



สรุปรายงานผล

โครงการสัมมนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานประชาสัมพันธ์เชิงรุก
ด้านการสื่อสารดิจิทัล (KM สัญจร)



จัดโดย

คณะทำงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยแม่โจ้

สิงหาคม ๒๕๖๒

สรุปรายงานผล
โครงการสัมมนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านการสื่อสารดิจิทัล (KM สัญจร)

วันที่ ๑ – ๒ สิงหาคม ๒๕๖๒

ณ เบลล์ วิลล่า รีสอร์ท เชียงใหม่

๑. หลักการและเหตุผล

ตามที่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ได้มีคำสั่ง ที่ ๘๖๒/๒๕๖๑ เรื่อง แต่งตั้งคณะทำงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ขึ้น เพื่อดำเนินงานด้านการสื่อสารองค์กร เป็นเครือข่ายในการให้บริการและประสานงานให้ความช่วยเหลือในด้านการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานภายใน ตลอดจนประสานงานกับสื่อมวลชนระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และต่างประเทศ เพื่อสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือระหว่างกัน อีกทั้งเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยมีหน้าที่จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ในระดับมหาวิทยาลัยให้สอดคล้องกับแผนการสื่อสารองค์กร นอกจากนี้ ยังดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมหรือโครงการของทุก ๆ หน่วยงานภายใน เพื่อสร้างการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

ในการนี้ คณะทำงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จึงเห็นควรให้มีการจัดทำโครงการสัมมนาเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเชิงรุก KM สัญจร คณะทำงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก และการผลิตสื่อดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสานสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ ความเข้าใจในคณะทำงาน ฯ เกี่ยวกับนโยบาย และแผนการสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมโครงการจะสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปต่อยอดในการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อหน่วยงาน โดยผ่านการฝึกปฏิบัติ และอบรมให้ความรู้จากวิทยากรภายนอกที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ด้านการสื่อสารในยุคดิจิทัล

๒. วัตถุประสงค์

- เพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยเสริมสร้างประสบการณ์ และความรู้ในด้านการสื่อสารดิจิทัล
- สร้างการรับรู้ ความเข้าใจในนโยบายและแผนการสื่อสารองค์กร
- ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีร่วมกัน แก่คณะทำงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

๓. สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยข้อที่

เป้าประสงค์ ๖. การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นสากล

ตัวชี้วัด ๖.๑.๔ ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและทิศทางการพัฒนามหาวิทยาลัย

กลยุทธ์ ๖.๑.๓ พัฒนาการสื่อสารองค์กรทั้งในเชิงยุทธศาสตร์และงานประจำให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย มีแผนงานที่ชัดเจนด้วยการบูรณาการทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความเข้าใจและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่มหาวิทยาลัยแม่โจ้

๔. ผลผลิตและผลลัพธ์

- มีความรู้ ความเข้าใจ ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านการสื่อสารดิจิทัลมากยิ่งขึ้น และสามารถนำความรู้ที่ได้รับ ไปต่อยอดในการปฏิบัติงานได้จริง
- มีความรู้ ความเข้าใจ ในนโยบาย และแผนการสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัย
- มีความสัมพันธ์อันดี และเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการทำงานร่วมกัน

๕. ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
<u>เชิงปริมาณ</u>	
- ความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น	ร้อยละ ๘๐
<u>เชิงคุณภาพ</u>	
- สามารถทำสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการสื่อสารดิจิทัล ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในการปฏิบัติงาน	ร้อยละ ๗๕

6. ข้อมูลเชิงสรุปจากการเข้าร่วมโครงการ พิธีเปิด โดย อ. ดร.สุเขต สกุลทอง



กิจกรรมที่ ๑ เตรียมความพร้อม (Group Dynamics Activity) โดย อ.พีระยศ สร้อยทอง

- แนะนำตัว
- กิจกรรมละลายพฤติกรรม





กิจกรรมที่ ๒ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ “การผลิตสื่อดิจิทัล และ Design Thinking เพื่อเผยแพร่ข่าวสารสัมพันธ์ยุคองค์กรดิจิทัล” โดย คุณเมธาวิ มุ่งเจริญ และคุณกมลพร พิสิฐมุกดา บริษัท Mazmaker Google Partner Qualify

