



แนวทางการประชาสัมพันธ์งานของสำนัก

ฝ่ายพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีการฝึกอบรม

สำนักการศึกษาต่อเนื่อง

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ 2566

การปรับปรุงกระบวนการทำงานการประชาสัมพันธ์และการตลาดของสำนักการศึกษาต่อเนื่อง ปี 2566

โดย ฝ่ายพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีการฝึกอบรม สำนักการศึกษาต่อเนื่อง

1. กระบวนการเดิม “ต่างคนต่างทำ”	
ขั้นตอนการทำงาน	ผู้รับผิดชอบ
<p>1.1 การประชาสัมพันธ์และการตลาดหลักสูตรฝึกอบรม</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>ออกแบบสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ตามช่องทางที่นำเสนอ</p> </div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>ประชาสัมพันธ์และทำการตลาดผ่าน ช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ Website Line Facebook ป้ายไว้นิล และแผ่นปลิว</p> </div>	<p>ฝ่ายบริหารการฝึกอบรม</p> <p>ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลหลักสูตรฝึกอบรมทั่วไปและหลักสูตร ฝึกอบรมทางไกลเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) เว็บไซต์ของสำนักการศึกษาต่อเนื่อง (https://oce.stou.ac.th/) 2) Line ฝึกอบรม มสธ. 3) Facebook ฝึกอบรม มสธ. 4) ป้ายไว้นิลหน้ามหาวิทยาลัย 5) แผ่นปลิวส่งไปยังหน่วยงานภาครัฐและเอกชนและผู้ที่เคยเข้ารับการ ฝึกอบรม
<p>1.2 การประชาสัมพันธ์และการตลาดหลักสูตร สัมฤทธิ์บัตรและสัมฤทธิ์บัตรบัณฑิตศึกษา</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>ออกแบบสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ตามช่องทางที่นำเสนอ</p> </div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>ประชาสัมพันธ์และทำการตลาดผ่าน ช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ Website Line OpenChat Facebook จอ LED ป้ายไว้นิล และโปสเตอร์</p> </div>	<p>ฝ่ายบริการเผยแพร่ทางไกล</p> <p>ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การเปิดรับสมัครหลักสูตรสัมฤทธิ์บัตรและ สัมฤทธิ์บัตรบัณฑิตเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) เว็บไซต์โครงการสัมฤทธิ์บัตร (https://www.stou.ac.th/study/sumrit/Learn/LEARN.asp) 2) Line OpenChat โครงการสัมฤทธิ์บัตร มสธ. 3) Facebook เพจโครงการสัมฤทธิ์บัตร 4) จอ LED ที่ติดตั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย 5) ป้ายไว้นิลหน้ามหาวิทยาลัย 6) โปสเตอร์ส่งไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ ศวช. ทั่วประเทศ สถาบันการศึกษา สถานประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และ สื่อสารมวลชน
<p>1.3 การประชาสัมพันธ์และการตลาดรายวิชา STOU Modular</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>ออกแบบสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ตามช่องทางที่นำเสนอ</p> </div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>ประชาสัมพันธ์และทำการตลาดผ่าน ช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ Website และ Facebook</p> </div>	<p>ฝ่ายพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีการฝึกอบรม</p> <p>ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลรายวิชา STOU Modular แพร่ผ่าน ช่องทางต่าง ๆ ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) เว็บไซต์ของสำนักการศึกษาต่อเนื่อง (https://oce.stou.ac.th/) 2) Facebook เพจ STOU Modular

2. กระบวนการเดิม “ต่างคนต่างทำ”	
ขั้นตอนการทำงาน	ผู้รับผิดชอบ
<p>1.4 การประชาสัมพันธ์งานศิลปวัฒนธรรม</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>ออกแบบสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ตามช่องทางที่นำเสนอ</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>ประชาสัมพันธ์และทำการตลาดผ่าน ช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ Website Facebook และจอ LED</p> </div> </div>	<p>ฝ่ายอุทยานการศึกษา</p> <p>ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมศิลปวัฒนธรรมและบทความด้าน ศิลปวัฒนธรรมเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) เว็บไซต์แหล่งเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม (http://web2.stou.ac.th/oce/edupark/) 2) Facebook เพจ ฝ่ายอุทยานการศึกษา มสธ. 3) จอ LED ที่ติดตั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
<p>1.5 การประชาสัมพันธ์งานของสำนักการศึกษาต่อเนื่อง</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>ออกแบบสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ตามช่องทางที่นำเสนอ</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>ประชาสัมพันธ์และทำการตลาดผ่าน ช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ Website และ Facebook</p> </div> </div>	<p>ฝ่ายพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีการฝึกอบรม</p> <p>ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของสำนักการศึกษาต่อเนื่องเผยแพร่ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) เว็บไซต์ของสำนักการศึกษาต่อเนื่อง (https://oce.stou.ac.th/) 2) Facebook เพจ สำนักการศึกษาต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เหตุผลในการปรับปรุงกระบวนการเนื่องจาก

1. มีการดำเนินงานในลักษณะต่างฝ่ายต่างประชาสัมพันธ์ในช่องทางและกลุ่มเป้าหมายของตนเองทำให้ขาดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านตัวบุคลากร อุปกรณ์ และช่องทางการสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมาย
2. ขาดรูปแบบและทิศทางในการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาดที่ไปในทิศทางเดียวกันของทั้งสำนัก
3. บุคลากรทางด้านการผลิตสื่อและบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในการทำการตลาดดิจิทัลมีจำกัดเฉพาะบางฝ่าย
4. สำนักมีการจัดกิจกรรมการจัดการความรู้ในด้านการทำประชาสัมพันธ์ให้กับบุคลากรภายในสำนักทำให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์และการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการใหม่ “บูรณาการประสานภารกิจ”

ขั้นตอนการทำงาน				ผู้รับผิดชอบ
S: Sender	M: Message	C: Channel	R: Receiver	
<p>1. การให้บริการของสำนัก ได้แก่ หลักสูตร ฝึกอบรม หลักสูตรสัมฤทธิ์บัตร รายวิชา STOU Modular งานศิลปวัฒนธรรม และการบริการวิชาการแก่สังคม</p>	<p>Content: ข้อมูลการให้บริการของสำนัก</p> <p>Media: ข้อความประชาสัมพันธ์ ภาพกราฟิกและวิดีโอคลิป</p>	<p>Paid : ยิง AD Facebook มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช</p> <p>Owned:</p> <ul style="list-style-type: none"> - เว็บไซต์ เว็บไซต์สำนัก การศึกษาต่อเนื่อง และเว็บไซต์ มหาวิทยาลัย - Social Media ได้แก่ Facebook เพจสำนักการศึกษา ต่อเนื่อง และเพจของฝ่ายที่เป็นเจ้าของงาน Youtube Channel สำนักการศึกษา ต่อเนื่อง มสธ. และ TikTok สำนักการศึกษาต่อเนื่อง มสธ. - ป้าย Outdoor ได้แก่ จอLED ทั้งภายใน มสธ. และภายนอก มสธ. และป้ายไวเนล - การส่งไปรษณีย์ โดยการส่ง ทุกครั้งจะมีเอกสารการ 	<p>ภายนอก</p> <p>ระดับบุคคล</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มที่เป็นผู้รับบริการของฝ่ายต่าง ๆ - กลุ่มประชาชนทั่วไป <p>ระดับองค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> - หน่วยงานต้นสังกัดที่จะส่งบุคลากรมาพัฒนา - สถาบันการศึกษาที่ต้องการพัฒนาผู้เรียนเพิ่มเติมจากหลักสูตรที่จัดให้กับผู้เรียน <p>ภายใน มสธ.</p> <p>บุคลากร</p> <ul style="list-style-type: none"> - บุคลากรปัจจุบัน - ผู้เกษียณอายุราชการ <p>นักศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษาปัจจุบัน 	<p>คณะทำงานประชาสัมพันธ์และการตลาด</p>

		<p>ให้บริการของสำนักครบทุกฝ่าย ตามกลุ่มเป้าหมาย</p> <p>Earned: การได้รับเชิญไปออกรายการ การเป็นวิทยากร การศึกษาดูงานจากหน่วยงาน ภายนอก การออกบูธงาน Thailand Lifelong Learning & Education Expo</p>	<p>- ศิษย์เก่า</p> <p>หน่วยงาน</p> <p>- ส่วนกลาง</p> <p>- ส่วนภูมิภาค</p>	
2. การสัมภาษณ์ การรีวิวจากผู้รับบริการ	<p>Content: การสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการ หรือเป็น Caption ที่กล่าวถึงการเรียน และการฝึกอบรมของสำนัก</p> <p>Media: คลิปวิดีโอและภาพกราฟิก</p>	<p>Owned:</p> <p>- เว็บไซต์ เว็บไซต์สำนัก การศึกษาต่อเนื่อง และเว็บไซต์ มหาวิทยาลัย</p> <p>- Social Media ได้แก่ Facebook เพจสำนักการศึกษา ต่อเนื่อง และเพจของฝ่ายที่เป็น เจ้าของงาน Youtube Channel สำนักการศึกษา ต่อเนื่อง มสธ. และ TikTok สำนักการศึกษาต่อเนื่อง มสธ.</p>		
3. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมของสำนัก	<p>Content: ภาพข่าวกิจกรรมของสำนัก</p> <p>Media: คลิปวิดีโอ หรือรูปภาพ</p>	<p>Owned:</p> <p>- เว็บไซต์ เว็บไซต์สำนัก การศึกษาต่อเนื่อง</p>		

		<ul style="list-style-type: none"> - Social Media ได้แก่ Facebok เพจสำนักการศึกษา ต่อเนื่อง และเพจของฝ่ายที่เป็น เจ้าของงาน Youtube Channel สำนักการศึกษา ต่อเนื่อง มสธ. และ TikTok สำนักการศึกษาต่อเนื่อง มสธ. 		
4. การเผยแพร่บทความให้ความรู้	<p>Content: การสกัดองค์ความรู้ของหลักสูตรฝึกอบรม หลักสูตรสัมฤทธิ์บัตร รายวิชา STOU Modular งานศิลปวัฒนธรรม และการบริการวิชาการแก่สังคม มาเผยแพร่เพื่อให้ความรู้แก่สังคม และนำไปสู่การสมัครเข้ารับการศึกษาหรือสมัครเป็นผู้เรียนต่อไป</p> <p>Media: ข้อความ หรืออินโฟกราฟิก</p>	<p>Owned:</p> <ul style="list-style-type: none"> - เว็บไซต์ เว็บไซต์สำนักการศึกษาต่อเนื่อง - Social Media ได้แก่ Facebok เพจสำนักการศึกษา ต่อเนื่อง และเพจของฝ่ายที่เป็น เจ้าของงาน Youtube Channel สำนักการศึกษา ต่อเนื่อง มสธ. และ TikTok สำนักการศึกษาต่อเนื่อง มสธ. 		
5. การเผยแพร่วิสัยทัศน์ พันธกิจของสำนัก	<p>Content: การแสดงถึงความมุ่งมั่นในการให้บริการของสำนัก การสัมภาษณ์บุคลากร และผู้บริหารสำนัก</p> <p>Media: คลิปวิดีโอ หรือ อินโฟกราฟิก</p>	<p>Owned:</p> <ul style="list-style-type: none"> - เว็บไซต์ เว็บไซต์สำนักการศึกษาต่อเนื่อง 		

		- Social Media ได้แก่ Facebok เพจสำนักการศึกษา ต่อเนื่อง และเพจของฝ่ายที่เป็น เจ้าของงาน Youtube Channel สำนักการศึกษา ต่อเนื่อง มสธ. และ TikTok สำนักการศึกษาต่อเนื่อง มสธ.		
--	--	--	--	--

ผลลัพธ์ในการปรับกระบวนการ

1. การกำหนดรูปแบบและวิธีการสื่อสารที่ชัดเจนทำให้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานมีเป้าหมายในการสื่อสารที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
2. สามารถเพิ่มจำนวนการเข้าถึงข้อมูลการให้บริการของสำนักเพิ่มขึ้นในทุกช่องทางจากการบูรณาการผ่านสื่อของแต่ละฝ่าย รวมถึงการขยายขอบเขตของกลุ่มเป้าหมายที่ไม่จำกัดเฉพาะของฝ่ายตนเอง
3. สามารถเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ของบุคลากรโดยการใช้ความเชี่ยวชาญที่มีเฉพาะบุคคลร่วมกัน เช่น การออกแบบและพัฒนาสื่อ และการทำการตลาดผ่าน Social Media เพื่อให้บุคลากรที่ไม่ถนัดสามารถปฏิบัติงานอื่นที่สร้างคุณค่าให้กับสำนักได้มากขึ้น
4. สามารถตรวจสอบ วัด ประเมินผลการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาดและทำให้ได้ข้อมูลเพื่อใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานให้ดีขึ้น