

### 3.งานประชาสัมพันธ์

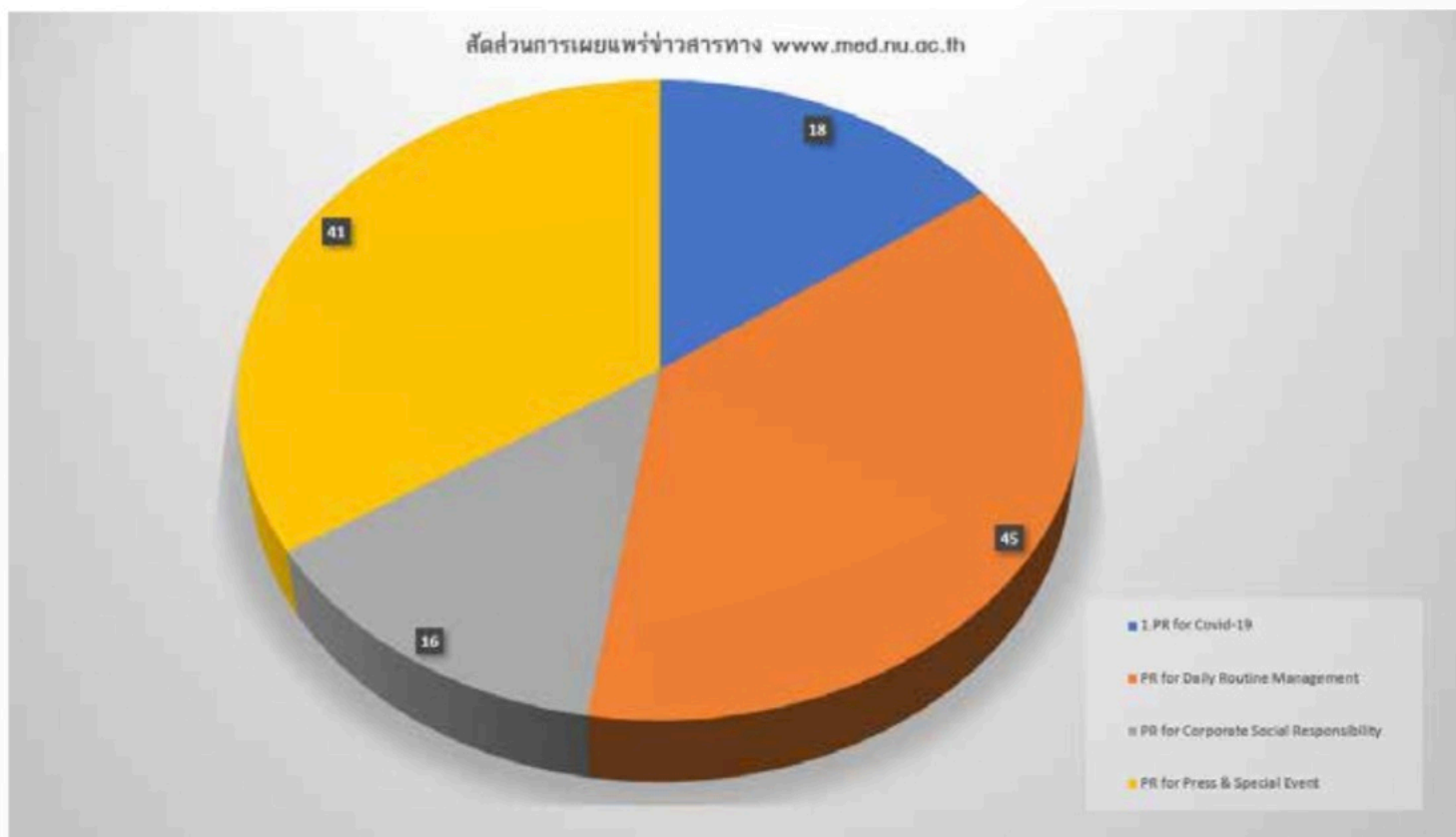
#### ผลการดำเนินงาน

“ปีแห่งการประชุม HYBIRD” จากต้นทุนทิศทางการสื่อสารในภาวะวิกฤติ COVID-19 งานประชาสัมพันธ์ เข้าไปมีบทบาทขับเคลื่อน Content สื่อสารสุขภาพของมหาวิทยาลัยนเรศวร โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยนเรศวร และ คณะแพทยศาสตร์ อย่างสม่ำเสมอกับทีมผู้บริหารทั้งระดับต้นและระดับสูง เพื่อวางแผน กำหนดรูปแบบสื่อ เพื่อสื่อสาร กับบุคลากรภายในและประชาชนภายนอก นอกจากนี้งานด้านการพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาลยังเพิ่มจำนวนและความเข้มข้นของมาตรฐานระดับโลก รวมทั้งการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมระดับประเทศ การประชุมระดับภาค การถ่ายทอดสด (Live) ส่งผลงานเข้าประกวดในเวทีต่าง ๆ