- การตลาด และการตลาดดิจิทัล (Marketing & Digital Marketing)
- Consumer Journey หมายถึง เส้นทางเดินทางของลูกค้า โดยต้องสร้างให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ ดึงดูดในสนใจ และถาม จนเกิดพฤติกรรม และการบอกต่อในที่สุด ตามหลัก ๕A (Aware, Appeal, Ask, Act, Advocate)
- Digital Platform
- Design Thinking เน้นการสร้าง Keyword ให้ Branding
- การสร้างแบรนด์ ต้องตั้งคำถามว่า ๑. แบรนด์เกิดมาเพื่ออะไร ๒. ลูกค้าคือใคร ๓. บุคลิกของแบรนด์เป็นอย่างไร
- ตอบข้อซักถาม



กิจกรรมที่ ๓ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ “บุคลิกภาพและจิตวิญญาณของนักประชาสัมพันธ์ยุค ๔.๐” โดย อ.รัชฎาภรณ์ พูนศรีโชติ

- ทักษะในการพัฒนาบุคลิกภาพที่ดีของนักประชาสัมพันธ์
- เทคนิคการพูด การใช้เสียงในการสื่อสาร
- เทคนิคการแต่งหน้า แต่งกายตามสถานการณ์ต่าง ๆ



กิจกรรมที่ ๔ การบรรยายพิเศษในหัวข้อ “นโยบายและยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มุ่งสู่ ๑๐๐ ปี”

โดย รศ. ดร.วีระพล ทองมา

- การวิเคราะห์ผู้รับสาร
- การประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
- การสื่อสารนโยบายและยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม
- การสื่อสารเชิงบวก สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร



กิจกรรมที่ ๕ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ “Creative Photographer” โดย อ.จิรันธิน ชนโชคนันทพัฒน์

- อุปกรณ์ถ่ายภาพชนิดต่าง ๆ
- การใช้เลนส์แต่ละชนิด
- เทคนิคการตั้งค่ากล้องถ่ายรูป
- เทคนิคการถ่ายภาพในแต่ละสถานการณ์
- เทคนิคการแต่งภาพ โดยโปรแกรม Lightroom
- การจัดฉากถ่ายภาพ
- การจัดองค์ประกอบภาพ
- Workshop สาธิตการถ่ายภาพเบื้องต้น



กิจกรรมที่ ๖ กิจกรรมสานสัมพันธ์เครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย

- เล่นเกมตอบคำถาม และแสดงความสามารถพิเศษชิงรางวัลต่างๆ
- เครือข่ายประชาสัมพันธ์พบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานในแต่ละหน่วยงาน



กิจกรรมที่ ๓ เตรียมความพร้อม (Group Dynamics Activity) โดย อ.พีระยศ สร้อยทอง

- เกมกระชับความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่าย



กิจกรรมที่ ๔ กระบวนการถอดบทเรียน และ Workshop การประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดย อ. ดร.สุดเขต สกุลทอง

กลุ่มที่ ๑

- ตั้งจุดเด่นของมหาวิทยาลัยคือ Green University
- เสนอให้ทุกหน่วยงานในมหาวิทยาลัยเข้าร่วมโครงการ Green Office
- เพิ่มพื้นที่สีเขียวในมหาวิทยาลัย
- ส่งเสริมให้ใช้จักรยาน หรือรถไฟฟ้าในการคมนาคมภายในมหาวิทยาลัย เพื่อเป็นการลดคาร์บอน
- ส่งเสริมนวัตกรรมงานวิจัยที่มุ่งเน้นเกษตรอินทรีย์ หรือนวัตกรรมมสียเขียว เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวหรืออบรมสัมมนาเชิงเกษตรนิเวศ
- เสนอให้มีศูนย์ประสานงานเกษตรอินทรีย์ เพื่อเป็นศูนย์กลางให้ข้อมูลด้านการเกษตร โดยเฉพาะกับผู้สนใจ
- สร้างเครือข่ายศิษย์เก่าของโรงเรียนให้มากขึ้น
- ทำการตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้น (Digital Marketing) เช่น chat bot
- โปรโมทวิดีโอในสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น เช่น Live, Vlog เป็นต้น
- ทำการศึกษาวิจัยกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน
- สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ควรเพิ่มภาษาอังกฤษ และจีนให้มากขึ้น



กลุ่มที่ ๒

- เน้นเพิ่มความเข้มแข็งของเครือข่ายสื่อสารองค์กร
- มีกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารของหน่วยงานต่าง ๆ กับฝ่ายสื่อสารองค์กร เพื่อที่จะได้รับทราบนโยบายต่าง ๆ ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
- เสนอให้พัฒนาจัดทำฐานข้อมูลออนไลน์ ที่รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ของคณะหรือหน่วยงาน ภายในมหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลด้านนักศึกษา งานวิจัย องค์ความรู้ ตลอดจน ประเด็นสังคมที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยในด้านต่าง ๆ
- สื่อสารเรื่องราวละเอียดการรับเข้านักศึกษาใหม่ให้มากขึ้นกับทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันทั้งผู้ให้ข้อมูล และผู้รับข้อมูล
- ดึงเครือข่ายสื่อสารองค์กรให้เข้าไปมีบทบาทกับกลุ่มสื่อมวลชนให้มากขึ้น
- ศึกษาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของมหาวิทยาลัยให้ชัดเจน
- จัดกิจกรรม Workshop ให้เครือข่ายได้เรียนรู้เรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เช่น พื้นฐานการเขียน การถ่ายภาพ การเป็นพิธีกร หรือการจัดทำสื่อต่าง ๆ ฯลฯ



กลุ่มที่ ๓

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยแม่โจ้ประสบกับปัญหาเรื่องของจำนวนนักศึกษาที่ลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อให้กับทุกคณะ, วิทยาลัย มหาวิทยาลัยควรตระหนักและหันมาให้ความสำคัญกับปัญหาดังกล่าวเพราะอะไร มหาวิทยาลัยแม่โจ้จึงมีจำนวนนักศึกษาที่ลดลงจนเป็นที่น่ากลัว สำหรับปีการศึกษานี้ ซึ่งเป็นปัญหาของจำนวนนักศึกษาในทุกปี โดยลองตั้งคำถามเล่น ๆ ดูว่า ดังนี้

- เพราะกลุ่มเป้าหมายและสังคมรู้จักมหาวิทยาลัยแม่โจ้ดีแค่ไหน ?
- เพราะมหาวิทยาลัยแม่โจ้โดดเด่นเฉพาะด้านการเกษตรรีเปลา? แล้วคณะอื่น ๆ ที่ไม่ใช่คณะที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรล่ะ? สังคมรู้จักไหม? และรู้จักดีพอแล้วรึยัง?
- หรือเพราะเด็กไทยส่วนมากไม่ชอบเรียนด้านการเกษตรรีเปลา? แต่คณะอื่น ๆ ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ก็มีนะ แล้วเขารู้จักไหม?
- การรับน้องส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อ เนื่องจากข้อมูลในโซเชียลค่อนข้างมีผลต่อการตัดสินใจ

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ควรมีการร่วมมือกันเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเกี่ยวกับสาขาวิชาอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากคณะที่มีการเรียนการสอนด้านการเกษตร ซึ่งในทุกคณะ ทุกหลักสูตรมีความโดดเด่นเฉพาะตัวเองและมีจุดขายในแต่ละคณะอยู่แล้ว เพียงแต่สังคมยังไม่รู้จักมหาวิทยาลัยแม่โจ้ว่ายังมีคณะอื่น ๆ ที่โดดเด่นไม่ต่างจากคณะด้านการเกษตรเลย เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับสังคมและกลุ่มเป้าหมายเพิ่ม

มากขึ้น คณะ หรือวิทยาลัย ควรค้นหาจุดโดดเด่นของแต่ละหลักสูตร เพื่อชูจุดเด่นของหลักสูตรนั้น ๆ และช่วยกันตีแผ่ความโดดเด่นของแต่ละหลักสูตรออกสู่สังคมและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยมีประเด็น “เมื่อเขาเลือกที่จะมาเรียนที่นี่แล้วเขาได้อะไร”

ยกตัวอย่าง การทำงานของคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยี

ขอยกตัวอย่างการประชาสัมพันธ์หลักสูตรของคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยี โดยการวางแผนของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภากร ธาราฉาย รองคณบดีคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยี ฝ่ายวิชาการ ได้มีการประชาสัมพันธ์หลักสูตรไปยังวิทยาลัยเกษตรฯ และโรงเรียนมัธยม ต่าง ๆ โดยการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ดังนี้

- โปสเตอร์ขนาด A๔ พร้อมกับติดสัญลักษณ์ QR CODE วีดีโอแนะนำหลักสูตรในโปสเตอร์
- ประชาสัมพันธ์วีดีโอแนะนำหลักสูตรใน YouTube
- ประชาสัมพันธ์การรับผู้เข้าศึกษาที่เป็นบุตรเกษตรกร
- ประชาสัมพันธ์การรับผู้เข้าศึกษาที่บ้านมีฟาร์มเลี้ยงสัตว์

โดยการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จะมีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าก่อนเปิดภาคการศึกษาอย่างน้อย ๓ เดือน จะเห็นได้ว่าคณะสัตวศาสตร์ มีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มเป้าหมายของคณะฯ อีกทั้งยังการสร้างเครือข่ายของคณะฯ รวมไปถึงการกระตุ้นในเรืองของการมีงานทำของนักศึกษาคณะสัตวศาสตร์ อีกด้วย

สรุปประเด็น

1. ฝ่ายสื่อสารองค์กรและทุกหน่วยงาน ต้องมีทำงานเชิงบูรณาการร่วมกันเพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรที่มีความโดดเด่นนอกเหนือจากทางด้านการเกษตรเชิงรุก
2. ทุกหน่วยงานต้องมีการสร้างเครือข่ายเพื่อตอบสนองและรองรับกับนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ที่สำเร็จการศึกษา
3. ลงพื้นที่ประชาสัมพันธ์หลักสูตรต่าง ๆ ไปยังโรงเรียนในแต่ละจังหวัด ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น
4. การออกไปประชาสัมพันธ์หลักสูตร ควรแจ้งหน่วยงานกลาง คือสำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ เพื่อให้การใช้งบประมาณเกิดประโยชน์สูงสุด



กลุ่มที่ ๔

- มุ่งเน้นการนำเสนอเรื่องเกษตรอินทรีย์
- เพิ่มแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ (แหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต)
- เพิ่มการจัดกิจกรรมพิเศษ และการออกบูธไปตามกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ (Event & Roadshow)
- ใช้ Social Media ในการตลาดออนไลน์มากขึ้น เน้นการทำ VDO
- เพิ่มคอร์สเรียนออนไลน์



พิธีปิด โดย อ.ชัช พชรธรรมกุล



๓/. กิจกรรมและงบประมาณ

กิจกรรมที่ ๑ สัมมนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
ประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านการสื่อสารดิจิทัล (KM) สัญจร จำนวน ๙๙,๕๐๐ บาท

รายการค่าใช้จ่าย	งบประมาณ (บาท)	แสดงตัวคุณให้ชัดเจน
ค่าวิทยากร และทีมกระบวนกร	๔๒,๐๐๐.๐๐ -	(จ้างเหมาดำเนินการ) วิทยากร จำนวน ๓ คน ทีมกระบวนกร จำนวน ๔ คน - ค่าตอบแทน - ค่าพาหนะเดินทาง - ค่าวัสดุอุปกรณ์ - ค่าเอกสารประกอบการบรรยาย
ค่าห้องประชุมสัมมนา ลานกิจกรรม กลางแจ้ง ค่าที่พัก อาหาร และอาหาร ว่าง	๕๔,๐๐๐.๐๐ -	วิทยากร ทีมกระบวนกร และ ผู้เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๕๐ คน คนละ ๑,๓๕๐ บาท - ค่าห้องประชุมสัมมนา และลาน กิจกรรมกลางแจ้ง - ค่าห้องพัก ๑ คืน - ค่าอาหารหลัก ๔ มื้อ - ค่าอาหารว่าง ๓ เบรค
ค่าพาหนะเดินทาง	๒,๐๐๐.๐๐ -	ค่าน้ำมันเดินทางไป-กลับ

		(ผู้เข้าร่วมโครงการ)
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด และอื่น ๆ	๑,๕๐๐.๐๐ -	- ค่าของที่ระลึกวิทยากร ๓ คน - ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

(หมายเหตุตัวเลขทุกรายการ)

๘. หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ.....ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย.....



(อาจารย์ ดร.สุดเขต สกุลทอง)

ประธานคณะกรรมการเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย