่เครื่องไม่เครื่องมือตั้ง 70 กว่าล้าน ตั้ง 10 กว่าห้องป้าดดดดดดด

- ยุคนี้รถ EV มาแรงต้องเรียนแบบนี้ไว้ แหมน้อยตลาดขยายแน่นอน

2. อากาศยานไร้คนขับ (สถานที่ถ่ายทำ : มทร.ล้านนา ดอยสะเก็ด)

- อันนี้สาขาน้องใหม่ (ขึ้น Text “อากาศยานไร้คนขับ” เปิดปีนี้เป็นปีแรก และเป็นครั้งแรกใน มทร. ทั่วประเทศ กำลังมาแรง ใครอยากเป็นรุ่นบุกเบิก มา...!!!

- ทุกศาสตร์ของการบินโดรนรวมอยู่ในนี้หมดเลย เฮียจนถึงซ่อม บำรุง ออกแบบตวยหนา บะใจแค่บินได้อย่างเดียว

3. หุ่นยนต์ แมคคาทรอนิกส์ (สถานที่ถ่ายทำ : มทร.ล้านนา ดอยสะเก็ด)

- รู้ไหมเรียนหลักสูตรแมคคาทรอนิกส์และหุ่นยนต์นี้ จบไปจะมีเงินเดือนสูงและยังเป็นที่ต้องการของตลาดภาคอุตสาหกรรม จริงหรือ จริง (อาจารย์ว้าวหนักหนา)

- ที่นี้ไม่ใช่มีแต่ทฤษฎี ใบรับรองสมรรถนะการทำงานก็มี เอาไปทำไม?? มันการันตีการทำงานเราได้มันมีผลต่อเงินเดือนด้วย

- ไม่ได้มันนะ ดูวัยพระราชทานก่อน เด็กไปแข่งมาระดับประเทศ และต่างประเทศมาแล้ว ป้าด...!!!!!! นี่มันระดับโลกเลยทีเดียว

4. หน่วยวิจัยวัสดุและนวัตกรรมทางการแพทย์ (สถานที่ถ่ายทำ : อาคารเรียนวิศวกรรมอุตสาหกรรม)

- จบที่นี้ “ช่วยชีวิตคนได้ด้วย” ปอเต็กตึ๊งหรือ ไม่ใช่... เขาเรียก หน่วยวิจัยวัสดุและนวัตกรรมทางการแพทย์ หะ...!!! เทคโนตื่นดอย... ไปถึงการแพทย์แล้วหรือ

- ถ้าถามว่าช่วยยังไง เคยได้ยินคำว่า “ของเหลือ” → กลายเป็น “ของรักษาคน” อืมนั่นนะ พุดแค่นี้ น่าจะรู้เรื่องนะ ฮู้ไม่รู้

- อ้าย...!!!! ก๊วสดูในร่างกายคน... ต้องออกแบบได้ กระดูกเทียม แผ่นตามแผล บะใจเรื่องไกลตัวแล้วจาก เส้นใยพืชธรรมชาติ... อาจกลายเป็นวัสดุแพทย์ระดับสูง บะใจแค่นั่งเรียน... ได้เข้าห้องแลปจริง จับเครื่องมือวิจัยจริง ทำของจริง

- เรียนสาขานี้... ตลาดต้องการแรง อุตสาหกรรมการแพทย์กำลังโต รู้ไว้ชะ เทคโน... บะใจมีแค่ช่าง

ส่วนคณะนี้ไม่ธรรมดา (ถ่ายตรงป้ายคณะ) อะไรที่ไม่ธรรมดา ตามมานี้มา

สถาปัตยกรรมศาสตร์ (สถานที่ถ่ายทำ : สาขาสถาปัตยกรรม มทร.ล้านนา (ห้วยแก้ว))

- คนจับใช้ความรู้ไปขยายผลอาชีพ ทำงานได้กว้าง เป็น Crate ได้เยอะมาก เท่าที่ผมเจอคนมา เปิดออฟฟิศรับงานเองทั้งนั้น ส่วนใหญ่จบสถาปัตย์เทคนิคมากกกกกกกก กว้างๆ

- เรียนหลักสูตร 5 ปี น้อยกว่าหมอปีครึ่ง จบมาไปสอบใบประกอบวิชาชีพได้เลยหนา ที่แรกในภาคเหนือเลยหนา

- บัณฑิตนักปฏิบัติ ก๊ิดได้ ทำได้แต่ เอาภูมิปัญญาล้านนามาต่อยอด เป็นงานดีไซน์สมัยใหม่

- ที่นี่คือมุมหนัง เพื่อนสนิท มาถ่ายที่นี่นะ ไม่ได้อวด แคบอกเฉยๆ

- บ้านได้ที่นี่ งามมาก ใครมาก็หลง ขนาดผมยังงง หลงแน่นอน

หอศิลป์เจ็ดยอด (สถานที่ถ่ายทำ : สาขาสถาปัตยกรรม มทร.ล้านนา (เจ็ดยอด))

- โหะๆ หันร้านกาแฟ แว่ๆๆ เออ บะใจ นี่หอศิลป์เจ็ดยอดบะหะ

- หู เนี่ยะคือผลงานของคนที่จบศิลปกรรมหมดเลยหรอ เวอร์มากๆ หมายถึงภาพ อี ก้องภพหนะกะ

- ศิลปกรรมเทคนิคเนี่ยะดัง ขนาดญาติผมยังมาเรียนที่นี่ 2 คนเลย ตอนนี้นำวาดวัดในสวิตสแลนด์ปุ่น

(สถานที่ถ่ายทำ : หน้าป้ายมหาวิทยาลัย)

คนเชียงใหม่อยากรู้อะไรเกี่ยวกับเทคโนโลยี ดอย หรือ มทร.ล้านนา เชียงใหม่ อีก มั่นต์ด้านล่างไว้เลย เพื่อให้คนเข้ามาอ่าน (กระพริบตา 1 ที)

หมายเหตุ : Storyline และฉากอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมกับหน้างาน

Storyline มทร.ล้านนา เชียงราย

คนเชียงราย (อาจ) จะยังไม่รู้ว่าที่นี่มีแบบนี้ด้วย แต่ก่อนเริ่มผมอยากจะบอกాయคนนี้ กับพี่คนนี้ว่า ผมมาแล้วเน้ออออออออ ตีผมยืนอยู่นี่มหาวิทยาลัยหนึ่ง ซึ่งคนเชียงรายเรียกว่า “เทคโนพาน” แต่จริงๆตอนนี้คือ “มทร.ล้านนา เชียงราย” เป็นมหาวิทยาลัยแล้วนะ

- ใครที่ขับรถผ่านสังเกตง่ายมาก Landmark หน้ามหาวิทยาลัยหลักโค้งๆ ล้อมรอบตราสัญลักษณ์ แวะมาถ่ายรูปได้นะครับ ฟิล พส.จีน แซะ จีนเตี้ยะ

- ปัดโทะ สนามบอลใหญ่มาก จนหลายคนคิดว่าเป็น อบจ. ดุติ (ใส่ฉากวิ่งแสดงให้เห็นถึงความกว้าง ความใหญ่) วิ่งแค่นี้ยังเหนื่อยเลย ตัดหญ้าอึดก้อคับลู่

- เขาว่าใครอยากจบที่นี่ หรือสอบโปรเจกต์ผ่าน ต้องมาไหว้พระเจ้าทันใจ ปะ ขะใจขึ้นไป ฉากเหนื่อยระหว่างทางขึ้น ฉากไหว้พระเจ้าทันใจ ท่านหยั่งมาประดิษฐานหยั่งบนล้าบนเหลือ และสายข้างต้องมาไว้ที่นี่จริงไม่จริงไม่รู้ ไหว้ไว้อ่อน

- ที่นี่เปิดสอน 3 คณะ 1 2 3 (เสียงปูเป้) อ้ายเวไป โอเค ซ้ำๆ ก็ได้ 1 2 และ 3 แบบนี้โอเคไหม (ขึ้น Text 3 คณะ)

- แต่ที่นี้ไม่ได้มีแต่ปริญญาตรี มี ปวช. (เตรียมวิศวกรรมศาสตร์) กับ ปวส. (ช่างโยธา) หย่ง่ายคือออกเรียนที่กั๋ต่อที่นี้เลย ฟูลูกหม้อสุตๆ

หลักสูตร การจัดการธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

สถานที่ถ่ายทำ : อาคารวิทยบริการ ชั้น 5 อาจจะต้องเตรียมเด็กและอาจารย์เป็น Background

- อวดโซ๊ะ มีห้องไลฟ์สด ขายของ ตวยบะเหี้ย (ปูเป้) อ้ายๆ มีห้องจัดประชุม พรึ่เซ็นต์งาน ทำกิจกรรมต่างๆ ตวยหนา (ก้องภพ) เออดืออะ เสมือนละอ่อนฝึกเป็นผู้ประกอบการเลย อันนี้แหล่ม (Text : คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์) ผู้ประกอบการข้างนอกก็มาใช้บริการได้ด้วยนะ

คณะวิศวกรรมศาสตร์

- เนียะๆ ห้องนั้นกะเงา เขาบอกว่า “ตักดาเปลี่ยนที่” บางวันนั่งอยู่บนเก้าอี้ บางวันอยู่บนโต๊ะ ไม่รู้ว่าเพราะอะไร หรือฝีมือใคร (ถ่ายห้องอิเล็กทรอนิกส์ คณะวิศวกรรมฯ อ.โน้ต สิทธิชัย)

