WE COMMUNICATE CREATE SHARE
MASS COMMUNICATION, CHIANG MAI UNIVERSITY

MASS COMM

ยุทธศาสตร์ คณะการสื่อสารมวลชน พ.ศ. 2567 – 2571

ผ่านการรับรองจากสภามหาวิทยาลัย ครั้งที่ 7/2567

Mass Communication Chiang Mai University

ยุทธศาสตร์คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2567 – 2571

วิสัยทัศน์ (Vision)

สถาบันการศึกษาชั้นนำด้านการสื่อสารที่บูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัดวิสัยทัศน์

ตัวชี้วัด	2567	2568	2569	2570	2571
1. ได้รับการจัดอันดับ THE สาขา Communication & Media Studies อยู่ใน 3 อันดับแรกของประเทศ	อันดับ 1-3	อันดับ 1-3	อันดับ 1-3	อันดับ 1-3	อันดับ 1-3
2. สร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม (SROI)	50 ล้านบาท				
3. ได้ผลการประเมิน EdPEx ระดับ 300	ระดับ200	ระดับ200	ระดับ 300	ระดับ300	ระดับ300

พันธกิจ

1. จัดการเรียนการสอนเพื่อผลิตบัณฑิต
2. ผลิตผลงานวิจัยและการบริการวิชาการที่มีผลกระทบต่อสังคม
3. การบริหารจัดการที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ (Strategies: S)

S1 พัฒนาหลักสูตรการสื่อสารที่นำองค์ความรู้การสื่อสารไปบูรณาการข้ามศาสตร์ ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ให้มีความรู้ และทักษะการสื่อสารไปใช้ปฏิบัติงานสาขาวิชาอื่น

S2 เพิ่มบุคลากรวิชาการที่มีคุณภาพสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ

S3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือ

S4 มีศูนย์ "Communication Collaboration Center" บูรณาการและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการสื่อสารกับศาสตร์อื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาสังคม และเผยแพร่องค์ความรู้

S5 ใช้การวิจัย งานสร้างสรรค์ และบริการวิชาการ เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้สังคมและชุมชน (SROI 50 ล้านบาท)

S6 สร้างระบบบริหารจัดการที่เป็นเลิศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงาน โดยสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อเพิ่มความสามัคคี และขีดความสามารถของบุคลากรให้เท่าทันต่อการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

S7 พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจ

S8 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
1. คณะเป็นสถาบันการศึกษาชั้นนำด้านการสื่อสาร/นิเทศศาสตร์ที่มีชื่อเสียงมายาวนานอยู่ในอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศ ดึงดูดให้นักศึกษาสมัครเข้ามาเรียนมากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ 2. คณะมีศูนย์นวัตกรรมการสื่อสารปฏิบัติงานตอบสนองยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่และคณะมีผลงานพัฒนาองค์กรได้ 3. นักศึกษาของคณะการสื่อสารมวลชนได้รับรางวัลการแข่งขันในระดับภูมิภาคและประเทศอย่างต่อเนื่อง 4. คณะมีเครือข่ายความร่วมมือกับศิษย์เก่าที่เข้มแข็งสนับสนุนพันธกิจการจัดการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการ 5. มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา องค์กรวิชาชีพ หน่วยงาน สมาคมต่าง ๆ ทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ 6. มีห้องปฏิบัติการ และอุปกรณ์การผลิตสื่อที่ทันสมัย พร้อมต่อการให้บริการผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น	1. การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการยังไม่ครอบคลุม และไม่ตอบสนองต่อการตัดสินใจสำหรับการบริหารงาน 2. คณะมีบุคลากรสายวิชาการที่มีความรู้ความสามารถในเชิงวิชาชีพจำนวนจำกัด 3. คณะไม่สามารถรักษาบุคลากรสายวิชาการที่มีคุณภาพและคุณสมบัติตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ได้ 4. คณะมีการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกแต่มีการดำเนินกิจกรรมความร่วมมือในสัดส่วนน้อย ขาดการดำเนินกิจกรรมต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการที่สามารถสร้างนวัตกรรมการสื่อสารที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคม และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 5. คณะมีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ไม่เพียงพอ 6. คณะมีจำนวนผลงานวิจัยและบทความวิชาการตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการระดับชาติและนานาชาติต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ 7. คณะได้รับทุนวิจัยจากภายนอกน้อย 8. สื่อออนไลน์ของคณะการสื่อสารมวลชน (เว็บไซต์, เพจ Facebook ของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน) ได้รับความนิยมจากผู้รับสารเป้าหมายไม่มากนักเมื่อเทียบกับสื่อท้องถิ่นรายอื่น ๆ (เช่น CM108, เชียงใหม่นิวส์) 9. บุคลากรมีทักษะการจัดรายการแบบสื่อดั้งเดิม ไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีวิทยุออนไลน์ ทั้งในด้านการผลิตเนื้อหาและการจัดการเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต จึงไม่สอดคล้องกับผู้ฟังกลุ่มใหม่ที่เติบโตในยุคสื่อใหม่หรือสื่อดิจิทัล

Opportunities	Threats
1. ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน ได้แก่ นโยบาย Digital Transformation 2. หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ชุมชนในภาคเหนือตอนบนมีความต้องการใช้บริการการวิจัยและบริการวิชาการเพื่อพัฒนาชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ ซึ่งจะนำมาสู่องค์ความรู้ด้านการสื่อสารของคณะการสื่อสารมวลชน 3. สถาบันการศึกษาและองค์กรวิชาชีพด้านการสื่อสารและนิเทศศาสตร์ให้ความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการพัฒนาการเรียนการสอน ส่งเสริมคุณภาพของบัณฑิต 4. องค์กรวิชาชีพและวิชาการด้านการสื่อสาร มีเครือข่ายที่เข้มแข็ง คณะสามารถใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาความร่วมมือในระดับประเทศ ภูมิภาคอาเซียน และนานาชาติได้ 5. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่กระจายอำนาจเปิดโอกาสให้คณะการสื่อสารมวลชนสามารถพัฒนาเนื้อหาการเรียนรูปแบบดิจิทัล หลักสูตรระยะสั้นในการ Reskill/Upskill หลักสูตรแบบข้ามศาสตร์ ให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ภูมิทัศน์สื่อ และความต้องการของผู้เรียนในปัจจุบัน ทำให้คณะสามารถพัฒนาและขยายกลุ่มลูกค้าที่สนใจเข้าศึกษากลุ่มใหม่ได้ รวมถึงการดำเนินโครงการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน 6. มีเทคโนโลยีใหม่ที่เอื้อต่อการเรียนการสอน สามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ 7. มีองค์กร ทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรไม่แสวงหากำไร กิจการเพื่อสังคม และชุมชน ที่มีปัญหาและ/หรือต้องการบริการด้านการสื่อสาร 8. สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนเป็นสถานีวิทยุสถาบันที่มุ่งเน้นเรื่องการพัฒนาชุมชนและสังคมตามกรอบข้อบังคับของกฎหมาย ได้รับสิทธิ์ให้ชำระค่าใบอนุญาตในระดับต่ำ 9. แนวโน้มความสนใจของสังคมด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพิ่มขึ้น (Glocalization)	1. ผู้เรียนเลือกแสวงหาความรู้จากช่องทางอื่นแทนการศึกษาในระบบทั้งในประเทศและต่างประเทศ 2. เทคโนโลยีและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีราคาสูง 3. งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐมีแนวโน้มลดลง ส่งผลต่อการจัดการงบประมาณของคณะ และการบริหารจัดการภายในคณะ 4. ระบบงบประมาณ และกฎระเบียบทำให้การปฏิบัติงาน และการแสวงหารายได้ไม่คล่องตัว ทำให้งานล่าช้า 5. กระทรวงฯ มุ่งเน้นให้สถาบันอุดมศึกษาพัฒนาเน้นหนักด้านวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม 6. มีผู้เปิดหลักสูตรระยะสั้นเฉพาะทาง (Non Degree) ด้านการสื่อสาร เช่น บริษัทธุรกิจเอกชน องค์กรวิชาชีพ เป็นต้น โดยเฉพาะทักษะการสื่อสารในยุคดิจิทัล มีเพิ่มมากขึ้น ทำให้คณะมีคู่แข่งสูงขึ้น 7. ระบบการรับเข้าศึกษาต่อ (TCAS) เปิดรับหลายรอบ ทำให้นักศึกษาเปลี่ยนใจได้ จึงส่งผลให้อัตราการสละสิทธิ์ของนักศึกษามีจำนวนสูงขึ้น 8. ความนิยมในการเรียนในระดับบัณฑิตศึกษาลดลง 9. ความนิยมและพฤติกรรมของผู้รับสารแปรเปลี่ยนไปตามธรรมชาติ ทั้งมิติเรื่องกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา สื่อ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเรียนการสอน และผลิตบัณฑิต ที่มีความรู้ข้ามศาสตร์
Interdisciplinary Communication Education

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
1. พัฒนาหลักสูตรการสื่อสารที่นำองค์ความรู้การสื่อสารไปบูรณาการข้ามศาสตร์ ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ให้มีความรู้และทักษะการสื่อสารไปใช้ปฏิบัติงานสาขาวิชาอื่น	1.1 เนื้อหาการเรียนรู้แบบดิจิทัล หรือหลักสูตรระยะสั้นเพื่อ Reskill/Upskill ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคณะการสื่อสารมวลชน	มีหลักสูตร Reskill/Upskill อย่างน้อย 2 หลักสูตร มีผลการประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 70	ผู้เรียนได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะด้านการสื่อสารที่สามารถนำไปบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานสาขาวิชาอื่น เช่น การพัฒนาทักษะการนำเสนอ การสื่อสารเพื่อสร้างแบรนด์บุคคล เป็นต้น
	1.2 แผนการพัฒนาทักษะวิชาชีพ (สอดคล้องกับแผนส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ CIC) – จัดอบรมพัฒนาความรู้ ทักษะที่เกี่ยวข้องกับอาชีพที่นักศึกษาสนใจในระหว่างเรียน (ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ) – โครงการส่งเสริมให้นักศึกษามีอาชีพในระหว่างเรียน (ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ)	อย่างน้อย 40 คน (มีนักศึกษาเข้าร่วมการพัฒนาทักษะวิชาชีพปีละอย่างน้อย 10 คน)	นักศึกษาคณะการสื่อสารมวลชนได้รับการพัฒนาทักษะวิชาชีพ เพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ตลาดแรงงาน หรือเป็นผู้ประกอบการในอนาคต
	1.3 แผนการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน (ปี 69 – 71)	โครงการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน อย่างน้อย 4 โครงการ	คณะการสื่อสารมวลชนมีหลักสูตรการเรียนการสอนด้านการสื่อสารที่ทำให้มีผู้สนใจเรียนติดอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศ

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
	1.4 แผนการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาพยนตร์ดิจิทัล (ปี 69 – 71)	โครงการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาพยนตร์ดิจิทัล อย่างน้อย 4 โครงการ	
	1.5 แผนการสร้างโครงการวิชาเอกคู่ (Double Majors) บูรณาการข้ามศาสตร์ (สำหรับปริญญาตรี) (ปี 69 – 71)	โครงการวิชาเอกคู่ (Double Majors) บูรณาการข้ามศาสตร์ (สำหรับปริญญาตรี) อย่างน้อย 2 โครงการ	มีหลักสูตรหรือแนวทางการจัดการเรียนการสอนด้านการสื่อสารแบบบูรณาการข้ามศาสตร์ที่สามารถพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะนำองค์ความรู้ด้านการสื่อสารไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของหน่วยงาน สร้างประโยชน์ให้องค์กร ชุมชน และประเทศชาติ
	1.6 พัฒนาหลักสูตร หรือ แนวทางการจัดการเรียนการสอนสนับสนุนหลักสูตรพหุศาสตร์รองรับการพัฒนาสู่การเป็นหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา	หลักสูตร หรือ แนวทางการจัดการเรียนการสอนสนับสนุนหลักสูตรพหุศาสตร์รองรับการพัฒนาสู่การเป็นหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา	
	1.7 แผนการพัฒนาคุณภาพนักศึกษาสู่เวทีระดับชาติ/นานาชาติ	นักศึกษาคณะการสื่อสารมวลชนได้รับรางวัลการแข่งขันในระดับชาติ/นานาชาติอย่างน้อย 35 รางวัล (ภายในระยะเวลา 4 ปี)	หลักสูตรคณะการสื่อสารมวลชนมีชื่อเสียงในเรื่องการจัดการเรียนการสอนที่ได้มาตรฐานในระดับชาติ/นานาชาติ
2. เพิ่มบุคลากรวิชาการที่มีคุณภาพสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ	2.1. แผนการรับและ/หรือพัฒนาทักษะคณาจารย์ – รับอาจารย์ที่มีคุณวุฒิ ป.เอก/ป.โท ตามคุณสมบัติที่มหาวิทยาลัยกำหนด – จัดจ้างนักวิชาชีพ หรือผู้เชี่ยวชาญแบบประจำ เพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนส่งเสริมความรู้และทักษะทางวิชาชีพ	– จำนวนอาจารย์ที่รับเข้าใหม่ 7 คน – จำนวนนักวิชาชีพ หรือผู้เชี่ยวชาญแบบประจำ เพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนส่งเสริมความรู้และทักษะทางวิชาชีพจำนวน 4 คน	ผู้เรียนได้รับความรู้จากคณาจารย์และบุคลากรที่มีคุณภาพ สามารถพัฒนาความรู้และทักษะให้เป็นบัณฑิตที่มีสมรรถนะสูงในอนาคต

