



แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการอนุมัติจากคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2559

บทสรุปผู้บริหาร

การจัดทำแผนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เชิงรุกประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ได้มีการพัฒนาการดำเนินงานจากปีที่ผ่านมาโดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของ คณาจารย์ และนักศึกษา ซึ่งรายละเอียดของแผนการดำเนินงานการการประชาสัมพันธ์เชิงรุก จะเน้นแนวทางการในการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ ที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องอันเกิดจากการกระทำของสมาชิกเครือข่ายประชาสัมพันธ์ร่วมกัน แผนการดำเนินงานการการประชาสัมพันธ์เชิงรุก จึงเป็นกลไกอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนให้กิจกรรม/โครงการ ที่ถูกกำหนดไว้ในแผนการดำเนินงานการการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ให้สามารถบรรลุเป้าหมายไปได้ รวมไปถึง การแสดงข้อมูลรายละเอียดให้เห็นถึงกิจกรรม/โครงการตามที่มหาวิทยาลัยได้วางแนวนโยบายไว้เพื่อใช้ในการ จัดกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย ได้สร้างความตระหนักและความเข้าใจให้กับการประชาสัมพันธ์ทั้งในและนอกมหาวิทยาลัย สำหรับในการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560 นี้ มหาวิทยาลัย ได้มีการจัดกิจกรรม/โครงการผลักดันให้หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยดำเนินการอย่างเป็นระบบและทิศทางเดียวกัน ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กร โดยวัดจากระดับความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งแผนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ฉบับนี้จะเป็นส่วนส่งเสริมพัฒนาและเป็นแนวทางการดำเนินงาน ในการขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกตามนโยบายของมหาวิทยาลัยต่อไป

สารบัญ

ส่วนที่ 1 บทนำ

- 1.1 หลักการและเหตุผล
- 1.2 โครงสร้างคณะ/วิทยาลัย
- 1.3 โครงสร้างการบริหารจัดการ (ADMINISTRATIVE CHART)
- 1.4 ผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2559
- 1.5 ข้อมูลพื้นฐานมหาวิทยาลัย ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560
 - 1.5.1 วิสัยทัศน์ (Vision)
 - 1.5.2 พันธกิจ (Mission)
 - 1.5.3 ภารกิจหลัก (Key result area)
 - 1.5.4 เสาหลัก (Pillar)
 - 1.5.5 วัฒนธรรม (Culture)
 - 1.5.6 อัตลักษณ์ (Identity)
 - 1.5.7 เอกลักษณ์ (Uniqueness)
 - 1.5.8 ค่านิยมหลัก (Core Values)
 - 1.5.9 เป้าหมายการพัฒนามหาวิทยาลัย (Development Goals)

ส่วนที่ 2 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

- 2.1 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
- 2.2 วัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
- 2.3 ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัดความสำเร็จและค่าเป้าหมายของมหาวิทยาลัย
 - 2.3.1 ยุทธศาสตร์
 - 2.3.2 เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
 - 2.3.3 ตัวชี้วัดความสำเร็จและค่าเป้าหมาย
- 2.4 ขั้นตอนการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
- 2.5 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

ส่วนที่ 3 แนวทางการนำแผนสู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล

- 3.1 แนวทางการนำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ไปสู่การปฏิบัติ
- 3.2 การติดตามและประเมินผลแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

ภาคผนวก

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

รายงานการประชุมที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี
และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

ภาพกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

ส่วนที่ 1 บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 มาตรา 7 ได้กำหนดให้มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่เสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดิน ฟื้นฟูพลังการเรียนรู้ เชิดชูภูมิปัญญาของท้องถิ่น สร้างสรรค์ศิลปวิทยา เพื่อความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนของปวงชน มีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน ซึ่งได้กำหนดภาระหน้าที่การดำเนินงานด้านทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมไว้อย่างชัดเจน คือ ทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในคุณค่าความสำนึก และความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่นและชาติ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จึงกำหนดทิศทางการดำเนินงาน คือ มีวิสัยทัศน์ที่จะเป็น “มหาวิทยาลัยคุณภาพ ชัยนำ เพื่อปวงชน” หรือ A Leading University for All เป็นมหาวิทยาลัยที่เน้นการผลิตบัณฑิตเป็นสำคัญ โดยกำหนดพันธกิจของสถาบัน คือ ผลิตบัณฑิตที่เน้นองค์ความรู้สู่ท้องถิ่น ฝึกหัดครู วิจัย บริการวิชาการ และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม (to educate and train teachers, advance body of knowledge to localities, conduct research, provide academic services and promote art and culture) มีภารกิจหลัก 5 ประการ ได้แก่

- 1) ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพระดับแนวหน้า ตรงกับความต้องการของชุมชนและสังคมยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ อยู่ในสังคมอาเซียนและประชากรโลก (global citizen) อย่างมีความสุข
- 2) ผลิตและพัฒนาครูมืออาชีพที่สนองตอบการปฏิรูปการศึกษาและการฝึกหัดครูสู่อาเซียน
- 3) ให้บริการวิชาการและถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ชุมชน สังคม และประชาคมอาเซียนอย่างมีคุณภาพ รวมทั้งเป็นการยกมาตรฐานชุมชน สังคม และผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางหรือ SMEs ให้เข้มแข็ง
- 4) อนุรักษ์ พัฒนาให้บริการ และเป็นศูนย์กลางบริการข้อมูลสารสนเทศทางด้านศิลปวัฒนธรรม กรุงรัตนโกสินทร์สู่อาเซียน
- 5) วิจัย สร้างนวัตกรรม และองค์ความรู้ สู่การพัฒนาท้องถิ่น ตลอดจนการพัฒนาภูมิปัญญาไทยสู่ประชาคมอาเซียน และสากล

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทามีปรัชญาแห่งการขับเคลื่อนการดำเนินงาน คือ ทรงปัญญา ศรัทธาธรรม นำสังคม และมีวัฒนธรรมองค์กร คือ ความดีงามและการปฏิบัติตนในจริยวัตรแบบไทย และความเคารพผู้อาวุโส การปฏิบัติงานด้านทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการขับเคลื่อนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย และเป็นสิ่งสำคัญที่สอดแทรกอยู่ในค่านิยมหลัก 4 ประการ อันได้แก่

- 1) W (Wisdom & Creativity) ปัญญาและความคิดสร้างสรรค์
- 2) H (Happiness & Loyalty) ความผาสุกและความภักดีในองค์กร
- 3) I (Integration & Collaboration) บูรณาการ และความร่วมมือ
- 4) P (Professionalism) ความเป็นมืออาชีพ

รวมทั้งประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาของมหาวิทยาลัย 5 ด้าน ได้แก่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ความเข้มแข็งทางการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การริเริ่ม สร้างสรรค์ นวัตกรรมและการวิจัย

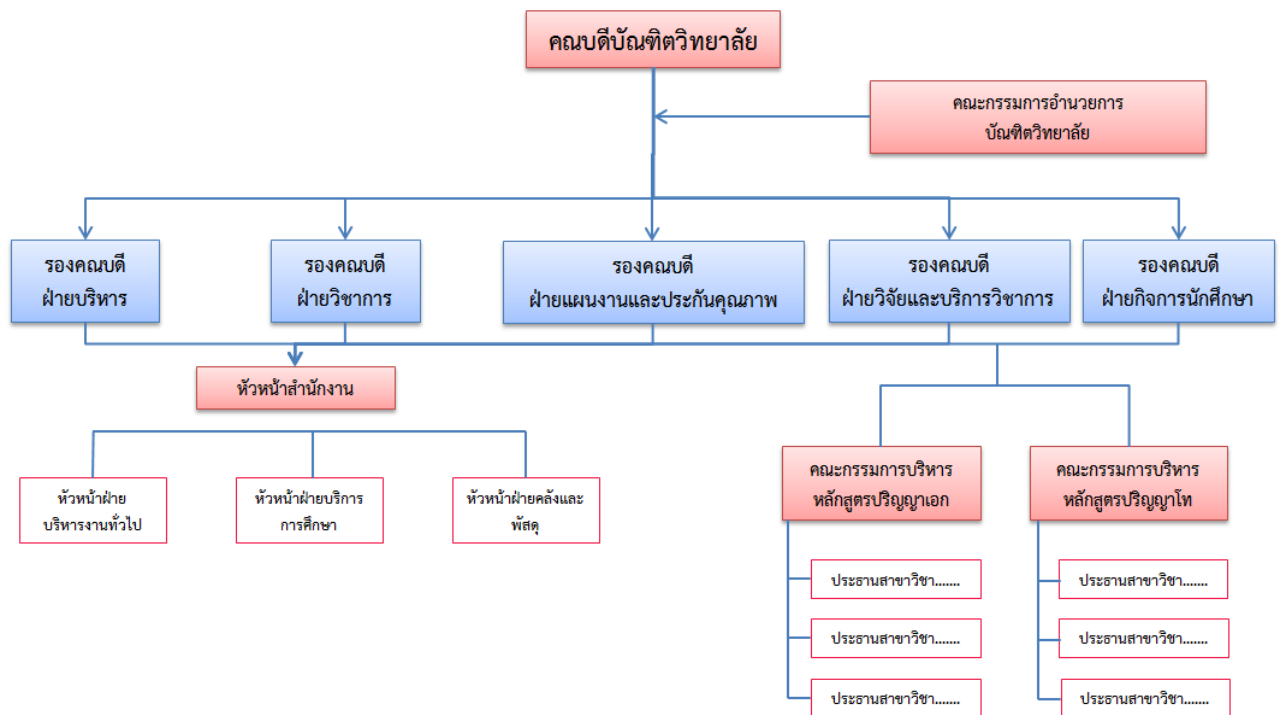
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างเครือข่าย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กรและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

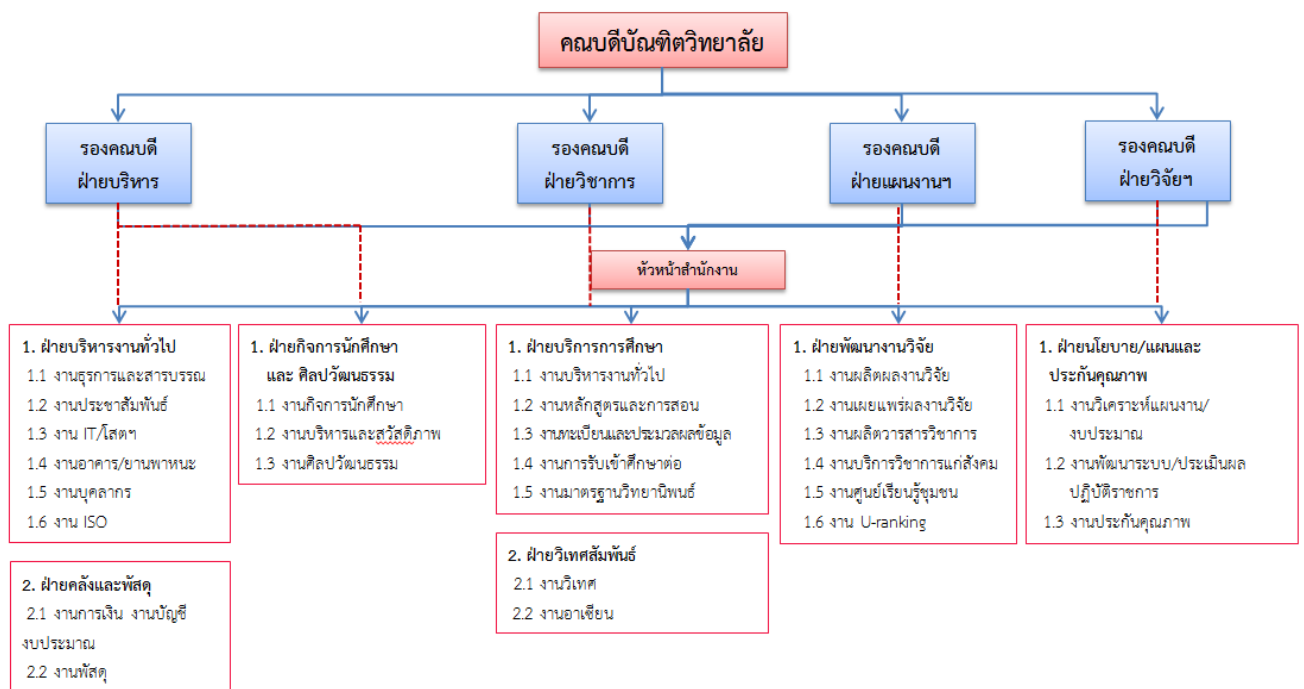
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 การยกระดับการศึกษาสู่มาตรฐาน ก้าวไกลสู่อาเซียนและสากล

ในสถานการณ์ปัจจุบัน เป็นสังคมแห่งการแข่งขันเพื่อยกระดับในเชิงคุณภาพอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้รับการจัดอันดับเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏอันดับหนึ่งของประเทศไทย โดย webometrics ประเทศสเปนซึ่งเป็นการยอมรับในศักยภาพของมหาวิทยาลัยแห่งนี้ ซึ่งเป็นที่น่าภาคภูมิใจ และจำเป็นต้องรักษาความเป็นอันดับหนึ่งไว้ และก้าวขึ้นไปสำหรับการจัดอันดับในขั้นสูงกว่าต่อไป การจะได้รับการยอมรับเช่นนั้น เราไม่อาจปฏิเสธไม่ได้เลยว่า เครื่องมือที่สำคัญนั่นคือ การประชาสัมพันธ์ เสริมสร้างภาพลักษณ์ และโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ในเชิงรุก ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาได้กำหนดให้เป็นนโยบายที่สำคัญ ที่หน่วยงานภายในทุกหน่วยจะต้องขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน โดยมีแผนประชาสัมพันธ์เป็นตัวกำหนดทิศทางแห่งความสำเร็จนั้น

1.2 โครงสร้างบัณฑิตวิทยาลัย



1.3 โครงสร้างการบริหารจัดการ (ADMINISTRATIVE CHART)



1.4 ผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ปีงบประมาณ พ.ศ.2559 มีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ดังนี้

- 1) โครงการประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรกับมหาวิทยาลัย
 - 1.1 กิจกรรมผลิตและเผยแพร่วารสารข่าวแก้วเจ้าจอมฉบับกระดาษ
 - 1.2 กิจกรรมผลิตและเผยแพร่วารสารข่าวแก้วเจ้าจอมออนไลน์
 - 1.3 กิจกรรมประสานงานและบริหารเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากร และมหาวิทยาลัย
 - 1.4 กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ป้ายประชาสัมพันธ์อัจฉริยะ)
 - 1.5 กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ภายในองค์กร (website Line Facebook ฯลฯ)
 - 1.6 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อพื้นฐานภายในองค์กร เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์แบบโปสเตอร์ ป้ายไวโนล คัทเอ๊าท์ เอกสารสื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ฯลฯ)
- 2) โครงการประชาสัมพันธ์ภายนอก เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์สู่ความเป็นเลิศ
 - 2.1 กิจกรรมเปิดบ้านสวนสุนันทารับสมาชิกใหม่ (SSRU Open House)
 - 2.2 กิจกรรมตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา
 - 2.3 กิจกรรมเดินสายแนะนำหลักสูตรและ การรับสมัครนักศึกษา
 - 2.4 กิจกรรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวและกิจกรรมผ่านสื่อสารมวลชน

2.5 กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์สำหรับภายนอก(website Line Facebook ฯลฯ)

2.6 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อพื้นฐานภายนอก เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์แบบโปสเตอร์ ป้ายไว้นิล คัทเอ๊าท์ เอกสารสื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ฯลฯ)

3) โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์

3.1 การอบรมเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

3.2 การอบรมการเป็นพิธีกรและการพูดในที่สาธารณะ

3.3 การอบรมการมีสำนึกของผู้ให้บริการที่ดี (Service Mind)

3.4 การอบรมพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักประชาสัมพันธ์

โดยกิจกรรมทั้งหมด สามารถวัดร้อยละการรับรู้ภาพลักษณ์ และการให้บริการที่ดีของมหาวิทยาลัย ≥ 60

1.5 ข้อมูลพื้นฐานบัณฑิตวิทยาลัย ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

1.5.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

ส่งเสริมสนับสนุนการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาอย่างมีคุณภาพ และได้มาตรฐานระดับชาติ พร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก

1.5.2 พันธกิจ (Mission)

ผลิตบัณฑิตระดับบัณฑิตศึกษาที่เน้นองค์ความรู้สู่ท้องถิ่น สร้างมาตรฐานวิชาชีพครู ส่งเสริม สนับสนุนด้านวิจัย บริการวิชาการ และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

1.5.3 ภารกิจหลัก (Key result area)

1. ส่งเสริมสนับสนุนการเรียนการสอนและพัฒนา นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพ ให้มีสังคมคุณภาพ องค์ความรู้ และทักษะสู่ประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก

2. ส่งเสริมการทำวิจัยโดยมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรม และองค์ความรู้สู่การพัฒนาท้องถิ่น และเผยแพร่ระดับชาติและนานาชาติ

3. ส่งเสริมสนับสนุนบริการวิชาการต่อชุมชนและสังคมสอดรับกระแสโลกาภิวัตน์และประชาคมอาเซียน

4. ส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมที่สร้างคุณค่าแก่สังคม และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม เพื่อคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น

1.5.4 เสาหลัก (Pillar)

ทรงปัญญา ศรัทธาธรรม นำสังคม

1.5.5 วัฒนธรรม (Culture)

ความดีงามและการปฏิบัติตนในจริยวัตรแบบไทย โดยการแสดงความเคารพผู้อาวุโสและการทักทาย

1.5.6 อัตลักษณ์ (Identity)

เป็นนักปฏิบัติ ถนัดวิชาการ เชี่ยวชาญการสื่อสาร ชำนาญการคิด มีจิตสาธารณะ

1.5.7 เอกลักษณ์ (Uniqueness)

เน้นความเป็นวัง ปลูกฝังองค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล

1.5.8 ค่านิยมหลัก (Core Values)

G	Good governance	ธรรมาภิบาล
R	Resourcefulness	ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
A	Association	การเชื่อมโยงประสานงานเครือข่าย
D	Devotion	ทุ่มเท เสียสละ อุทิศตนให้กับองค์กร

1.5.9 เป้าหมายการพัฒนাবัณฑิตวิทยาลัย

- 1) เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับประเทศและนานาชาติ
- 2) ผู้รับบริการรับรู้ภาพลักษณ์และการให้บริการ
- 3) มีกระบวนการสื่อสารภาพลักษณ์ที่หลากหลายและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย
- 4) บุคลากรมีพฤติกรรมและทัศนคติในการให้บริการที่ดีมีคุณภาพ

ส่วนที่ 2 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

2.1 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มียุทธศาสตร์พัฒนามหาวิทยาลัยที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์เป็นสำคัญสำหรับการบริหารจัดการในทุกๆ ด้าน สำหรับการประชาสัมพันธ์นั้นนับเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกองค์กรจะต้องมี

การประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสารที่มีความสำคัญ และเป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวางมีระบบงานที่ซับซ้อน แต่งานประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมลักษณะความเป็นผู้นำขององค์กรและบุคคล ทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือทั้งจากพนักงานภายในและจากประชาชนภายนอกด้วย นับว่างานประชาสัมพันธ์มีคุณค่าต่อสถาบันต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่งเพราะการประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้นช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงานช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและช่วยส่งเสริมความนิยม และความต้องการเข้าถึงหน่วยงาน

2.2 วัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงรุก ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

2.3 ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัดความสำเร็จและค่าเป้าหมายของมหาวิทยาลัย

2.3.1 ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ขยายการยกย่องระดับนานาชาติ

2.3.2 เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2.3.2.1 มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ

2.3.2.2 ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย

2.3.3 ตัวชี้วัดความสำเร็จและค่าเป้าหมาย

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
ร้อยละของการรับรู้ภาพลักษณ์ และการให้บริการที่ดีของมหาวิทยาลัย	≥60

2.4 ขั้นตอนการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

2.4.1 จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560

2.4.2 จัดประชุมคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560

2.4.3 จัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560

2.4.4 นำเสนอแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560 เพื่อขออนุมัติ

2.5 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี

กิจกรรม/โครงการ	วัตถุประสงค์ โครงการ	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ	เป้าหมายตัวชี้วัด					กลุ่ม เป้าหมาย	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
			2560	2561	2562	2563	2564			
1.กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ภายในองค์กร (website Line Facebook ฯลฯ)	เพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบาย ข้อมูลตลอดจนสาระความรู้ต่างๆ แก่สาธารณชน	ร้อยละของการรับรู้ ภาพลักษณ์ และการให้บริการที่ดีของบัณฑิตวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย	≥60	≥62	≥64	≥65	≥65	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป	50,000	ฝ่ายสื่อสารองค์กร
2.กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อพื้นฐานภายในองค์กร เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์แบบโปสเตอร์ ป้ายไวน์ลด์ทเอาร์ท เอกสารสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ฯลฯ)	เพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบาย ข้อมูลตลอดจนสาระความรู้ต่างๆ บุคลากรและประชาชนทั่วไป	ร้อยละของการรับรู้ ภาพลักษณ์ และการให้บริการที่ดีของบัณฑิตวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย	≥60	≥62	≥64	≥65	≥65	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป	100,000	ฝ่ายสื่อสารองค์กร
3.กิจกรรมเปิดบ้านสวนสุนันทารับสมาชิกใหม่ (SSRU Open House)	เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาแก่สาธารณชน	ร้อยละของการรับรู้ ภาพลักษณ์ และการให้บริการที่ดีของบัณฑิตวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย	≥60	≥62	≥64	≥65	≥65	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป	50,000	ฝ่ายสื่อสารองค์กร
4.กิจกรรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวและกิจกรรมผ่านสื่อสารมวลชน	เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมโครงการแก่สาธารณชน	ร้อยละของการรับรู้ ภาพลักษณ์ และการให้บริการที่ดีของบัณฑิตวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย	≥60	≥62	≥64	≥65	≥65	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป	50,000	ฝ่ายสื่อสารองค์กร
5.กิจกรรมเดินสายแนะนำหลักสูตรและการรับสมัครนักศึกษา	เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาแก่สาธารณชน	จำนวนสถานศึกษาต่อกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด	≥20	≥30	≥40	≥50	≥60	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป	50,000	ฝ่ายสื่อสารองค์กร

แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

กิจกรรม/โครงการ	วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลาดำเนินการ	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
1.กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ภายในองค์กร (website Line Facebook ฯลฯ)	เพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบาย ข้อมูลตลอดจนสาระความรู้ต่างๆ แก่สาธารณชน	ร้อยละของการรับรู้ ภาพลักษณ์ และการให้บริการที่ดีของบัณฑิตวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย	≥80	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป	50,000	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป
2.กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อพื้นฐานภายในองค์กร เช่น บ้ายประชาสัมพันธ์แบบโปสเตอร์ บ้ายไวนิล คัทเอ๊าท์ เอกสารสิ่งสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ฯลฯ)	เพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบาย ข้อมูลตลอดจนสาระความรู้ต่างๆ บุคลากรและประชาชนทั่วไป	ร้อยละของการรับรู้ ภาพลักษณ์ และการให้บริการที่ดีของบัณฑิตวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย	≥80	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป	100,000	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป
3.กิจกรรมเปิดบ้านสวนสุนันทารับสมาชิกใหม่ (SSRU Open House)	เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาแก่สาธารณชน	ร้อยละของการรับรู้ ภาพลักษณ์ และการให้บริการที่ดีของบัณฑิตวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย	≥80	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป	50,000	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป
4.กิจกรรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวและกิจกรรมผ่านสื่อสารมวลชน	เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมโครงการแก่สาธารณชน	ร้อยละของการรับรู้ ภาพลักษณ์ และการให้บริการที่ดีของบัณฑิตวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย	≥80	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป	50,000	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป
5.กิจกรรมเดินสายแนะนำหลักสูตรและ การรับสมัครนักศึกษา	เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาแก่สาธารณชน	จำนวนสถานศึกษาต่อกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด	≥20	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป	50,000	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, คณาจารย์, ประชาชนทั่วไป

ส่วนที่ 3 แนวทางการนำแผนสู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล

การนำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560 ไปสู่การปฏิบัติจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการประสานความร่วมมือในการจัดทำโครงการ/กิจกรรมให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยที่กำหนดไว้ รวมทั้งมีการพัฒนาการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งได้กำหนดวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเสริมสร้างความรู้ และความเข้าใจร่วมกันของบุคลากรภายในหน่วยงานในเรื่องการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560
2. เพื่อปรับปรุงกระบวนการ และกลไกการบริหารจัดการการนำแผนปฏิบัติการด้านการการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อให้มีการติดตามประเมินผลแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 อย่างเป็นระบบ

3.1 แนวทางการนำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ไปสู่การปฏิบัติ

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จึงกำหนดทางการนำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

1. สร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 โดยจัดทำแนวทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจในภารกิจ เป้าหมาย และโครงการ/กิจกรรมให้กับบุคลากรภายในหน่วยงาน ได้ทราบถึงบทบาทความรับผิดชอบของตนที่จะสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ให้เกิดผลในทางปฏิบัติ
2. ผลักดันระบบงบประมาณ และการพัฒนาสมรรถภาพบุคลากรให้สอดคล้องกับแนวทางที่กำหนด
3. ส่งเสริมการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแผนที่กำหนดไว้ และนำไปสู่การพิจารณาการสนับสนุนทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. สร้างกลไกประสานงานภายในกับหน่วยงานให้ขับเคลื่อนโครงการ/กิจกรรมให้มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล จัดเก็บ เผยแพร่ และถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกัน โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร พร้อมจัดทำฐานข้อมูลให้สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ง่าย
5. ติดตาม ตรวจสอบผลที่ได้รับจากการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมของหน่วยงาน ว่าสามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 รวมทั้งสามารถประเมินผลได้อย่างเป็นรูปธรรม

3.2 การติดตามและประเมินผลแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปีและประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

การติดตามประเมินผลเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะสนับสนุนให้การดำเนินงานของ คณะ/วิทยาลัย บรรลุเป้าประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 เพื่อให้ผู้บริหารและผูปฏิบัติงานทราบถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการดำเนินงาน และนำไปสู่การปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคให้เหมาะสมเท่าทันสถานการณ์ และสามารถบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายได้ โดยจัดทำระบบการติดตามและประเมินผล ดังนี้

1. พัฒนาองค์ความรู้และเสริมสร้างความเข้าใจเรื่องการติดตามประเมินผลและกำหนดตัวชี้วัด แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างทักษะในการติดตามประเมินผลและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ร่วมกัน อย่างเป็นรูปธรรม

2. พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 อย่างต่อเนื่อง

3. กำหนดให้มีการติดตามความก้าวหน้าของแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ทุก ๆ เดือนพร้อมให้ผู้รับผิดชอบในแต่ละโครงการ/กิจกรรมทำการวิเคราะห์ ผลการดำเนินงาน เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจของผู้บริหาร

ภาคผนวก

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560

รายงานการประชุมคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560

ภาพกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

ภาพกิจกรรมประกอบการจัดทำแผนฯ ครั้งที่ 1