เอาตึ๋ๆ บะเดี้ยวนี๋ ห้องปฏิบัติ ที่นี้ทันสมัยตะ ไม่ใช่แค่ทฤษฎี แต่ต้องฝึกจากปฏิบัติจริง ออกไปก็พร้อมทำงานเลย ตามปณิธาน “บัณฑิตนักปฏิบัติ” เจ๋งไหมครับ เจ๋ง แต่ว่าห้องไหน

นี่เิง ห้องปฏิบัติการ EV เป็นแล้ปมาตรฐานดีครบวงจร ที่เดียวในเจียงฮาย และมีงานวิจัย Wireless charger สำหรับยานยนต์ไฟฟ้าตวย (ปูเป้) เจ๋งจังเลยค้าบ (อาจารย์) ปะวันนี่ยกคลาส (นศ.) เฮแล้วก็วิ่ง (สถานที่ถ่ายทำ : ตึกคณะปฏิบัติการไฟฟ้า ชั้น 1 อ.พล 082-4810190)

ห้องหุ่นยนต์ในอุตสาหกรรม ก็แจ่ม จะแดม แจ่ม ว้าว ณ บัดนาว นั้นโดนใจ อ้าว ฮ้องได้ตวยก้า (สถานที่ถ่ายทำ : อาคารวิศวกรรมศาสตร์ ชั้น 1 อ.หนึ่ง 093-1248000)

ห้องโลจิสติกส์ ก็ เร็ด เร็ด เร็ด เพราะได้รู้ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ แต่เสียดายอย่าง คนใช้ใส่เสื้อกลับด้าน

(สถานที่ถ่ายทำ : อาคารบริหารธุรกิจ อ.มัน 082-4846384 ไม่มีสัญญาณ)

ศูนย์ทดสอบมาตรฐานโลจิสติกส์

มีศูนย์ทดสอบมาตรฐานด้านโลจิสติกส์ที่เดียวในภาคเหนือ ที่นักศึกษาและบุคลากรด้านโลจิสติกส์ต้องมาทดสอบที่นี้ (ปูเป้) ยัง ยัง ยังบะเอาลงเตื่อ

- (ก้องภพ) นี่ๆ แล้วก็มีหลักสูตรที่จบไปแล้วมีงานทำ 100 เปอร์เซ็นตเลยหนา (เสียงปูเป้) แต่อี้ จุก้า เพราะอะไรอะ (เสียงก้องภพ) ก็โครงการที่ได้สร้างความร่วมมือกับสถานประกอบการ ใ เนียะ ถ้างบ ปวส. ก็มาที่นี้ (ขึ้น Text) บริษัท เอ็ม เอส พี อินเทอร์เน็ต จำกัด หรือ หมูอินเทอร์เน็ต ผู้นำธุรกิจเนือสุกรแบบครบวงจรในภาคเหนือและอีสาน หรือถ้างบ ม.6 หรือ ปวช. ก็มาที่นี้ (ขึ้น Text) บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด หรือ CP เป็นต้น

แอนและบะเด๋วเขามี ศูนย์จัดการรายได้ให้กับมหาวิทยาลัย ชื่อศูนย์นวัตกรรมบริการ
วิชาการ น.หนู หาย ช่วยกันสร้างรายได้ให้มหาวิทยาลัย จะได้มี น.หนู

หน่วยบริการเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ (SISC)

(สถานที่ถ่ายทำ : อาคารวิทยาศาสตร์ บริหารธุรกิจ ชั้น 3 อ.เบิร์ด 083-1520525)

- หน่วยแรก สำหรับผู้ประกอบการคนไหน ที่ต้องการ ตรวจสอบหาสารสำคัญในผลผลิตทางการเกษตร
รวมถึงสารพิษตกค้าง รวมไปถึงตรวจสอบหาโลหะหนัก หรือสารหนูที่มีในน้ำดิน ให้พุ่งมาหาที่นี่เลย หน่วย
บริการเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ (SISC)

หน่วยบริการวิชาชีพบัญชี (PAU)

- สายบัญชีต้องฟังทางนี้ เรามีหน่วยบริการวิชาชีพบัญชี (PAU)
- จะเป็นหน่วยจัดอบรมผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี เน้นเรื่องอบรมพัฒนาทักษะ Upskill ด้านบัญชี ภาษี
อากร เป็นต้น อบรมแล้วจะได้รับคะแนน CPD ด้วยนะ

หน่วยบริการวิชาการด้านวิศวกรรม

(สถานที่ถ่ายทำ : ตึกคณะปฏิบัติการไฟฟ้า ชั้น 1 อ.พล 082-4810190)

- หน่วยนี้เขาจัดอบรมวิศวกร ด้านไฟฟ้า โยธา อุตสาหกรรม อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และโลจิสติกส์ ที่
ต้องการพัฒนาทักษะด้านวิชาชีพวิศวกรรม

นี่แหละคับสิ่งที่ผมอยากบอกว่า เชียงราย ก็มีมหาวิทยาลัยที่ดีเหมือนกัน ใครเคยมาเรียนที่นี่หรือมี
ความทรงจำอะหยิ่งพ่อง บอกก้องหน่อยครับ

หมายเหตุ : Storyline และฉากอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมกับหน้างาน

Storyline มทร.ล้านนา ตาก

สิ่งที่คนตาก (อาจ) ตกใจว่า เห็นว่านี่มีเรื่องแบบนี้ได้ไง

- ที่นี่คนตากหลายคนจะเรียกว่า “เทคโน” ก็ไม่ผิด แต่ว่าจริงๆ คือ “มทร.ล้านนา ตาก”
- ที่นี่เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐแห่งเดียวในตาก
- เรื่องราวในนี้เยอะมาก แต่ยกตัวอย่างที่เป้งๆ เช่น
- เขาว่าจะจบไม่จบก็อยู่ที่นี้เน้อ นักศึกษาชอบมาไหว้ สาธุขอให้สอบผ่านแล้วได้เกรดดีๆ ศิษย์เก่า
กลับมาที่ ก็ยังไหว้
- วิหารหลวงพ่อมงคลศิษย์เก่าร่วมกันทำขึ้นมา เพื่อเป็นที่สักการบูชา ใครมาต้องมาไหว้ สาธุ
- ที่นี่มีหอพักนักศึกษาด้วย ใหญ่ขนาด เป็น 300 ห้อง ปวดดดตด ทำจะม่วน
- ที่สวนสาธารณะหนองหลวง ที่ออกกำลังกายของนักศึกษาและคนตาก อยู่แหมะๆ ม.เลย
- ความเป็น “ช่าง” ที่เนี้ยะ แข็งแกร่ง ก็แหมะละ ก็เกิดมาจาก “วิทยาลัยเทคนิคตาก” นี่หน้า ก็ไม่
แปลก

- ที่นี้เขาเปิดสอน 4 คณะ วิศวกรรม (Text: คณะวิศวกรรมศาสตร์) บริหาร (Text: คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์) คณะวิทย์ (Text: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร) แล้วก็คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะวิทยาศาสตร์ฯ (สาขารัฐกิจอาหารและโภชนาการ)

- อย่าบอกนะ ว่าจากนี้ เป็นฝีมือของน้อง แม่นละเจ้า (ซินใหญ่ทั้งหมดพูดพร้อมกัน)
- อย่าบอกนะ ว่าจากนี้ เป็นฝีมือของน้อง แม่นละเจ้า (ซินใหญ่ทั้งหมดพูดพร้อมกัน)
- หลักสูตรนี้เด็กจะได้เรียนทุกอย่าง ได้ลงมือทำจริง เจอกับการทำงานของจริง และ3 อย่างที่จะได้ถ้ามาเรียนสาขานี้ คือ ประกอบธุรกิจได้ ทำอาหารเป็น
- ตั้งแต่เตรียมวัตถุดิบ (บอม) กำลังทำอะไรอยู่ครับ (นศ.) กำลังโรลเบคอนอยู่ครับ
- ไปจนถึงการ Cooking (บอม) วันนี้ทำเมนูอะไรครับ (นศ.) ..บอกชื่อเมนู
- รวมไปถึงการจัดจาน (บอม) เหลือเวลาอีก 5 นาที คุณต้องรีบลงจานแล้วนะครับ เข้าใจไหมครับ (นศ.) ครับเชฟ
- และมีความรู้วิทยาศาสตร์และโภชนาการอีกด้วย (บอม) สุขไหมครับ (นศ.) สุขค่ะ (บอม) ดูให้ดีขึ้นครับ อย่าเสิร์ฟอาหารให้สุกให้คนกินนะครับ (นศ.) ค่ะ
- (ก้องภพ) เห็นแล้วอยากเรียนเลย เพราะผมเป็นสายอาหาร เลยสนใจอะไรแบบนี้มาก