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
	2.2. แผนการอบรมพัฒนาบุคลากรสายวิชาการ และสายสนับสนุนการสอน	ร้อยละบุคลากรสายวิชาการ และสายสนับสนุนการสอนอย่างน้อยร้อยละ 80	
3. สร้างเครือข่ายความร่วมมือ	3.1. สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระ และเครือข่ายศิษย์เก่า เพื่อสร้างความร่วมมือด้านการจัดการเรียนการสอน การแลกเปลี่ยนวิทยากร การนำโจทย์ปัญหาที่ต้องนำความรู้ด้านการสื่อสารบูรณาการข้ามศาสตร์มาใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย	มี MOU ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระและมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง อย่างน้อย 4 ที่	คณะได้ความร่วมมือด้านวิทยากร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญมาสนับสนุนการเรียนการสอนและการผลิตเนื้อหาการเรียนรู้แบบ online รวมไปถึงการนำโครงการที่ใช้ในการปฏิบัติงานในวิชาชีพมาเป็นโจทย์สำหรับให้ผู้เรียนได้ฝึกหัดปฏิบัติจริง
	3.2. สร้างความร่วมมือกับคณะ หรือหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย เพื่อจัดทำโครงการวิชาเอกคู่ (Double Majors) บูรณาการข้ามศาสตร์ (สำหรับปริญญาตรี)	เกิดแนวทางการจัดทำโครงการวิชาเอกคู่ (Double Majors) ร่วมกับคณะ หรือหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยอย่างน้อย 1 แห่ง [เพื่อสนับสนุนโครงการวิชาเอกคู่ (Double Majors) บูรณาการข้ามศาสตร์ (สำหรับปริญญาตรี) อย่างน้อย 1 โครงการ/หลักสูตร]	เกิดโครงการวิชาเอกคู่ (Double Majors) บูรณาการข้ามศาสตร์ (สำหรับปริญญาตรี) ที่สามารถจัดการเรียนการสอน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การวิจัย บริการวิชาการ บูรณาการข้ามศาสตร์ ที่มีผลกระทบต่อสังคมสูง
Integrated and Interdisciplinary Research and Academic Services with High Social Impact

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
1. มีศูนย์ "Communication Collaboration Center" บูรณาการและพัฒนาองค์ความรู้ ด้านการสื่อสารกับศาสตร์อื่น ๆ เพื่อการพัฒนาสังคม และเผยแพร่องค์ความรู้	1.1 จัดตั้งศูนย์ Communication Collaboration Center (จำนวน 1 ศูนย์ ประกอบด้วย คณาจารย์คณะการสื่อสารมวลชน สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน ศูนย์นวัตกรรมการสื่อสาร และหน่วยบริหารงานวิจัย) ภายในปี 2569	ปีที่ 1 – 2 : การประชุม กับตัวแทน 3 กลุ่มคณะ ได้แก่ กลุ่มคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาศาสตร์สุขภาพ และมนุษยศาสตร์และสังคม จำนวน 6 ครั้ง ปีที่ 3 – 4 : โครงการวิจัยและการบริการวิชาการข้ามศาสตร์ 2 โครงการ (ปีละ 1 โครงการ)	คณะการสื่อสารมวลชนได้รับการจัดอันดับคุณภาพการศึกษาอยู่ใน 3 อันดับแรกของประเทศ (จากผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์)
	1.2 สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระ แหล่งทุนวิจัย และองค์กรวิชาชีพเพื่อสร้างความร่วมมือด้านการวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และการบริการวิชาการ	เกิดความร่วมมือด้านการวิจัยและการบริการวิชาการอย่างน้อย 8 หน่วยงาน และลงนาม 8 MOU (ปีละ 2 หน่วยงาน)	
	1.3 จัดทำฐานข้อมูลแหล่งทุนวิจัยและปฏิทินการเปิดรับข้อเสนอ แหล่งทุนในมหาวิทยาลัย แหล่งทุนระดับประเทศ และนานาชาติ	ได้รับทุนโครงการวิจัยหรือผลงานสร้างสรรค์ 4 โครงการ (ปีละ 1 โครงการ)	
	1.4 โครงการส่งเสริมคณาจารย์เขียนโครงร่างการวิจัย บทความวิชาการเพื่อการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ	คณาจารย์ผู้เข้าร่วมโครงการ – ได้รับทุนวิจัย 4 เรื่อง (ปีละ 1 โครงการ) – เขียนบทความเพื่อตีพิมพ์ ปีที่ 1– 2 จำนวน 8 ผลงาน ปีที่ 3 – 4 จำนวน 18 ผลงาน	

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
	1.5 โครงการ "Mentor งานวิจัย งานสร้างสรรค์ การรับใช้สังคม" สำหรับคณาจารย์และเจ้าหน้าที่	โครงการวิจัยโดย Mentor คณาจารย์และเจ้าหน้าที่ 4 โครงการ (ปีละ 1 โครงการ)	
	1.6 เพิ่มรางวัลค่าตอบแทนการตีพิมพ์	บรรลุเป้าหมายการตีพิมพ์รายปี (2567-8 /2568-9 /2569-10 /2570-11) และมีการตีพิมพ์ผลงานในฐาน Scopus เพิ่มขึ้น	
	1.7. พัฒนา และรักษาคุณภาพ “วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ”	“วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ” รักษาคุณภาพได้รับการจัดอันดับอยู่ในฐานข้อมูล TCI ไม่ต่ำกว่า Tier 2	
	1.8 แผนการผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และการบริการวิชาการ	เผยแพร่ผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ ผลงานบริการวิชาการในรูปแบบของตำรา ข่าว สารคดี บทความ คลิปสั้น ทางเว็บไซต์ของคณะ สถานีวิทยุ FM100 และสื่อออนไลน์อื่น ๆ ไม่น้อยกว่า 120 ชิ้น (ปีละ 30 ชิ้น)	
	1.9 โครงการวิจัยประมวลองค์ความรู้การสื่อสารภัยพิบัติ	ปีที่ 1 – 2 : รายงานการวิจัยองค์ความรู้การสื่อสารภัยพิบัติ 1 เล่ม บทความวิชาการ 1 ชิ้น	
2. ใช้การวิจัย งานสร้างสรรค์ และบริการวิชาการ เพื่อสร้างมูลค่าทาง	2.1 โครงการบริการวิชาการกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระ ชุมชน เพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์และ Agenda ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	โครงการบริการวิชาการ 10 โครงการที่ตอบความต้องการของชุมชน องค์กรภายนอก หรือสนับสนุนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ผลการประเมิน SROI ของผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และผลงานบริการวิชาการทั้งหมดของคณะการ

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
เศรษฐกิจให้สังคมและชุมชน (SROI 50 ล้านบาท)	2.2 การจัดทำแผนการสื่อสารภัยพิบัติภาคเหนือตอนบน	แผนการสื่อสารภัยพิบัติ 1 ชุด สำหรับการสื่อสารภัยพิบัติภาคเหนือตอนบนที่นำไปใช้ปฏิบัติงานได้จริง	สื่อสารมวลชน มีมูลค่ารวมไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท
	2.3 แผนการประเมิน SROI ของโครงการวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และการบริการวิชาการที่มีผลกระทบต่อสังคม	รายงานผลการประเมินมูลค่าผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ของงานวิจัย งานสร้างสรรค์ หรืองานบริการวิชาการจำนวน 4 ฉบับ (ปีละ 1 ฉบับ)	

