คู่มือการปฏิบัติงาน
การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ : โปสเตอร์
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

นางสาวชนัญชิดา สุจิตจูล

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

คู่มือการปฏิบัติงาน
การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ : โปสเตอร์
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

นางสาวชนัญชิดา สุจิตจูล

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

คำนำ

เป็นที่ทราบกันดีว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน สนับสนุน และประสานงานกับ หน่วยงานในและภายนอกมหาวิทยาลัย การประชาสัมพันธ์ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่สื่อผ่านเว็บไซต์ ตลอดจนงานบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการประชาสัมพันธ์ ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมของหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการมีเครือข่ายสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก เป็นการสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหาร คณาจารย์ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ นักศึกษา

คู่มือปฏิบัติงาน การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ : โปสเตอร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานของผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน เกิดความเข้าใจในขั้นตอนการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ตัวอย่างการจัดทำสื่อโปสเตอร์ โดยผู้จัดทำคู่มือฉบับนี้ ได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลการดำเนินงาน ปัญหา และอุปสรรค แนวทางแก้ไข ไว้ในคู่มือฉบับนี้

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์และมีส่วนสำคัญ ให้แก่นักประชาสัมพันธ์และผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานต่อไป ทั้งนี้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขอน้อมรับนำไปพัฒนาในครั้งต่อไป

นางสาวชนัญชิดา สุจิตจูล
ผู้จัดทำ

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	**ก**
สารบัญ	**ข**
สารบัญภาพ	**ง**
สารบัญแผนภูมิ	**ฉ**
สารบัญตาราง	**ช**
บทที่ 1 บทนำ	**1**
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์	1
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 ขอบเขตของคู่มือ	2
1.5 คำจำกัดความ	2
บทที่ 2 โครงสร้างและหน้าที่ความรับผิดชอบ	**4**
2.1 โครงสร้างการบริหารจัดการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	5
2.2 โครงสร้างบริหารจัดการส่วนงานภายใน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	6
2.3 ภาระหน้าที่ของหน่วยงาน	8
2.4 บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่ง	12
2.5 หน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่งสื่อสารองค์กร	14
2.6 หน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่งตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่ง	15
บทที่ 3 หลักเกณฑ์วิธีการปฏิบัติงาน	**18**
3.1 ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	18
3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์	20
3.3 แนวคิดการผลิตสื่อโปสเตอร์	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 แนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์	25
3.5 การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์	28
บทที่ 4 เทคนิคการปฏิบัติงาน	**29**
4.1 กิจกรรม/แผนปฏิบัติงาน	29
4.2 เทคนิคการปฏิบัติงาน	30
4.3 การรวบรวมข้อมูล	33
4.4 การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	38
4.5 การตรวจสอบความถูกต้อง	50
4.6 การแผยแพร่และประชาสัมพันธ์ช่องทางต่าง ๆ	54
4.7 การติดตามผลการประชาสัมพันธ์	68
บทที่ 5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ	**69**
5.1 ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติง าน	69
5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนางาน	70
บรรณานุกรม	**71**
ภาคผนวก	**73**
ประวัติผู้เขียน	

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
3.1	ขนาดกระดาษ	22
4.1	แบบฟอร์มการขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	31
4.2	การขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ e-mail	32
4.3	การรวบรวมข้อมูลตามองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์	34
4.4	การรวบรวมข้อมูลตามองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์	35
4.5	การรวบรวมข้อมูลสรุปตามสาระสำคัญหรือองค์ประกอบ “5W1H”	36
4.6	การรวบรวมข้อมูลตามแบบร่างรูปแบบของโปสเตอร์	37
4.7	การออกแบบสื่อตามหลักองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์ที่ถูกต้อง	39
4.8	ตัวอย่างการออกแบบสื่อขาดสมดุลของภาพที่ไม่ถูกต้อง	40
4.9	การออกแบบสื่อตามหลักองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์ที่ถูกต้อง	41
4.10	ตัวอย่างการออกแบบสื่อขาดส่วนลงท้ายไม่ถูกต้อง	42
4.11	ตัวอย่างการออกแบบสื่อตามหลักองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์ที่ถูกต้อง	43
4.12	ตัวอย่างการออกแบบสื่อการพาดหัวข่าวไม่ถูกต้อง	44
4.13	ตัวอย่างการออกแบบสื่อโดยใช้ภาพกราฟิกและภาพไอคอน	46
4.14	การออกแบบสื่อโดยการใช้รูปภาพที่บ่งบอกถึงเนื้อหาแทนข้อความ	48
4.15	ตัวอย่างการออกแบบโปสเตอร์โดยการใช้ข้อความตัวอักษรเป็นสื่อที่ถูกต้อง	49
4.16	ตัวอย่างการออกแบบโดยการใช้ข้อความตัวอักษรเป็นสื่อขาดความน่าสนใจไม่ถูกต้อง	50
4.17	ตัวอย่างการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล	51
4.18	ตัวอย่างการตรวจสอบความถูกต้องของการสะกดคำไม่ถูกต้อง	52
4.19	แสดงตัวอย่างที่ไม่ถูกต้อง กรณีขาดความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่ไม่ถูกต้อง	53
4.20	การเข้าระบบเว็บไซต์ www.hec.rmutp.ac.th/XXXX	54
4.21	หน้าต่างการโพสต์ข่าวประชาสัมพันธ์	55
4.22	หน้าต่างการโพสต์ข่าวประชาสัมพันธ์	55
4.23	หน้าต่างการโพสต์ข่าวประชาสัมพันธ์	56
4.24	หน้าต่างการ Upload File	56

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4.25	หน้าต่างการ Upload File	57
4.26	หน้าต่างการ Upload File	57
4.27	หน้าต่างการ Upload File	58
4.28	หน้าต่างการ Upload File	59
4.29	หน้าต่างการ Upload File	59
4.30	หน้าแรกของเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	60
4.31	หน้าเพจ facebook.com	60
4.32	หน้าเพจ Facebook คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร	61
4.33	การเขียนข้อความรายละเอียดข่าว	61
4.34	การสร้างโพสต์บน Facebook	62
4.35	หน้าแรกของเพจ Facebook คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร	62
4.36	ตัวอย่างหนังสือเวียน	63
4.37	ตัวอย่างเอกสารแนบ	64
4.38	ตัวอย่างเอกสารแนบ	65
4.39	ตัวอย่างเอกสารแนบ	66
4.40	การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อภายในหน่วยงาน	67

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		**หน้า**
2.1	โครงสร้างการบริหารจัดการคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	5
2.2	โครงสร้างการบริหารจัดการส่วนงานภายใน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	6

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

4.1 กิจกรรม/แผนปฏิบัติงาน 29

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

งานสื่อสารองค์กร คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นหน่วยงานหลักในการทำหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ สนับสนุนและประสานงานกับหน่วยงานในและภายนอกมหาวิทยาลัย ด้านการประชาสัมพันธ์ ผลิตสื่อโสตทัศน์ วิทยุ ป้ายประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ ตลอดจนงานบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อให้บุคคลทั่วไปและกลุ่มเป้าหมาย ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมของคณะอย่างถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรมนั้น ๆ รวมทั้งการมีเครือข่ายสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกในการสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา

การประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่มีความสำคัญในการสื่อสารความคิดเห็นของข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มคน เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน องค์กร สถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายและที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน รวมทั้งมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร สถาบัน และทำให้ประชาชนเกิดความนิยม เลื่อมใส ศรัทธาต่อหน่วยงาน ตลอดจนค้นหาและกำจัดแหล่งเข้าใจผิด เพื่อสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานของหน่วยงานนั้น

คู่มือการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ : โปสเตอร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ เปรียบเสมือนแผนที่บอกการทำงานที่มีจุดเริ่มต้นของกระบวนการประชาสัมพันธ์ ระบุถึงขั้นตอนและรายละเอียดของกระบวนการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานด้านงานประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยมีเป้าหมายเพื่อลดปัญหาผิดพลาด และการสื่อสารที่คลาดเคลื่อนในการทำงาน

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์

1.2.2 เพื่อกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ให้มีมาตรฐานเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 เป็นคู่มือประกอบการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์

1.3.2 กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ให้มีมาตรฐานเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

1.4 ขอบเขตของคู่มือ

คู่มือการปฏิบัติงาน การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ : โปสเตอร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ฉบับนี้ เป็นคู่มือที่จัดทำขึ้นเฉพาะการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ การผลิตโปสเตอร์เพื่องานส่งเสริมกิจกรรมภายในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีเนื้อหาครอบคลุม ตั้งแต่การประชุมวางแผนกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงแนวทางหรือข้อสรุป ขั้นตอนการปฏิบัติงาน กระบวนการประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่เริ่มปฏิบัติงานจนถึงการประเมินผลการดำเนินงานกระบวนปฏิบัติงานตามหลักการทฤษฎี และการเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) โทรสาร โซเชียลมีเดีย ไลน์ เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ผ่านทางเครือข่ายสื่อมวลชน และหน่วยงานของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

1.5 คำจำกัดความ

หน่วยงาน หมายถึง งาน สาขาวิชา ฝ่าย ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ หมายถึง บุคลากรสายสนับสนุนที่ปฏิบัติหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์ สังกัดงานสื่อสารองค์กร คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงานเกิดขึ้นในจิตใจนี้ อาจจะเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์โดยตรงหรือประสบการณ์ทางอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มาตลอดจนหรือมีความรู้สึก ความประทับใจ ความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงานหรือสถาบันโดยการกระทำหรือพฤติกรรมองค์กร การบริหารและการประชาสัมพันธ์จะเข้ามามีบทบาทต่อภาพลักษณ์องค์กร อีกด้วย

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มบุคคลทุกองค์กร สามารถใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ภารกิจหลักเป็นไปอย่างราบรื่น ลดทอนปัญหาอุปสรรคให้ลดน้อยลงที่สุดเท่าที่จะทำได้

การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำข่าวสาร ข้อมูล เรื่องราว กิจกรรม การประชุม และอื่น ๆ จัดทำเป็นข้อมูลสรุปและถ่ายทอดเป็นสื่อที่มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม น่าสนใจ ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์เป็นสื่อกลางในการส่งสารจากหน่วยงานไปยังผู้รับ ทั้งหน่วยงานภายนอกและประชาชนทั่วไป

สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง การนำข้อความมาสรุปทำความเข้าใจด้วยภาพ และจัดองค์ประกอบรวมกับรูปภาพหรือการสร้างรูปแบบเพื่อให้เกิดเป็นชิ้นงานที่สวยงาม น่าสนใจในลักษณะแผ่นกระดาษ แผ่นเดียว และสามารถสำเนาได้หลายสำเนาในปริมาณมาก ๆ เพื่อแนะนำให้บุคคลอื่นให้เห็นหรือรับทราบข้อมูลเพิ่มขึ้น

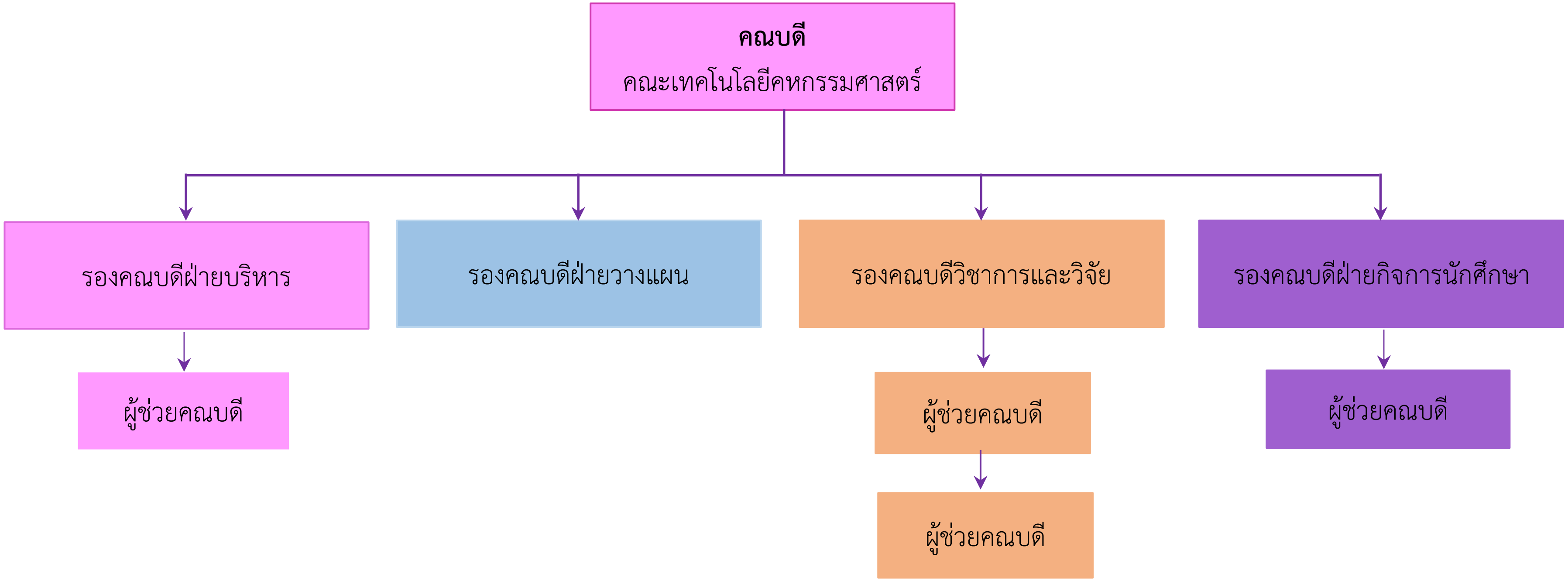
โปสเตอร์ (Poster) หมายถึง ภาพขนาดใหญ่ที่พิมพ์บนกระดาษ มีการออกแบบเพื่อ ติดบนผนังหรือกำแพง มีจุดประสงค์เพื่อทำให้สะดุดตา ผู้รับสาร สามารถสื่อสารข้อมูลออกไปได้ จะใช้ในการเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการโฆษณา การรับสมัคร การโฆษณาเชิญชวน หรือการสื่อสารต่อความเชื่อของคนส่วนใหญ่

การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำผลงาน สื่อประชาสัมพันธ์ หรือข่าวประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้น เผยแพร่สู่สาธารณชนโดยตรงผ่านทางเว็บไซต์คณะ (www.hec.rmutp.ac.th) และช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) โทรสาร โซเชียลมีเดีย ไลน์ เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม และผ่านทางเครือข่ายสื่อมวลชน องค์กร สถาบัน

บทที่ 2
โครงสร้างและหน้าที่ความรับผิดชอบ

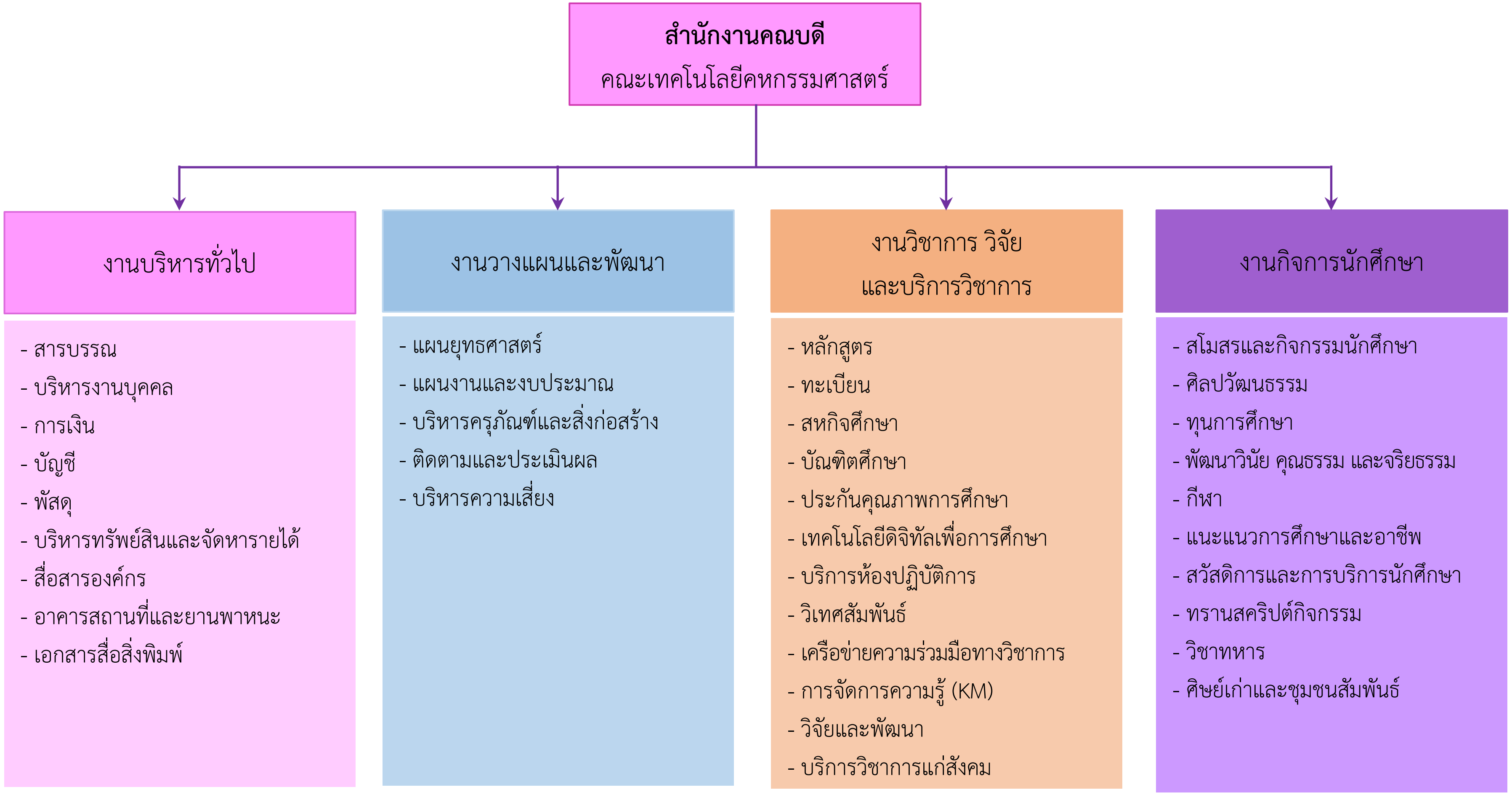
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จัดการเรียนการสอนทางคหกรรมศาสตร์ โดยในระดับปริญญาตรี หลักสูตรคหกรรมศาสตรบัณฑิต 4 สาขาวิชา ประกอบด้วย สาขาวิชาออกแบบแฟชั่นผ้าและเครื่องแต่งกาย สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ สาขาวิชาอุตสาหกรรมการบริการอาหาร และสาขาวิชาการบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์ และหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหาร สำหรับระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต และหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต เป็นคณะต้นแบบที่ผลิตบัณฑิตมืออาชีพเฉพาะทางคหกรรมศาสตร์ มีความเชี่ยวชาญทั้งทางด้านวิชาการและทักษะวิชาชีพบนพื้นฐานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล เป็นแหล่งเรียนรู้ชั้นนำด้านคหกรรมศาสตร์ ที่สืบทอดผลงานด้านศิลปวัฒนธรรมไทย มายาวนานกว่า 83 ปี โดยการบริหารงานของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แบ่งเป็น 4 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายวางแผน ฝ่ายวิชาการและวิจัย และฝ่ายกิจการศึกษา มีรองคณบดีและผู้ช่วยคณบดี กำกับดูแลสำหรับงานสายสนับสนุน ตามประกาศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เรื่องการแบ่งส่วนงานภายในสำนักงาน กอง สถาบัน สำนัก คณะ สถานีวิทยุ และศูนย์ ลงวันที่ 19 ธันวาคม 2560 มีสำนักงานคณบดีโดยหัวหน้าสำนักงานคณบดีกำกับดูแล โครงสร้างการบริหารจัดการเป็น 4 งาน คือ งานบริหารทั่วไป งานวางแผนและพัฒนา งานวิชาการ วิจัยและการบริการวิชาการ และงานกิจการนักศึกษา แสดงแผนภูมิโครงสร้างตามการแบ่งส่วนงานภายใน ตามแผนภูมิที่ 2.1 และ 2.2