- (อาจารย์) ไม่สะอาด.....!! ไปล้างมือมาใหม่ (นศ.) โอ้ย อาจารย์..บ่นๆ เป็นภาษาอีสาน (บอม) อาจารย์กำลังทำอะไรอยู่ครับ (อาจารย์ภพ) กำลังให้นักศึกษา SWAB TEST (ก้องภพ) เห็นหรือยังครับ ผู้สัมผัสอาหารสาขารัฐกิจอาหารและโภชนาการทุกคนต้องทราบ ว่าเรื่องความสะอาดคือสิ่งที่สำคัญ มากๆๆๆๆ (บอม) ไม่ใช่ส้มสีส้มห้า มาหยิบจับอะไรไปเรื่อยไม่ได้ ไปตรวจมาหรือยัง (ถ่ายตอนตรวจผลการ SWAB TEST) (ฉากอาจารย์บอกว่าคนนี้สะอาด) คนนี้สะอาด (นศ.) เย้ๆๆ

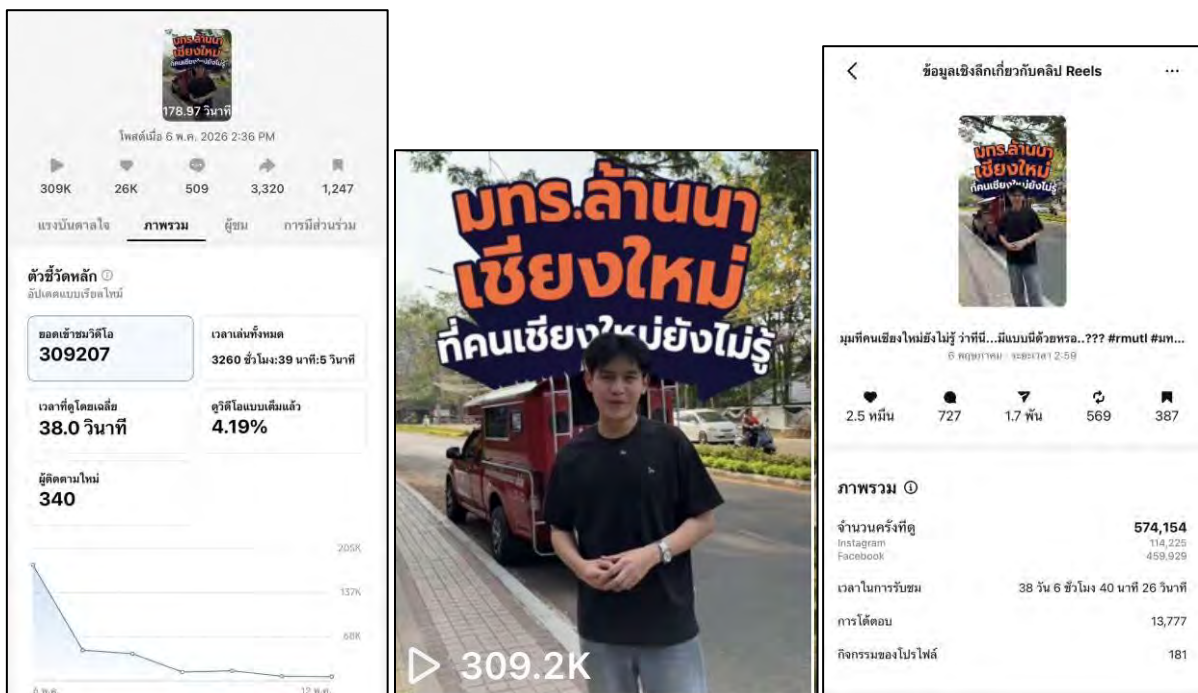
คณะวิศวกรรมศาสตร์

- (ก้องภพ) ที่บอกว่าเรียนที่นี้จะไม่เขย เพราะมีห้องปฏิบัติการที่เน้นเครื่องมือระดับ Industry Grade (บอม) ฟังมันแปลว่าอะไรอะ (ก้องภพ) อ่วย (เครื่องมือระดับอุตสาหกรรม (เสียง Google translate))
- เรายังสามารถทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ ได้ทั้ง 6 สาขา (Text : ช่างเขียนแบบเครื่องกลด้วยคอมพิวเตอร์ CAD, ช่างควบคุมการผลิตด้านมิติ, ช่างเมคคาทรอนิกส์และหุ่นยนต์อุตสาหกรรม, ผู้ควบคุมเครื่องมือวัดความหนาผิว, ผู้ควบคุมระบบงานเชื่อมมิก-แม็ก ด้วยหุ่นยนต์, ช่างควบคุมเครื่องกล CNC)
- (บอม) นี่ผลงานที่นักศึกษาทำหรือครับอาจารย์ (อาจารย์) ใช่นะครับ (บอม) เขาไปทำที่ไหนมา (อาจารย์) ปะ เตียวผมพาไปดู
- (ก้องภพ) พวกนี้แหละคือเครื่องระดับ Industry Grade

- (ก้องภพ) อันนี้หะหรือครับคือเครื่องกัด CNC สามแกน
 - (บอม) เครื่องนี้เครื่องกลึง CNC 4 แกน ทั้งกลึงทั้งกัดในเครื่องเดียว (ก้องภพ) อวดโงะ!!
 - (บอม) เชื่อมชิ้นงานด้วยหุ่นยนต์ โดยที่ไม่ต้องเสียงอันตราย แล้วก็ไม่ต้องด้วย (บอม) ทำไมยังไม่เข้าไป (นศ.) ผมใช้หุ่นยนต์ครับ (บอม) ทำหน้าเหมือนโดนตำ
 - (บอม) หลังจากผลิตแล้วก็มาวัด (ก้องภพ) ไปหาตู้เจ๊ก่า (บอม) ไม่ใช่ ก่อนที่จะเป็นผลิตภัณฑ์ต้องผ่านเครื่องวัดชิ้นงานสามมิติตัวนี้ก่อน ไม่รู้จะดี
 - (บอม) อยากรู้ Shopee lazada ยกของยังง (ก้องภพ) แย่ จะชนๆๆ แย่ น่องไม่ชน น่องเจ้งมาก เป็นไต่ฟองครับ สะดุ้งเรื่องไหนกันฟองครับ หรือใครมีความทรงจำเกี่ยวกับที่นี่ เม้นท์บอกพี่หน่อย
- เดี๋ยวก่อนพี่เข้ากอย
- หมายเหตุ : Storyline และฉากอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมกับหน้างาน

4. หลักฐาน หรือ เอกสารการดำเนินงาน ภาพหลักฐานการดำเนินงานทำ ภาพสกรีนช็อต (screen shot) หรือ ภาพสกรีนแคปเจอร์ (screen capture) การเผยแพร่สื่อ

มทร.ล้านนา เชียงใหม่



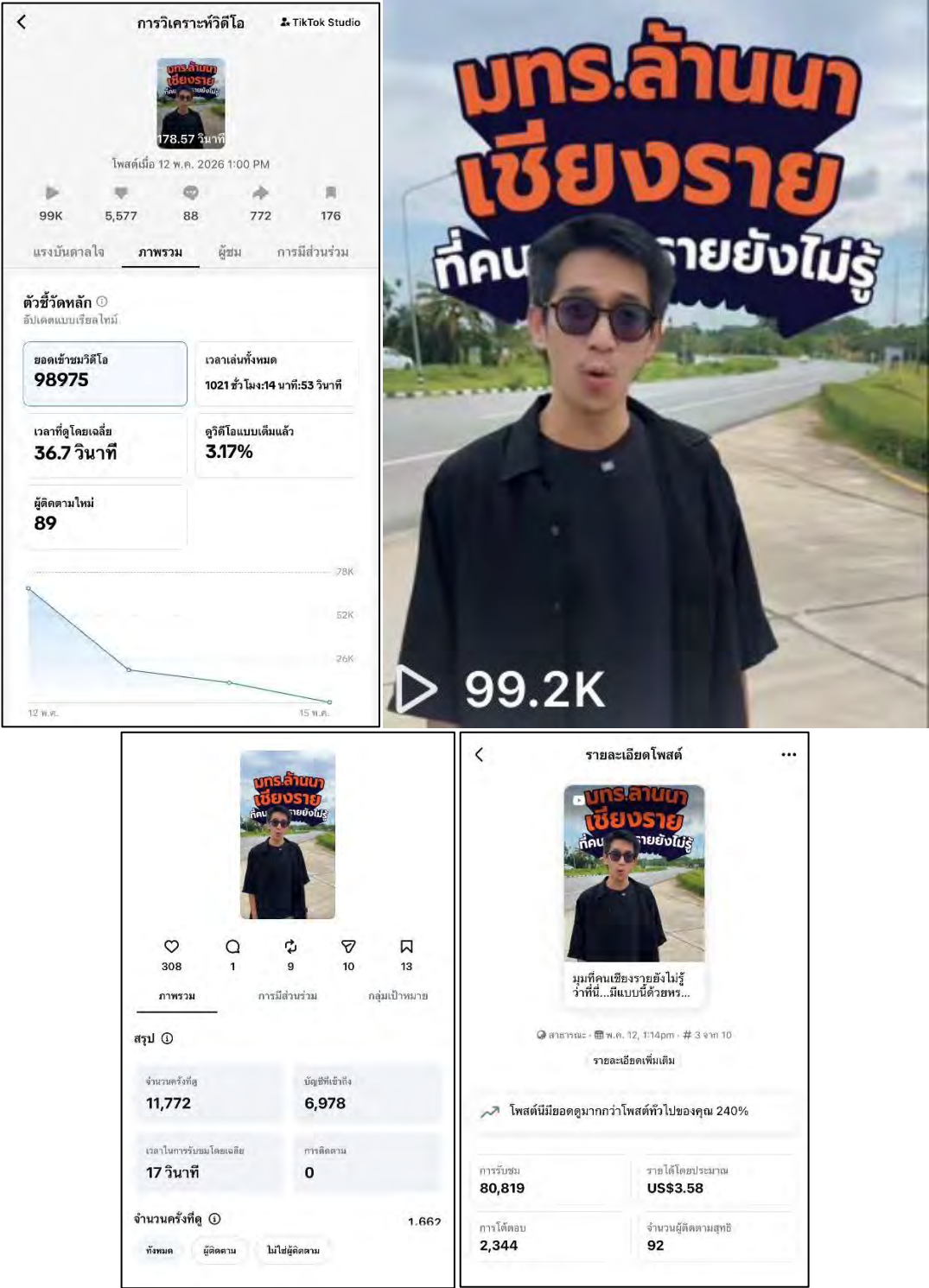
สรุปยอดเข้าชมวิดีโอ มทร.ล้านนา เชียงใหม่ (ข้อมูล ณ วันที่ 15 พ.ค. 69)