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ
Excellent Performance

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
1. สร้างระบบบริหารจัดการที่เป็นเลิศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงาน โดยสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อเพิ่มความสามัคคี และขีดความสามารถของบุคลากรให้เท่าทันต่อการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	1.1 แผนทบทวนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการปรับปรุงแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการคณะการสื่อสารมวลชนให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น	– แผนยุทธศาสตร์คณะการสื่อสารมวลชน 4 ปี (พ.ศ. 2567 – 2571) จำนวน 1 แผน – แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ (พ.ศ. 2567 – 2571) จำนวน 4 แผน – บุคลากรมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนอย่างน้อยร้อยละ 80 – บุคลากรรับรู้ เข้าใจ แผนยุทธศาสตร์ แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการอย่างน้อยร้อยละ 80	บุคลากรมีส่วนร่วมปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายตามแผนยุทธศาสตร์ในระยะเวลา 4 ปี ทำให้การนำองค์กร และการประเมินผลการปฏิบัติงานสู่ความเป็นเลิศบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (EdPEx300)
	1.2 แผนการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรคณะการสื่อสารมวลชน	– จำนวนบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาสมรรถนะตามเป้าหมายของคณะการสื่อสารมวลชน – บุคลากรได้รับการพัฒนาสมรรถนะไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	คณะการสื่อสารมวลชนสามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ อันเกิดจากการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดี
	1.3 แผนการพัฒนาความผูกพันต่อองค์กร	– จำนวนบุคลากรที่เข้าร่วมกิจกรรมความผูกพันองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	คณะการสื่อสารมวลชนสามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ อันเกิดจาก

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
		– ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อกิจกรรมสร้างความผูกพันองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 (ค่าเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 3.51)	บุคลากรภายในองค์กรมีความสุขในการปฏิบัติงาน
	1.4 พัฒนาระบบการให้บริการที่พึงปรารถนาแก่ลูกค้า (ความต้องการเชิงรุก)	– แผนการพัฒนาระบบการให้บริการที่พึงปรารถนาแก่ลูกค้า 1 แผน – ลูกค้าที่รับบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5) – ไม่มีข้อร้องเรียน หรือมีข้อร้องเรียนไม่เกิน 10 รายต่อปี – มีลูกค้าใหม่ใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างน้อยปีละ 3 ราย	คณะการสื่อสารมวลชนได้รับการรับรองคุณภาพองค์กรเป็นเลิศอันเกิดจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี
2. พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจ	2.1 แผนการพัฒนาระบบสารสนเทศและฐานข้อมูลคณะการสื่อสารมวลชนเพื่อการบริหารและการตัดสินใจ	มีระบบสารสนเทศและฐานข้อมูลเพื่อการตัดสินใจที่มีคุณภาพสำหรับการตัดสินใจ	คณะการสื่อสารมวลชนสามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ อันเกิดจากการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจที่ดี
3. แสวงหารายได้เพื่อพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน	3.1 แผนธุรกิจเพื่อแสวงหารายได้พึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน (ศูนย์ CIC) จำนวน 2 แผน	– แผนธุรกิจระยะสั้นของศูนย์ CIC จำนวน 1 แผน – แผนธุรกิจระยะยาวของศูนย์ CIC จำนวน 1 แผน	คณะการสื่อสารมวลชนสามารถแสวงหารายได้เพื่อพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
		– มีกิจกรรม/โครงการแสวงหารายได้สนับสนุนการดำเนินงานของคณะไม่ต่ำกว่า 10 โครงการ – ปีที่ 1 – 2 สามารถเพิ่มรายได้อย่างน้อยร้อยละ 5 ของรายรับสุทธิปีที่ผ่านมา มีรายละเอียดดังนี้ ■ ปี 2568 = ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของรายรับสุทธิปีที่ผ่านมา ■ ปี 2569 = ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของรายรับสุทธิปีที่ผ่านมา – ปีที่ 3 – 4 สามารถเพิ่มรายได้อย่างน้อยร้อยละ 10 ของรายรับสุทธิปีที่ผ่านมา มีรายละเอียดดังนี้ ■ ปี 2570 = ไม่น้อยกว่าร้อยละ 6 ของรายรับสุทธิปีที่ผ่านมา ■ ปี 2571 = ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายรับสุทธิปีที่ผ่านมา	
	3.2 ส่งเสริมการแสวงหารายได้ในรูปแบบใหม่หรือให้การสนับสนุนนักศึกษา และ/หรือศิษย์เก่าที่มีความรู้ความสามารถเปิดบริษัทเพื่อแสวงหารูปแบบการดำเนินธุรกิจสื่อหรือการสื่อสารที่สามารถแสวงหา	สนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการ จำนวน 5 บริษัท	มีรายได้จากการประกอบการ (Billing) จากรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบใหม่ที่คณะฯ ให้การสนับสนุน ไม่น้อยกว่า 2 ล้านบาทในระยะเวลา 4 ปี

กลยุทธ์	แผน	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
	รายได้ด้วยตนเอง และมีผลตอบแทนคืนคณะการสื่อสารมวลชน		
	3.3 ฐานข้อมูลที่ส่งเสริมให้นักศึกษานำไปสู่การทำงานในองค์กรวิชาชีพ	ฐานข้อมูลสำหรับบันทึกรายชื่อและความถนัดของนักศึกษาในการประกอบอาชีพที่เชื่อมโยงเข้ากับโครงการงานบริการของศูนย์ CIC และ/หรือรองรับรูปแบบความร่วมมือทางธุรกิจแบบใหม่อันเกิดจากผู้ประกอบการที่คณะให้การส่งเสริม 1 ฐานข้อมูล	นักศึกษาที่มีศักยภาพในการประกอบวิชาชีพ สามารถพัฒนาให้ตนเองเป็นผู้ประกอบการได้ในระหว่างเรียน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายตามแผนยุทธศาสตร์ คณะการสื่อสารมวลชน

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเรียนการสอน และผลิตบัณฑิต ที่มีความรู้ข้ามศาสตร์

ตัวชี้วัด		หน่วยนับ	2567	2568	2569	2570	2571
1.1	ความร่วมมือสถาบันการศึกษา องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน องค์กรอิสระ และภาคประชาสังคม เพื่อส่งเสริมการเรียนการสอนของคณะการสื่อสารมวลชน และมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง	MOU	1	1	1	1	1
1.2	ภาควิชา/คณะ/มหาวิทยาลัยที่ร่วมวิชาเอกคู่ แบบบูรณาการข้ามศาสตร์ (Double Major)บูรณาการข้ามศาสตร์	หน่วยงาน	1				
1.3	โครงการพัฒนาวิชาเอกคู่ (Double Major) บูรณาการข้ามศาสตร์ (ปริญญาตรี)	โครงการ	1				
1.4	โครงการพัฒนาหลักสูตร หรือ แนวทางการจัดการเรียนการสอนสนับสนุนหลักสูตรพหุศาสตร์รองรับการพัฒนาสู่การเป็นหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา	โครงการ	1				
1.5	เนื้อหาการเรียนรู้แบบดิจิทัล หรือหลักสูตรระยะสั้นเพื่อ Reskill หรือ Upskill	หลักสูตร	1	1	2	2	2
1.6	จำนวนนักศึกษาที่ได้รับการพัฒนาทักษะวิชาชีพ	คน	10	10	10	10	10
1.7	จำนวนรับอาจารย์ใหม่วุฒิปริญญาเอก/ปริญญาโท	คน	1	1	1	2	2
1.8	จำนวนรับนักวิชาชีพหรือผู้เชี่ยวชาญแบบประจำ (ผู้มีความรู้ความสามารถพิเศษเป็นอาจารย์)	คน	3	3	3	3	3
1.9	โครงการพัฒนาทักษะคณาจารย์เพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการข้ามศาสตร์	โครงการ	1	1	1	1	1
1.10	โครงการพัฒนาทักษะบุคลากรสายสนับสนุนระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการข้ามศาสตร์	โครงการ	1	1	1	1	1