งานที่เปลี่ยนไป ทำให้เราต้องเปลี่ยนแปลงเสมอ รวมทั้งร่วมมือกับงานโสตทัศนูปกรณ์และเทคโนโลยีการศึกษา และงานเทคโนโลยีสารสนเทศ กลายเป็น CoP เทคนิคการถ่ายทอดสด การประชุมออนไลน์ ที่ถูกทำซ้ำหลายรอบ จนเป็น Best Practice 3 ทีมงานที่ร่วมแรงร่วมใจกันสร้างสรรค์งานประชุมและการถ่ายทอดสด HYBIRD ได้อย่างราบรื่น และสวยงาม



งานวิกฤติต้องเร่งทำ งานประจำต้องทำควบคู่กัน รวมทั้งงานพัฒนาคุณภาพทั้งของงานประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ชื่อเสียงด้านคุณภาพของโรงพยาบาลและคณะแพทยศาสตร์ เป็นอีกเรื่องที่เราเรียนรู้เพื่อเป้าหมายสูงสุด คือสร้างภาพลักษณ์ ที่ดี ลดความเข้าใจผิดต่อองค์กร และสร้างโอกาสความร่วมมือกับเครือข่ายทุกภาคส่วน หากนับรวมมูลค่าทางการประชาสัมพันธ์ในทุกสื่อประมาณการได้ว่ามีมูลค่าสูงถึง 5 ล้านบาท จึงขอแสดงผลการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ เป็น 4 หัวข้อ ตามสัดส่วนของข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ทาง [www.med.nu.ac.th](http://www.med.nu.ac.th) จำนวน 149 ครั้ง



### ผลการปฏิบัติงานตามตัวชี้วัด

จำนวนช่องทางของสื่อใหม่ในการเผยแพร่ภาพลักษณ์ขององค์กรปีละ 2 ช่องทาง ได้แก่

1. รายการ Healthy Club คลับของคนรักสุขภาพ สถานีโทรทัศน์ NBT 2 HD
2. ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในงานประชาสัมพันธ์ ได้รับระดับคะแนนระดับมาก 4.98 คะแนน (เต็ม 5 คะแนน)





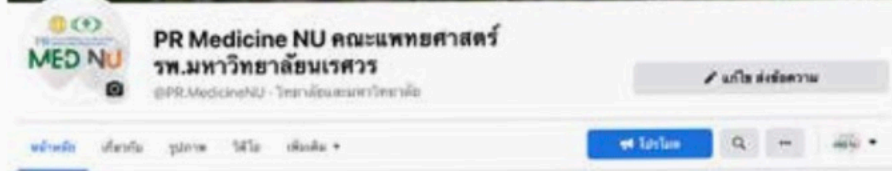
## ผลงานที่โดดเด่น ดีเด่น

1. ผลักดันประเด็นและสื่อบุคคลพิเศษด้านเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงกับสุขภาพจนเป็นที่สนใจถูกนำเสนอผ่านสื่อกระแสหลัก อย่างต่อเนื่องจากปีงบประมาณ 2564



2. นำเสนอ Content ในสื่อ Social Media ทั้ง Facebook และ YouTube ให้เฉียบคม เท่าทันสถานการณ์ ยิ่งขึ้น ผลลัพธ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้สื่อมองว่า 2 ช่องทางนี้ เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ COVID-19 ของ รพ.มหาวิทยาลัยนเรศวร และเป็นแหล่งเก็บข้อมูลของโรงพยาบาลและคณะแพทยศาสตร์ ซึ่งสามารถเรียกใช้ข้อมูลได้ตลอดเวลา

2.1 Facebook ยอดผู้ติดตามเพจ 7,506 คน (เติบโตจากรอบประเมินที่แล้วจำนวน 835 คน คิดเป็น 11.12%) ยอดจำนวนคนเข้าถึงโพสต์สูงสุดในรอบประเมินนี้ จำนวน 537,975 คน (เพิ่มจากยอดรอบประเมินที่ผ่านมา 338,152 คน คิดเป็น 62.08%) ข้อมูลวันที่ 22 กรกฎาคม 2565



6,825 คน ถูกใจสิ่งนี้  
7,506 คนติดตามเพจนี้  
7 คนเช็คอินที่นี่

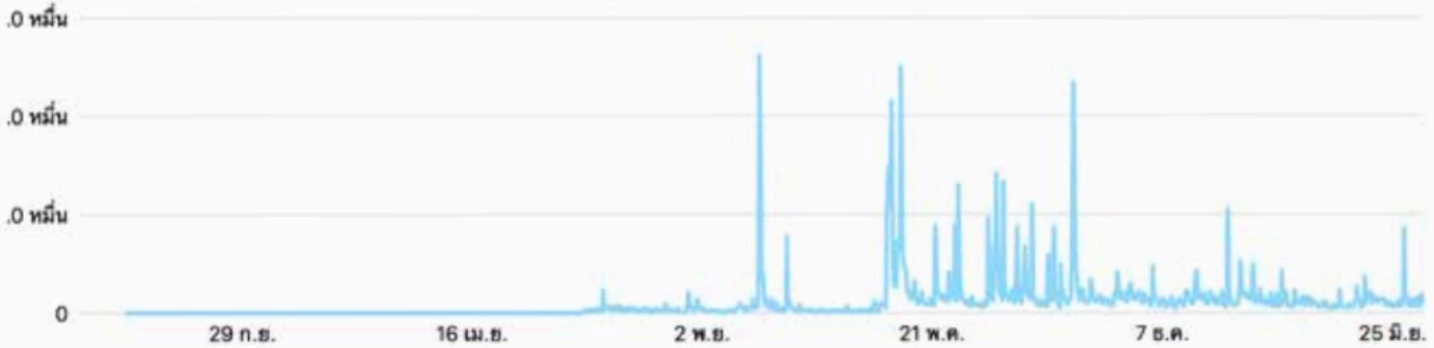


ผลลัพท์

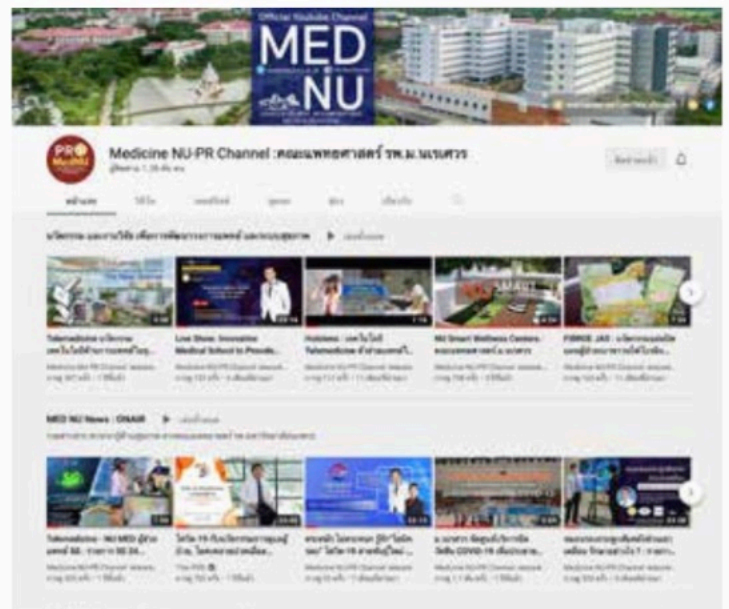
ส่งออก

การเข้าถึงเพจ Facebook

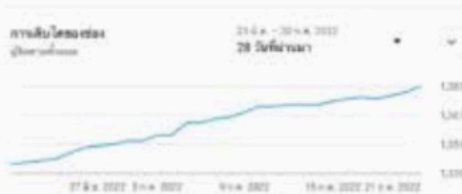
537,975



2.2 Youtube ยอดผู้ติดตาม 1,383 คน (เติบโตจากรอบประเมินที่แล้ว 216 คน คิดเป็น 14.6%) ยอดชมสะสม 144,713 ครั้ง (เติบโตจากรอบประเมินที่แล้ว 24,477 คน คิดเป็น 16.9%) ยอดการเข้าถึงเนื้อหาสะสม 1,500,000 ครั้ง (เติบโตจากรอบประเมินที่แล้ว 200,000 ครั้ง คิดเป็น 13.3%) ข้อมูลวันที่ 22 กรกฎาคม 2565



1,383 ผู้ติดตาม



การแสดงผล 1.5M

48.2% จากการใช้ YouTube แนะนำเนื้อหาของคุณ

ข้อมูลวิเคราะห์ของช่อง

ช่องของคุณมียอดดูแล้ว 144,713 ครั้ง

ผู้ติดตาม	144.7K	การเข้าชม (7 วัน)	7.5K	ผู้ชมใหม่	+1.4K
-----------	--------	-------------------	------	-----------	-------



## แผนพัฒนางานในปีถัดไป

PR : NEWS NORMAL เป็นเรื่องที่เราเรียนรู้จากปีก่อน รวมถึงเราตั้งเป้าหมายในการพัฒนารูปแบบการทำงาน Virtual Event การใช้สื่อ Social Media ให้ชัดเจนขึ้นในปีงบประมาณ 2565

ปีนี้เราทำสำเร็จไม่ใช่เพราะทีมประชาสัมพันธ์เท่านั้น เราเรียนรู้ต่อไปอีกว่า “ทีมโสต และ ไอที” คือ ทีมเดียวกัน ปีหน้าเราจะร่วมกันพัฒนาเทคนิคและContent ให้สร้างสรรค์และสวยงามยิ่ง ๆ ขึ้นไป