2.1 โครงสร้างบริหารจัดการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



แผนภูมิที่ 2.1 โครงสร้างการบริหารจัดการคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

2.2 โครงสร้างบริหารจัดการส่วนงานภายใน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



แผนภูมิที่ 2.2 โครงสร้างการบริหารจัดการส่วนงานภายใน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

หัวหน้าสำนักงานคณบดี
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

หัวหน้างานบริหารทั่วไป

- หัวหน้างานสารบรรณ
- หัวหน้างานบริหารงานบุคคล
- หัวหน้างานการเงิน
- หัวหน้างานบัญชี
- หัวหน้างานพัสดุ
- หัวหน้างานบริหารทรัพย์สินและจัดหารายได้
- หัวหน้างานสื่อสารองค์กร
- หัวหน้างานอาคารสถานที่
- หัวหน้างานยานพาหนะ
- หัวหน้างานเอกสารสื่อสิ่งพิมพ์

หัวหน้างานวางแผนและพัฒนา

- หัวหน้างานแผนยุทธศาสตร์
- หัวหน้างานแผนงานและงบประมาณ
- หัวหน้างานบริหารครุภัณฑ์และสิ่งก่อสร้าง
- หัวหน้างานติดตามและประเมินผล
- หัวหน้างานบริหารความเสี่ยง

หัวหน้างานวิชาการ วิจัย และบริการวิชาการ

- หัวหน้างานหลักสูตร
- หัวหน้างานทะเบียน
- หัวหน้างานสหกิจศึกษา
- หัวหน้างานบัณฑิตศึกษา
- หัวหน้างานประกันคุณภาพการศึกษา
- หัวหน้างานเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการศึกษา
- หัวหน้างานบริการห้องปฏิบัติการ
- หัวหน้างานวิเทศสัมพันธ์
- หัวหน้างานเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ
- หัวหน้างานการจัดการความรู้ (KM)
- หัวหน้างานวิจัยและพัฒนา
- หัวหน้างานบริการวิชาการแก่สังคม

หัวหน้างานกิจการนักศึกษา

- หัวหน้างานสโมสรและกิจกรรมนักศึกษา
- หัวหน้างานศิลปวัฒนธรรม
- หัวหน้างานทุนการศึกษา
- หัวหน้างานพัฒนาวินัย คุณธรรม และจริยธรรม
- หัวหน้างานกีฬา
- หัวหน้างานแนะแนวการศึกษาและอาชีพ
- หัวหน้างานสวัสดิการและการบริการนักศึกษา
- หัวหน้างานทรานสคริปต์กิจกรรม
- หัวหน้างานวิชาทหาร
- หัวหน้างานศิษย์เก่าและชุมชนสัมพันธ์

แผนภูมิที่ 2.2 (ต่อ)

2.3 ภาระหน้าที่ของหน่วยงาน

งานบริหารทั่วไป มีหน้าที่รับผิดชอบคือ บริหารงานภายในและวางแผน ควบคุม กำกับ ดูแลให้คำปรึกษาและติดตามการปฏิบัติงานของบุคลากรในฝ่ายให้ปฏิบัติตามระเบียบแบบแผนของทางราชการ รวมถึงการติดต่อประสานงานต่าง ๆ ซึ่งภาระงานในปัจจุบันโดยสรุป ดังนี้

2.3.1 สารบรรณ

- ให้คำแนะนำ คำปรึกษา แก้ไขปัญหา/เหตุการณ์เฉพาะหน้าเกี่ยวกับงานสารบรรณ ตลอดจนอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อราชการ
- กลั่นกรองและตรวจสอบหนังสือ/บันทึกข้อความ พร้อมนำเสนอข้อมูลให้ผู้บังคับบัญชา พิจารณาตามลำดับชั้นของงาน/ผ่านระบบระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์
- จัดแยกแฟ้มเอกสารภายในและภายนอกนำเสนอผู้บังคับบัญชา
- ร่างและตรวจหนังสือภายในและภายนอก
- จัดพิมพ์หนังสือราชการภายในและภายนอก
- ออกเลขที่หนังสือส่งออกและคำสั่ง
- นำส่งเรื่องที่ผู้บริหารสั่งการ พร้อมส่งคืนให้ฝ่าย/งานที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไป
- จัดเก็บเอกสารระหว่างการปฏิบัติงาน และที่ปฏิบัติงานแล้วเสร็จ เพื่อใช้ในการตรวจสอบ หรือค้นหาโดยผ่านระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์
- กำกับติดตามหนังสือที่ต้องดำเนินการจัดส่งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- รับ/ส่งเอกสารทางโทรสาร
- รับหนังสือจากหน่วยงานภายนอกผ่านทางระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์
- ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายในและภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน
- ประสานงานและรวบรวมข้อมูลในการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานของคณบดี
- จัดทำปฏิทินกำหนดการกิจกรรมต่าง ๆ ให้คณบดีผ่านระบบปฏิทินของ Google
- ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย

2.3.2 งานบริหารงานบุคคล

- ให้คำแนะนำ คำปรึกษา แก้ไขปัญหา/เหตุการณ์เฉพาะหน้าเกี่ยวกับงานบริหารงานบุคคล ตลอดจนอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อราชการ
- ดำเนินการเกี่ยวกับการสรรหา บรรจุและแต่งตั้ง พนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานราชการ ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว
- ดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินผลการทดลองปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานราชการ
- ดำเนินการจัดเตรียมเอกสารเพื่อใช้ประกอบการประเมินเพื่อพิจารณาขั้นเงินเดือน

- ดำเนินการจัดทำการลาออก จัดทำหนังสือขอลาออกของข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานราชการ ลูกจ้างประจำ
- จัดทำทะเบียนประวัติของบุคลากรทุกประเภทที่บรรจุใหม่
- การสำรวจเกษียณอายุในปีงบประมาณและการสำรวจการเกษียณอายุล่วงหน้า
- การบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของบุคลากรทุกประเภท เช่น การเพิ่มวุฒิการศึกษา การเลื่อนขั้นเงินเดือน การเข้ารับการฝึกอบรม เป็นต้น
- ค้นหาประมวลผลข้อมูลบุคลากรตามที่หน่วยงานในสังกัดและหน่วยงานอื่นต้องการ
- บันทึกข้อมูลในระบบ HRM เช่น บัญชีวันลาการมาสายและการขาดงานของบุคลากร ทุกประเภท
- สำรวจตรวจสอบคุณสมบัติและจัดทำคำเสนอขอพระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์ ให้แก่บุคลากรทุกประเภท
- ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.3.3 การเงิน

- ให้คำแนะนำ ปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับเจ้าหน้าที่และบุคลากรภายในคณะเพื่อความถูกต้องและเป็นไปตามระเบียบของทางราชการ
- รับชำระเงินค่าบำรุงการศึกษา และเงินรายได้อื่น จากนักศึกษา บุคลากรและบุคคลภายนอก และดำเนินการนำส่งกองคลัง
- จัดทำทะเบียนคุมเงินรายได้จากการจัดการศึกษา การเบิกจ่ายเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปี และงบประมาณเงินรายได้ของคณะ ตามงบประมาณที่ได้รับจัดสรร
- ตรวจสอบ ติดตามและสรุปรายชื่อนักศึกษาค้างชำระ เพื่อประสานกับงานทะเบียนและวัดผล หัวหน้าสาขา และอาจารย์ที่ปรึกษา ในการกำกับติดตาม นักศึกษามาชำระเงินค่าลงทะเบียน
- ควบคุมดูแลการใช้ใบเสร็จรับเงินของคณะ
- จัดทำรายงานเงินคงเหลือประจำวัน ทะเบียนคุมฎีกาเบิกจ่ายเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปี ทะเบียนรับเงินรายได้จากการจัดการศึกษาและรายรับอื่น
- รายงานรายชื่อนักศึกษาค้างชำระ รายงานการใช้ใบเสร็จรับเงิน
- รายงานเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปี
- รายงานงบประมาณเงินรายได้ ทั้งระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา (ระดับปริญญาโทและระดับปริญญาเอก) เพื่อรอการตรวจสอบจากสำนักงานตรวจสอบภายใน
- ตรวจสอบและจัดทำเอกสารหลักฐานการเบิกจ่ายเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปี เงินรับฝาก ตามงบประมาณที่ได้รับจัดสรร
- รวบรวมใบสำคัญ เงินงบประมาณรายจ่ายประจำปี นำส่งกองคลัง
- เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อสนับสนุนการจัดทำรายงานทางการเงิน รายไตรมาสของเงินงบประมาณ รายจ่ายประจำปีงบประมาณ ตามงบประมาณที่ได้รับจัดสรร

- จัดทำเอกสารสรุปรายละเอียดการจ่ายเงินเดือน เงินสวัสดิการต่างๆ ผ่านระบบธนาคาร
- ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน
- ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.3.4 บัญชี

- จัดทำทะเบียนคุมสมุดคู่ฝาก บัญชีเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ บัญชีงบประมาณเงินรายได้ และบัญชีเงินทดรองจ่าย
- จัดทำทะเบียนคุมเงินทดรองจ่าย ทะเบียนคุมลูกหนี้ และทะเบียนคุมใบสำคัญ
- จัดทำรายงานยอดเคลื่อนไหว ของบัญชีต่าง ๆ
- จัดทำหนังสือรับรองการหักภาษี ณ ที่จ่าย และแบบนำส่งภาษี ภง.ด 1 ก พิเศษ ของบุคลากร
- จัดทำรายงานทางการเงินรายไตรมาส ของเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ งบประมาณเงินรายได้ และงบประมาณเงินรายได้ ปริญญาโท ตามงบประมาณที่ได้รับจัดสรร
- ทำหน้าที่คณะกรรมการดำเนินงานของงาน/โครงการต่าง ๆ ของคณะ
- ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน
- ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.3.5 พัสดุ