ตัวชี้วัด		หน่วยนับ	2567	2568	2569	2570	2571
1.11	โครงการติดตามประเมินผลเพื่อการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน (ระบบติดตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)	โครงการ	1	1	1	1	1
1.12	โครงการติดตามประเมินผลเพื่อการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาพยนตร์ดิจิทัล	โครงการ	1	1	1	1	1
1.13	โครงการติดตามประเมินผลเพื่อการพัฒนาหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา (ป.โท และ ป.เอก)	โครงการ	1	1	1	1	1
1.14	โครงการพัฒนาหลักสูตร หรือ แนวทางการจัดการเรียนการสอนสนับสนุนหลักสูตรพหุศาสตร์ (บัณฑิตศึกษา)	หลักสูตร หรือ Module	1	1	1	1	1
1.15	ผลการประเมินความพึงพอใจเนื้อหาการเรียนรู้แบบดิจิทัล หรือหลักสูตรระยะสั้นเพื่อ Reskill หรือ Upskill	ระดับ	3.51	3.51	3.75	3.75	4.00
1.16	ร้อยละของคณาจารย์และบุคลากรสายสนับสนุนที่ได้รับการพัฒนาทักษะ	ร้อยละ	20	40	60	70	80
1.17	ร้อยละของอาจารย์ที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่ออาจารย์ผู้สอน มากกว่า ระดับ 3.51	ร้อยละ	88	89	90	90	90
1.18	ร้อยละของอาจารย์ที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อกระบวนวิชา มากกว่า ระดับ 3.41	ร้อยละ	88	89	90	90	90
1.19	ระดับความพึงพอใจของบัณฑิตที่มีต่อหลักสูตรทุกหลักสูตร	ระดับ	3.80	3.80	3.80	3.80	3.80
1.20	ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมพัฒนานักศึกษา	ระดับ	3.42	3.42	3.50	3.60	3.65
1.21	ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต	ระดับ	4.0	4.0	4.0	4.0	4.2
1.22	ร้อยละของบัณฑิตที่ได้งานทำในปีแรก	ร้อยละ	60	62	62	65	67
1.23	อัตราการแข่งขันเข้าเรียนในหลักสูตรของคณะเพิ่มขึ้น (ร้อยละของผู้สมัครต่อจำนวนรับจริง)	ร้อยละ	13.4	13.6	13.7	13.8	13.9
1.24	จำนวนรางวัลนักศึกษาได้รับรางวัลระดับชาติหรือนานาชาติ	รางวัล	9	9	10	10	11

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การวิจัย บริการวิชาการ บูรณาการข้ามศาสตร์ ที่มีผลกระทบต่อสังคมสูง

ตัวชี้วัด		หน่วยนับ	2567	2568	2569	2570	2571
2.1	จัดตั้งศูนย์ Communication Collaboration Center	ศูนย์			1		
2.2	โครงการวิจัยและการบริการวิชาการข้ามศาสตร์	โครงการ	-	-	1	1	1
2.3	เครือข่ายความร่วมมือด้านงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และการบริการวิชาการ	MOU	-	2	2	2	2
2.4	ฐานข้อมูลแหล่งทุนวิจัยและปฏิทินการเปิดรับข้อเสนอ แหล่งทุนในมหาวิทยาลัย แหล่งทุนระดับประเทศ และนานาชาติ	ฐานข้อมูล	-	1			
2.5	จำนวนโครงการวิจัยที่สนับสนุนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	โครงการ	-	1	1	1	1
2.6	จำนวนโครงการวิจัยร่วมกับนักวิชาการและมหาวิทยาลัยต่างประเทศ	โครงการ	-	1	1	1	1
2.7	จำนวนโครงการที่ได้รับทุนวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ หรือการบริการวิชาการจากแหล่งทุนภายนอกมหาวิทยาลัย	โครงการ	-	1	1	1	1
2.8	จำนวนโครงการบริการวิชาการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระ ชุมชน เพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์และ Agenda ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	โครงการ	-	2	2	3	3
2.9	จำนวนบทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในฐานข้อมูลระดับชาติ (TCI1 หรือ TCI2) หรือในฐานข้อมูลระดับนานาชาติ (Scopus)	บทความ	8	8	9	10	11
2.10	คุณภาพ “วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ”	ระดับการประเมินโดย TCI	Tier 2 หรือสูงกว่า				
2.11	สื่อเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และการบริการวิชาการ	ชิ้น	-	30	30	30	30
2.12	รายงานวิจัยประมวลองค์ความรู้การสื่อสารภัยพิบัติ	ชุด	-	1	-	-	
2.13	แผนปฏิบัติการสื่อสารภัยพิบัติ	ชุดปฏิบัติการ	-	-	-	1	
2.14	ผลการประเมิน SROI การวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และการบริการวิชาการ	ล้านบาท	-	10	10	10	20

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ

ตัวชี้วัด		หน่วยนับ	2567	2568	2569	2570	2571
3.1	ร้อยละอาจารย์ที่มีตำแหน่งวิชาการต่ออาจารย์ทั้งหมด	ร้อยละ	44	45	45	45	46
3.2	ร้อยละของอาจารย์ที่ได้รับการพัฒนาทักษะตามแผนยุทธศาสตร์	ร้อยละ	80	80	80	80	80
3.3	ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาทักษะการทำงานตามแผนยุทธศาสตร์	ร้อยละ	20	40	60	80	90
3.4	ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาสมรรถนะตามเป้าหมายของคณะ (IDP)	ร้อยละ	20	20	40	60	80
3.5	โครงการพัฒนาความผูกพันต่อองค์กร	โครงการ	2	2	2	2	2
3.6	ระดับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของบุคลากรในคณะ	ระดับ	-	3.2	3.4	3.5	3.8
3.7	จำนวนโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศในคณะ	โครงการ	6				
3.8	โครงการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมในองค์กร	โครงการ	1	1	1	1	1
3.9	แผนธุรกิจเพื่อแสวงหารายได้พึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน	แผน	1		1		
3.10	จำนวนระบบการให้บริการที่พึงปรารถนาแก่ลูกค้า	ระบบ	1				
3.11	จำนวนบริษัทที่คณะสนับสนุนให้นักศึกษาเปิดบริษัทเพื่อเป็นผู้ประกอบการ	บริษัท	1	1	1	1	1
3.12	จำนวนนักศึกษาคณะการสื่อสารมวลชนที่อยู่ในรายชื่อผู้ประกอบวิชาชีพในระหว่างเรียน	คน	-	20	30	40	50
3.13	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบสารสนเทศ	ระดับ	3.2	3.4	3.5	4.0	4.2
3.14	ร้อยละความโปร่งใสของหน่วยงาน (ITA)	ร้อยละ	72	85	85	85	90
3.15	ร้อยละการลาออกของบุคลากรที่มีผลการปฏิบัติงานในระดับดีมาก	ร้อยละ	30	20	10	5	5
3.16	ผลการประเมินคุณภาพองค์กร ตามแนวทางของเกณฑ์รางวัลคุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEx)	ระดับ	200	200	300	300	300

