



คู่มือปฏิบัติงาน
กระบวนการสื่อสารองค์กร

ฝ่ายสื่อสารองค์กร
สำนักงานมหาวิทยาลัย

The Corporate Communication of Maejo University

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

๖๓ หมู่ ๔ ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๒๙๐

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๓๐๔๖ – ๔๗

Maejo University

Chiang Mai – Phrao Road, Sansai, Chiang Mai, Thailand ๕๐๒๙๐

Tel.(๖๖-๕๓) ๘๗/๓๐๑๖-๑๗/Fax.(๖๖-๕๓)๘๗/๓๐๑๖ www.mju.ac.th

คำนำ

คู่มือปฏิบัติงานฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ มุ่งให้เกิดประโยชน์ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้ร่วมงานได้รู้รายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติ รวมทั้งได้ปรับปรุงขั้นตอนการทำงานให้มีความเหมาะสมอยู่ตลอดเวลา และยังสามารถช่วยให้ทราบระยะเวลา เครื่องมือ อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน

นอกจากนี้ การมีคู่มือปฏิบัติงานยังจะช่วยทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานทดแทนกันได้ และยังจะเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่ให้ผู้ให้บริการทราบขั้นตอนการปฏิบัติงาน จนสามารถเลือกใช้บริการได้อย่างสะดวกและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ในยุคข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีระบบดิจิทัล ทำให้ปัจจุบันมีสื่อเกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา การปฏิบัติงานด้านสื่อสารองค์กร ซึ่งเกี่ยวข้องกับสื่อทุกแขนงมีความจำเป็นต้องปรับตัวและสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งองค์กรต้องมีความเข้าใจและอำนวยความสะดวกต่อการเผยแพร่ภาพลักษณ์ และสร้างการรับรู้อัตลักษณ์เอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยได้เป็นอย่างดี

สารบัญ

เนื้อหา

หน้า

- วัตถุประสงค์
- ผังโครงสร้างหน่วยงาน
- ขอบเขต
- ความรับผิดชอบ
- คำจำกัดความ
- ขั้นตอนการปฏิบัติงาน
 - o งานอำนวยความสะดวก
 - o งานสื่อสารนิเทศ
 - o งานกิจกรรมพิเศษ
- กฎหมาย มาตรฐานงาน และเอกสารที่เกี่ยวข้อง
- ระบบการติดตามและประเมินผล

คู่มือปฏิบัติงานกระบวนการสื่อสารองค์กร

๑. วัตถุประสงค์

- เพื่อกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ผลผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารองค์กรให้มีมาตรฐาน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถปฏิบัติงานไปในแนวทางเดียวกัน
- เพื่อลดปัญหาการทำงานซ้ำซ้อน และลดข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน
- เพื่อใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน หรือใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรที่เข้าทำงานใหม่
- เพื่อให้องค์กรมองเห็นขั้นตอนและสามารถวางแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

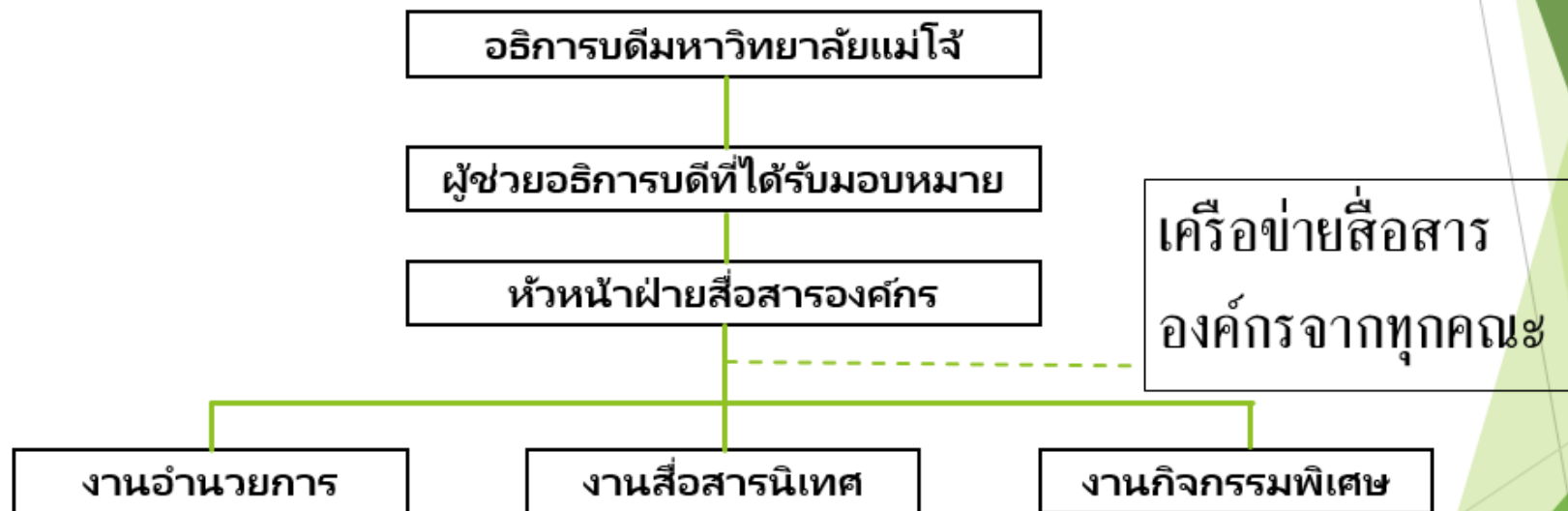
๒. ผังโครงสร้างหน่วยงาน



โครงสร้างองค์กร



โครงสร้างการบริหารงาน ฝ่ายสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยแม่โจ้



รวมบุคลากร จำนวน ๑๑ อัตรา
พนักงาน-แผ่นดิน ๕ อัตรา
ลูกจ้างของมหาวิทยาลัย ๖ อัตรา

ภารกิจ

ฝ่ายสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (MJU Communication Center)

งานอำนวยการ (Back Office)

1. ประสานงานบุคลากรทั้งภายใน ภายนอก
2. การเบิก – จ่ายพัสดุ
3. จัดทำเอกสาร (ภายใน – ภายนอก)
4. ออกเลขรับ – ส่งเอกสาร (ภายใน – ภายนอก)
5. จัดการประชุม
6. เขียนแผนและงบประมาณประจำปี
7. เขียนโครงการต่างๆ
8. จัดเก็บและรวบรวมเอกสาร
9. จัดทำสรุปรายงานประจำปี
10. จัดเก็บข้อมูลการขอใช้บริการ
11. รวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลข่าวสารขององค์กรที่
ได้รับการเผยแพร่ทางสื่อต่างๆ
(พวงพยอม, สุพรรณษา)
(สุจิตรา)

งานสื่อสารนิเทศ (Media)

1. ออกแบบจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ (น้ำทิพย์)
2. ออกแบบจัดทำสื่อออกสถานที่ (บารเมษฐ์)
3. ออกแบบจัดทำสื่อโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล (สุหงส์)
4. ดูแลโซเชียลมีเดีย (บารเมษฐ์)
5. บริหารจัดการดูแล และพัฒนาสื่อออนไลน์ขององค์กร (Social Media) (สุหงส์)
6. ควบคุมดูแลจอภาพ LED (สุหงส์)
7. วางแผนออกแบกิจกรรมสร้างสรรค์บนพื้นที่สื่อออนไลน์ (Digital Campaigns / Viral Marketing) (น้ำทิพย์)
8. สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยแม่โจ้
 - ติดต่อเสียงข่าวและรายการวิทยุ (สาธิต)
 - ผังรายการวิทยุ (ประภาพร)
 - ฝ่ายข่าว / เทคนิค (สาธิต)
 - เผยแพร่สื่อสารสนเทศวิทยุ / ความร่วมมือ / IT (วิระยุทธ)
 - ปฏิบัติหน้าที่เวร / จัดรายการวิทยุ (ทุกคน)
9. อินไซด์แม่โจ้ วารสาร (น้ำทิพย์)
10. อินไซด์แม่โจ้ TV (สุหงส์)
11. ให้บริการบันทึกภาพนิ่ง (บารเมษฐ์)
12. ภาพเคลื่อนไหว (สุหงส์)
13. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังช่องทางสื่อต่างๆ ที่เหมาะสม (สุจิตรา)
14. สร้างสรรค์ และพัฒนา Application ที่รองรับงานด้านสื่อ
ประชาสัมพันธ์ในอนาคต (น้ำทิพย์)
15. ควบคุม และพัฒนาสัญลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) (น้ำทิพย์)
16. จัดทำของที่ระลึก ปฏิทิน ส.ค.ส. และโดอารี่ (Souvenir) (น้ำทิพย์)
17. เขียนข่าว (สุจิตรา)
18. Clipping ข่าว (สุจิตรา)
19. ถ่ายทอดสด (วิระยุทธ)

งานกิจกรรมพิเศษ (Activity)

1. วางแผน ประสานงาน และประเมินผลการประชาสัมพันธ์และ
การจัดกิจกรรมพิเศษเชิงรุก (ธัญชนก)
2. พิธีกร / พิธีการต่างๆ / แลกข่าว / อบรม (ธัญชนก)
3. ให้บริการข้อมูลข่าวสาร ดูแลต้อนรับผู้มาเยือน (วิระยุทธ)
4. บริหารจัดการสื่อสารการตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่า (Integrated
Marketing Communication) (วิระยุทธ)
5. จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย
(ณกวรรณ)
6. จัดกิจกรรมส่งเสริมค่านิยมหลักขององค์กร (Core values) (น้ำทิพย์)
7. จัดทำแผนกลยุทธ์รองรับการสื่อสารในภาวะวิกฤต (Crisis
Management) (ณกวรรณ)
8. เฝ้าระวังและติดตามผลกระทบต่อนภาพลักษณ์องค์กรทั้งเชิงบวก
และเชิงลบ (Monitor) (วิระยุทธ)
9. บริหารจัดการและวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กร และ
กลุ่มเป้าหมายขององค์กร (Corporate image) (น้ำทิพย์)
10. ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ของ
องค์กร ตลอดจนประสานงานสื่อมวลชน คิษย์เก่า และหน่วยงาน
ด้านสื่อต่าง ๆ (ธัญชนก)

แผนการดำเนินงานประจำปี
ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย

| ประเภท / กิจกรรม | รายละเอียด / การเผยแพร่ | ระยะเวลาดำเนินการ |
|---|--|--------------------|
| ๑. ข่าว / ปฏิทินข่าว | ข่าวมหาวิทยาลัย กิจกรรมนักศึกษา งานวิจัยและบริการวิชาการ | ทุกวัน / ตลอดปี |
| ๒. MJU News | เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ | ทุก ๑๕ วัน |
| ๓. VTR คลิปวิดีโอ | ข่าว/กิจกรรมต่าง ๆ | เฉลี่ยเดือนละครั้ง |
| ๔. แผ่นพับ โบรชัวร์ ไปสเตอร์ เอกสารข่าว | กิจกรรมพิเศษ ยุทธศาสตร์ | แล้วแต่กิจกรรม |
| ๕. คัทเอ้าท์ ป้ายไวเนล | หน้ามหาวิทยาลัยและจุดต่าง ๆ ตามเส้นทาง | เดือนละครั้ง |
| ๖. จอแอลอีดี จอพลาสมา สนอ. | ข่าวกิจกรรม | ทุกวัน / ตลอดปี |
| ๗. ส่งข่าวสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ | หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อต่าง ๆ | ทุกวัน / ตลอดปี |
| ๘. เว็บไซต์มหาวิทยาลัย | กิจกรรมต่าง ๆ ตลอดปี | ทุกวัน / ตลอดปี |
| ๙. สื่อโซเชียลมีเดียส์ | Face book Instagram / Line / SMS / ออนไลน์ทั้งหมด | ทุกวัน / ตลอดปี |
| ๑๐. งานเลี้ยงสื่อมวลชน | ผู้บริหารพบปะสื่อมวลชน | ปีละครั้ง |
| ๑๑. ของที่ระลึก ปฏิทิน ส.ค.ส. ไดอารี่ | ออกแบบ จ้างเหมาผลิต | ปีละครั้ง |
| ๑๒. อัตลักษณ์มหาวิทยาลัย/ยุทธศาสตร์ | สื่ออัตลักษณ์และยุทธศาสตร์ตามนโยบาย | ต่อเนื่องตลอดปี |
| ๑๓. งานบริหารและธุรการ | พัสดุ โฆษณา วัสดุสำนักงาน จ้างเหมา ฯลฯ | ทุกวันตลอดปี |

๓. ขอบเขตของงาน

๓.๑ ผลิตเนื้อหาข่าว บทความ สารคดี บทวิทยุทัศน์ เพื่อประชาสัมพันธ์ผลงาน และกิจกรรมของมหาวิทยาลัยได้ครอบคลุมอย่างมีประสิทธิภาพ

๓.๒ ออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์ และดำเนินการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ พร้อมเผยแพร่ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

๓.๓ วางโครงเรื่องและจัดทำวิทยุทัศน์เผยแพร่ทั้งในรูปแบบซีดีและซีดีวีดี

๓.๔ ดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กรผ่านสื่อประชาสัมพันธ์

๓.๕ จัดกิจกรรมพิเศษหรือนิทรรศการเพื่อประชาสัมพันธ์ ผลงาน และกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

๓.๖ ให้บริการข้อมูล และแจกจ่ายเอกสาร รายงาน และสิ่งตีพิมพ์

๓.๗ ประสานงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์

๓.๘ ติดต่อบริษัทที่ผลิตสื่อมวลชนและแหล่งข่าวหรือหน่วยงานเจ้าของต้นเรื่อง

๓.๙ ติดตาม ตรวจสอบ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับงาน/โครงการของมหาวิทยาลัย ที่สอดคล้องกับแนวนโยบายยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ให้มีความถูกต้อง และทันต่อเหตุการณ์

๔. ความรับผิดชอบ

๔.๑ รองอธิการบดี มีหน้าที่อนุมัติแผนงาน/โครงการ และงบประมาณ

๔.๒ ผู้ช่วยอธิการบดีพิจารณาตรวจแก้ไข เสนอความเห็นในเบื้องต้น

๔.๓ หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร มีหน้าที่วางแผนจัดทำแผนงานประจำ และแผนงานยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ กลั่นกรอง วิเคราะห์ ตรวจสอบ และสั่งการให้ดำเนินการงานทุกประเภทในงาน เสนอขออนุมัติงานทุกประเภทที่ต้องใช้เงินงบประมาณ

๔.๔ ฝ่ายสื่อสารองค์กร ดำเนินงานตามปฏิบัติงานประจำปี และงานที่ได้รับมอบหมายทั้งหมด

- งานอำนวยการ

- งานสื่อสารนิเทศ

- งานกิจกรรมพิเศษ

๔.๕ เจ้าหน้าที่ดำเนินงานในด้านต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายตามคำสั่งทั้งงานประจำ งานยุทธศาสตร์ และงานที่ได้รับมอบหมาย ดังนี้

- กำหนดช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์

- จัดทำข่าว/บทความ

- จัดทำและออกแบบสื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
- เผยแพร่ผ่านสื่อที่อยู่ในความรับผิดชอบ โสตทัศนูปกรณ์
- จัดทำ Website ของหน่วยงานและเผยแพร่ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง
- จัดกิจกรรมมวลชนสัมพันธ์ กิจกรรมพิเศษ กิจกรรมเชิงการตลาด

๕. คำจำกัดความ

๕.๑ **องค์กร** หมายถึง มหาวิทยาลัย ซึ่งประกอบไปด้วย คณะ/สำนัก กอง ส่วน ฝ่าย งาน

๕.๒ **เผยแพร่** หมายถึง การทำให้ข่าวสาร วิชาการ ความรู้ ความคิด ค่านิยม หรือสิ่งใด ๆ กระจายออกไปจนเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

๕.๓ **สื่อสารองค์กร** หมายถึง การจัดการสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้รับข่าวสาร กลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น ทศนคติ และค่านิยม หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายในภายนอกเพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์กรกับสาธารณชน

๕.๔ **ช่องทาง** หมายถึง ทางที่ทำให้ผู้สื่อสาร และผู้รับสารติดต่อกันได้

๕.๕ **สื่อ** หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเป็นตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจเป็นคำพูด คำสั่งด้วยวาจา ระเบียบข้อบังคับ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพสัญลักษณ์ การแสดงท่าทางต่าง ๆ

๕.๖ **โสตทัศนูปกรณ์** หมายถึง อุปกรณ์ที่ทำหน้าที่เป็นตัวผ่านขยายเนื้อหาสาระจากแหล่งกำเนิดให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ในที่นี้ ได้แก่ เครื่องขยายเสียง เครื่องฉายภาพ อุปกรณ์รองรับการบันทึกต่าง ๆ

๕.๗ **สื่อนิทรรศการ** หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารในด้านการแสดงผลงาน หรือกิจกรรมให้คนทั่วไปชม ได้แก่ การจัดบอร์ด การจัดภูมิทัศน์ จัดตกแต่งสวน และการจัดรูปแบบกิจกรรม

๖. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

๖.๑ ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลการเผยแพร่ข่าวสารโดยรวบรวมข้อมูลด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานในสังกัด รวมทั้งแผนและนโยบายของมหาวิทยาลัยแล้วนำมาวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหา อุปสรรค เพื่อใช้ในการจัดทำแผนการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย

๖.๒ จัดทำแผนงานด้านสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์มาจัดทำแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประจำปีของงานประชาสัมพันธ์เพื่อกำหนดแผนงาน/โครงการ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ระยะเวลาการดำเนินงานและงบประมาณ

๖.๓ เสนอแผนการเผยแพร่สื่อสาร ผ่านหัวหน้าฝ่าย เพื่อนำเสนอผู้ช่วยอธิการบดี พิจารณาอนุมัติดำเนินการตามแผนงาน งบประมาณ ถ้ามีการปรับแก้ไขก็ให้ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม ปรับแก้ไขแผนประชาสัมพันธ์ และนำเสนอแผนฯ อีกครั้ง

๖.๔ คัดแยกและดำเนินการคัดแยกงานออกตามประเภทงานต่าง ๆ ตามหน้าที่ของกลุ่มงาน เพื่อให้ผู้รับผิดชอบในแต่ละกลุ่มงานดำเนินการตามแผนการดำเนินงานที่กำหนด แบ่งออกได้ ดังนี้

๖.๔.๑ กำหนดช่องทางสื่อสารองค์กร

๑) จัดทำแผนกำหนดช่องทางสื่อ / โครงการเร่งด่วนจากหน่วยงานในสังกัดจัดทำแผนงาน/โครงการ เพื่อกำหนดช่องทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ หรือจัดทำแผนงาน/โครงการ เพื่อจัดซื้อจัดจ้างสื่อต่างๆ (วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ) สำหรับใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยฯ

๒) เสนอแผนงาน/โครงการ ผ่านหัวหน้าฝ่าย เพื่อเสนอให้ผู้ช่วยอธิการบดีพิจารณาอนุมัติแผนงาน/โครงการ และงบประมาณ ถ้ามีการปรับแก้ไขให้ดำเนินการปรับแก้แผนงาน/โครงการ และนำเสนอเพื่อพิจารณาอีกครั้ง

๓) ดำเนินการตามแผนงาน/โครงการ ที่ได้รับการอนุมัติ เมื่อได้รับการอนุมัติแผนงาน/โครงการ ถ้ากรณีดำเนินการเอง ให้มอบหมายผู้รับผิดชอบดำเนินการตามแผนงาน/โครงการที่กำหนด ถ้ากรณีจ้างบริษัทเข้ามาดำเนินการ ก็ให้ดำเนินการทำเรื่องจัดซื้อจัดจ้าง

๔) ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลตามช่องทางสื่อที่ได้กำหนดตามแผนงาน/โครงการ

๖.๔.๒ จัดทำข่าว/บทความ

๑) รับข้อมูลจากนโยบาย

๒) ดำเนินการ

๒.๑) ดำเนินการเอง

- วิเคราะห์ข้อมูลความเป็นจริง ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลข้อเท็จจริงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ต่อองค์การ อาทิ สถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหา ภูมิหลัง ฯลฯ ด้วยการตรวจสอบบทความหรือข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หรือข้อมูลจากสภาพแวดล้อม หรือปฏิริยาที่ประชาชนผู้เกี่ยวข้องได้ แสดงความคิดเห็น เพื่อนำมารวบรวมไว้ใช้ประโยชน์ต่อไป

- ดำเนินการร่างข่าว/บทความ

๓) เสนอเพื่อพิจารณาอนุมัติข่าว/บทความ ถ้ามีการปรับแก้ไขให้ดำเนินการปรับแก้ไข และส่งเสนอเพื่อพิจารณาอีกครั้ง

๔) ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารตามช่องทางสื่อต่างๆ (วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ) ตามความเหมาะสมของเนื้อหาข่าว/บทความ โดยคำนึงถึงเป้าหมาย และสถานการณ์ในปัจจุบัน

๖.๔.๓ จัดทำสื่อนิทรรศการ/ดูแลใส่ตทัศน์อุปกรณ์

๑) รับข้อมูลจากนโยบายมหาวิทยาลัย/ผู้บริหาร

๒) ออกแบบสื่อนิทรรศการ/ดูแลโสตทัศนูปกรณ์ วางแผนการดำเนินงาน และ ออกแบบสื่อนิทรรศการที่จะจัดแสดง รวมไปถึงตรวจสอบ ดูแลโสตทัศนูปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้มีความพร้อมใช้งาน

๓) เสนอเพื่อพิจารณา ถ้ามีการปรับแก้ไข ให้ดำเนินการแก้ไขและเสนอข้อมูลให้พิจารณาอีกครั้ง

๔) ดำเนินการนำสื่อนิทรรศการที่ได้ออกแบบไว้ นำออกจัดแสดงตามวัน เวลา และ สถานที่ที่กำหนด

๖.๔.๔ จัดทำและออกแบบสื่อเพื่อเผยแพร่ทาง Website ของมหาวิทยาลัย

๑) รับข้อมูลจากนโยบาย/ผู้บริหาร/คณะกรรมการ

๒) ออกแบบสื่อเพื่อเผยแพร่ทาง website ดำเนินการศึกษาวเคราะห์และพัฒนาเว็บไซต์ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ และรูปแบบการใช้งาน

๓) เสนอเพื่อพิจารณา ถ้ามีการปรับแก้ไข ให้ดำเนินการปรับแก้ไขและนำเสนอเพื่อพิจารณาใหม่อีกครั้ง

๔) ดำเนินการนำข้อมูลต่างๆ ที่ต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บนที่กลงในเว็บไซต์

๖.๕ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน

ดำเนินการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานที่ได้ดำเนินงานมา เพื่อรับทราบผลตอบรับในเรื่องต่างๆ ที่ได้มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หรือความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อนำกลับมาพิจารณา ทบทวน และนำมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป

๖.๖ จัดเก็บรวบรวมข้อมูล สรุปรายงานผลการดำเนินการ

เมื่อดำเนินการทุกขั้นตอนเรียบร้อยแล้ว ต้องมีการจัดเก็บข้อมูล ในรูปแบบต่าง ๆ คือ

๑) บันทึกข้อมูลลงคอมพิวเตอร์

๒) จัดเก็บข้อมูลในรูปแบบเอกสาร

๓) บันทึกข้อมูลลง CD

๗.กฎหมาย มาตรฐานงาน และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

๗.๑ พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐

๗.๒ ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน พ.ศ.๒๕๔๘

๗.๓ พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖

๘. การจัดเก็บและเข้าถึงเอกสาร

๘.๑ การจัดเก็บ

ชื่อเอกสาร สถานที่เก็บ ผู้รับผิดชอบ การจัดเก็บ ระยะเวลา

๑. แผนสื่อสารองค์กร

แผนงาน/โครงการ

ฝ่ายสื่อสารนิเทศ

เจ้าหน้าที่งานผลิตสื่อและเผยแพร่

เอกสาร ๕ ปี

๒. เอกสารการจัดซื้อจัดจ้าง

ฝ่ายสื่อสารองค์กร

เจ้าหน้าที่งานบริหารทั่วไป

เอกสาร ๕ ปี

๓. ข่าว/บทความ

ฝ่ายสื่อสารองค์กร

เจ้าหน้าที่งานผลิตสื่อและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

เอกสาร ๓ ปี

๘.๒ ผู้มีสิทธิ์เข้าถึงเอกสาร

เอกสารลำดับที่ ๑-๓ ผู้มีสิทธิ์ คือ หัวหน้าฝ่ายเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ในฝ่ายเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง

๙. ระบบการติดตามและประเมินผล

๙.๑ ตัวชี้วัด

๑) ร้อยละความสำเร็จของการเผยแพร่เป็นไปตามแผนงานสื่อสารองค์กร

๒) ร้อยละความสำเร็จของการรับ-ส่งข้อมูล ถูกต้อง ครบถ้วน

๓) ร้อยละความรู้ความเข้าใจและความพึงพอใจของผู้รับบริการ

๙.๒ เกณฑ์

๑) ร้อยละ ๕๐-๖๐ มีค่าเท่ากับ ๑

๒) ร้อยละ ๖๑-๗๐ มีค่าเท่ากับ ๒

๓) ร้อยละ ๗๑-๘๐ มีค่าเท่ากับ ๓

๔) ร้อยละ ๘๑-๙๐ มีค่าเท่ากับ ๔

๕) ร้อยละ ๙๑-๑๐๐ มีค่าเท่ากับ ๕

๙.๓ วิธีการ

๑) สัมภาษณ์ความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยการใช้แบบสอบถาม

- ๒) การรายงานความก้าวหน้าของแผนงาน/โครงการตามแผนประชาสัมพันธ์
- ๓) สํารวจข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ทางหน้าหนังสือพิมพ์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่

Maejo University

ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย

The Corporate Communication of Maejo University

วิธีการปฏิบัติงาน

Work Instruction

เรื่อง (Subject) : กระบวนการเผยแพร่ข่าว/กิจกรรม/โครงการ

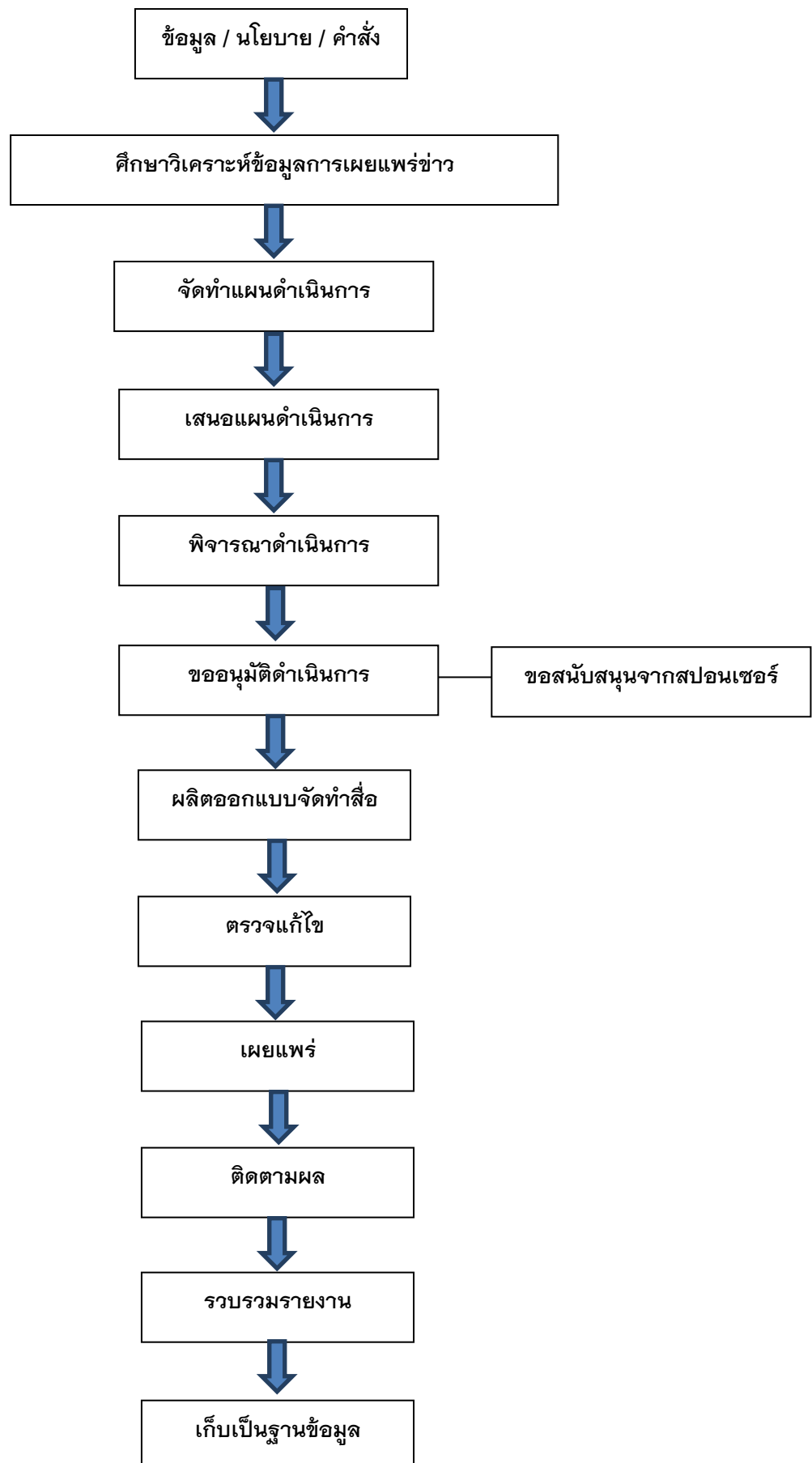
หมายเลขเอกสาร (Document No.) :

ฉบับที่ (Release No.) :

เริ่มใช้วันที่ (Valid Date) :

สำเนา (PC.) :

กระบวนการเผยแพร่ข่าว/กิจกรรม/โครงการ



มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่

Maejo University

ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย

The Corporate Communication of Maejo University

วิธีการปฏิบัติงาน

Work Instruction

เรื่อง (Subject) : การเขียนข่าวสื่อสารมวลชน

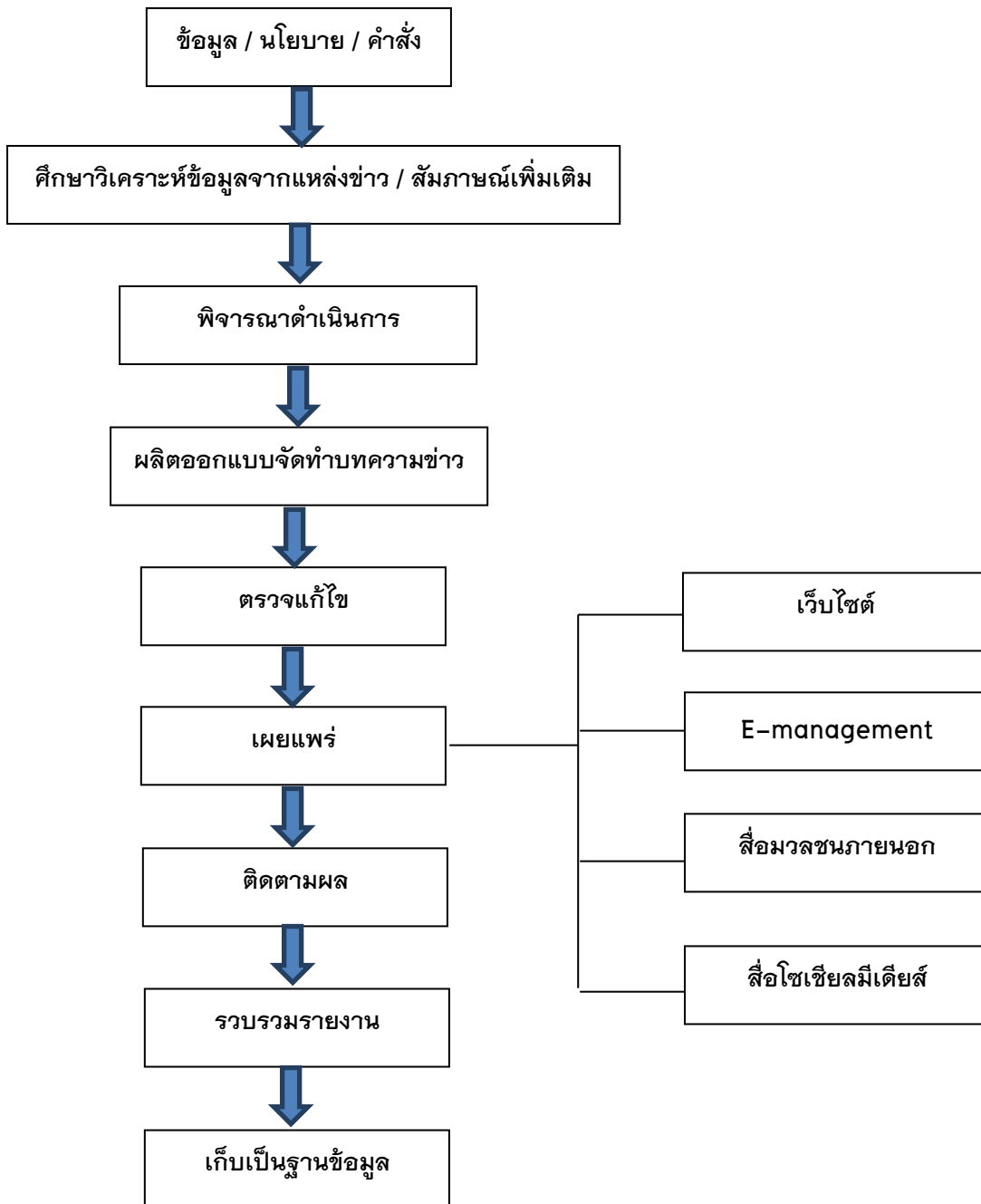
หมายเลขเอกสาร (Document No.) :

ฉบับที่ (Release No.) :

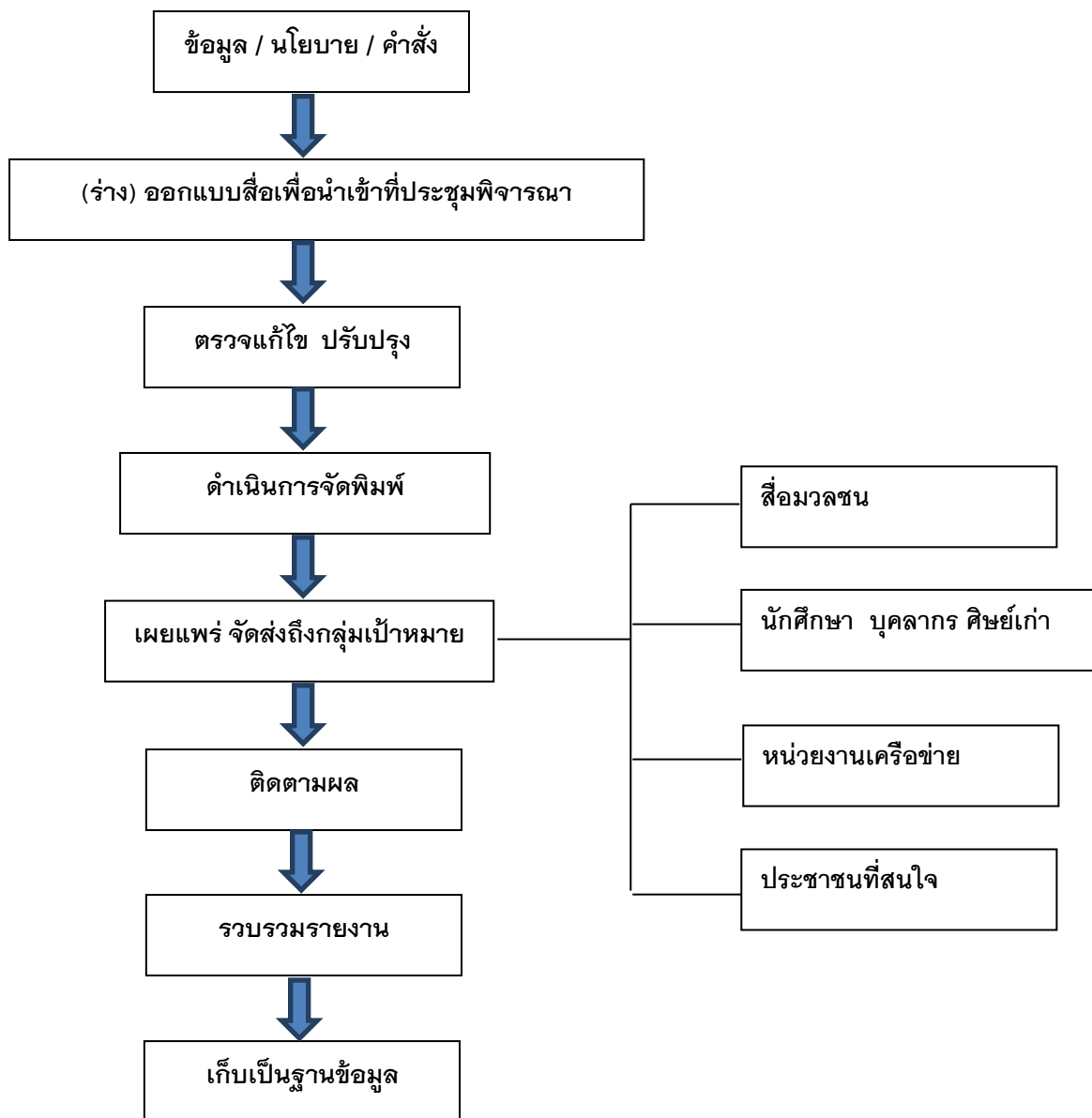
เริ่มใช้วันที่ (Valid Date) :

สำเนา (PC.) :

กระบวนการเขียนบทความข่าวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์



กระบวนการออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์



มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่

Maejo University

ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย

The Corporate Communication of Maejo University

วิธีการปฏิบัติงาน

Work Instruction

เรื่อง (Subject) : การจัดกิจกรรมพิเศษ Events

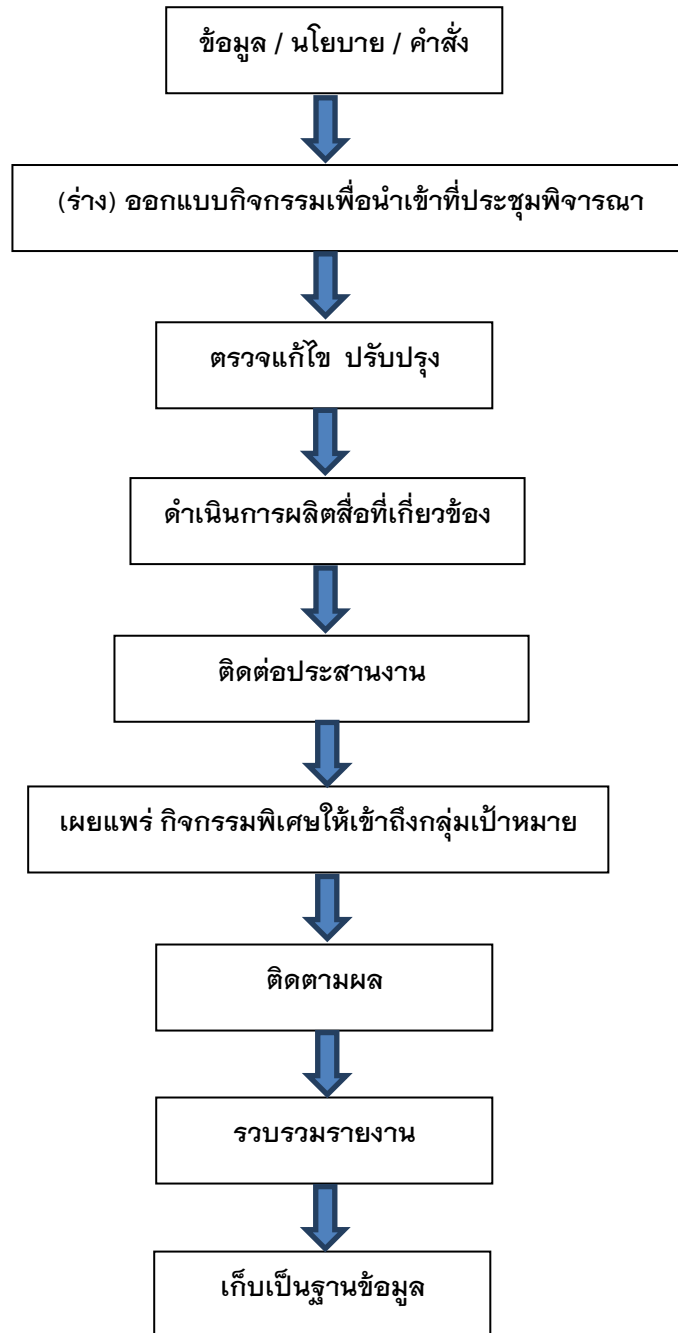
หมายเลขเอกสาร (Document No.) :

ฉบับที่ (Release No.) :

เริ่มใช้วันที่ (Valid Date) :

สำเนา (PC.) :

การจัดกิจกรรมพิเศษ Events



มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่

Maejo University

ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย

The Corporate Communication of Maejo University

วิธีการปฏิบัติงาน

Work Instruction

เรื่อง (Subject) : ช่องทางการรับทราบข้อมูลและการร้องเรียน

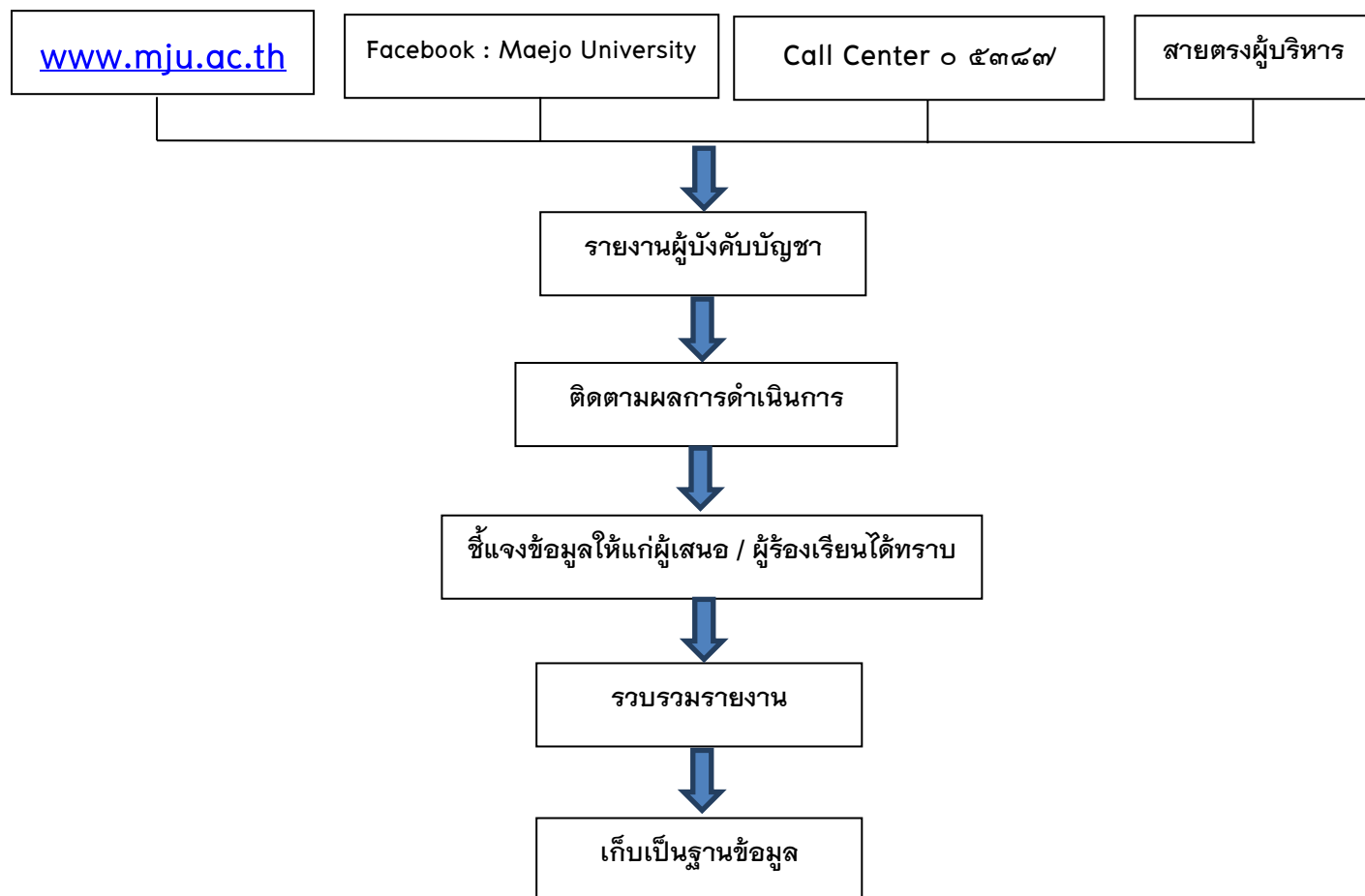
หมายเลขเอกสาร (Document No.) :

ฉบับที่ (Release No.) :

เริ่มใช้วันที่ (Valid Date) :

สำเนา (PC.) :

ช่องทางการรับทราบข้อมูลและการร้องเรียน



หมายเหตุ

การแจ้งข้อมูล / ข้อเสนอแนะ / หรือข้อร้องเรียนมีหลายช่องทาง ทั้งทางสื่อออนไลน์ ส่งอีเมล โทรศัพท์ สอบถาม หรือแจ้งโดยตรงต่อผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง เบื้องต้นหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายหน้าที่หลัก ได้แก่ งานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี จะชี้แจงตอบคำถามหรือให้ข้อมูลแก่ผู้สอบถามโดยตรง กรณีมีข้อร้องเรียนหรือเหตุที่ต้องแก้ไขปัญหา จะรายงานเสนอผู้บังคับบัญชาเพื่อแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป หากมีการดำเนินการแล้ว จะแจ้งให้ผู้ร้องเรียนได้ทราบด้วย

แบบสอบถามการใช้สื่อของนักศึกษา บุคลากร และศิษย์เก่าแม่โจ้ ปี ๒๕๕๘

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นงานวิจัยที่จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจการใช้สื่อของกลุ่มประชากรมหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Stakeholders) เพื่อนำไปเป็นฐานข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และใช้อ้างอิงในการพัฒนากระบวนการผลิต ออกแบบและสร้างสรรค์สื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป จึงขอขอบคุณทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้ข้อมูลดังกล่าวนี้

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

๑. เพศ ชาย หญิง ข้ามเพศ
๒. อายุ
๓. สถานภาพ โสด สมรส มีบุตร ไม่มีบุตร
๔. อาชีพ นักศึกษา อาจารย์ บุคลากร ผู้ประกอบการ
 เกษตรกร รับจ้าง อื่น ๆ ระบุ.....
๕. รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ ๒ แบบสอบถามการใช้สื่อ

๖. สื่อโทรทัศน์

๖.๑ ความถี่/ความต่อเนื่องที่ดูโทรทัศน์

- น้อยกว่า ๑ ชม./วัน มากกว่า ๒ ชม./วัน มากกว่า ๕ ชม./วัน มากกว่า ๘ ชม./วัน

๖.๒ ช่วงเวลาที่ดูโทรทัศน์เป็นประจำ

- เช้า (๖.๐๐ - ๙.๐๐ น.) กลางวัน (๑๐.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.)
 บ่าย (๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.) เย็น (๑๖.๐๐ - ๑๘.๐๐ น.) ค่ำ (๑๘.๐๐ - ๒๐.๐๐)
 ดึก (๒๑.๐๐ - ๒๔.๐๐ เป็นต้นไป)

๖.๓ ช่องสัญญาณที่ดูประจำ

- เคเบิลทีวี ช่อง..... ฟรีทีวี ช่อง..... ทีวีดิจิตอล ช่อง..... อื่น ๆ ระบุ.....

๖.๔ ประเภทรายการ

-

ข่าว ละคร วาไรตี้ การ์ตูน อื่น ๆ ระบุ.....

๓๗. สื่อสิ่งพิมพ์ที่ติดตามเป็นประจำ

หนังสือพิมพ์ ระบุชื่อ..... นิตยสาร ระบุชื่อ.....

ข่าวออนไลน์ ระบุชื่อ..... อื่น ๆ ระบุ

๓๘. สื่อวิทยุ

คลื่นสัญญาณ ระบุ..... ช่วงระยะเวลาที่รับฟัง.....

๓๙. เว็บไซต์

เว็บที่เข้าเป็นประจำ..... ระยะเวลาที่ใช้.....

๔๐. สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ

เฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ We Chat อื่น ๆ.....

๔๐. ความถี่ในการใช้สมาร์ตโฟนออนไลน์

ตลอดเวลา วันละ ๕ ชม. วันละ ๒ ชม. สัปดาห์ละครั้ง ไม่ใช่เลย

๔๑. แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่นิยมใช้

๔๒. ค่าใช้จ่ายสำหรับการใช้สมาร์ตโฟนต่อเดือน.....

๔๓. ท่านคิดว่ามหาวิทยาลัยควรพัฒนาสื่อใดเพื่อรองรับความต้องการในการเข้าถึงข่าวสารข้อมูลได้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

.....
.....

๔๔. ท่านคิดว่าระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของมหาวิทยาลัยสามารถรองรับการเข้าถึงสื่อในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศได้ดีเพียงใด

.....
.....

ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....