Tiktok	Facebook	Instagram
309,207	459,929	114,225
ยอดคนดูรวม 883,361		

เบื้องหลังการทำงาน



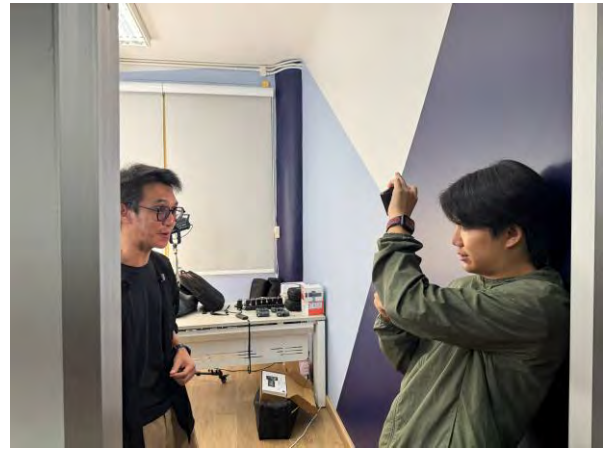
มทร.ล้านนา เชียงราย



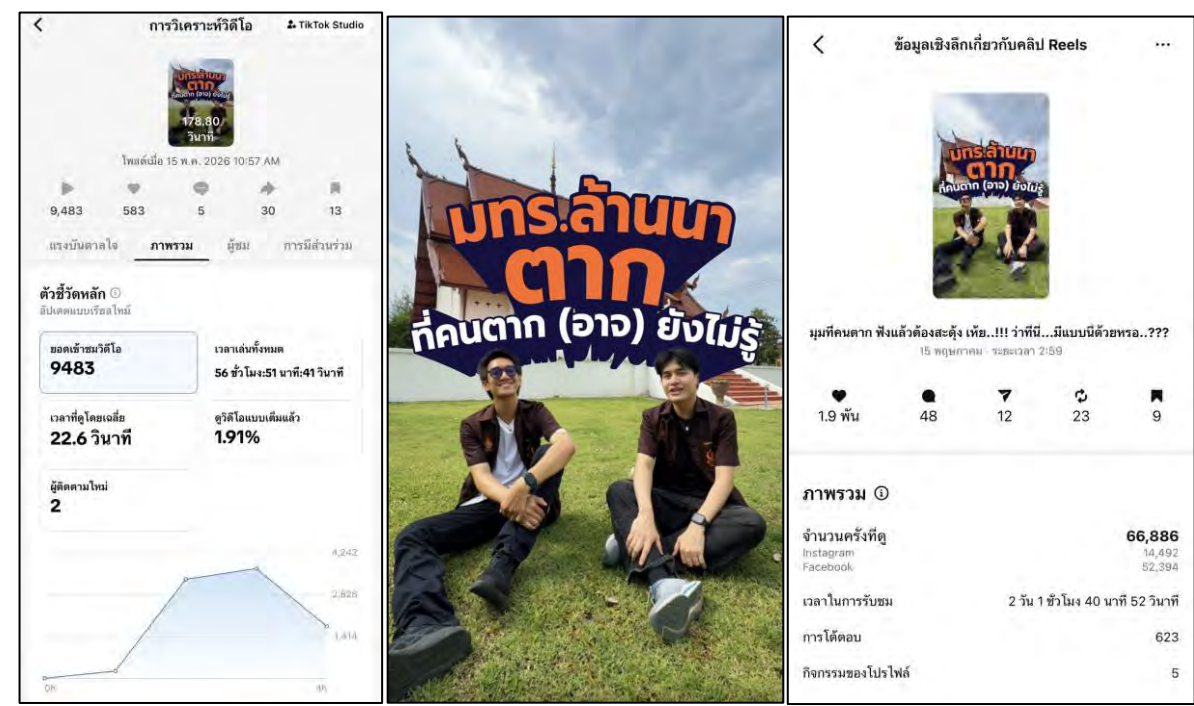
สรุปยอดเข้าชมวิดีโอ มทร.ล้านนา เชียงราย (ข้อมูล ณ วันที่ 15 พ.ค. 69)

Tiktok	Facebook	Instagram
98,975	80,819	11,772
ยอดคนดูรวม 191,566		

เบื้องหลังการทำงาน



มทร.ล้านนา ตาก



สรุปยอดเข้าชมวิดีโอ มทร.ล้านนา ตาก (ข้อมูล ณ วันที่ 15 พ.ค. 69)

Tiktok	Facebook	Instagram
9,483	52,394	14,492
ยอดคนดูรวม 76,369		

5. ไฟล์งานต้นฉบับที่ผลิตทั้งหมดให้บันทึกมาในอุปกรณ์บันทึกความจำ (Thumb Drive) จำนวนไม่น้อยกว่า 1 อัน (ส่งให้กับงานประชาสัมพันธ์ ณ วันที่ 15 พ.ค. 69 เรียบร้อยแล้ว)

จัดทำข้อมูลโดย
บริษัท ก้องภพเชาวะรีวิว จำกัด

el 100 / 9,900

ใบตรวจรับการจัดซื้อ/จัดจ้าง

วันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๖๙

ตาม ใบสั่งซื้อสั่งจ้าง เลขที่ ๖๙๗-๒PS๐๑๕๙ ลงวันที่ ๒๘ เมษายน ๒๕๖๙ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พิษณุโลก ได้ตกลง จ้างทำของ/จ้างเหมาบริการ กับ นางสาวอภิรัตน์ เจียมวโรเศรษฐ์ สำหรับโครงการ จ้างเหมาจัดทำเนื้อหา (Script) เขียนบทโครงสร้างและคลิป สั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พิษณุโลก จำนวน 2 คลิป โดยวิธีเฉพาะเจาะจง เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น ๑๐,๐๐๐.๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน)

คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้ตรวจรับงาน แล้ว ผลปรากฏ ดังนี้

๑. ผลการตรวจรับ

☒ ถูกต้อง

☐ ครบถ้วนตามสัญญา

☐ ไม่ครบถ้วนตามสัญญา

๒. ค่าปรับ

☐ มีค่าปรับ

☒ ไม่มีค่าปรับ

๓. การเบิกจ่ายเงิน

เบิกจ่ายเงิน เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น ๑๐,๐๐๐.๐๐ บาท

(ลงชื่อ).....ประธานกรรมการ

(นางธีรวิรา แสงอินทร)

(ลงชื่อ).....กรรมการ

(นางสาวจิราพร คำมา)

(ลงชื่อ).....กรรมการและเลขานุการ

(นางสาวลลินดา มุ่งชนะ)

690455

หมายเหตุ : เลขที่โครงการ ๖๙๐๔๔๔๕๒๗๓๙

เลขคู่มือสัญญา ๖๙๐๔๑๔๔๒๘๔๕๔

เลขคู่มือตรวจรับ ๖๙๐๕A๑๓๔๐๗๗๒

นายบุญฤทธิ์ สมสง
ผู้อำนวยการสำนักงานบริหาร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พิษณุโลก

บัตรประจำตัวประชาชน Thai National ID Card
เลขประจำตัวประชาชน 1 5601 00245 58 1
Identification Number

ชื่อ น.ส. อภิรัตน์ เจียมวโรเศรษฐ
Name Miss Aphirat
Last name Chiamwaroseth
เกิดวันที่ 13 ธ.ค. 2534
Date of Birth 13 Dec. 1991
ศาสนา พุทธ

ที่อยู่ 111 หมู่ที่ 1 ต.ดงสุวรรณ อ.ดอกคำใต้
จ.พะเยา 9. พ.ย. 2567
4 ม.ค. 2567
วันออกบัตร
4-Jan-2024
Date of Issue

วันหมดอายุ
12 ธ.ค. 2575
12 Dec. 2032
Date of Expiry

5599-03-01041235



ใบหลักฐาน

อภิรัตน์ เจียมวโรเศรษฐ


ชีวันพิชญ์โลก • อยู่กับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พิชญ์โลก
 1 วัน •

ใครว่าเรียนมหาวิทยาลัยจะมีแต่ในตำรา! นี่เลย~ มทร.ธัญบุรี พิชญ์โลก พลิกนักปฏิบัติ สู่โลกแห่งความเป็นจริง 🌍... ดูเพิ่มเติม



0:01 / 1:16

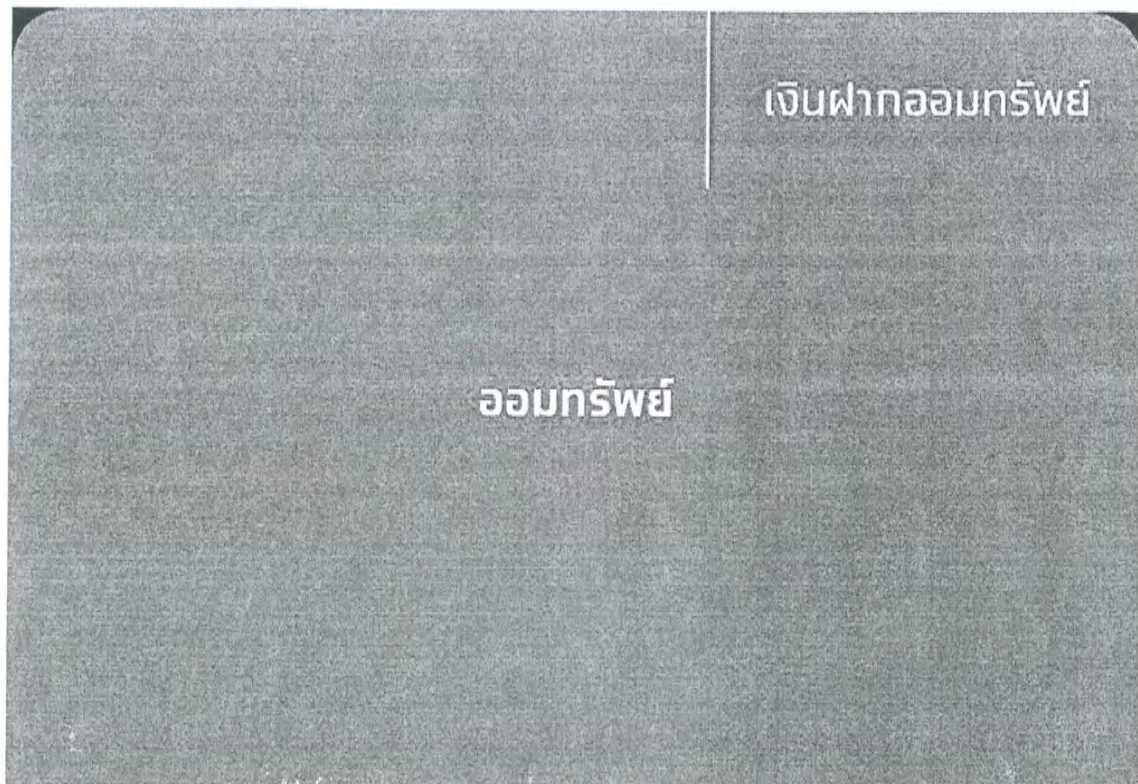
201 16 87



(พี่สอน (นางอึ้งอึ้ง))

(นางสาว จิราพร อ. ดำมา)

(นางสาววิไลดา อึ้งอึ้ง)



สำนักงาน
สาขามหาวิทยาลัยนครสวรรค์
รหัสสาขา 857

เลขที่บัญชี
857-0-14969-7

ชื่อบัญชี
น.ส.อภิรัตน์ เขียมวโรเศรษฐ



เงินฝากออมทรัพย์
ฉบับที่ 857-0-14969-7

แบบแจ้งข้อมูลการรับเงินโอนผ่านระบบ KTB Corporate Online

วันที่ เดือน พ.ศ.

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานบริหาร พิษณุโลก

ข้าพเจ้า อติศัพท์ กังวารโสภา ตำแหน่ง เจ้าพนักงานพัสดุX เลขประจำตัวประชาชน 1 5 6 0 1 0 0 2 4 5 5 8 1

คณะ/สถาบัน/สำนัก/กอง.....สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พิษณุโลก

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

X อยู่บ้านเลขที่ 111 ซอย ถนน พหลโยธิน ตำบล/แขวง นครสวรรค์อำเภอ/เขต ตาก จังหวัด พิจิตร รหัสไปรษณีย์ 56120เบอร์โทรศัพท์ 081 4731004

ขอรับเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online โดยได้แนบสำเนาหน้าสมุดบัญชีเงินฝากธนาคารมาเพื่อเป็นหลักฐานด้วยแล้ว

☐ กรณีเป็นข้าราชการ ลูกจ้าง พนักงานราชการ ที่สังกัดส่วนราชการผู้จ่าย

◆ เพื่อเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารที่ใช้สำหรับรับเงินเดือน ค่าจ้าง หรือค่าตอบแทน

บัญชีเงินฝากธนาคาร สาขา

ประเภท.....เลขที่บัญชีเงินฝากธนาคาร

◆ เพื่อเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารอื่น ตามที่ อนุญาต

บัญชีเงินฝากธนาคาร สาขา

ประเภท.....เลขที่บัญชีเงินฝากธนาคาร

X ☒ กรณีเป็นบุคคลภายนอกเพื่อเข้าบัญชีเงินฝากธนาคาร กรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ประเภท ออมทรัพย์ เลขที่บัญชีเงินฝากธนาคาร 857-0-14969-7

และเมื่อ โอนเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online แล้ว ให้ส่งข้อมูลการโอนเงินผ่านช่องทาง

☐ ข้อความแจ้งเตือนผ่านโทรศัพท์มือถือ (SMS) ที่เบอร์โทรศัพท์☐ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ตาม e-mail addressลงชื่อ อติศัพท์ กังวารโสภา ผู้มีสิทธิรับเงิน
(อติศัพท์ กังวารโสภา)หมายเหตุ : เลขที่ของแบบแจ้งข้อมูลการรับเงินโอนผ่านระบบ KTB Corporate Online ให้ระบุหมายเลขกำกับ
เรียงกันไปทุกฉบับ เพื่อประโยชน์ในการจัดทำทะเบียนคุมการโอนเงิน

ที่ บริษัท บ้านนอกริงแอด คอร์ปอเรชั่น จำกัด

310 หมู่ 12 ตำบลต้นธงชัย จังหวัดลำปาง

27 พฤษภาคม พ.ศ.2569

เรื่อง ส่งมอบงานจ้างเหมาผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 2 คลิป

เรียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง

เอกสารแนบ เอกสารนำส่งผลการมองเห็นโพสต์ (Reach) ทั้ง 2 คลิป

ตามที่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง ได้ว่าจ้าง บริษัท บ้านนอกริงแอด คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นผู้รับจ้างโครงการ จ้างเหมาผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ภายใต้ชื่อ RODMAPATOUR จำนวน 2 คลิป ตามใบสั่งจ้าง เลขที่ 692-2Ps0151 ลงวันที่ วันที่ 29 เมษายน 2569

บัดนี้บริษัท บ้านนอกริงแอด คอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้ดำเนินการตามโครงการดังกล่าวแล้วเสร็จตามสัญญาจ้าง เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยมีเอกสารนำส่งผลการมองเห็นโพสต์ (Reach) ทั้ง 2 คลิป (ตามเอกสารแนบ) จึงเรียนมาเพื่อตรวจรับงานจ้างต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายธนวัฒน์ ศศิพัฒนานนท์)



กรรมการผู้จัดการ บริษัท บ้านนอกริงแอด คอร์ปอเรชั่น จำกัด

ผู้รับจ้าง

บริษัท บ้านนอกริงแอดจำกัด คอร์ปอเรชั่น จำกัด (สำนักงานที่ตั้ง เพชรอม้า พาทรัพย์)

310 M.12, Tonthongchai Tambon, Amphoe Mueang Lamphang, Lamphang 52000

FB: รถม้าพาทรัพย์ <https://www.facebook.com/profile.php?id=61564923622751>

Line: @rodmapatour

Call:065-6067879(ไม่-ผู้จัดการ)

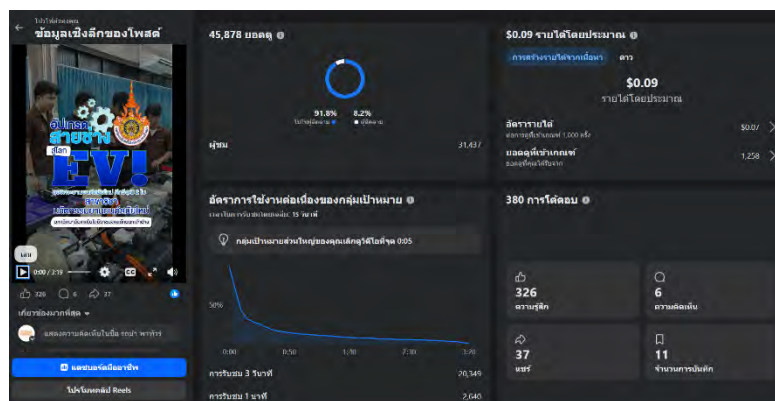
คลิปที่ 1 “สาขาวิชาวิศวกรรมยานยนต์สมัยใหม่”

ช่องทางเพจ Facebook

“รอม്മา พาหัวร์”



รูปภาพ อัลบั้ม



รายงาน ส่งผลการมองเห็นโพสต์ (Reach)

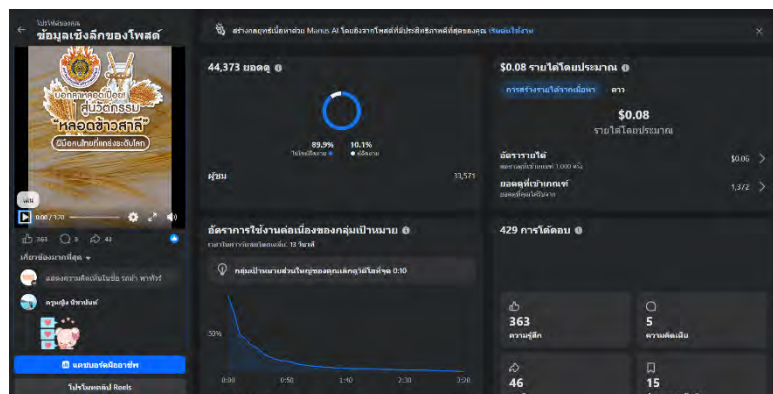
คลิปที่ 2 “นวัตกรรมหลุดจากต้นข้าวสาลี”

ช่องทางเพจ Facebook

“รอม้า พาทัวร์”



รูปภาพ ชัดบ้าง

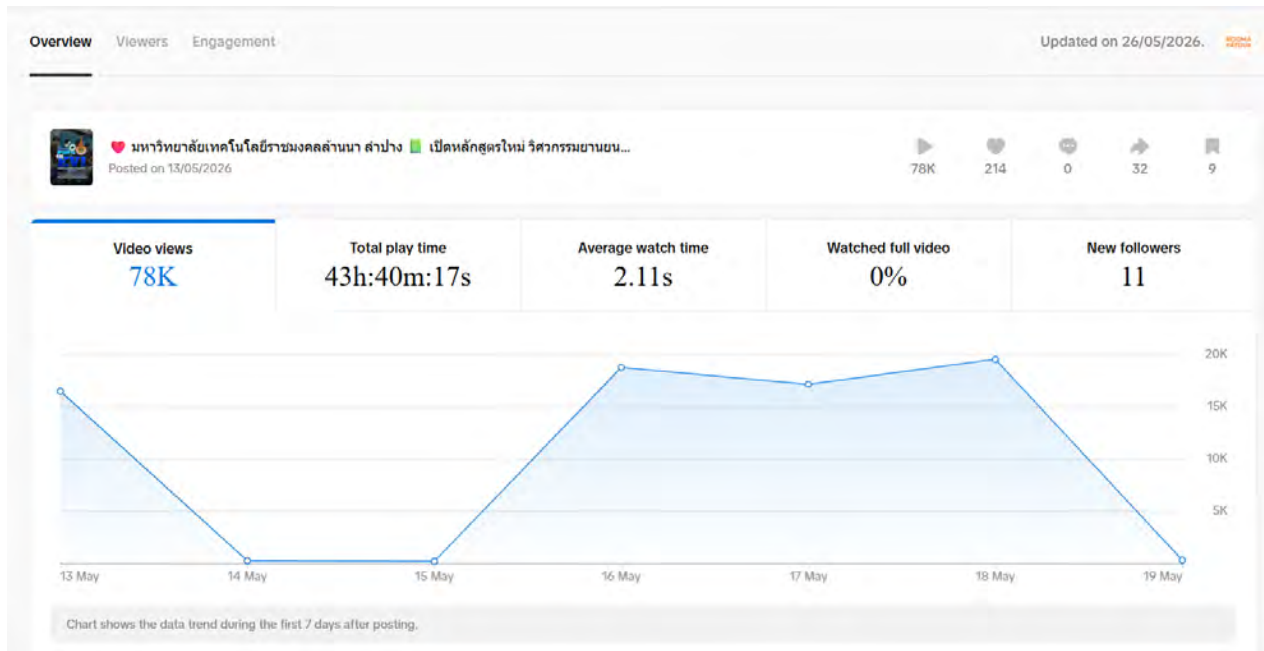


รายงาน ส่งผลการมองเห็นโพสต์ (Reach)

คลิปที่ 1 “สาขาวิชาวิศวกรรมยานยนต์สมัยใหม่”

ช่องทางเพจ Tiktok

“รถม้า พาทัวร์”

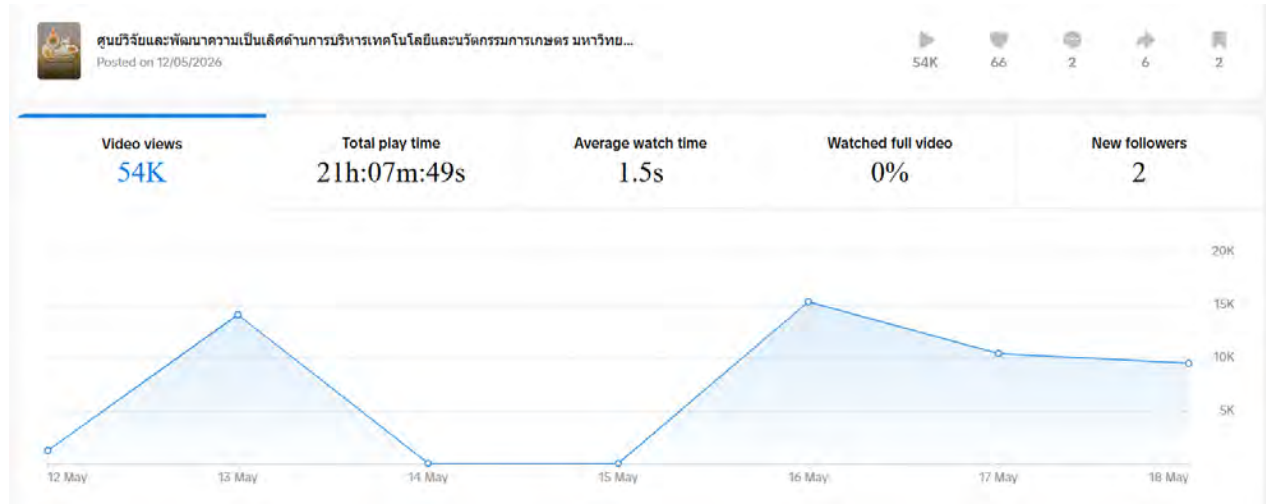


รายงาน ส่งผลการมองเห็นโพสต์ (Reach).

คลิปที่ 2 “นวัตกรรมหลุดจากต้นข้าวสาลี”

ช่องทางเพจ Tiktok

“รอม่า พาทัวร์”



รายงาน ส่งผลการมองเห็นโพสต์ (Reach)

รายงานผลการดำเนินงานจัดทำเนื้อหา (Script) เขียนบทโครงเรื่องและคลิปวิดีโอสั้น
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ในโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน
ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น
ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน รูปแบบอินฟลูเอน



โครงร่างการผลิต (Story Board/Story Line)

ข้อมูลเบื้องต้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

มหาวิทยาลัยชั้นนำด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี พัฒนากำลังคนและนวัตกรรม เพื่อสร้างคุณค่าแก่สังคม ชุมชน ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน **เปิดการเรียนการสอน 3 คณะ คือ** คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ และคณะวิศวกรรมศาสตร์ หลอมรวมองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การจัดการ และความคิดสร้างสรรค์ ให้กลายเป็นโอกาสของอนาคต

จากองค์ความรู้ด้าน เกษตร อาหาร และเทคโนโลยีดิจิทัล

สู่ศาสตร์แห่ง ธุรกิจ การบริหาร และนวัตกรรมจัดการ

ต่อยอดด้วยความเชี่ยวชาญด้าน วิศวกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่

ทุกคณะ ทุกหลักสูตร มีจุดร่วมเดียวกัน คือการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง เชื่อมโยงพื้นที่จังหวัด น่านกับมาตรฐานระดับประเทศและสากล เพื่อสร้างบัณฑิตที่เก่งงาน เก่งคิด มีคุณธรรม และพร้อมสร้างคุณค่า ให้สังคม ที่นี่...เราไม่ได้สร้างแค่ผู้สำเร็จการศึกษา แต่สร้าง **นักพัฒนา ผู้ประกอบการ และกำลังสำคัญของประเทศในอนาคต**

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มุ่งเน้นผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติวิชาชีพ พัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการเกษตรและอาหาร เพื่อตอบโจทย์ชุมชน สังคม และภาคการผลิตในโลกยุคใหม่ การเรียนรู้เชื่อมโยงกับพื้นที่จังหวัดน่านเป็นฐานการเรียนรู้ ผลงานงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรมที่ใช้ ประโยชน์ได้จริง สร้างผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ พร้อมยกระดับคุณภาพชีวิตและขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

หลักสูตรที่เปิดสอน

ระดับปริญญาตรี 4 ปี

- หลักสูตร พืชศาสตร์
- หลักสูตร สัตวศาสตร์
- หลักสูตร วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร
- หลักสูตร วิทยาการคอมพิวเตอร์

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

คณะของเราไม่ได้สอนเพียงความรู้ทางวิชาการ แต่ยังส่งเสริมการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การทำงานเป็นทีม การแก้ปัญหาเชิงระบบ และการใช้ข้อมูลอย่างมีเหตุผล เพื่อให้ผู้เรียนสามารถสร้างคุณค่าให้ชุมชนและเศรษฐกิจท้องถิ่นได้จริง ควบคู่กับการสนับสนุนมิติสุขภาพและคุณภาพชีวิต รวมถึงการตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน เพื่อร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาจังหวัดน่านและสังคมไทยอย่างมั่นคงและยั่งยืน