แผนการบริหารความเสี่ยง คณะการสื่อสารมวลชน

ประเด็นความเสี่ยง	ประเภทความเสี่ยง	สาเหตุ	กิจกรรมควบคุม	สัญญาณเตือนภัย
1. บุคลากรขาดความรู้ ทักษะที่จำเป็นต่อการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์	ความเสี่ยงด้านยุทธศาสตร์ (S)	– ขาดการวิเคราะห์สมรรถนะหลักที่สำคัญของบุคคลที่จำเป็นต่อการบรรลุยุทธศาสตร์ – ขาดการกำหนด TOR และการประเมิน JA ที่สอดคล้องกับเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ – รับภาระการปฏิบัติงานหน้าที่ประจำ (Routine) มากจนไม่สามารถปฏิบัติภารกิจตามยุทธศาสตร์ได้	1. จัดทำแผนยุทธศาสตร์ และวิเคราะห์สมรรถนะ พร้อมกำหนดกรอบอัตรากำลังให้สอดคล้องกับเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์ 2. ดำเนินโครงการ IDP เพื่อพัฒนาบุคลากรตามเป้าหมายยุทธศาสตร์คณะ	บุคลากรปฏิบัติงานล่าช้า เกิดความผิดพลาดบ่อยครั้ง ผลงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ขาดความกระตือรือร้น ไม่สามารถปรับตัวเข้ากับระบบการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ได้
2. ไม่ได้รับงบประมาณสนับสนุนโครงการวิจัยจากหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก	ความเสี่ยงด้านปฏิบัติงาน (O)	– งบประมาณสนับสนุนการวิจัยด้านการสื่อสารน้อยลง – มีคู่แข่งจากสถาบันการศึกษาอื่นที่เข้าถึงแหล่งทุนเป็นประจำ ไม่สามารถแข่งขันได้ – คณาจารย์มีชื่อเสียงและผลงานวิจัยน้อยกว่าสถาบันการศึกษาที่ได้รับ	1. สร้างเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อพัฒนาโครงการวิจัย รวมถึงการวิจัยแบบพหุศาสตร์ 2. สร้างเครือข่ายความร่วมมือมหาวิทยาลัยระดับนานาชาติเพื่อจัดทำโครงการความร่วมมือด้านการวิจัย และการบริการวิชาการ 3. สร้างโอกาสการทำงานร่วมกับนักวิชาการและนักวิจัยระดับนานาชาติเพื่อทำวิจัย	คณะการสื่อสารมวลชนไม่ได้รับทุนวิจัยจากภายนอกต่อเนื่องกันเป็นเวลา 2 ปี

ประเด็นความเสี่ยง	ประเภทความเสี่ยง	สาเหตุ	กิจกรรมควบคุม	สัญญาณเตือนภัย
		การจัดอันดับ 1- 2 ของประเทศ ด้าน Media and Communication Studies – คณะการสื่อสารมวลชนอยู่ในระยะเริ่มต้นของการผลิตผลงานสร้างสรรค์	และการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติ 4. จัดงบประมาณคณะเพื่อสนับสนุนโครงการผลิตผลงานสร้างสรรค์ 5. จัดงบประมาณคณะสนับสนุนการบริการวิชาการ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในชุมชน แล้วนำมานำเสนอในเวทีนำเสนอผลงานระดับชาติและนานาชาติ 6. สร้างแรงจูงใจในการผลิตผลงานวิชาการ เช่น การเพิ่มรางวัลการตีพิมพ์ สร้างเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อพัฒนาโครงการวิจัย รวมถึงการวิจัยแบบพหุศาสตร์ 7. สร้างเครือข่ายความร่วมมือมหาวิทยาลัยระดับนานาชาติเพื่อจัดทำโครงการความร่วมมือด้านการวิจัย และการบริการวิชาการ 8. สร้างโอกาสการทำงานร่วมกับนักวิชาการและนักวิจัยระดับนานาชาติเพื่อทำวิจัยและการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติ 9. จัดงบประมาณคณะเพื่อสนับสนุนโครงการผลิตผลงานสร้างสรรค์	

ประเด็นความเสี่ยง	ประเภทความเสี่ยง	สาเหตุ	กิจกรรมควบคุม	สัญญาณเตือนภัย
3. คณะไม่สามารถเพิ่มจำนวนผลงานการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานในระดับชาติและนานาชาติ	ความเสี่ยงด้านปฏิบัติงาน (O)	– คณาจารย์มีภาระงานสอนมากกว่าภาระงานวิจัย – คณาจารย์ที่สนใจจะทำวิจัยแต่ขาดทักษะการวิจัย – ขาดทักษะและความชำนาญในการตีพิมพ์เผยแพร่วารสารวิชาการระดับนานาชาติ	1. กำหนดจำนวนรับนักศึกษาให้สอดคล้องกับคณาจารย์ ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการและอุปกรณ์การศึกษา 2. กำหนดสัดส่วนอาจารย์ที่มุ่งเน้นงานวิจัยของคณาจารย์ทั้งคณะ 3. ลดภาระงานการสอนของอาจารย์ลงเพื่อจัดทำผลงานการตีพิมพ์ 4. จัดที่ปรึกษา (Mentor) ด้านการวิจัยเพื่อทำงานร่วมกับคณาจารย์ 5. จัดอบรมให้ความรู้เรื่องการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารระดับนานาชาติอย่างต่อเนื่อง	- ไม่มีคณาจารย์ได้รับทุนวิจัย หากได้รับทุนวิจัยไม่สามารถปิดโครงการวิจัยได้ตามระยะเวลาที่กำหนด - คณาจารย์ที่ได้รับทุนวิจัยไม่สามารถตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัยในวารสารวิชาการระดับนานาชาติ (Scopus) ได้ตามเป้าหมาย
4. การวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และการบริการวิชาการแบบบูรณาการข้ามศาสตร์ ที่อาจไม่ประสบความสำเร็จ	ความเสี่ยงด้านปฏิบัติงาน (O)	– ขาดเครือข่าย องค์ความรู้และประสบการณ์ในการทำวิจัย และการบริการวิชาการแบบบูรณาการข้ามศาสตร์	1. จัดตั้งศูนย์ Communication Collaboration Center เพื่อจัดทำแผนและประสานงานความร่วมมือกับเครือข่าย 2. สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อจัดทำโครงการวิจัย และ/หรือการบริการวิชาการ 3. สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระ และภาคประชาสังคม เพื่อจัดทำโครงการวิจัย	ไม่สามารถสร้างเครือข่ายเพื่อจัดทำงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และบริการวิชาการได้ การดำเนินโครงการวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และบริการวิชาการ

ประเด็นความเสี่ยง	ประเภทความเสี่ยง	สาเหตุ	กิจกรรมควบคุม	สัญญาณเตือนภัย
			และ/หรือบริการวิชาการที่บูรณาการองค์ความรู้ด้านการสื่อสารกับศาสตร์อื่น ๆ	
5. ไม่สามารถหารายได้เพื่อพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน	ความเสี่ยงด้านการเงิน (F)	– รูปแบบธุรกิจสื่อมวลชนและธุรกิจการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปตามภูมิทัศน์สื่อ พร้อมทั้งรสนิยมความต้องการการบริโภคสื่อเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จึงทำให้คุณค่าและมูลค่าการผลิตสื่อเปลี่ยนแปลง	1. จัดทำแผนธุรกิจให้สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจด้านสื่อมวลชน และสื่อในปัจจุบัน 2. สร้างเครือข่ายและจัดทำการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการหารายได้ของศูนย์ CIC	ลูกค้า ผู้ใช้บริการลดลง มีกำไรสุทธิน้อยกว่ารายจ่าย ไม่สามารถหาลูกค้ารายใหม่ได้
6. การกระทำของนักศึกษา คณาจารย์ บุคลากรที่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อภาพลักษณ์คณะการสื่อสารมวลชน	ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง (R)	– มีการกระทำความผิดโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ – มีการกระทำความผิดโดยเจตนา	1. ติดต่อขอข้อมูล Social Listening จากศูนย์สื่อสารองค์กรทุกสัปดาห์เพื่อประเมินความเสี่ยงด้านชื่อเสียงที่อาจเกิดขึ้น 2. มอบหมายคณะกรรมการภาพลักษณ์ติดต่อขอข้อมูล Social Listenting จากศูนย์สื่อสารองค์กรทุกสัปดาห์เพื่อประเมินความเสี่ยงด้านชื่อเสียงคณะการสื่อสารมวลชนที่อาจเกิดขึ้น หากพบว่าประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อชื่อเสียงอย่างรุนแรงให้นำเสนอคณะกรรมการบริหารคณะด่วนเพื่อจัดการ	มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการกระทำของนักศึกษา คณาจารย์ บุคลากรในเชิงลบทางเครือข่ายสังคมออนไลน์สื่อมวลชนนำเสนอข่าวเชิงลบดังกล่าว

แผนจัดหาเงินรายได้ คณะการสื่อสารมวลชน ระยะ 4 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 – 2571)

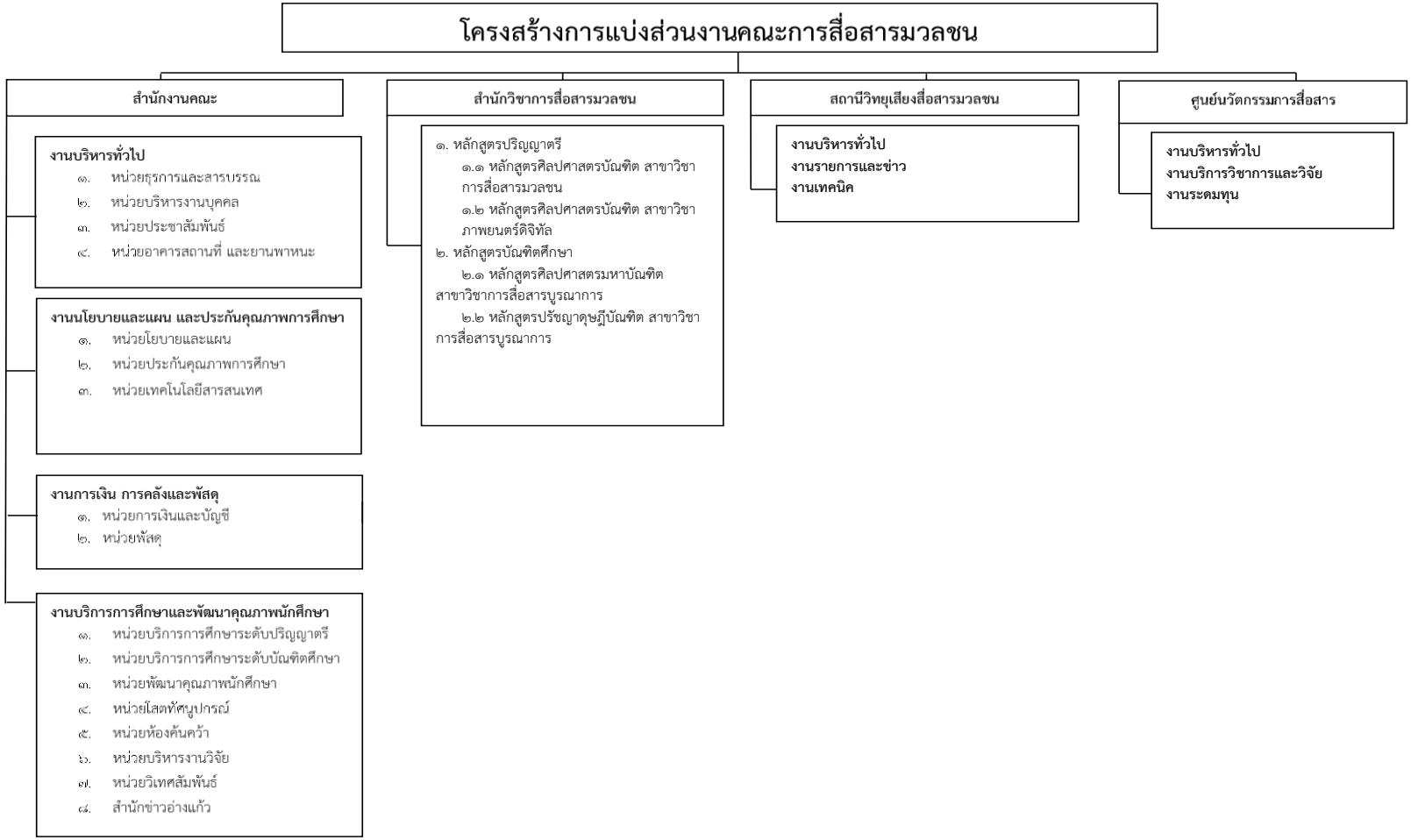
ประเภทรายได้	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570	ปี 2571
1. ค่าธรรมเนียมการศึกษา	48,000,000	48,000,000	48,000,000	48,000,000	49,000,000
2. รายได้จากการบริการวิชาการ (CIC)	9,930,189	10,426,698	10,948,033	11,495,435	12,070,206
3. รายได้อื่น ๆ	687,176.34	737,100	880,000	900,000	1,000,000
รวม	58,617,365	59,163,799	59,828,033	60,395,435	62,070,207

ภาคผนวก

ข้อมูลพื้นฐานคณะการสื่อสารมวลชน

โครงสร้างองค์กรคณะการสื่อสารมวลชน

การแบ่งหน่วยงานในส่วนงานวิชาการและส่วนงานอื่น (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๖๐ ประกาศ ณ วันที่ ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๐



สินทรัพย์

ห้องปฏิบัติการ

อัตรากำลัง คุณวุฒิ ตำแหน่งทางวิชาการ

คณะการสื่อสารมวลชน มีบุคลากรรวมทั้งสิ้น 78 คน แยกเป็นประเภทดังนี้

1. สายวิชาการ จำนวน 29 คน ประกอบด้วย
   - 1.1. ผู้บริหาร 6 คน
   - 1.2. อาจารย์ประจำ (งบประมาณแผ่นดิน) 20 คน
   - 1.3. อาจารย์ประจำ (เงินรายได้) 0 คน
   - 1.4. อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน

อัตราส่วนจัดจำแนกตามคุณวุฒิการศึกษา ตำแหน่งวิชาการ และสถานภาพการปฏิบัติงานในปัจจุบัน ดังนี้

สถานะ		จำนวน	ร้อยละ
คุณวุฒิ	ปริญญาเอก	11	37.9
	ปริญญาโท	17	58.6
	อื่น ๆ (ต่ำกว่าตรี)	1	3.5
ตำแหน่งทางวิชาการ	ศาสตราจารย์	0	0.0
	รองศาสตราจารย์	2	6.9
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	12	41.4
การปฏิบัติงาน	ปฏิบัติงานอยู่	21	72.4
	ลาศึกษาต่อปริญญาเอก	8	27.6

2. สายสนับสนุนจำนวน 49 คน ประกอบด้วย
   - 2.1. ข้าราชการ 1 คน
   - 2.2. พนักงานมหาวิทยาลัย (งบประมาณแผ่นดิน) 32 คน
   - 2.3. พนักงานมหาวิทยาลัย (เงินรายได้) 16 คน

หลักสูตรที่เปิดสอน

ปัจจุบันคณะการสื่อสารมวลชนมีการจัดการเรียนการสอน ดังนี้

1. หลักสูตรปริญญาตรี จำนวน 2 หลักสูตร คือ
   - 1.1. หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน
   - 1.2. หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาพยนตร์ดิจิทัล

   และมีโครงการหลักสูตรควบ 2 ปริญญา (Double Degree) เป็นความร่วมมือระหว่างคณะการสื่อสารมวลชนและคณะเศรษฐศาสตร์
2. หลักสูตรปริญญาโท จำนวน 1 หลักสูตร คือ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารบูรณาการ
3. หลักสูตรปริญญาเอก จำนวน 1 หลักสูตร คือ หลักสูตรศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารบูรณาการ

ประวัติ

ชื่อ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศุภฤกษ์ โพธิไพรัตนา
ที่อยู่ 146 หมู่ 4 บ้านเกาะ ตำบลริมเหนือ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่
อีเมล supparerk.pothi@cmu.ac.th
หมายเลขโทรศัพท์ 0615932255/ 0631453655
ตำแหน่งปัจจุบัน คณบดีคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการศึกษา

นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2554
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2548
วารสารศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2544

ประวัติการทำงาน

2559 – ปัจจุบัน	คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2557 – 2559	หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเวชนิทัศน์ ภาควิชากายวิภาคศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
2555 – 2557	คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2553 – 2555	หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
2543 - 2544	ผู้สื่อข่าวเฉพาะกิจ บริษัทสรรพสาร

ความถนัด/ ความเชี่ยวชาญ

การวิจัยประเชิงปริมาณ, การวิจัยประเมินผล, การวิจัยเชิงปฏิบัติการ

วิชาที่เคยสอน

การวิจัยการสื่อสาร
การวิจัยชั้นสูงด้านการสื่อสาร
หลักการสื่อสารเบื้องต้น
แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร
การรายงานข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน
การผลิตงานสื่อสารบันเทิง 2
การผลิตรายการโทรทัศน์ 1 และ 2

การผลิตรายการวิทยุ 1 และ 2
สัมมนาการผลิตทางการสื่อสาร
สื่อกับชุมชน

ผลงานวิจัย

ผลงานวิจัยเดี่ยว

ศุภฤกษ์ โพธิไพรัตนา. (2562). การบริหารจัดการหลักสูตรด้านการสื่อสาร การสื่อสารมวลชน และนิเทศศาสตร์เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในทศวรรษหน้า, วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์, 23(1), 232-244.

ศุภฤกษ์ โพธิไพรัตนา. (2561). การพัฒนาศักยภาพแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่อหนุนเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาวะ: การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (รอบที่ 1), วารสารการสื่อสารมวลชน, 6(2), 1-25.

ศุภฤกษ์ โพธิไพรัตนา. (2553).
ตัวชี้วัดภาพลักษณ์องค์กร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภฤกษ์ โพธิไพรัตนา. (2553).
สถานภาพและการรับรู้ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมในทัศนะของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ งบประมาณแผ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

ศุภฤกษ์ โพธิไพรัตนา. (2547)
ผลกระทบจากการเปิดรับความรุนแรงที่นำเสนอทางสื่อมวลชน มีการจดจำพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงและทัศนคติที่มีต่อความรุนแรงของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาการสื่อสาร). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผลงานวิจัยกลุ่ม

ศุภฤกษ์ โพธิไพรัตนา, ภัธมัย อินทจักร, รัฐพล พรหมมาศ, จิรเวทย์ รักชาติ, ลัดดาวัลย์ อินทจักร, จิระศักดิ์ สาระรัตน์, แสงระวี กระจ่างศาสตร์, และ สุทธิภา วงศ์ยะลา. 4 พฤษภาคม 2561. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงชาติพันธ์ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนกล่มชาติพันธุ์. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต.

Supparerk Pothipairatana, & Chirasak Sararat. Anti-Smoking Campaign in Brunei Darussalam, Malaysia, and Republic of Indonesia, Social Science Asia. 2(4): 10-15. DOI: 10.14456/ssa.2016.25.

ผลงานผู้ร่วมวิจัย

ธีรภัทร วรรณฤมล, ศุภฤกษ์ โพธิไพรัตนา, รัฐพล พรหมมาศ, ลัดดาวัลย์ อินทจักร, ภัทมัย อินทจักร, จิระศักดิ์ สาระรัตน์, แสงระวี กระจ่างศาสตร์, และ สุทธิภา วงศ์ยะลา. 4 พฤษภาคม 2561. การพัฒนาศักยภาพการสื่อสารสุขภาวะแก่บุคลากรทางการแพทย์ และแกนนำการดำเนินงานสร้างเสริมสุขภาวะแก่กลุ่มชาติพันธุ์ ชนเผ่าพื้นเมือง และประชากรข้ามชาติ : การวิจัยเชิงปฏิบัติการ. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต.

งานบริการวิชาการ

ศุภฤกษ์ โพธิไพรัตนา และรัฐพล พรหมมาศ. โครงการต้นแบบอูตูมการพัฒนาการมีส่วนร่วมในชุมชนของโรงเรียนบ้านอูตูมเพื่ออนุรักษ์ป่าชุมชน.

WE COMMUNICATE
CREATE
SHARE

MASS COMMUNICATION, CHIANG MAI UNIVERSITY