

แผนยุทธศาสตร์คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2567 – 2571

วิสัยทัศน์ (Vision)

สถาบันการศึกษาชั้นนำด้านการสื่อสารที่บูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัดวิสัยทัศน์

ตัวชี้วัด	2567	2568	2569	2570	2571
ได้รับการจัดอันดับ THE สาขา Communication & Media Studies อยู่ใน 3 อันดับแรกของประเทศ	1-3	1-3	1-3	1-3	1-3
ผลการประเมิน SROI (ล้านบาท)	50				
ได้ผลการประเมิน EdPEX300	200	200	300	300	300

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives):

SO1 การเรียนการสอน และผลิตบัณฑิต ที่มีความรู้ข้ามศาสตร์ (Interdisciplinary Communication Education) [SDGs 4,8,9,11,13]

SO2 การวิจัย บริการวิชาการ บูรณาการข้ามศาสตร์ ที่มีผลกระทบต่อสังคมสูง (Integrated and Interdisciplinary Research and Academic Services with High Social Impact) [SDGs 4,8,9,11,13]

SO3 การบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ (Excellent Performance) [SDGs 4,8,9,11,13]

พันธกิจ

1. จัดการเรียนการสอนเพื่อผลิตบัณฑิต
2. ผลิตผลงานวิจัยและการบริการวิชาการที่มีผลกระทบต่อสังคม
3. การบริหารจัดการที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ (Strategies: S)

- S1 พัฒนาหลักสูตรการสื่อสารที่นำองค์ความรู้การสื่อสารไปบูรณาการข้ามศาสตร์ ส่งเสริมการพัฒนา ศักยภาพมนุษย์ให้มีความรู้ และทักษะการสื่อสารไปใช้ปฏิบัติงานสาขาวิชาอื่น
- S2 เพิ่มบุคลากรวิชาการที่มีคุณภาพสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ
- S3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือ
- S4 การพัฒนางานวิจัย งานบริการวิชาการ และผลงานสร้างสรรค์ แบบบูรณาการข้ามศาสตร์
- S5 ใช้การวิจัย งานสร้างสรรค์ และบริการวิชาการ เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้สังคมและชุมชน (SROI 50 ล้านบาท)
- S6 มีศูนย์ "Communication Collaboration Center" บูรณาการและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการสื่อสารกับ ศาสตร์อื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาสังคม และเผยแพร่องค์ความรู้
- S7 สร้างระบบบริหารจัดการที่เป็นเลิศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงาน โดยสร้างการมี ส่วนร่วมเพื่อเพิ่มความสามัคคี และขีดความสามารถของบุคลากรให้เท่าทันต่อการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็ว
- S8 พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจ
- S9 แสวงหารายได้เพื่อพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ค่านิยมองค์กร

สื่อสาร	สร้างสรรค์	แบ่งปัน
Communicate	Create	Share

วัฒนธรรมองค์กร

M – Managerial Skill	มีทักษะบริหารจัดการ
A – Accountability	ยึดหลักความถูกต้อง เที่ยงตรง ตรวจสอบได้
S – Synergy	น้ำหนึ่งใจเดียวกัน
S – Sharing	แบ่งปัน
C – Creative	สร้างสรรค์
O – Optimism	คิดบวก
M – Morality	มุ่งเน้นคุณธรรม
M – Modern	ทันสมัย