หลักสูตรที่เปิดสอน

ระดับปริญญาตรี 4 ปี

- หลักสูตร การจัดการธุรกิจ
- หลักสูตร การตลาดและการตลาดดิจิทัล
- หลักสูตร การบัญชี
- หลักสูตร ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ

คณะวิศวกรรมศาสตร์

ที่นี่ นักศึกษาไม่ได้เรียนแค่ทฤษฎี แต่ได้ฝึกคิด วิเคราะห์ แก้ปัญหา และสร้างนวัตกรรมจากสถานการณ์จริง เพื่อก้าวสู่การเป็นวิศวกรคุณภาพ ที่มีทั้งความสามารถทางวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่อสังคม และหัวใจของการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

หลักสูตรที่เปิดสอน

ระดับปริญญาตรี

- หลักสูตร วิศวกรรมเกษตรและชีวภาพ
- หลักสูตร วิศวกรรมไฟฟ้า

“มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน – สร้างคน สู่งาน เชี่ยวชาญเทคโนโลยี”

อยากบอกเล่าเรื่องราว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน เหมือนหนังสือเล่มหนึ่ง
เมื่อเปิดหนังสืออ่าน

หน้าที่ ๑ เรื่องราวภาพรวมของมหาวิทยาลัย สถานที่ถ่ายทำ หน้ามอ ป้ายมหาวิทยาลัยและอาคารวิทยบริการ

หน้าที่ ๒ เรื่องราวคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถานที่ถ่ายทำคณะวิศวกรรมศาสตร์

หน้าที่ ๓ เรื่องราวคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ สถานที่ถ่ายทำคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

หน้าที่ ๔ เรื่องราวคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร สถานที่ถ่ายทำคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร

หน้าสุดท้ายเป็นภาพรับปริญญา และปิดเล่มหนังสือเล่มนี้อย่างสวยงาม

สคลิปวิดีโอ ที่ร้อยเรียงเรื่องราวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

ผ่านคอมพิวเตอร์ “บันทึกแห่งอนาคต” โดยเล่าเรื่องแบบการเปิดอ่านหนังสือเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

ชื่อวิดีโอ มทร.ล้านนา น่าน : บันทึกบทใหม่ สร้างอนาคตจากลงมือทำ

ความยาวประมาณ ๓ นาที

โทน: สร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational) ทันสมัย อบอุ่นแต่เป็นมืออาชีพ

หน้าที่ ๑ ปฐมบทแห่งโอกาส

- ภาพมุมสูง เห็นทศนียภาพของจังหวัดน่านเขียวขจี ตัดเข้าสู่ภาพหน้ามหาวิทยาลัย เป็นป้ายเด่นชัด
- ภาพคนค่อย ๆ เปิดหนังสือเล่มใหญ่ที่มีหน้าปกสวยงาม
- ตัดสลับภาพเดินเข้า-ออก อาคารวิทยบริการที่ทันสมัย และบรรยายภาพร่มรื่นในรั้วมหาวิทยาลัย

หากเปรียบน่านเป็นเมืองแห่งเรื่องราว มหาวิทยาลัยแห่งนี้ก็คือ หนังสือเล่มสำคัญ ที่กำลังรอให้คุณมาเขียนบทต่อไปยินดีต้อนรับสู่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน มหาวิทยาลัยชั้นนำด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี ที่ไม่ได้แค่สอนให้จบ แต่สอนให้ “สร้าง” เพื่อมอบคุณค่ากลับคืนสู่สังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน

หน้าที่ ๒ คณะวิศวกรรมศาสตร์ นวัตกรรมขับเคลื่อนโลก

- ตัดฉากเหมือนปิดหน้าหนังสือไปหน้าใหม่ เห็นตัวอักษร “วิศวกรรมศาสตร์” ลอยขึ้นมา
- ภาพนักศึกษาในซอปปริบัติงาน กำลังวิเคราะห์เครื่องจักร ทำงานกับแผงวงจรไฟฟ้า หรือโดรนเพื่อการเกษตร
- เน้นภาพการทำงานจริงในโรงประลอง

เสียงบรรยาย

เมื่อเปิดมาหน้าที่ ๒ ... เราจะพบกับโลกของ “วิศวกรรมศาสตร์” ที่นี้เราไม่ได้สอนแค่ทฤษฎีในตำรา แต่เราฝึกให้คุณคิด วิเคราะห์ และลงมือทำแก้ปัญหาจากสถานการณ์จริง ตั้งแต่วิศวกรรมเกษตรและชีวภาพ ไปจนถึงระบบไฟฟ้าที่มั่นคง เพื่อสร้างวิศวกรที่มีความรับผิดชอบ และมีหัวใจของการพัฒนาที่ไม่หยุดนิ่ง

หน้าที่ ๓ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ วิสัยทัศน์แห่งอนาคต

- เปิดหน้าหนังสือหน้าถัดไป เห็นภาพนักศึกษาประชุมกลุ่ม นักศึกษาทำงานกับคอมพิวเตอร์
- ภาพการทำ Content Marketing หรือแผนธุรกิจดิจิทัล
- ภาพกิจกรรมที่สะท้อนถึงการทำงานเป็นทีมและการสื่อสาร

เสียงบรรยาย

หน้าที่ ๓ คือศาสตร์แห่งการจัดการและศิลปะแห่งการสื่อสาร ที่คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ เราหล่อหลอมให้คุณเป็นนักธุรกิจที่มีหัวใจเป็นผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการตลาดดิจิทัล การบัญชี หรือระบบสารสนเทศ ทุกองค์ความรู้จะถูกนำไปต่อยอดขับเคลื่อนเศรษฐกิจของน่านและสังคมไทยให้มั่นคงและยั่งยืน

หน้าที่ ๔ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร รากฐานแห่งชีวิต

- เปิดหนังสือหน้าสุดท้ายของเนื้อหา เห็นภาพแปลงเกษตรอัจฉริยะ ห้องแลปอาหารที่สะอาด ทันสมัย
- ภาพนักศึกษาสัตวศาสตร์กำลังดูแลสัตว์ หรือวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์กำลังเขียนโปรแกรม
- เน้นภาพรอยยิ้มของนักศึกษาที่ทำงานร่วมกับคนในชุมชนน่าน

เสียงบรรยาย

หน้าสำคัญที่ขาดไม่ได้ คือ รากฐานของชีวิตและเทคโนโลยี... คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มุ่งเน้นสร้างนักปฏิบัติที่เปลี่ยนงานวิจัยให้กลายเป็นนวัตกรรมที่ใช้ได้จริง ทั้งด้านพืชศาสตร์ สัตวศาสตร์ วิทยาศาสตร์อาหารและวิทยาการคอมพิวเตอร์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและพาการเกษตรไทยก้าวสู่ยุคใหม่ด้วยเทคโนโลยี

บทส่งท้าย ความสำเร็จที่ไม่มีที่สิ้นสุด

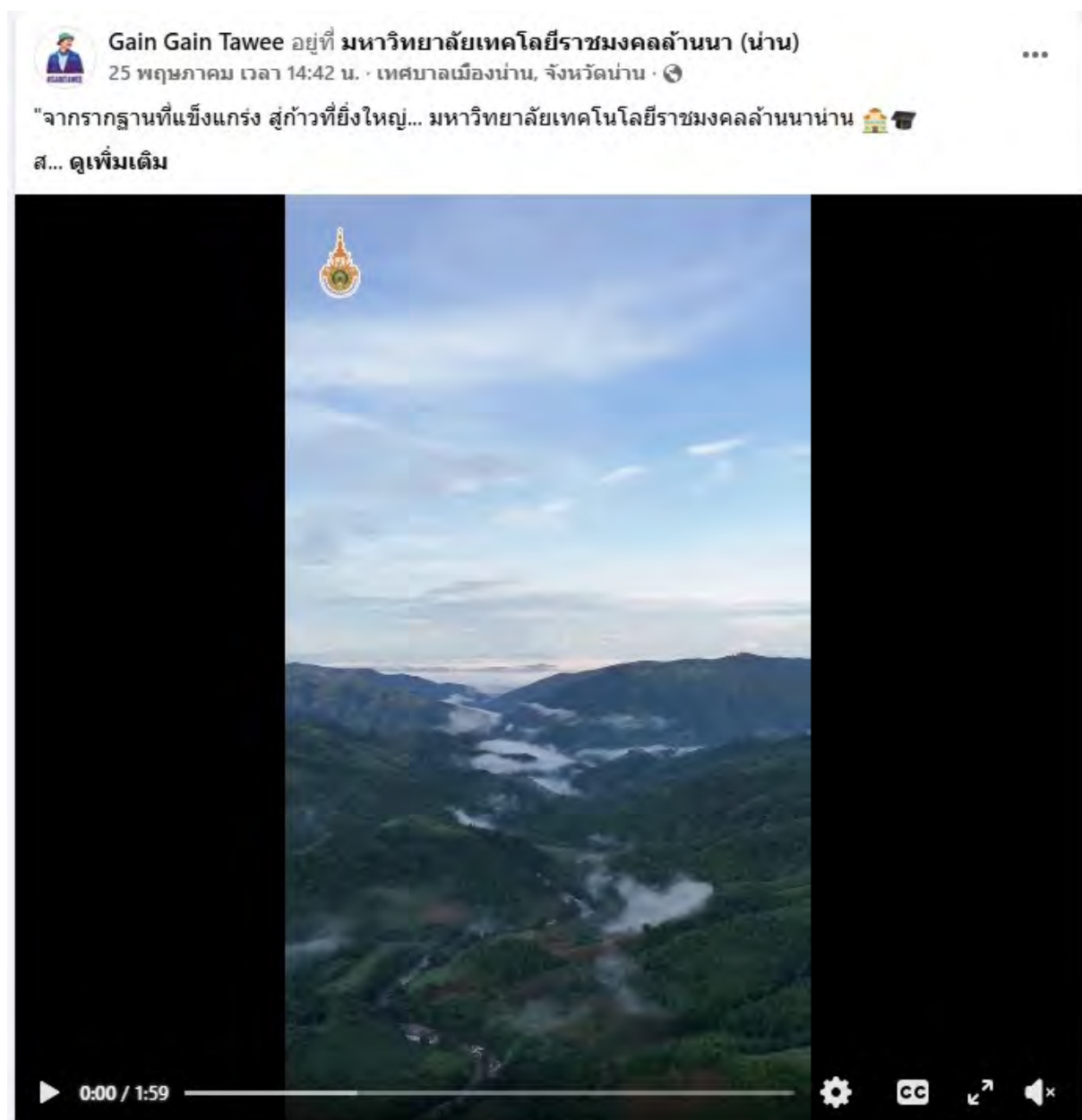
- ภาพบรรยากาศงานรับปริญญา
- ภาพค่อย ๆ ปิดหนังสือลง พร้อมโลโก้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่านและสโลแกนเสียงบรรยาย

ทุกคณะ ทุกหลักสูตร คือจุดเริ่มต้นเดียวกัน การเรียนรู้จากการลงมือทำ เพื่อสร้างบัณฑิตที่เก่งงาน เก่งคิด และมีคุณธรรม วันนี้เราพร้อมแล้วที่จะสร้างคุณให้เป็นมากกว่าผู้สำเร็จการศึกษา แต่เป็น นักพัฒนา ที่พร้อมสร้างความภูมิใจให้ประเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน -สร้างคนสู่งาน เชี่ยวชาญเทคโนโลยี

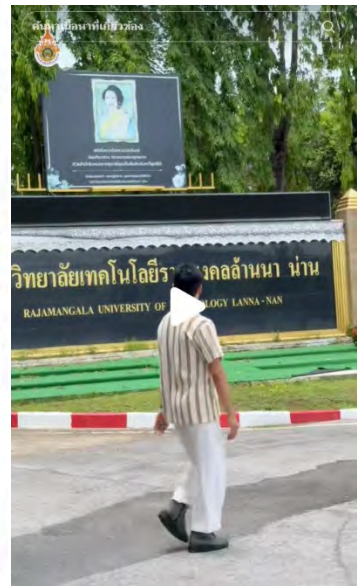
เพิ่มเติม สำหรับการถ่ายทำ

- ควรเริ่มด้วยดนตรีทันสมัยและให้ความรู้สึกมีความหวัง และค่อย ๆ เร่งจังหวะให้มีความมั่นใจในช่วงแนะนำคณะ
- ใช้ Font ที่อ่านง่าย ทันสมัย ปรากฏชื่อคณะและหลักสูตรสำคัญประกอบภาพ
- Color Tone ควรปรับโทนสีให้ดูสว่างและสะอาด ดูเป็นพื้นที่สีเขียวทันสมัย

คลิปวิดีโอสั้น ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาทีแต่ไม่เกิน ๒ นาทีต่อคลิป อัตราส่วนภาพ ๙:๑๖ (แนวตั้ง)
รูปแบบไฟล์วิดีโอที่สนับสนุนนามสกุล MP๔



นำเสนออัตลักษณ์ของมทร.ล้านนา น่าน



ข้อความ (Caption) และกำหนดแฮชแท็ก (Hashtag)



Gain Gain Tawee · กำลังติดตาม

"จากรากฐานที่แข็งแกร่ง สู่ก้าวที่ยิ่งใหญ่... มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ล้านน่านาน 🎓 🏠"

สถาบันอุดมศึกษาแห่งความภาคภูมิใจของคนน่าน และพร้อมเปิดประตูต้อนรับ
ให้ทุกคนเดินทางมาสัมผัสด้วยตาตัวเอง

"มากกว่ามหาวิทยาลัย คือความภาคภูมิใจของชุมชน... ร่วมเดินทางมาสัมผัส
ความยิ่งใหญ่ร่วมกัน"

#ปริญญาตรี #สมัครเรียน #สมัครเรียนปริญญาตรี

#เรียนต่อมทรล้านน่าน #RMUTL #RMUTLNAN #DEKRMUTLNAN

#ราชมงคลล้านน่าน #มทรล้านน่าน #มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราช
มงคลล้านน่าน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

Gain Gain Tawee

Gaintawee คุน้อยลง

ช่อง Facebook



ช่อง TikTok

TikTok

ค้นหา

สำหรับคุณ

สำรวจ

กำลังติดตาม

LIVE

อัปโหลด

โปรไฟล์

เพิ่มเติม

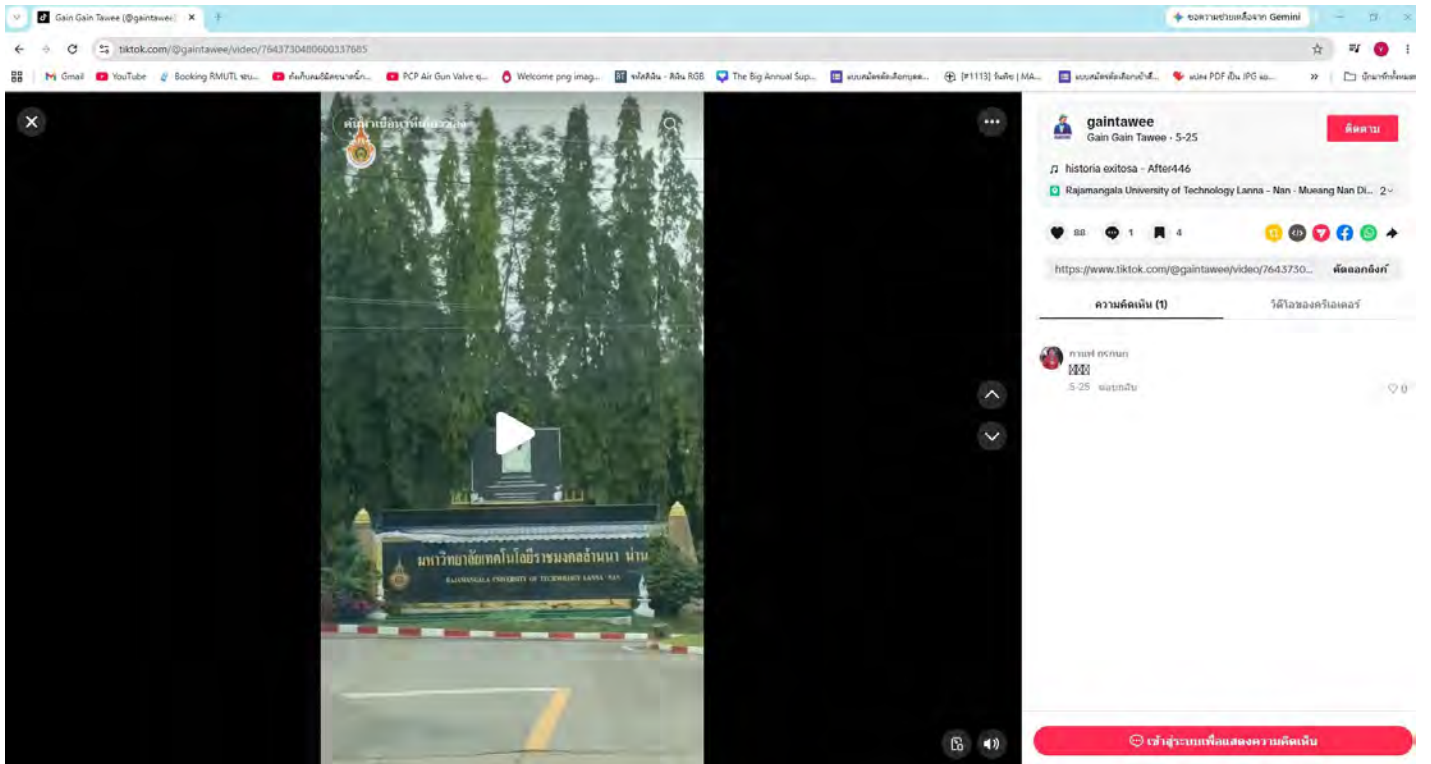
เข้าสู่ระบบ

บริษัท

โปรแกรม

ข้อกำหนดและนโยบาย

© 2026 TikTok



ยอดการมองเห็นโพสต์ (Reach)



ภาพบรรยายภาคการถ่ายทำ



ไฟล์งานต้นฉบับที่ผลิตทั้งหมดให้บันทึกมาในอุปกรณ์

usp=drivesdk

แบบที่ 2

<https://drive.google.com/file/d/1cmXjoDI5liYCjutoXAmrExAvoG70EGyV/view?usp=drivesdk>



ชื่อ ↓

โลโก้ มหาวิทยาลัย

ภาพรวม

งานรับปริญญา

คณะวิศวกรรมศาสตร์

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร

คณะบริหาร

C6310.MP4

C6307.MP4



กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา