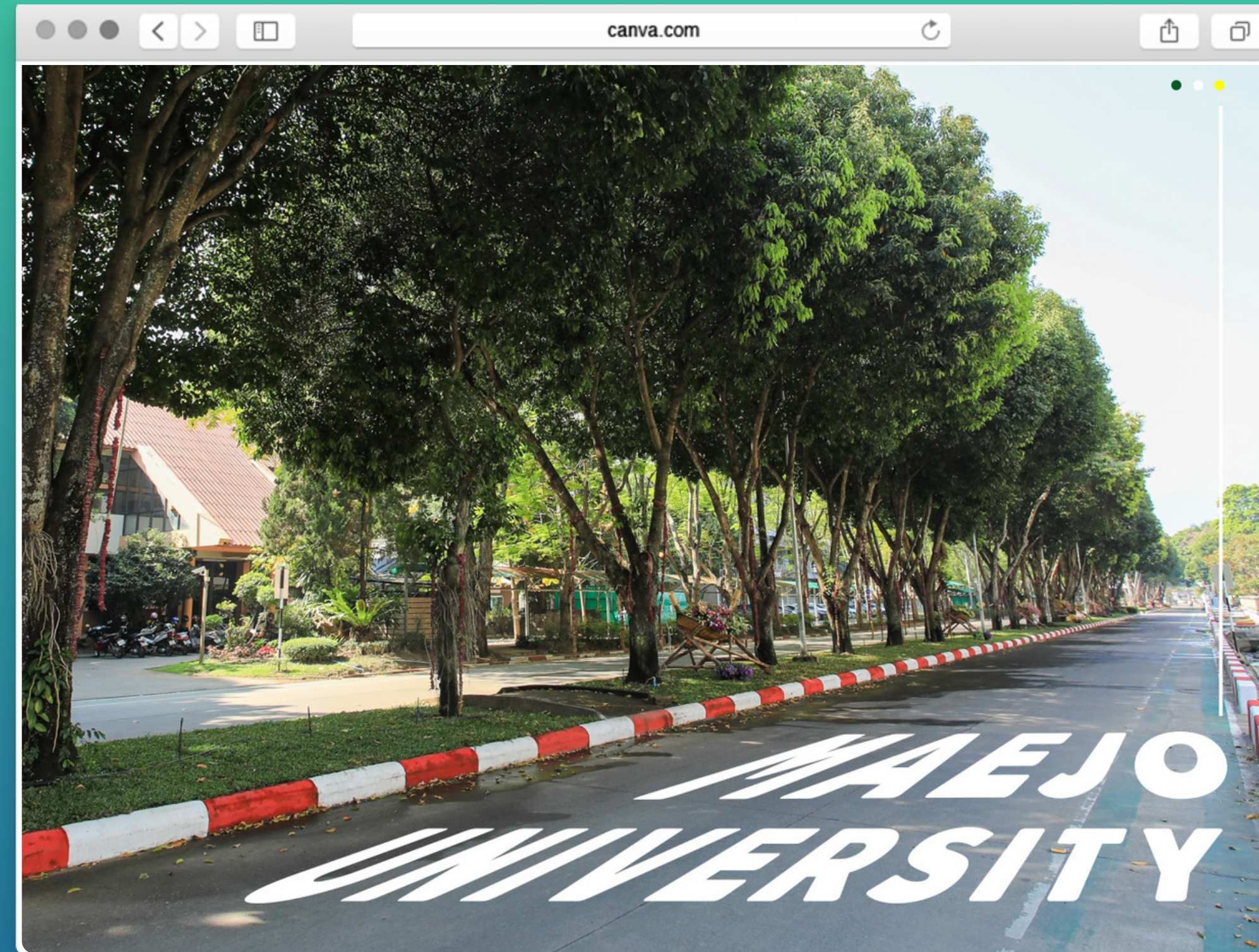




แผนกลยุทธ์ สื่อสารองค์กร

พ.ศ. 2565 - 2567

ฝ่ายสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยแม่โจ้



prmaejo@gmaejo.mju.ac.th

@MJUChiangmai

0 5387 3016-19

สภาพแวดล้อมขององค์กร

01

ฝ่ายสื่อสารองค์กรจัดตั้งขึ้นตาม
ประกาศมหาวิทยาลัยแม่โจ้
เรื่องการแบ่งหน่วยงานย่อยภายใน
ของส่วนงาน ตามมาตรา 9 แห่ง
พรบ.มหาวิทยาลัยแม่โจ้ พ.ศ. 2560
มีผลตั้งแต่วันที่ 21 มิถุนายน 2562

02

เป็นหน่วยงานปฏิบัติงานเชิงรุก
ด้านการสื่อสารองค์กร เพื่อส่งเสริม
และสนับสนุนกิจการมหาวิทยาลัย
เผยแพร่ภาพลักษณ์ และผลิตสื่อให้
เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ตอบสนอง
ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย ตลอดจน
ส่งเสริมกิจกรรมสื่อสารเชิงการ
ตลาด พร้อมสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ
ให้สอดคล้องกับการปรับตัวขององค์กร
ในยุคปัจจุบัน

03

สถานที่ทำการ : สำนักงานมหาวิทยาลัย
63 หมู่ 4 ต.หนองหาร อ.สันทราย
จ.เชียงใหม่ 50290
โทรศัพท์ : 0 5387 3016 – 19
อีเมล : prmaejo@maejo.mju.ac.th
Facebook : @MJUChiangmai
Line Official / Instagram :
@Maejouniversity



วิสัยทัศน์ (Vision)

Communicate with Creativity for Green Community

สื่อสารอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสังคมสีเขียว
สู่ระดับนานาชาติ

พันธกิจ (Mission)



- 01 ส่งเสริมสนับสนุนกิจการ นโยบาย ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

- 02 เผยแพร่ภาพลักษณ์ และผลิตสื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม

- 03 จัดกิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุคปัจจุบัน

บริการและวิธีการให้บริการ

งานด้านสื่อสารนิเทศ

บริหารจัดการผลิตสื่อทั้งระบบ
ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล และ
Social Media ทุกช่องทาง

งานกิจกรรมพิเศษ

ยุทธศาสตร์และการสื่อสาร
การตลาด ภาพลักษณ์ และ
กลยุทธ์ กิจกรรมพิเศษเชิงรุก
เพื่อส่งเสริมค่านิยมองค์กร

งานอำนวยความสะดวก

บริหารจัดการ และจัดทำ
ฐานข้อมูล สรุปรายงานผล
ตามตัวชี้วัด

Staff



นางสาวกนกวรรณ แซ่หล่อ
หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร



มีผู้ปฏิบัติงานตามภารกิจ จำนวนทั้งสิ้น 5 อัตรา
เพศ : หญิง 5 คน
การศึกษา : ระดับปริญญาโท 2 คน ปริญญาตรี 3 คน
ประเภท : พนักงานมหาวิทยาลัย 4 คน พนักงานส่วนงาน 1 คน



นางสุจิตรา ราชจันทร์
นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ



นางสาวน้ำทิพย์ พรหมเพชร
นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ



นางสาวปรีศนา เก่งกาจ
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ปฏิบัติการ



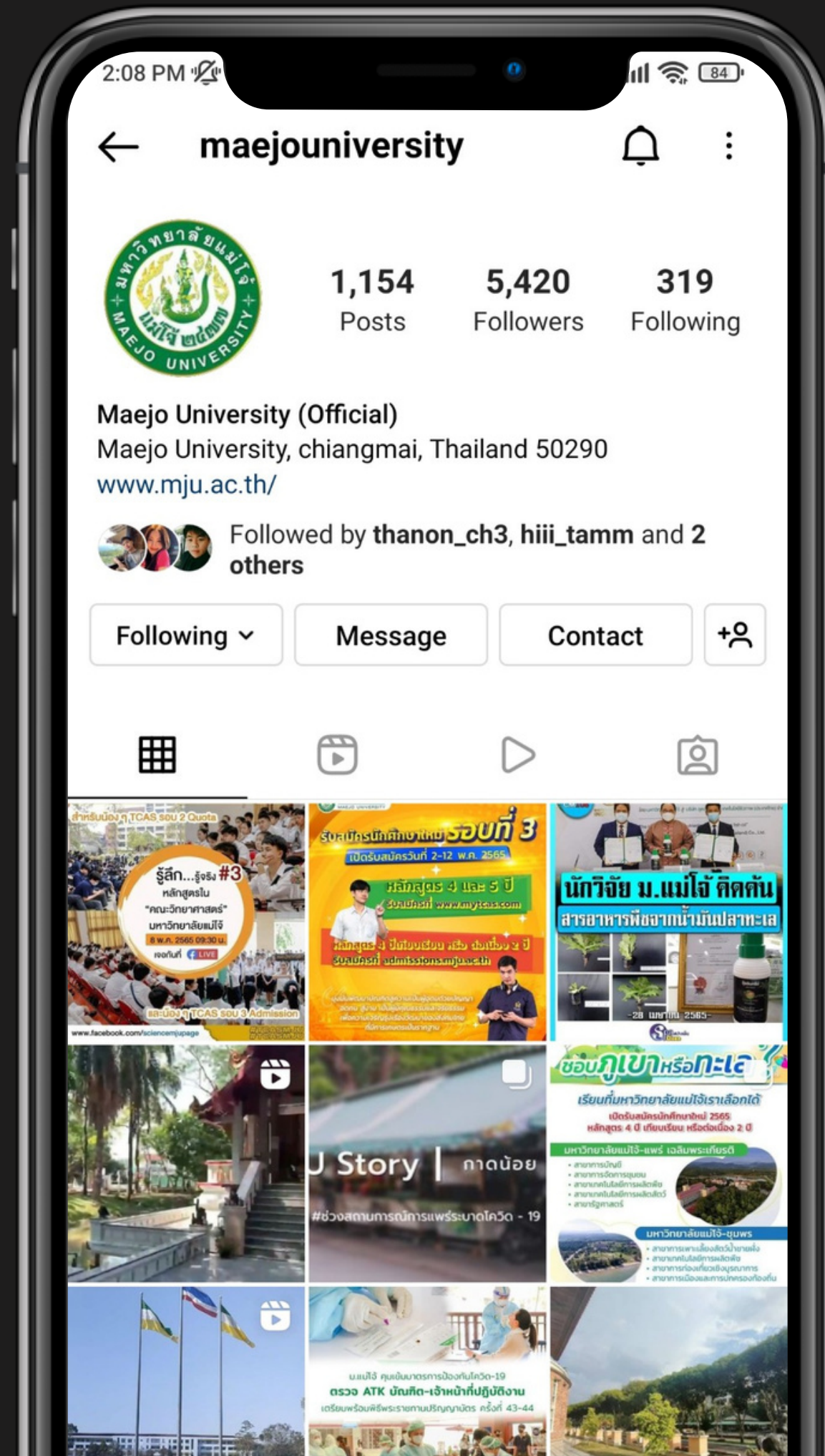
นางสาวอณณ์ชญาน์ ปัญญาอริสัน
นักประชาสัมพันธ์

Online Media

- Facebook : @MJUChiangmai
- Instagram : @MaejoUniversity
- Line : @MaejoUniversity
- YouTube : Maejo University
- Tikkok : Maejo University
- Blockdit : Maejo University
- Twitter : @UniversityMaejo

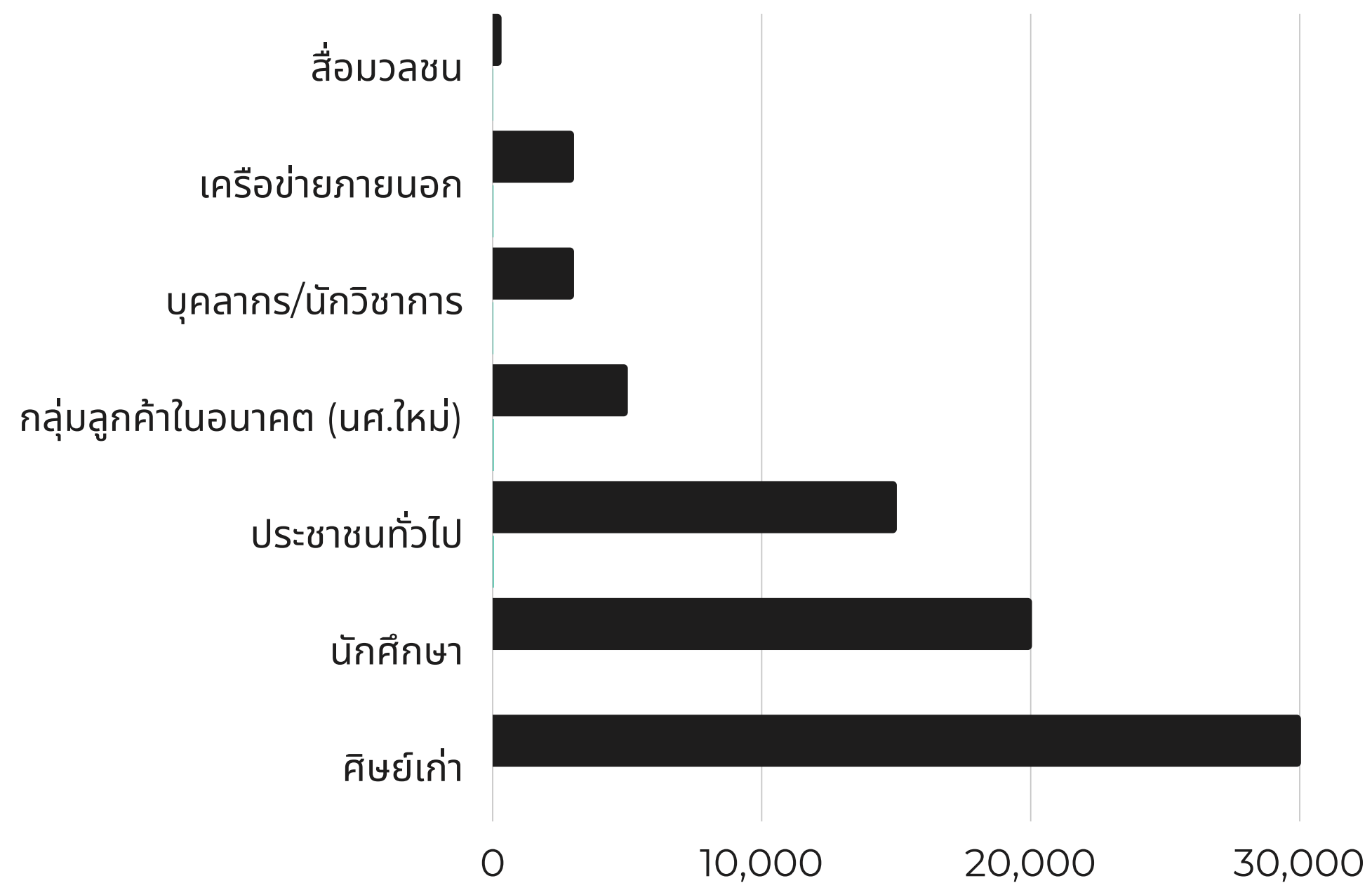
offline Media

- จอ LED
- วารสาร Inside Maejo และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ
- ป้ายไว้นิล คัทเอ๊าท์
- Souvenir / Product Identity



Stakeholders

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ด้านการสื่อสารต่อปี



Action Plan

แผนดำเนินงานตามพันธกิจ 3 ด้าน

1. สนับสนุนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

- โครงการผู้บริหารพบปะสื่อมวลชนประจำปี
 - โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้คณะกรรมการเครือข่าย
สื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัย (KM)
 - โครงการสื่อสารองค์กรเพื่อสังคมสีเขียว Maejo
GO Green / Eco Day Zero Carbon
 - โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ 100 ปี
-



แสดงความขอบคุณสื่อมวลชนทุกแขนงที่ได้เผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยมาโดยตลอด และเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย พร้อมด้วยการจัดแสดงผลงานนิทรรศการ เผยแพร่ผลงานวิจัยที่ตอบสนองยุทธศาสตร์ ของมหาวิทยาลัย เพื่อให้สื่อมวลชนได้นำไปเผยแพร่ต่อไป

รูปแบบโครงการ : โครงการต่อเนื่อง



ส่งเสริมสนับสนุนกิจการ นโยบาย ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

- โครงการผู้บริหารพบปะ สื่อมวลชนประจำปี

กลุ่มเป้าหมาย : สื่อมวลชนทั้งกรุงเทพและจังหวัด เชียงใหม่

รายละเอียด : จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับ สื่อมวลชน และเผยแพร่อัตลักษณ์และยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยเพื่อสร้างการรับรู้ Awareness ให้เข้าถึง

งบประมาณ : 200,000 บาท (มีงบ)

ส่งเสริมสนับสนุนกิจการ นโยบาย ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

- โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้คณะกรรมการเครือข่ายสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัย (KM)

กลุ่มเป้าหมาย : คณะกรรมการเครือข่ายสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัย

รายละเอียด : จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (KM) สร้างความสัมพันธ์ให้เกิดความร่วมมือที่ดีกับเครือข่ายจากทุกคณะ/สำนัก และพัฒนาการทำงาน

งบประมาณ : 120,000 บาท (ยังไม่ใช้งบส่วนนี้)



เพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยเสริมสร้างประสบการณ์และความรู้ด้านการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ สร้างการรับรู้ ความเข้าใจนโยบายและแผนการสื่อสารองค์กร รวมถึงส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีให้กับคณะทำงานเครือข่ายสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยให้ร่วมกันทำงานได้อย่างเข้มแข็ง

รูปแบบโครงการ : โครงการต่อเนื่อง



© MJU Communication Center | ฝ่ายสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยแม่โจ้



โครงการสื่อสารองค์การเชิงรุกที่ขับเคลื่อนนโยบาย GO. Eco. U. และผลักดันมหาวิทยาลัยสู่ Green University โดยนำเสนอผ่านรูปแบบของกิจกรรมพิเศษ (Event) เพื่อให้เกิดการบูรณาการองค์ความรู้ที่เป็นเลิศในด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย และสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางแห่งจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (Hub of Agroecology Destination) ให้เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้น นำไปสู่การสร้างรายได้ให้กับมหาวิทยาลัย เครือข่ายเกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่ และประเทศชาติ

รูปแบบโครงการ : โครงการใหม่

ส่งเสริมสนับสนุนกิจการ นโยบาย ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

- โครงการสื่อสารองค์การเพื่อสังคมสีเขียว Maejo GO Green / Eco Day Zero Carbon

กลุ่มเป้าหมาย : บุคลากร นักศึกษา และประชาชนทั่วไป

รายละเอียด : จัดกิจกรรมวัน Eco Day, แคมเปญวิ่งเก็บขยะ, ประกวดคลิป MJU Eco Life และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

งบประมาณ : 200,000 บาท (ยังไม่มีงบในส่วนนี้)

ส่งเสริมสนับสนุนกิจการ นโยบาย ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

- โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์
100 ปี

กลุ่มเป้าหมาย : ภายในและภายนอก บุคลากร นักศึกษา
ศิษย์เก่า และประชาชนทั่วไป จำนวน 10,000 คนขึ้นไป

รายละเอียด : ทำสื่อทุกแพลตฟอร์ม และกิจกรรม
Maejo >> The Next Kick Off Project
Rebranding MJU

งบประมาณ : 680,000 บาท (ยังไม่มียกส่วนนี้)



มุ่งเน้นการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์แม่โจ้ 100 ปี (2477-2577) ผ่านการผลิตสื่อรูปแบบต่าง ๆ ที่รองรับทุกแพลตฟอร์มการสื่อสาร สร้างการรับรู้ และสร้างความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึง การจัดทำ Rebranding MJU เพื่อกำหนด Corporate Identity ในการคิดและออกแบบ สร้างลักษณะเฉพาะหรืออัตลักษณ์ขององค์กร โดยสร้างทิศทางขององค์กรให้เป็นที่จดจำผ่านการจัดกิจกรรมและจัดทำการสร้างสื่อใหม่

รูปแบบโครงการ : โครงการใหม่

Action Plan

แผนดำเนินงานตามพันธกิจ 3 ด้าน

2. เผยแพร่ภาพลักษณ์ และผลิตสื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม

- โครงการจัดทำของที่ระลึกปีใหม่ ประจำปี 2565
 - โครงการเฝ้าระวังและติดตามความเคลื่อนไหวในสื่อออนไลน์ลดภาวะวิกฤตทางการสื่อสาร (Monitor Crisis)
 - โครงการวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลศึกษากลุ่มเป้าหมายองค์กร
-



เพื่อเป็นการเผยแพร่ภาพลักษณ์ในการพัฒนาทั้งด้านวิชาการและบุคลากรเพื่อมุ่งสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านการเกษตรในระดับนานาชาติ และก้าวสู่แม่โจ้ปีที่ 100 ในรูปแบบชุดของที่ระลึกปีใหม่เพื่อใช้เผยแพร่และมอบในช่วงเทศกาลปีใหม่ให้แก่อาจารย์และตัวแทนเครือข่ายทุกภาคส่วนของมหาวิทยาลัย

รูปแบบโครงการ : โครงการต่อเนื่อง

เผยแพร่ภาพลักษณ์ และผลิตสื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม

- โครงการจัดทำของที่ระลึกปีใหม่ประจำปี 2565

กลุ่มเป้าหมาย : ผู้สนใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ปกครอง แยกที่มาเยือนมหาวิทยาลัย

รายละเอียด : จัดทำของที่ระลึกมอบเป็นของขวัญที่ระลึกแก่อาจารย์และเครือข่ายมหาวิทยาลัย

งบประมาณ : 400,000 บาท (มีงบ แต่ลดลงจากเดิม 800,000 บาท)

เผยแพร่ภาพลักษณ์ และผลิตสื่อ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง ครอบคลุม

- โครงการเฝ้าระวังและติดตาม
ความเคลื่อนไหวในสื่อออนไลน์
ลดภาวะวิกฤตทางการสื่อสาร
(Monitor Crisis)

กลุ่มเป้าหมาย : บุคลากร นักศึกษา และประชาชนทั่วไป

รายละเอียด : เฝ้าระวังและติดตามข่าวสารจากสื่อโซเชียล
สื่อออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ โดยใช้ระบบ Social
Mentions & Multi-channel Monitoring

งบประมาณ : 100,000 บาท (ยังไม่มียกส่วนนี้)



การเฝ้าระวังและติดตามความเคลื่อนไหวในสื่อออนไลน์เพื่อลดภาวะวิกฤต
ทางการสื่อสาร (Monitor Crisis) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวการแพร่
กระจายของข้อมูลข่าวสารทั้งเชิงบวกและเชิงลบขององค์กร (Social Media
Monitoring) เพื่อเฝ้าระวังผลกระทบที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์
ขององค์กร นำไปสู่การวางแผนการจัดการกับภาวะวิกฤตบนสื่อสังคมออนไลน์
ได้อย่างทัน่วงที



รูปแบบโครงการ : โครงการใหม่





เป็นการศึกษา เก็บข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ เพื่อศึกษาผู้รับสารหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร (Receiver / Stakeholders) ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรองขององค์กร อันจะนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการสื่อสาร ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

รูปแบบโครงการ : โครงการใหม่

เผยแพร่ภาพลักษณ์ และผลิตสื่อ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง ครอบคลุม

- โครงการวิจัยเพื่อเก็บข้อมูล
ศึกษากลุ่มเป้าหมายองค์กร

กลุ่มเป้าหมาย : บุคลากร นักศึกษา ศิษย์เก่า และ
ประชาชนทั่วไป

รายละเอียด : ศึกษาวิจัยผู้รับสาร และกลุ่มผู้มีส่วนได้
ส่วนเสียกับมหาวิทยาลัย

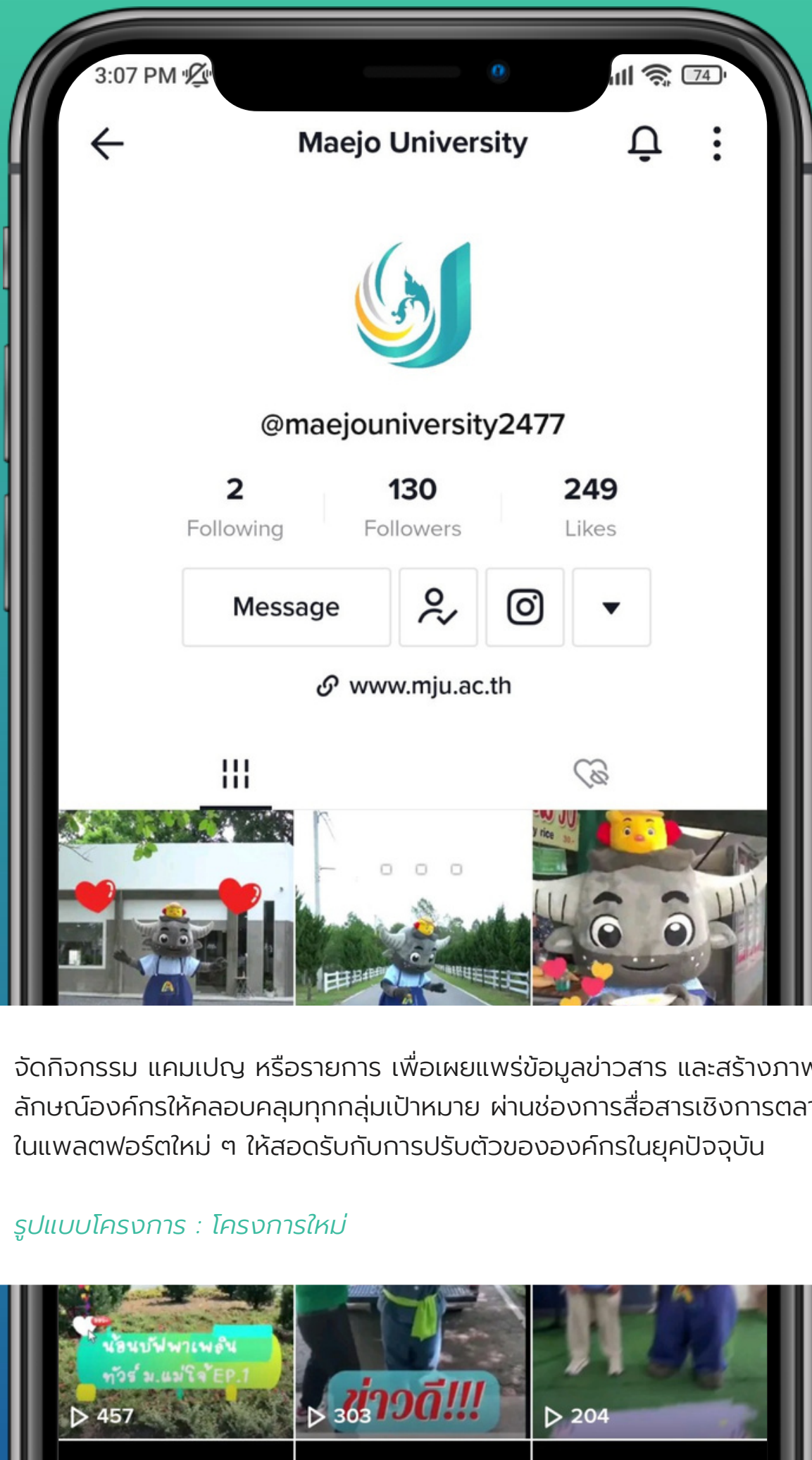
งบประมาณ : 100,000 บาท (ยังไม่มีงบส่วนนี้)

Action Plan

แผนดำเนินงานตามพันธกิจ 3 ด้าน

3. จัดกิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุคปัจจุบัน

- โครงการสื่อสารเชิงการตลาด
 - โครงการสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อสื่อสารองค์ความรู้ทางการเกษตร
-



จัดกิจกรรม แคมเปญ หรือรายการ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ผ่านช่องทางการสื่อสารเชิงการตลาดในแพลตฟอร์มใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับการปรับตัวขององค์กรในยุคปัจจุบัน

รูปแบบโครงการ : โครงการใหม่

จัดกิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุค ปัจจุบัน

- โครงการสื่อสารเชิงการตลาด

กลุ่มเป้าหมาย : บุคลากร นักศึกษา ศิษย์เก่า และ
ประชาชนทั่วไป

รายละเอียด : ผลิตรายการผ่านช่องทางสื่อรูปแบบใหม่
เช่น IG Tiktok Blockdit เป็นต้น

- MJU TALK (LIVE)
- น้องบ๊อฟพาเพลิน
- แม่โจ้สาระ...แม่
- MJU Story

งบประมาณ : 300,000 บาท (ยังไม่มียกส่วนนี้)

จัดกิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุค ปัจจุบัน

- โครงการสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชน เพื่อสื่อสารองค์ความรู้ทางการเกษตร

กลุ่มเป้าหมาย : สื่อมวลชน เครือข่ายมหาวิทยาลัย และประชาชนทั่วไป

รายละเอียด : กิจกรรมการสื่อสาร โดยเน้นความร่วมมือของเครือข่ายมหาวิทยาลัยแม่โจ้ กับภาคเอกชน เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ในด้านเกษตร ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

งบประมาณ : 500,000 บาท (ยังไม่มียกส่วนนี้)



เป็นความร่วมมือของเครือข่ายมหาวิทยาลัยแม่โจ้ กับภาคเอกชนเพื่อสื่อสารองค์ความรู้ในด้านเกษตร เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เผยแพร่ความรู้ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานเกษตร ผลงาน และกิจกรรมต่าง ๆ โดยร่วมมือกับภาคเอกชนในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

รูปแบบโครงการ : โครงการใหม่