SWOT Analysis

Strengths	Weaknesses
<ol style="list-style-type: none"> 1. คณะกรรมการสื่อสารมวลชนเป็นสถาบันการศึกษาชั้นนำด้านการสื่อสาร/นิเทศศาสตร์ที่มีชื่อเสียงมายาวนานอยู่ในอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศ ดึงดูดให้นักศึกษาสมัครเข้ามาเรียนมากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ 2. คณะกรรมการสื่อสารมวลชนมีศูนย์นวัตกรรมสื่อสารปฏิบัติงานตอบสนองยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่และคณะมีผลงานพัฒนาองค์กรได้ 3. นักศึกษาของคณะกรรมการสื่อสารมวลชนได้รับรางวัลการแข่งขันในระดับภูมิภาคและประเทศอย่างต่อเนื่อง 4. คณะกรรมการสื่อสารมวลชนมีเครือข่ายความร่วมมือกับศิษย์เก่าที่เข้มแข็ง สนับสนุนพันธกิจการจัดการจัดการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการ 5. มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา องค์กรวิชาชีพ หน่วยงาน สมาคมต่าง ๆ ทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ 6. มีห้องปฏิบัติการ และอุปกรณ์การผลิตสื่อที่ทันสมัยพร้อมต่อการให้บริการผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการยังไม่ครอบคลุม และไม่ตอบสนองต่อการตัดสินใจสำหรับการบริหารงาน 2. คณะกรรมการสื่อสารมวลชนมีบุคลากรสายวิชาการที่มีความรู้ความสามารถในเชิงวิชาชีพจำนวนจำกัด 3. คณะกรรมการสื่อสารมวลชนไม่สามารถรักษามูลค่าสายวิชาการที่มีคุณภาพและคุณสมบัติตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ได้ 4. คณะกรรมการสื่อสารมวลชนมีการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกแต่มีการดำเนินกิจกรรมความร่วมมือในสัดส่วนน้อย ขาดการดำเนินกิจกรรมต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการที่สามารถสร้างนวัตกรรมสื่อสารที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคม และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 5. คณะกรรมการสื่อสารมวลชนมีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ไม่เพียงพอ 6. คณะกรรมการสื่อสารมวลชนมีจำนวนผลงานวิจัยและบทความวิชาการตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการระดับชาติและนานาชาติต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ 7. คณะได้รับทุนวิจัยจากภายนอกน้อย 8. สื่อออนไลน์ของคณะกรรมการสื่อสารมวลชน (เว็บไซต์, เพจ Facebook ของสถานีวิทยุสื่อสารมวลชน) ได้รับความนิยมนิยมจากผู้รับสารเป้าหมายไม่มากนักเมื่อเทียบกับสื่อท้องถิ่นรายอื่น ๆ (เช่น CM108, เชียงใหม่นิวส์) 9. บุคลากรมีทักษะการจัดการรายการแบบสดดั้งเดิม ไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีวิทยุออนไลน์ ทั้งในด้านการผลิตเนื้อหาและการจัดการเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต จึง

Opportunities	Threats
<p>1. ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน ได้แก่ นโยบาย <i>Digital Transformation</i></p> <p>2. หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ชุมชนในภาคเหนือตอนบน มีความต้องการใช้บริการการวิจัยและบริการวิชาการ เพื่อพัฒนาชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ ซึ่งจะนำมาสู่องค์ความรู้ด้านการสื่อสารของคณะกรรมการสื่อสารมวลชน</p> <p>3. สถาบันการศึกษาและองค์กรวิชาชีพด้านการสื่อสาร และนิเทศศาสตร์ให้ความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการพัฒนาการเรียนการสอน ส่งเสริมคุณภาพของบัณฑิต</p> <p>4. องค์กรวิชาชีพและวิชาการด้านการสื่อสาร มีเครือข่ายที่เข้มแข็ง คณะสามารถใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาความร่วมมือในระดับประเทศ ภูมิภาค อาเซียน และนานาชาติได้</p> <p>5. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่กระจายอำนาจเปิดโอกาสให้คณะกรรมการสื่อสารมวลชนสามารถพัฒนาเนื้อหาการเรียนรูปแบบดิจิทัล หลักสูตรระยะสั้นในการ Reskill/Upskill หลักสูตรแบบข้ามศาสตร์ ให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ภูมิทัศน์สื่อ และความต้องการของผู้เรียนในปัจจุบัน ทำให้คณะสามารถพัฒนาและขยายกลุ่มลูกค้าที่สนใจเข้าศึกษากลุ่มใหม่ได้ รวมถึงการดำเนินโครงการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน</p> <p>6. มีเทคโนโลยีใหม่ที่เอื้อต่อการเรียนการสอน สามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับผู้ฟังกลุ่มใหม่ที่เติบโตในยุคสื่อใหม่หรือสื่อดิจิทัล</p> <p>1. ผู้เรียนเลือกแสวงหาความรู้จากช่องทางอื่นแทนการศึกษาในระบบทั้งในประเทศและต่างประเทศ</p> <p>2. เทคโนโลยีและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีราคาสูง</p> <p>3. งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐมีแนวโน้มลดลง ส่งผลต่อการจัดการงบประมาณของคณะ และการบริหารจัดการภายในคณะ</p> <p>4. ระบบงบประมาณ และกฎระเบียบทำให้การปฏิบัติงาน และการแสวงหารายได้ไม่คล่องตัว ทำให้งานล่าช้า</p> <p>5. กระทรวงๆ มุ่งเน้นให้สถาบันอุดมศึกษาพัฒนาเน้นหนักด้านวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม</p> <p>6. มีผู้เปิดหลักสูตรระยะสั้นเฉพาะทาง (Non Degree) ด้านการสื่อสาร เช่น บริษัทธุรกิจเอกชน องค์กรวิชาชีพ เป็นต้น โดยเฉพาะทักษะการสื่อสารในยุคดิจิทัล มีเพิ่มมากขึ้น ทำให้คณะมีคู่แข่งสูงขึ้น</p> <p>7. ระบบการรับเข้าศึกษาต่อ (TCAS) เปิดรับหลายรอบทำให้นักศึกษาเปลี่ยนใจได้ จึงส่งผลให้อัตราการสละสิทธิ์ของนักศึกษามีจำนวนสูงขึ้น</p> <p>8. ความนิยมในการเรียนในระดับบัณฑิตศึกษาลดลง</p> <p>9. ความนิยมและพฤติกรรมของผู้รับสารแปรเปลี่ยนไปตามธรรมชาติ ทั้งมิติเรื่องกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา สื่อ</p>

<p>7. เมืองคึกคร ทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรไม่แสวงหากำไร กิจการเพื่อสังคม และชุมชน ที่มีปัญหาและ/หรือ ต้องการบริการด้านการสื่อสาร</p> <p>8. สถานีวิทยูเสียงสื่อสารมวลชนเป็นสถานีวิทยูสถาบันที่ มุ่งเน้นเรื่องการพัฒนาชุมชนและสังคมตามกรอบ ข้อบังคับของกฎหมาย ได้รับสิทธิ์ให้ชำระค่า ใบอนุญาตในระดับต่ำ</p> <p>9. แนวโน้มความสนใจของสังคมด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพิ่มขึ้น (Glocalization)</p>	
--	--

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเรียนการสอน และผลิตบัณฑิต ที่มีความรู้ข้ามศาสตร์

Interdisciplinary Communication Education

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
S1 พัฒนาหลักสูตรการสื่อสารที่นำองค์ความรู้การสื่อสารไปบูรณาการข้ามศาสตร์ ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ให้มีความรู้และทักษะการสื่อสารไปใช้ปฏิบัติงานสาขาวิชาอื่น	AP1.1 เนื้อหาการเรียนรู้แบบดิจิทัลหรือหลักสูตรระยะสั้นเพื่อ reskill หรือ upskill ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคณะกรรมการสื่อสารมวลชน	มีหลักสูตร Reskill/Upskill อย่างน้อย 2 หลักสูตร มีผลการประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 70	ผู้เรียนได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะด้านการสื่อสารที่สามารถนำไปบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานสาขาวิชาอื่น เช่น การพัฒนาทักษะการนำเสนอ การสื่อสารเพื่อสร้างแบรนด์บุคคล เป็นต้น
	AP 1.2 แผนการพัฒนาทักษะวิชาชีพ (สอดคล้องกับแผนส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ CIC) - จัดอบรมพัฒนาความรู้ ทักษะที่เกี่ยวข้องกับอาชีพที่นักศึกษาสนใจ ในระหว่างเรียน (ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ) - โครงการส่งเสริมให้นักศึกษามีอาชีพในระหว่างเรียน (ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ)	อย่างน้อย 40 คน (มีนักศึกษาเข้าร่วมการพัฒนาทักษะวิชาชีพปีละอย่างน้อย 10 คน)	นักศึกษาคณะกรรมการสื่อสารมวลชนได้รับการพัฒนาทักษะวิชาชีพ เพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ตลาดแรงงาน หรือเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
	AP 1.3 แผนการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน (ปี 69 – 71)	โครงการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน อย่างน้อย 4 โครงการ	คณะกรรมการสื่อสารมวลชนมีหลักสูตรการเรียนการสอนด้านการสื่อสารที่ทำให้มีผู้สนใจเรียนติดอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศ
	AP 1.4 แผนการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาพยนตร์ดิจิทัล (ปี 69 – 71)	โครงการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาพยนตร์ดิจิทัล อย่างน้อย 4 โครงการ	
	AP 1.5 แผนการสร้างโครงการวิชาเอกคู่ (สำหรับปริญญาตรี) (Double Majors) (ปี 69 – 71)	โครงการวิชาเอกคู่ (สำหรับปริญญาตรี) (Double Majors) อย่างน้อย 2 โครงการ	มีหลักสูตรหรือแนวทางการจัดการเรียนการสอนด้านการสื่อสารแบบบูรณาการข้ามศาสตร์ที่สามารถพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะนำองค์ความรู้ด้านการสื่อสารไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของหน่วยงาน สร้างประโยชน์ให้องค์กร ชุมชน และประเทศชาติ
	AP 1.6 พัฒนาหลักสูตร หรือ แนวทางการจัดการเรียนสนับสนุนหลักสูตรพหุศาสตร์รองรับการพัฒนาสู่การเป็นหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา	หลักสูตร หรือ แนวทางการจัดการเรียนสนับสนุนหลักสูตรพหุศาสตร์รองรับการพัฒนาสู่การเป็นหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา	
	AP 1.7 แผนการพัฒนาคุณภาพนักศึกษาสู่เวทีระดับชาติ/นานาชาติ	นักศึกษาคณะกรรมการสื่อสารมวลชนได้รับรางวัลการแข่งขันในระดับชาติ/นานาชาติอย่างน้อย 35 รางวัล (ภายในระยะเวลา 4 ปี)	หลักสูตรคณะกรรมการสื่อสารมวลชนมีชื่อเสียงในเรื่องการจัดการเรียนการสอนที่ได้มาตรฐานในระดับชาติ/นานาชาติ

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
<p>S2 เพิ่มบุคลากรวิชาการที่มีคุณภาพสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ</p>	<p>AP 2.1. แผนการรับและ/หรือพัฒนาทักษะคณาจารย์</p> <ul style="list-style-type: none"> - รับอาจารย์ที่มีคุณวุฒิ ป.เอก/ป.โท ตามคุณสมบัติที่มหาวิทยาลัยกำหนด - จัดจ้างนักวิชาชีพ หรือผู้เชี่ยวชาญแบบประจำ เพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนส่งเสริมความรู้และทักษะทางวิชาชีพ <p>AP 2.2. แผนการอบรมพัฒนาบุคลากรสายวิชาการ และสายสนับสนุนการสอน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนอาจารย์ที่รับเข้าใหม่ 7 คน - จำนวนนักวิชาชีพ หรือผู้เชี่ยวชาญแบบประจำ เพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนส่งเสริมความรู้และทักษะทางวิชาชีพจำนวน 4 คน <p>ร้อยละบุคลากรสายวิชาการ และสายสนับสนุนการสอนอย่างน้อยร้อยละ 80</p>	<p>ผู้เรียนได้รับความรู้จากคณาจารย์และบุคลากรที่มีคุณภาพ สามารถพัฒนาความรู้และทักษะให้เป็นบัณฑิตที่มีสมรรถนะสูงในอนาคต</p>
<p>S3. สร้างเครือข่ายความร่วมมือ</p>	<p>AP 3.1. สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระ เพื่อสร้างร่วมมือด้านการจัดการเรียนการสอน การแลกเปลี่ยนวิทยากร การนำโจทย์ปัญหาที่ต้องนำความรู้ด้านการสื่อสารบูรณาการข้ามศาสตร์มาใช้ ประโยชน์ในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย</p>	<p>มี MOU ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระและมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง อย่างน้อย 4 ที่</p>	<p>คณะได้ความร่วมมือด้านวิทยากร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญมาสนับสนุนการเรียนการสอนและการผลิตเนื้อหาการเรียนรู้แบบ online รวมไปถึงการนำโครงการที่ใช้ในการปฏิบัติงานในวิชาชีพมาเป็นโจทย์สำหรับให้ผู้เรียนได้ฝึกหัดปฏิบัติจริง</p>

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
	AP 3.2. สร้างความร่วมมือกับคณะหรือหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัยเพื่อจัดทำโครงการวิชาเอกคู่ (Double Majors)	เกิดแนวทางการจัดทำโครงการวิชาเอกคู่ (Double Majors) อย่างน้อย 1 ที่ (เพื่อสนับสนุนโครงการวิชาเอกคู่ (Double Majors) อย่างน้อย 1 โครงการ/หลักสูตร)	เกิดโครงการวิชาเอกคู่ (Double Majors) ที่จัดการเรียนการสอน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การวิจัย บริการวิชาการ บูรณาการข้ามศาสตร์ ที่มีผลกระทบต่อสังคมสูง

Integrated and Interdisciplinary Research and Academic Services with High Social Impact

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
S4 การพัฒนางานวิจัย งานบริการวิชาการ และผลงานสร้างสรรค์ แบบบูรณาการข้ามศาสตร์ (Integrated and Interdisciplinary Research and Academic Services with High Social Impact)	AP 4.1 สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระ แหล่งทุนวิจัย และองค์กรวิชาชีพเพื่อสร้างความร่วมมือด้านการวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และการบริการวิชาการ	เกิดความร่วมมือด้านการวิจัยและการบริการวิชาการอย่างน้อย 8 หน่วยงาน และลงนาม 8 MOU (ปีละ 2 หน่วยงาน)	คณะกรรมการสื่อสารมวลชนได้รับการจัดอันดับคุณภาพการศึกษาอยู่ใน 3 อันดับแรกของประเทศ (จากผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์)
	AP 4.2 จัดทำฐานข้อมูลแหล่งทุนวิจัยและปฏิทินการเปิดรับข้อเสนอ แหล่งทุนในมหาวิทยาลัย แหล่งทุนระดับประเทศ และนานาชาติ	ได้รับทุนโครงการวิจัยหรือผลงานสร้างสรรค์ 4 โครงการ (ปีละ 1 โครงการ)	
	AP 4.3 โครงการส่งเสริมคณาจารย์เขียนโครงการวิจัย บทความวิชาการเพื่อการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ	คณาจารย์ผู้เข้าร่วมโครงการ - ได้รับทุนวิจัย 4 เรื่อง (ปีละ 1 โครงการ) - เขียนบทความเพื่อตีพิมพ์ ปีที่ 1- 2 จำนวน 8 ผลงาน ปีที่ 3 – 4 จำนวน 18 ผลงาน	
	AP 4.4 โครงการ "Mentor งานวิจัย งานสร้างสรรค์ การรับใช้สังคม" สำหรับคณาจารย์และเจ้าหน้าที่	โครงการวิจัยโดย Mentor คณาจารย์และเจ้าหน้าที่ 4 โครงการ (ปีละ 1 โครงการ)	

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
	AP 4.5 เพิ่มรางวัลค่าตอบแทนการตีพิมพ์	บรรลุปเป้าหมายการตีพิมพ์รายปี (2567-8 /2568-9 /2569-10 /2570-11) และมีการตีพิมพ์ผลงานในฐาน Scopus เพิ่มขึ้น	
	AP 4.6 พัฒนา และรักษาคุณภาพ “วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ”	“วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ” รักษาคุณภาพได้รับการจัดอันดับอยู่ในฐานข้อมูล TCI ไม่ต่ำกว่า Tier 2	
	AP 4.7 แผนการผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ ผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และการบริการวิชาการ	เผยแพร่ผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ ผลงานบริการวิชาการในรูปแบบของตำรา ข่าว สารคดี บทความ คลิปสั้น ทางเว็บไซต์ของคณะ สถาบันวิทยุ FM100 และสื่อออนไลน์อื่น ๆ ไม่น้อยกว่า 120 ชิ้น (ปีละ 30 ชิ้น)	
	AP 4.8 โครงการวิจัยประมวลองค์ความรู้ การสื่อสารภัยพิบัติ	ปีที่ 1 – 2 : รายงานการวิจัยองค์ความรู้การสื่อสารภัยพิบัติ 1 เล่ม บทความวิชาการ 1 ชิ้น	
S5 ใช้การวิจัย งานสร้างสรรค์ และบริการวิชาการ เพื่อสร้างมูลค่าทาง	AP 5.1 โครงการบริการวิชาการกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระ ชุมชน เพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์และ Agenda ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	โครงการบริการวิชาการ 10 โครงการที่ตอบความต้องการของชุมชน องค์กรภายนอก หรือสนับสนุนยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ผลการประเมิน SROI ของ ผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และผลงานบริการวิชาการ ทั้งหมดของคณะกรรมการ

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
เศรษฐกิจให้สังคมและชุมชน (SROI 50 ล้านบาท)	AP 5.2 การจัดทำแผนการสื่อสารภัยพิบัติภาคเหนือตอนบน	แผนการสื่อสารภัยพิบัติ 1 ชุด สำหรับการสื่อสารภัยพิบัติภาคเหนือตอนบนที่นำไปใช้ปฏิบัติงานได้จริง	สื่อสารมวลชน มีมูลค่ารวมไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท
	AP 5.3 แผนการประเมิน SROI ของโครงการวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และการบริการวิชาการที่มีผลกระทบต่อสังคม	รายงานผลการประเมินมูลค่าผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ของงานวิจัย งานสร้างสรรค์ หรืองานบริการวิชาการจำนวน 4 ฉบับ (ปีละ 1 ฉบับ)	

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ

Excellent Performance

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
S6 มีศูนย์ "Communication Collaboration Center" บูรณาการและพัฒนาศักยภาพด้าน การสื่อสารกับศาสตร์อื่น ๆ เพื่อ การพัฒนาสังคม และเผยแพร่องค์ ความรู้	AP 6.1 จัดตั้งศูนย์ Communication Collaboration Center	จำนวน 1 ศูนย์ ประกอบด้วย คณาจารย์คณะกรรมการสื่อสารมวลชน สถาบันวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน ศูนย์ นวัตกรรมสื่อสาร ภายในปี 2569 ปีที่ 1 – 2 : การประชุม กับตัวแทน 3 กลุ่มคณะ ได้แก่ กลุ่มคณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี วิทยาศาสตร์สุขภาพ และมนุษยศาสตร์และสังคม จำนวน 6 ครั้ง ปีที่ 3 – 4 : โครงการวิจัยและการ บริการวิชาการข้ามศาสตร์ 2 โครงการ (ปีละ 1 โครงการ)	คณะกรรมการสื่อสารมวลชนได้รับการจัด อันดับคุณภาพการศึกษาอยู่ใน 3 อันดับแรกของประเทศ (จาก ผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์)

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
S7 สร้างระบบบริหารจัดการที่เป็นเลิศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงาน โดยสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อเพิ่มความสามัคคี และขีดความสามารถของบุคลากรให้เท่าทันต่อการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	AP 7.1 แผนทบทวนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการปรับปรุงแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการคณะกรรมการสื่อสารมวลชนให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> - แผนยุทธศาสตร์คณะกรรมการสื่อสารมวลชน 4 ปี (พ.ศ. 2567 – 2571) จำนวน 1 แผน - แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ (พ.ศ. 2567 – 2571) จำนวน 4 แผน - บุคลากรมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนอย่างน้อยร้อยละ 80 - บุคลากรรับรู้ เข้าใจ แผนยุทธศาสตร์ แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการอย่างน้อยร้อยละ 80 	บุคลากรมีส่วนร่วมปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายตามแผนยุทธศาสตร์ ในระยะเวลา 4 ปี ทำให้การนำองค์กร และการประเมินผลการปฏิบัติงานสู่ความเป็นเลิศบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (EdPEx300)
	AP 7.2 แผนการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรคณะกรรมการสื่อสารมวลชน	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาสมรรถนะตามเป้าหมายของคณะกรรมการสื่อสารมวลชน - บุคลากรได้รับการพัฒนาสมรรถนะ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 	คณะกรรมการสื่อสารมวลชนสามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ อันเกิดจากการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดี
	AP 7.3 แผนการพัฒนาความผูกพันต่อองค์กร	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนบุคลากรที่เข้าร่วมกิจกรรมความผูกพันองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 	คณะกรรมการสื่อสารมวลชนสามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ อันเกิดจาก

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
		<ul style="list-style-type: none"> - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อกิจกรรมสร้างความผูกพันองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 (ค่าเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 3.51) 	<p>บุคลากรภายในองค์กรมีความสุขในการปฏิบัติงาน</p>
	<p>AP 7.4 พัฒนาระบบการให้บริการที่พึงปรารถนาแก่ลูกค้า (ความต้องการเชิงรุก)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - แผนการพัฒนาระบบการให้บริการที่พึงปรารถนาแก่ลูกค้า 1 แผน - ลูกค้าที่รับบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5) - ไม่มีข้อร้องเรียน หรือมีข้อร้องเรียนไม่เกิน 10 รายต่อปี - มีลูกค้าใหม่ใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างน้อยปีละ 3 ราย 	<p>คณะกรรมการสื่อสารมวลชนได้รับการรับรองคุณภาพองค์กรเป็นเลิศอันเกิดจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี</p>
<p>S8 พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจ</p>	<p>AP 8.1 แผนการพัฒนาระบบสารสนเทศและฐานข้อมูลคณะกรรมการสื่อสารมวลชนเพื่อการบริหารและการตัดสินใจ</p>	<p>มีระบบสารสนเทศและฐานข้อมูลเพื่อการตัดสินใจที่มีคุณภาพสำหรับการตัดสินใจ</p>	<p>คณะกรรมการสื่อสารมวลชนสามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ อันเกิดจากการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจที่ดี</p>

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
S9 แสวงหารายได้เพื่อพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน	AP 9.1 แผนธุรกิจเพื่อแสวงหารายได้พึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน (ศูนย์ CIC) 2 แผน	<ul style="list-style-type: none"> - แผนธุรกิจระยะสั้นของศูนย์ CIC จำนวน 1 แผน - แผนธุรกิจระยะยาวของศูนย์ CIC จำนวน 1 แผน <hr/> <ul style="list-style-type: none"> - มีกิจกรรม/โครงการแสวงหารายได้สนับสนุนการดำเนินงานของคณะไม่ต่ำกว่า 10 โครงการ - ปีที่ 1 – 2 สามารถเพิ่มรายได้อย่างน้อยร้อยละ 5 ของรายรับสุทธิปีที่ผ่านมา มีรายละเอียดดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - ปี 2568 = ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของรายรับสุทธิปีที่ผ่านมา - ปี 2569 = ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของรายรับสุทธิปีที่ผ่านมา - ปีที่ 3 – 4 สามารถเพิ่มรายได้อย่างน้อยร้อยละ 10 ของรายรับสุทธิปีที่ผ่านมา มีรายละเอียดดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - ปี 2570 = ไม่น้อยกว่าร้อยละ 6 ของรายรับสุทธิปีที่ผ่านมา 	คณะกรรมการสื่อสารมวลชนสามารถแสวงหารายได้เพื่อพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
		- ปี 2571 = ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายรับสุทธิปีที่ผ่านมา	
	AP 9.2 ส่งเสริมการแสวงหารายได้ในรูปแบบใหม่หรือให้การสนับสนุนนักศึกษา และ/หรือศิษย์เก่าที่มีความรู้ความสามารถเปิดบริษัทเพื่อแสวงหารูปแบบการดำเนินธุรกิจสื่อหรือการสื่อสารที่สามารถแสวงหารายได้ด้วยตนเอง และมีผลตอบแทนคืนคณะกรรมการสื่อสารมวลชน	สนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการ จำนวน 5 บริษัท	มีรายได้จากการประกอบการ (Billing) จากรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบใหม่ที่คณะฯ ให้การสนับสนุน ไม่น้อยกว่า 2 ล้านบาทในระยะเวลา 4 ปี
	AP 9.3 ฐานข้อมูลที่ส่งเสริมให้นักศึกษา นำไปสู่การทำงานในองค์กรวิชาชีพ	ฐานข้อมูลสำหรับบัณฑิตที่รายชื่อและความถนัดของนักศึกษาในการประกอบอาชีพที่เชื่อมโยงเข้ากับโครงการงานบริการของศูนย์ CIC และ/หรือรองรับรูปแบบความร่วมมือทางธุรกิจแบบใหม่ อันเกิดจากผู้ประกอบการที่คณะให้การส่งเสริม 1 ฐานข้อมูล	นักศึกษาที่มีศักยภาพในการประกอบวิชาชีพ สามารถพัฒนาให้ตนเองเป็นผู้ประกอบการได้ในระหว่างเรียน