- ควบคุมการเบิก – จ่ายพัสดุของหน่วยงาน
- กำกับ ดูแลและตรวจสอบการบำรุงรักษาครุภัณฑ์ของหน่วยงาน
- จัดทำทะเบียนครุภัณฑ์ และรายงานพัสดุประจำปี
- จัดหาวัสดุ ครุภัณฑ์ให้ทันตามเวลาที่กำหนดอย่างเป็นระบบ
- ควบคุมวัสดุคงคลังให้เป็นระบบและสามารถนำมาใช้งานได้อย่างมีคุณภาพ
- ตรวจสอบรายการครุภัณฑ์และพัสดุอย่างเป็นระบบเพื่อประโยชน์ของทางราชการ
- ดำเนินการเกี่ยวกับการควบคุมและการจำหน่ายพัสดุชำรุดและเสื่อมสภาพ
- ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.3.6 บริหารทรัพย์สินและจัดหารายได้

- การดำเนินงานจัดหารายได้หรือผลประโยชน์จากอสังหาริมทรัพย์ ที่เป็นกรรมสิทธิ์หน่วยงาน
- การจัดทำสัญญาการเช่าพื้นที่
- การควบคุมและติดตามสัญญาของผู้เช่าสถานที่

2.3.7 สื่อสารองค์กร

- ทำประชาสัมพันธ์ โดยการนำเสนอข่าวสารของคณะผ่านสื่อภายในและภายนอก
- ภาพข่าวกิจกรรม/จุลสารมหาวิทยาลัย/หนังสือพิมพ์/หนังสือนิตยสาร/โทรทัศน์
- เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว ทางเว็บไซต์ คณะ และหน่วยงานภายนอก
- เขียนข่าวส่งกองสื่อสารองค์การ เพื่อจัดทำจดหมายข่าวเผยแพร่ทางสภามหาวิทยาลัย /สภาวิชาการ/การประชุมคณบดี
- ให้บริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร
- บริการต้อนรับและตอบข้อซักถามของผู้มาติดต่อ
- บริการถ่ายภาพในกิจกรรมของคณะ
- บริการเสียงตามสาย /บริการขึ้นข่าวอักษรไฟวิ่ง หน้าคณะ
- ผลิตสื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ เอกสารประชาสัมพันธ์และจัดทำข่าวสารเผยแพร่ เช่น จดหมายข่าว มทร.พระนคร เอกสารประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์หลักสูตร โปสเตอร์รับสมัครนักศึกษา
- ทำบันทึกหนังสือเข้าหนังสือออกของงานประชาสัมพันธ์
- จัดทำสรุปภาพข่าวเผยแพร่เป็นรูปเล่ม ทุก ๆ 3 เดือน
- จัดเก็บข่าวขององค์กรอย่างเป็นระบบ
- จัดเก็บภาพถ่ายอย่างเป็นระบบ
- บริการให้ข้อมูลภาพถ่ายและภาพข่าวกิจกรรมเพื่อประกอบหลักฐานต่าง ๆ
- ดูแลห้องจัดแสดงศูนย์อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย
- จัดทำรายงานการประเมินตนเองตามตัวชี้วัดที่รับมอบหมายเพื่อให้บรรลุผลตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนด
- ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.3.8 อาคารสถานที่

- ลงทะเบียนรับ - ส่งเอกสาร
- จัดพิมพ์เอกสารงานอาคารสถานที่ ตรวจ / ทาน และนำเสนอหัวหน้างาน
- ติดต่อและประสานงานในการใช้ห้องเรียนและห้องประชุมโชติเวช
- ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานและบุคลากรทั้งภายในและภายนอกคณะ
- จัดเก็บใบแจ้งหนี้ ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำประปา

2.3.9 ยานพาหนะ

- การจัดรถยนต์และพนักงานขับรถยนต์ไปปฏิบัติราชการตามหนังสือสั่งการ หรือใบอนุญาตการใช้รถยนต์เพื่อไปราชการที่ได้รับอนุมัติแล้ว จากผู้มีอำนาจสั่งการ
- ควบคุมดูแลรักษา และพัฒนาบริเวณพื้นที่ในการรับผิดชอบให้สะอาดสวยงามเป็นระเบียบ ไม่ส่งผลกระทบต่องานอื่น รวมถึงระบบสาธารณูปโภค ควบคุมดูแลรักษา วัสดุครุภัณฑ์เครื่องมือเครื่องใช้ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและมีความสะอาดอยู่เสมอ

- ควบคุมดูแลารปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรทั้งในเวลาราชการและนอกเวลาราชการ ให้ปฏิบัติตามระเบียบแบบแผนงานการใช้รถยนต์แต่ละคัน
- การซ่อมแซม บำรุงรักษา ตามระยะเวลาที่กำหนด
- เสนอความคิดเห็นข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานของบุคลากรและพัฒนาการบริการ ยานพาหนะ ประสานและแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานยานพาหนะ
- ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.3.10 เอกสารสื่อสิ่งพิมพ์

- จัดระบบการพิมพ์ การผลิต และการเก็บรักษาเอกสาร
- ดำเนินการ และควบคุมจัดพิมพ์ การจัดทำรูปเล่ม การเก็บรักษา การเบิกจ่าย และทำลายเอกสาร
- จัดหาวัสดุ ครุภัณฑ์ เพื่อพัฒนาการผลิตเอกสาร
- ควบคุมดูแลการใช้ และการบำรุงรักษาครุภัณฑ์ และวัสดุการพิมพ์เพื่อการผลิตเอกสาร
- ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.4 บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่ง

2.4.1 หน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่ง

ตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่งตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่งสายงานวิชาการศึกษาที่กำหนดโดย ก.พ.อ. เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2553 ระบุบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสายงานบริหารงานทั่วไป ระดับปฏิบัติการ ดังนี้

2.4.2 หน้าที่ความรับผิดชอบหลัก

ปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานที่มีความเชี่ยวชาญในงานด้านการบริหารงานทั่วไป โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์สูง ปฏิบัติงานเชิงพัฒนาระบบหรือมาตรฐานของงาน หรืองานพัฒนาทฤษฎี หลักการ ความรู้ใหม่ ปฏิบัติงานวิจัย ด้านการบริหารงานทั่วไป และนำมาประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงาน ตามแผนงานโครงการสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ตลอดจนเสนอแนะและประเมินผลแผนงาน โครงการและแก้ไขปัญหาในงานที่มีความยุ่งยากและมีขอบเขตกว้างขวางมาก หรือถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับงาน ตลอดจนให้คำปรึกษา แนะนำ หรือปรับปรุงผสมผสานเทคนิคระดับสูงระหว่างสาขาที่เกี่ยวข้อง และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย หรือปฏิบัติงานในฐานะหัวหน้าหน่วยงาน มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการควบคุม กำกับหน่วยงานด้านการบริหารงานทั่วไป ที่มีขอบเขตเนื้อหาของงานหลากหลายและมีขั้นตอน การทำงานที่ยุ่งยากซับซ้อนมากเป็นพิเศษ ตลอดจนกำกับตรวจสอบผู้ปฏิบัติงาน เพื่อให้งานที่รับผิดชอบสำเร็จตามวัตถุประสงค์ และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมายโดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติในด้านต่าง ๆ ดังนี้

2.4.3 ด้านการปฏิบัติการ

1) ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารงานทั่วไป พัฒนาและประยุกต์ใช้ความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ วิธีการและเทคนิคต่างๆ เพื่อพัฒนาระบบและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน

2) เป็นผู้คิดริเริ่มการดำเนินการวิจัยต่าง ๆ ในงานบริหารงานทั่วไป และเผยแพร่ผลงานที่ก่อให้เกิดความรู้ใหม่หรือเทคนิควิธีการใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่องานบริหารงานทั่วไป วางหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์วิจัย ประเมินผล รวมทั้งกำหนดวิธีการและระเบียบปฏิบัติทางด้านการบริหารงานทั่วไปเพื่อพัฒนาระบบหรือมาตรฐานในการปฏิบัติงานบริหารงานทั่วไป เสนอความเห็นเกี่ยวกับปัญหาและหาวิธีการแก้ไขปัญหาที่มีความยุ่งยาก และมีขอบเขตกว้างขวางมากทางด้านการบริหารงานทั่วไป ติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการด้านการบริหารงานทั่วไป และด้านที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะงานของหน่วยงาน เป็นที่ปรึกษาในโครงการวิจัยทางด้านการบริหารงานทั่วไปเพื่อให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

3) ให้บริการวิชาการด้านต่าง ๆ เช่น ฝึกอบรม ให้การบริการและเผยแพร่ความรู้ทางด้านการบริหารงานทั่วไป ตอบปัญหาและชี้แจงเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับงานในหน้าที่ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการต่าง ๆ ตามที่ได้รับแต่งตั้งเป็นผู้แทนของสถาบันอุดมศึกษาหรือของรัฐบาลในการเข้าร่วมประชุมหรือเจรจาปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริหารงานทั่วไป ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้ข้อมูลทางวิชาการประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

4) ในฐานะหัวหน้าหน่วยงาน นอกจากอาจปฏิบัติงานตามข้อ (1)-(3) ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ต้องทำหน้าที่กำหนดนโยบายการปฏิบัติงาน ติดต่อประสานงาน วางแผน มอบหมาย ส่งเสริม กำกับ ควบคุมดูแล และตรวจสอบ ให้คำปรึกษา แนะนำ ปรับปรุงแก้ไข ติดตามประเมินผล และแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานในหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

2.4.4 ด้านการวางแผน

ร่วมกำหนดนโยบาย และแผนงาน หรือโครงการของหน่วยงานที่สังกัด วางแผนหรือร่วมวางแผนการทำงานโดยเชื่อมโยงหรือบูรณาการแผนงานโครงการในระดับกลยุทธ์ของสถาบันอุดมศึกษามอบหมายงานแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานติดตามและประเมินผลเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

2.4.5 ด้านการประสานงาน

1) ประสานการทำงานโครงการต่าง ๆ กับบุคคล หน่วยงานหรือองค์กรอื่น โดยมีบทบาทในการจูงใจ โน้มน้าว เพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด

2) ให้ข้อคิดเห็นและคำแนะนำแก่หน่วยงานในสถาบันอุดมศึกษา รวมทั้งที่ประชุมทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นประโยชน์และเกิดความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกัน

2.4.6 ด้านการบริการ

1) ให้คำปรึกษาแนะนำ วินิจฉัย ชี้แจงและตอบปัญหาที่สำคัญหรือยุ่งยากซับซ้อนมาก เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารงานทั่วไปให้บุคคลหรือหน่วยงานสามารถดำเนินงานได้ลุล่วงเป็นไปตามนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้หรือเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจและสนับสนุนภารกิจของหน่วยงาน

2) เผยแพร่ ถ่ายทอดความรู้ ด้านงานตรวจสอบภายใน เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้รับความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์

2.5 หน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่งสื่อสารองค์กร

2.5.1 จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ การนำข่าวสารข้อมูล เรื่องราว กิจกรรม การประชุม การแถลงข่าวของหน่วยงานต่าง ๆ มาสรุป และจัดทำให้เกิดรูปลักษณ์ที่สวยงาม การประชาสัมพันธ์เป็นสื่อกลางในการส่งสารจากหน่วยงานไปยังผู้รับ ทั้งหน่วยงานภายนอกและประชาชนทั่วไปของคณะ ผ่านช่องทางสื่อภายในและภายนอก โดยเผยแพร่ผ่านช่องทาง ดังนี้

1) ภาพข่าวกิจกรรม
2) จุลสารมหาวิทยาลัย
3) หนังสือพิมพ์
4) หนังสือนิตยสาร
5) โทรทัศน์
6) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว ทางเว็บไซต์ คณะ
7) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว ทางเฟสบุ๊ค คณะ
8) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว ทางเว็บไซต์ ภายนอก

2.5.2 ดำเนินการจัดการผลิตและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ และตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่น การเขียนข่าว การทำภาพข่าวกิจกรรม จัดทำโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ และสรุปข่าวลงสื่ออื่น ๆ อาทิเช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เสียงตามสาย ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน

2.5.3 ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความสามัคคีของผู้ปฏิบัติงานภายในสำนักงาน สาขาวิชา ฝ่าย ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ทุกระดับชั้น พร้อมทั้งเป็นสื่อกลางหรือเครื่องมือในการช่วยเสริมสร้าง ปรับเปลี่ยนทัศนคติหรือสร้างวัฒนธรรมใหม่ให้แก่ข้าราชการเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยซึ่งเป็นการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพด้านบริการ

2.5.4 เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน พร้อมให้คำปรึกษาและสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย

2.5.5 งานบริหารงานทั่วไป

1) ทำบันทึกหนังสือเข้าหนังสือออกของงานประชาสัมพันธ์
2) ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการเบิกจ่ายพัสดุ ของงานประชาสัมพันธ์
3) รวบรวมและสรุปภาพข่าวเผยแพร่เป็นรูปเล่มทุก ๆ 3 เดือน

4) จัดเก็บข่าวขององค์กรอย่างเป็นระบบ

5) จัดเก็บภาพถ่ายอย่างเป็นระบบ

6) บริการให้ข้อมูลภาพถ่ายและภาพข่าวกิจกรรม เพื่อประกอบหลักฐานต่าง ๆ ของการประเมินตนเอง

7) ดูแลห้องจัดแสดงศูนย์อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย

2.5.6 จัดทำรายงานการประเมินตนเองตามตัวชี้วัดที่รับมอบหมายเพื่อให้บรรลุผล ตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนด

2.5.7 ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.6 หน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่งตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่ง

ปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานที่มีประสบการณ์โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ ทักษะและประสบการณ์ ในด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทั้งภายในและภายนอก หน่วยงานผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ สื่อประเภทต่าง ๆ สื่อโทรทัศน์ สื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานได้อย่างครบถ้วนและถูกต้องตามวัตถุประสงค์

2.6.1 ด้านปฏิบัติการ

1) ควบคุมติดตามผลการประชาสัมพันธ์โดยปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ ตามระเบียบของหน่วยงานเพื่อสนับสนุนให้การบริหารงานทั่วไปเป็นไปอย่างราบรื่นและบรรลุตามวัตถุประสงค์

2) ควบคุมตรวจสอบและติดตามการเสนอของบประมาณของหน่วยงาน เร่งรัดการเบิกจ่ายงบประมาณการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ตามแผนราชการ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อให้ดำเนินการสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่กำหนด

3) ควบคุมตรวจสอบและติดตามการจัดเก็บข้อมูลประชาสัมพันธ์ และสรุปรายงานผลการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการประกันคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลเพื่อสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่หน่วยงานภายนอก

4) ควบคุม ดูแลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร พร้อมทั้งนำเสนอการบริการต่าง ๆ ตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนครบถ้วนของสื่อการประชาสัมพันธ์ ให้มีความทันสมัยทันเหตุการณ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

5) ควบคุมดูแลตรวจทานการจัดทำเอกสารรายงาน สรุปผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นฐานข้อมูลที่มีประโยชน์ แก่ผู้บริหารในการปรับปรุงและพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

2.6.2 ด้านการวางแผน

1) วางแผนปฏิบัติราชการด้านงานสื่อสารองค์กรร่วมกับระดับมหาวิทยาลัย เพื่อ ให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องตามนโยบายมหาวิทยาลัยกำหนด เช่น เอกสารการเผยแพร่ข้อมูลงานด้านคหกรรมศาสตร์ การพัฒนาการผลิตสื่อให้มีความน่าสนใจ ทันสมัยและสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรตลอดจนสนับสนุน ให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผนงานและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2) รวบรวมข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เก็บข้อมูลเพื่อประกอบการประเมินตนเอง (SAR) ระดับคณะและมหาวิทยาลัย เป็นไปตามแผนงานและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2.6.3 ด้านการประสานงาน

1) ควบคุม ตรวจสอบและติดตามการประสานงานร่วมกันระหว่างบุคลากร ภายในหน่วยงานต่าง ๆ ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อมุ่งก่อให้เกิดความเข้าใจและสร้างความร่วมมือในการรับ-ส่งข้อมูลในทุกกิจกรรมและดำเนินการสำเร็จตามเวลาที่กำหนด

2) ควบคุม ติดตาม และตรวจสอบการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ในระบบสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวก ในการปฏิบัติงานสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรโดยผ่านทาง Line/Facebook/เว็ปไซต์ หน่วยงานให้มีความน่าสนใจ ทันสมัย และสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร

2.3.4 ด้านการบริการ

1) ควบคุม ตรวจสอบ ระบบการจัดเก็บภาพถ่ายเพื่อสะดวกต่อการสืบค้นข้อมูล

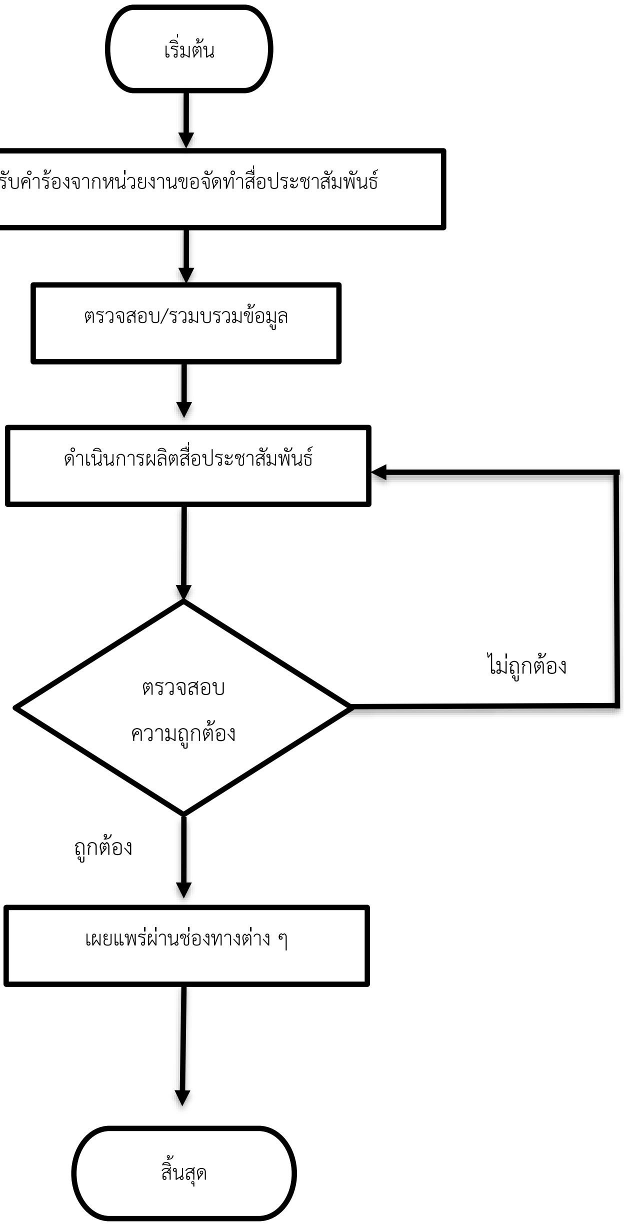
2) ให้คำแนะนำเบื้องต้นในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาและบุคคลที่มีความสนใจทั่วไป ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้มีความรู้และ ความเข้าใจ ที่ถูกต้องสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

3) ควบคุม/ตรวจสอบระบบการจัดเก็บภาพข่าวเพื่อสะดวกต่อการสืบค้นข้อมูลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน เมื่อมีการขอข้อมูล และมีการพัฒนาการจัดข้อมูล เพื่อแจ้งข่าวสารในระบบสารสนเทศ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สอดคล้อง และสนับสนุนภารกิจของหน่วยงานผ่านทาง

3.1) Line โดยการจัดกลุ่มหน่วยงาน

3.2) Facebook ของหน่วยงานเพื่อประชาสัมพันธ์และรายงานผลการดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ สามารถตรวจสอบจากหน่วยงานภายในและภายนอก สามารถให้ข้อมูลข่าวสารขององค์กร เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ

จากภาระหน้าที่ได้รับมอบหมายดังกล่าวข้างต้น ผู้เขียนมีความสนใจการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ : โปสเตอร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มาเขียนคู่มือการปฏิบัติงานโดยมีขั้นตอนการปฏิบัติงานตาม Flow Chart ดังนี้



บทที่ 3
หลักเกณฑ์วิธีการปฏิบัติงาน

คู่มือการปฏิบัติงานเรื่อง การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ : โปสเตอร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ เป็นการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ เช่น กิจกรรม เชิญชวน รับสมัคร ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ส่งถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้มีความรู้ความเข้าใจ เกิดความรัก ศรัทธาและเชื่อมั่นองค์กร อันเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ขององค์กรและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ให้เป็นที่รู้จัก

คู่มือเล่มนี้ เป็นคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพื่อใช้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นสื่อภายในของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ โดยมี แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ดังต่อไปนี้

3.1 ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์
3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์
3.3 แนวคิดการผลิตสื่อโปสเตอร์
3.4 แนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

3.1 ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือและสื่อกลางในการสื่อสารจากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย การสร้าง ความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับสาธารณชน ในปัจจุบันสื่อหรือเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลายประเภท อันเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วของโลก อย่างไรก็ตาม สามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์หลัก ๆ โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อได้เป็น 6 ประเภท คือ

3.1.1 สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ สื่อบุคคล จัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจ เนื่องจากการติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่าง ๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุยการประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้วาที การอภิปราย การปาฐกถาและการพูดในโอกาสพิเศษ แต่สื่อบุคคลมีข้อจำกัด คือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันทีและเป็นสื่อที่ไม่ถาวรยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิง นอกจากจะมีผู้บันทึกเสียงหรือจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษรเอาไว้

3.1.2 สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามรถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารและเกิดเป็นสื่อมวลชน เพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่ง

ประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร มีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ ทำซ้ำได้ แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออก ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนสื่อสิ่งพิมพ์ และสามารถรับฟังในขณะที่ทำอย่างอื่นไปด้วยได้ แต่มีข้อจำกัด คือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังใหม่ได้ ดังนั้นหากมิได้ตั้งใจฟังก็จะไม่ได้รับข่าวสารอย่างสมบูรณ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปได้อย่างชัดเจน

3.1.3 สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิต และเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมายด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบแตกต่างกันออกไป เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าววารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้ มีอยู่มากและมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูปปฏิทิน รูปลอก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนานแต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

3.1.4 สื่อโสตทัศน์ เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และหรือเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศน์แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุ และส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรงเช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้รวมกับสื่ออุปกรณ์ เช่น เทปบันทึกเสียง เทป วีดีทัศน์ ฟิล์มภาพยนตร์ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องเล่นเทปบันทึกเสียง เครื่องเล่นวีดีทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงานประชาสมพันธ์ การประชาสมพันธ์ โดยใช้สื่อผสม (Multi-media) ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางเพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหวและเสียง ที่สมจริงเป็นธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้

ข้อจำกัดคือ มีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์พอสมควรและต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอร์รี่เป็นแหล่งพลังงาน นอกจากนี้ ในยุคโลกไร้พรมแดน การสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตยิ่งทวี ความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ และจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของโลกในอนาคตอันใกล้ อินเตอร์เน็ตมีข้อดีคือสามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติมหรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

3.1.5 สื่อกิจกรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขต กว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรม มีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา โดยสื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น

เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้น ๆ เท่านั้น

3.1.6 สื่อสมัยใหม่ (Modern Media) นิยมใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุคสารสนเทศ (Information Age) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ดาวเทียม (Seattleite) อินเตอร์เน็ต (Internet) การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเตอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ที่นำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่นเดียวกับสื่ออื่น ๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ผ่านทาง E-mail หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจาก World Wide Web (www.) โดยการจัดทำเป็น Website ของแต่ละแห่งให้ประชาชนเข้าไปติดตามข้อมูลของหน่วยงานได้

3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

การออกแบบให้สื่อสิ่งพิมพ์มีความสวยงามหรือมีความเหมาะสมถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานนั้นถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นหนึ่ง ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่ขั้นตอนโดยตรงของกระบวนการพิมพ์ก็ตาม แต่ก็นับว่ามีความสำคัญมาก เพราะสิ่งพิมพ์ในปัจจุบันมิได้มุ่งให้อ่านได้สื่อข้อความได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังมุ่งให้มีความสวยงาม เอื้ออำนวยต่อการอ่าน จดจำง่าย สะดุดตาและยังมุ่งประโยชน์ทางการค้าอีกด้วย การออกแบบจึงเข้ามามีบทบาทต่อการพิมพ์และการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์อย่างมาก อาจกล่าวได้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์นั้นเป็นผลผลิตของศิลปะและเทคโนโลยี ในขณะเดียวกันการวางรูปแบบและการออกแบบที่ดีจะช่วยให้สื่อสิ่งพิมพ์ดูมีชีวิตชีวายิ่งขึ้นและไม่น่าเบื่อหน่ายอีกต่อไป

3.2.1 ความหมายของการออกแบบ

ในการให้คำจำกัดความ “การออกแบบ” นั้นมีนักวิชาการหลายท่านได้แสดงทัศนะไว้ดังนี้

วิบูล จันทร์แย้ม (2546 : 6) ได้ให้ความหมายของการออกแบบ หมายถึง การวางแผน การทำงาน และการสร้างสรรค์ผลงานขึ้นใหม่ หรือเป็นการดัดแปลงปรับปรุงของเดิมให้ดียิ่งขึ้น โดยใช้ส่วนประกอบของการออกแบบ และหลักการจัดองค์ประกอบ เพื่อทำให้ผลงานที่เกิดขึ้นมีความสวยงามหรือมีประโยชน์ทางการใช้สอยก็ได้แล้วแต่จุดมุ่งหมายที่วางไว้

นวลน้อย บุญวงษ์ (2542 : 2-3) ได้ให้ความหมายของการออกแบบไว้เป็น 2 แนวทาง แนวทางแรกเมื่อเป็นตำนาน หมายถึง ผลงานหรือผลิตผลที่เกิดขึ้นจากทั้งสองกระบวนการ คือ กระบวนการออกแบบ ซึ่งยังอยู่ในรูปของแนวความคิด แบบร่างตลอดจนต้นแบบ และจากกระบวนการผลิต ซึ่งอยู่ในรูปของผลผลิตที่เป็นวัตถุของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ แนวทางที่สองเมื่อเป็น คำกริยา หมายถึง กระบวนการทำงานเพื่อให้เกิดเป็นผลผลิตที่กล่าวถึงในแนวทางแรก

ศิริพงษ์ พะยอมแย้ม (2537 : 21) ได้ให้ความหมายของการออกแบบ (design) ซึ่งมีรากศัพท์ มาจากภาษาละตินว่า "design are" หมายถึง การกำหนดออกมา หรือขีดเขียนไว้ เป้าหมายที่แสดงออกมาอาจเป็น โครงการ รูปแบบ หรือแผนผัง โดยผู้ออกแบบได้กำหนดขึ้นมาด้วยการจัดท่าทาง ถ้อยคำ เส้น สี แสง รูปร่าง โครงสร้างลักษณะพื้นผิวตามหลักเกณฑ์

วิรัตน์ พิชญไพบูลย์ (2528 : 1) ได้ให้ความหมายของการออกแบบ หมายถึง การใช้ความคิดในการสร้างสรรค์งานศิลปะ ด้วยการเลือก การจัดวัสดุและเครื่องมือเพื่อสร้างงานศิลปะ ที่มีรูปลักษณ์ให้เหมาะสมกับหน้าที่ในด้านความงามและอรรถประโยชน์ หรือการสร้างสรรค์งานที่มีความมุ่งหมายในด้านความงดงาม ความซาบซึ้ง ความสะเทือนใจ เพื่อให้เกิดความนิยม ชมชอบ

อารี สุทธิพันธุ์ (2521 : 8-9) ได้ให้ความหมายของการออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผน เพื่อจะได้กระทำตามที่ต้องการตลอดจนรู้จักเลือกวัสดุและวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการ โดยให้สอดคล้องกับลักษณะของรูปและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิด ตามความคิดสร้างสรรค์ หรือเป็นการปรับปรุงแบบผลงานที่ดีอยู่แล้วให้เหมาะสมและมีความแปลกใหม่เพิ่มขึ้น การออกแบบ จึงมีทั้งเป็นการสร้างสิ่งใหม่และเป็นการปรับปรุงของเดิม

ดังนั้น การออกแบบจึงมีความหมายโดยสรุปว่า เป็นการคิดกระทำการสิ่งใดให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยใช้องค์ประกอบทางศิลปะ อาทิเช่น เส้น สี รูปร่าง รูปทรง พื้นที่ว่าง พื้นผิว ประกอบร่วมกันให้ผลงานนั้นเกิดความงดงาม มีสุนทรียภาพ และเกิดประโยชน์ใช้สอยตาม ที่ตั้งเป้าหมายไว้หรือเป็นกระบวนการทางความคิดในอันที่วางแผน การรวบรวมองค์ประกอบทั้งหลายเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างสรรค์หรือปรับปรุงงาน อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านประโยชน์ใช้สอยและด้านความสวยงามหรือให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบที่ได้วางไว้

3.2.2 กระบวนการการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

การออกแบบเป็นการนำองค์การประกอบมูลฐานมาจัด หรือรวบรวมเข้าไว้ด้วยกันอย่างมีระบบในงานออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร ภาพ หรือพื้นที่ว่างๆเพื่อให้การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ดังนี้

1) ใช้เป็นแนวทางในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อรับรู้รูปแบบ รูปร่าง ลักษณะและส่วนประกอบในการพิมพ์
2) เพื่อสร้างความสวยงามทางศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์
3) เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็นและผู้อ่าน
4) เพื่อเสนอข่าวสารและง่ายต่อการจดจำเนื้อหา
5) เพื่อปิดบังความด้อยต่อคุณภาพสื่อสิ่งพิมพ์
6) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร

3.2.3 หลักในการพิจารณาออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

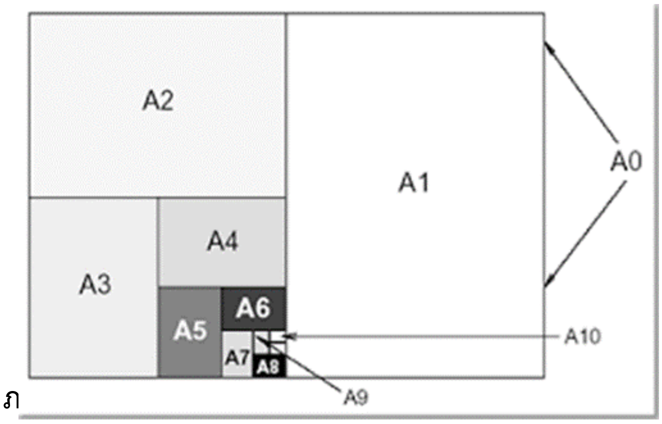
ก่อนที่ผู้ออกแบบตัดสินใจผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ออกแบบจำเป็นจะต้องพิจารณาองค์ประกอบของการพิมพ์เป็นข้อมูลสำคัญต่อการออกแบบองค์ประกอบในการพิมพ์ ดังนี้

1) วัตถุประสงค์ของการพิมพ์ การกำหนดเป้าหมายของสื่อสิ่งพิมพ์ว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับบุคคลวัยใด หนังสือสำหรับเด็กหรือผู้ใหญ่ เพศใด สำหรับผู้หญิงหรือผู้ชาย การศึกษาระดับใด ลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ สารคดี ร้อยแก้ว ร้อยกรอง

2) รูปร่างของสื่อสิ่งพิมพ์ ตามปกติมีรูปร่างมาตรฐานเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ตามลักษณะของกระดาษขนาดมาตรฐาน ดั้งนั้นการกำหนดสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีรูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้า จึงไม่ทำให้กระดาษเสียเศษ ซึ่งมีทั้งสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวตั้งและสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวนอน

3) ตำแหน่งจุดแห่งความสนใจในสื่อสิ่งพิมพ์ โดยปกติผู้ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์มักจะให้ความสำคัญแก่ปกหน้าพิเศษมากกว่าส่วนอีก ทั้งนี้เพราะเป็นจุดดึงดูดสายตาและสามารถสร้างความน่าสนใจแกผู้ดูในกรณีที่มีการแข่งขันกับสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ สำหรับการจัดหน้าภายในหนังสือนั้นสมัยก่อนมักให้ความสำคัญแก่หน้าขวามือหรือหน้าคี่ ได้แก่ 1, 3, 5, 7 ไปตามลำดับ

4) ขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์ ขึ้นอยู่กับขนาดของกระดาษเป็นสำคัญจะเห็นได้ว่าหนังสือขนาด 8 หน้ายก (7.5 นิ้ว x 10.25นิ้ว) ที่พิมพ์ในปัจจุบันมีขนาดรูปเล่มที่แท้จริงไม่เท่ากัน ทั้งนี้เนื่องจากขนาดของกระดาษที่ใช้พิมพ์ไม่เท่ากัน ได้แก่ กระดาษขนาด 31 นิ้ว x 43 นิ้ว และกระดาษขนาด 24 นิ้ว x 35 นิ้ว



ภาพที่ 3.1 ขนาดของกระดาษ

3.3 แนวคิดการผลิตสื่อโปสเตอร์

โปสเตอร์ (Poster) คือภาพขนาดใหญ่พิมพ์บนกระดาษ ออกแบบเพื่อใช้ติดหรือแขวนบนผนังหรือกำแพง โปสเตอร์อาจจะเป็นภาพพิมพ์และ หรือภาพเขียน หรืออาจจะเป็นอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ จุดประสงค์ก็เพื่อทำให้เตะตาผู้ดู ผู้รับสารและสื่อสารข้อมูล โปสเตอร์อาจจะใช้สอยได้หลายประการ แต่ส่วนใหญ่มักจะใช้ในการเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการ โฆษณางานแสดงศิลปะ งานดนตรี หรือภาพยนตร์ การโฆษณาชวนเชื่อ หรือในการสื่อสารที่ต้องการสื่อสารความเชื่อต่อคนกลุ่มใหญ่

โปสเตอร์ (Poster) คือ ใบปิดประกาศเพื่อแจ้งข่าวประกาศประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารเพื่อออก สู่สาธารณะ ดังนั้นโปสเตอร์ จึงเป็นงานพิมพ์ด้านเดียว ขนาดของโปสเตอร์มีหลายขนาดขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และการดีไซน์ แต่ส่วนใหญ่แล้วค่อนข้างมีขนาดมาตรฐาน นั่นก็เพราะว่านักออกแบบจะออกแบบให้รองรับกับกระดาษที่จะใช้พิมพ์ เพื่อต้องการให้จะใช้พื้นที่กับกระดาษให้

คุ้มค่าที่สุด โดยไม่ต้องเงียนกระดาษทิ้ง ลักษณะของโปสเตอร์ในงาน Design ไม่ควรมีขนาดเล็กจนเกินไป มีเนื้อหาที่กระชับ ตรงประเด็นรัดกุม และชัดเจน

โปสเตอร์ (Poster) ข้อความพร้อมภาพขนาดใหญ่พิมพ์ลงบน กระดาษถูกออกแบบมาเพื่อนำเสนอข้อมูลไปถึงผู้อ่านที่ติดหรือแขวนอยู่ตามผนัง กำแพง ของอาคารสถานที่ต่าง ๆ ตามพื้นที่ว่างของรถสาธารณะ เป็นที่รู้กันเราต่างเรียกสิ่งนั้นว่า "โปสเตอร์" (Poster) ซึ่งจุดประสงค์ของการใช้โปสเตอร์ก็ไม่ได้มีไว้แค่ใช้เพื่อการโฆษณาเท่านั้น แต่ยังมีการใช้โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมงานต่าง ๆ เพื่อเป็นสื่อการสอนในการศึกษา เพื่อใช้พิมพ์ภาพจิตรกรรมของศิลปินคนสำคัญไว้ตกแต่งตามพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ จะเห็นว่าจุดประสงค์ของการใช้โปสเตอร์มีมากมายหลายด้าน แต่ส่วนมากจะนิยมใช้โปสเตอร์ เพื่อเป็นสื่อในการโฆษณา กระตุ้นการสร้างยอดขาย กระตุ้นการสร้างส่วนแบ่งทางตลาด ช่วยให้ผู้อ่านรู้จักสินค้ามากขึ้น ขยายฐานลูกค้าใหม่ ตลอดจนให้ผู้อ่านรับรู้ภาพลักษณ์เกี่ยวกับแบรนด์ของสินค้านั้น เพื่อเป็นการรักษาฐานลูกค้าเก่าให้มั่นคง

โปสเตอร์ (Poster) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีบทบาทต่อการประชาสัมพันธ์มากเป็นอันดับหนึ่ง ทั้งนี้เพราะโปสเตอร์ เป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้สะดวกกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อเป็นอย่างดี โปสเตอร์นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อบอกกล่าว เผยแพร่ ให้ผู้ดู ผู้รับสาร มีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติตาม ไม่เน้นในการส่งเสริมการขายสินค้าของผู้จัดทำ แต่จะเน้นหนักไปที่การสร้างภาพพจน์ขององค์กร ให้เป็นที่ยอมรับ เกิดความฝังใจ เชื่อถือ นอกจากนี้ ใช้เพื่อย้ำเตือนใจกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

3.3.1 ประเภทของโปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้ คือ

1) เพื่อขอความสนับสนุน เป็นการจัดทำเพื่อชักชวนให้ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายสนับสนุนเห็นด้วย ให้ความร่วมมือกับองค์กร ในความคิด เรื่องราว และประเด็นต่าง ๆ

2) เผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับนโยบาย หรือกิจกรรมขององค์กร เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร โดยหวังให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึง ผลงาน บทบาท ความสำคัญ และความรับผิดชอบขององค์กรที่มีต่อสังคม

3) เพื่อส่งเสริมสังคม อันเป็นการมุ่งเน้นที่จะให้ความคิด อันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมเพื่อให้คนในสังคม อยู่ร่วมกันด้วยดี มีความสุขและมีความเป็นอยู่ดีขึ้น ซึ่งองค์กรผู้จัดทำจะได้ประโยชน์ทางอ้อมจากการประชาสัมพันธ์นี้คือ ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ว่ามีความรับผิดชอบ และสนใจความเป็นไปของสังคม ซึ่งจะนำมาซึ่งความศรัทธาจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายในที่สุด

3.3.2 หลักการออกแบบโปสเตอร์ ในการออกแบบ โปสเตอร์มีสิ่งที่ควรคำนึงถึงดังต่อไปนี้

1) ความเป็นเอกภาพ (Unity) เป็นการทำให้สาระและองค์ประกอบทุกส่วน มีความสัมพันธ์คล้องจองกัน เป็นการสร้างจุดรวมสายตาและการเน้นให้องค์ประกอบนั้น มีความโดดเด่นยิ่งขึ้น

2) ดุลยภาพ หรือ ความสมดุล (Balancing) เป็นสิ่งที่จะช่วยให้ผู้ดูเกิดความรู้สึกผ่อนคลายดูเป็นระเบียบ เหมาะกับงานที่เป็นทางการเป็นการออกแบบให้ผู้ดูรู้สึกว่า มีความเท่ากันไม่เอียง หรือหนักไปในด้านในด้านหนึ่งความสมดุลในการออกแบบกราฟฟิก เป็นเรื่องของความงามความน่าสนใจ การจัดการสมดุลในด้าน รูปแบบและสี มีอยู่ 2 ลักษณะคือ

2.1) สมดุลแบบซ้ายขวาเท่ากัน (Formal of Symmetrical Balance)

2.2) สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Formal of Asymmetrical Balance)

3) สัดส่วน (Proportion) เป็นความพอเหมาะพอดีทางด้านสัดส่วน และรูปร่าง เป็นการเน้นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง สัดส่วนกับการจัดตำแหน่ง สัดส่วนโครงสี สัดส่วนกับพื้นที่ว่าง สัดส่วนของตัวอักษรข้อความ และรูปภาพประกอบ ตลอดจนความเข้มของแสงและเงา การจัดสัดส่วนในรูปแบบต่าง ๆ จะมีผลให้เกิดความน่าสนใจ และชวนมองยิ่งขึ้น

4) ความมีจุดเด่น (Emphasis) เป็นการสร้างจุดสนใจ ให้ผู้ดูได้รับข้อมูลหลักตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ผู้ออกแบบจะกำหนดว่าส่วนใดจะเป็นส่วนสำคัญ เป็นส่วนที่ต้องการนั้นให้เห็นชัดเจนส่วนใดเป็นส่วนประกอบเสริมหรือเป็นส่วนสำคัญรอง

3.3.3 องค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์

1) พาดหัว หรือหัวเรื่อง (Headline) เป็นสิ่งที่สำคัญของโปสเตอร์ เพราะช่วยดึงดูดความสนใจหรือติดตามดูรายละเอียดอื่น ๆ ของข้อความในโปสเตอร์ พาดหัวหรือหัวเรื่อง อาจแสดงด้วยภาพหรือข้อความ หรือทั้งภาพและข้อความก็ได้ แต่ส่วนมากจะใช้ข้อความที่มีขนาดใหญ่กว่าข้อความอื่น ถ้าข้อความมีความยาวมาก อาจจะแบ่งเป็น หัวเรื่องรอง (Sub headline) พาดหัวของโปสเตอร์มีลักษณะ ดังนี้

1.1) มีข้อความสั้น กะทัดรัด ได้ใจความ สื่อความหมายได้เร็ว

1.2) มีความกระจ่าง สามารถจึงดูดความสนใจของผู้ที่คาดว่า จะเป็นกลุ่มเป้าหมายได้

1.3) มีความเหมาะสม ตอบสนองความต้องการ ของผู้ที่คาคว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายได้

1.4) มีความนำสนใจ เพื่อเรียกร้องให้ผู้ที่คาดว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายสนใจ โดยใช้หลักการทางจิตวิทยา และการใช้ภาษา

1.5) มีเพียงแนวคิดเดียว ในโปสเตอร์แต่ละแผ่น มีความน่าเชื่อถือคือ ข้อความที่กล่าวอ้างต้องมีน้ำหนัก น่าเชื่อถือ

2) พาดหัวรอง (Sub headline) นิยมใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่รองจากพาดหัว ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงพาดหัว ไปยังเนื้อเรื่องในโปสเตอร์ ใช้ในกรณี ที่พาดหัวไม่สามารถจะให้รายละเอียดได้เพียงพอ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการขยายความให้กระจ่างขึ้น

3) ข้อความ (Body copy) คือ ส่วนที่เป็นเนื้อหารายละเอียด เพิ่มเติมจากพาดหัวของโปสเตอร์ฉบับนั้น ๆ ข้อความจะสนับสนุนเนื้อหาของโปสเตอร์โดยส่วนรวม มีการคัดเลือกอย่างชัดเจนไม่คลุมเครือ หรือเข้าใจไปได้หลายทาง และใช้ข้อความที่ สั้น กะทัดรัด อักษรชัดเจน อ่านง่ายเข้าใจได้ทันที ตอบสนองความต้องการใคร่รู้ของผู้อ่าน และมองเห็นได้แต่ไกล

4) ภาพประกอบ (Illustration) คือแนวคิดหรือลูกเล่นที่ต้องการจะสื่อในตัวสินค้าหรือบริการ ส่วนที่จะมาเสริมหรือขยายพาดหัว ตลอดจนสร้างความเข้าใจเพิ่มขึ้นจากข้อความ ช่วยสร้างหรือดูดความสนใจ และภาพที่นำมาใช้ ควรเป็นภาพที่ดูง่าย สามารถเข้าใจ ได้ทันที เน้นจุดสนใจในภาพเพียงจุดเดียว และมองเห็นได้ในระยะไกล สามารถสื่อความคิดสร้างสรรค์ให้อย่างแจ่มชัด รวมทั้งสามารถสร้างความจดจำให้แก่ผู้รับสารได้ด้วย

5) ส่วนลงท้าย (Ending) ชื่อหรือสัญลักษณ์ขององค์การผู้เผยแพร่ (Identification) สถานที่ตั้ง หรือสถานที่ติดต่อของ องค์กรผู้ผลิต คำขวัญ หรือ สโลแกน (Slogan)

3.4 แนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

3.4.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

วิรัช ลภิรัตนกุล, (2546 : 4) กล่าวว่า คำว่า "การประชาสัมพันธ์" เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า "Public Relations" กล่าวคือ Public แปลว่า ประชา ได้แก่ ประชาชน สาธารณชน กลุ่มชน Relations แปลว่า สัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวข้องด้วยหรือการผูกพัน ดังนั้นคำว่า การประชาสัมพันธ์ จึงหมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน สาธารณชน หรือกลุ่มชน

นงลักษณ์ สุทธิวัฒนพันธ์ (2545 : 18) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานอย่างมีระเบียบแบบแผน และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องกันไป เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสาธารณชนกับหน่วยงานขององค์กร ด้วยวิธีที่ประชาชนยอมรับและมีการติดต่อไปมาทั้งสองฝ่าย การประชาสัมพันธ์จะเป็นการกระทำ คำพูด สถานการณ์ใด ๆ ที่มีอิทธิพลในการชักจูงให้ประชาชนเห็นด้วย ช่วยเหลือสนับสนุน ยิ่งไปกว่านั้น การประชาสัมพันธ์ยังเป็นการสำรวจประชามติว่าประชาชน มีทัศนคติต่อสถาบันองค์การอย่างไร ถ้าเห็นด้วยก็จะทำให้ดียิ่ง ๆ ขึ้น แต่ถ้าไม่เห็นด้วยก็จะต้องแก้ไขปรับปรุงต่อไป

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 83) ได้ให้คำนิยามว่า การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือกว่าความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยการกระทำสิ่งที่มีคุณค่าต่อสังคมเพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้น มีทัศนคติต่อหน่วยงาน องค์การ ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อย ๆ

เสรี วงษ์มณฑา (2541 : 7) ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชน ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือ

พรทิพย์ พิมลสินธ์ (2540 : 33) ได้ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ คือ "การปฏิบัติกิจกรรม ต่าง ๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกันในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือระหว่าสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายโดยเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว"

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2540 : 33) ได้สรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หมายถึง การปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกันในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือ ระหว่าง สถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว ทั้งนี้ ยังสรุปคุณลักษณะที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

1) เป็นการทำงานที่มีจุดหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันและประชาชนให้เกิดขึ้น

2) เป็นการทำงานที่มีการวางแผน สุขุมรอบคอบ และมีการติดตามผลการที่ ได้กำหนดไว้

3) เป็นการทำงานในรูปของการสื่อสาร ซึ่งเป็นทั้งการสื่อสารสองทางและเป็นการสื่อสารที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการ โน้มน้าวใจ

4) เป็นการทำงานที่ต้องการมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น หรือทัศนคติของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

5) เป็นการทำงานที่ต่อเนื่อง ไม่ใช่ทำเพียงครั้งหรือสองครั้ง หรือทำเพียงชั่วระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น

วิรัช ลภิรัตนกุล (2540 : 2) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี (Good Relationship) ระหว่างองค์การ สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในการร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน

เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต (2540 : 105) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารแนวคิดข่าวสาร ข้อเท็จจริง ระหว่างหน่วยงาน สถาบัน กับประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันการประชาสัมพันธ์จึงอยู่บนรากฐานของการสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างหน่วยงาน หรือสถาบัน กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หน่วยงานหรือสถาบันก็ต้องมีการเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนหรือผู้เกี่ยวข้องทราบและรับฟังความคิดเห็นของประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ยอมรับ ร่วมมือ ศรัทธา อันจะบังเกิดผลดีต่อการดำเนินงานด้วยความราบรื่น ปราศจากปัญหาข้อยุ่งยากต่าง ๆ (อ้างถึงในวิรัช ลภิรัตนกุล, 2546 : 9) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นคำที่ถูกนำไปใช้ในความหมายของการโฆษณาชวนเชื่อในหน่วยงานธุรกิจ

3.4.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public relations) เป็นหนึ่งในส่วนประสมของการสื่อสารทางการตลาดซึ่งมีความสำคัญอย่างหนึ่งขององค์การที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย ทั้งนี้องค์การอาจอยู่ในรูปของบริษัท ห้างร้าน สมาคมหรือหน่วยงานต่าง ๆ อันเป็นส่วนหนึ่งในระบบสังคม ซึ่งมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน องค์การจะไม่สามารถอยู่ใน

สังคมได้หรืออยู่ได้ยากหากปราศจากการยอมรับ และความเข้าใจจากสาธารณชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นที่องค์การต้องให้ความสนใจ ต่อการทำความเข้าใจและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชนโดยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้สาธารณชนมีทัศนคติ ความเชื่อหรือมุมมองที่ดีต่อองค์การ อันจะส่งผลต่อการดำเนินงานอย่างราบรื่น ในระยะยาวขององค์การ

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการติดต่อสื่อสารจากองค์การไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและประชามติจากสาธารณชนที่มีต่อองค์การ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวางมีระบบงานที่ซับซ้อน แต่งานประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมลักษณะความเป็นผู้นำขององค์การและบุคคล ทั้งยังช่วยให้เกิด ความเข้าใจความร่วมมือ ทั้งจากพนักงานภายในและประชาชนภายนอกด้วย นับว่างานประชาสัมพันธ์มีคุณค่าต่อสถาบันต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่ง ซึ่งพอจะสรุปความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ได้ดังนี้

1) การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้นหมายถึง การสร้างความรู้สึกประทับใจที่บุคคลหลาย ๆ กลุ่มมีต่อหน่วยงานนั้น ๆ รวมทั้งลูกจ้าง ลูกค้า ผู้บริโภค ขุมชน พ่อค้าและรัฐบาล โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้เผยแพร่ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณความดีให้เกิดความเลื่อมใสและสร้างความผูกพันทางใจ

2) การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน หมายถึง มีการพัฒนาปรับปรุงตัวเอง รวมทั้งสินค้าและการบริการต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของประชาชนแล้วโอกาสที่ประชาชนได้รับความไม่สะดวก เกิดความเข้าใจผิด หรือมองในแง่ร้าย ซึ่งจะเป็นผลในการนำไปวิพากษ์วิจารณ์ให้เกิดเสียชื่อเสียงย่อมไม่มีหรือมีน้อยมากเพราะเราได้ตรวจสอบความคิดเห็นทัศนคติของประชาชนและการปรับปรุงอยู่เสมอ

3) การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ทำให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานและฝ่ายบริหาร เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างฝ่ายบริหารกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง ด้วยการให้ข่าวสารข้อเท็จจริงและความถูกต้อง มิได้เป็นการจูงใจ หรือโฆษณาชวนเชื่อด้วยกลวาจา ย่อมทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกับฝ่ายบริหาร

4) การประชาสัมพันธ์ช่วยการขายและการตลาด การประชาสัมพันธ์เป็นการปูพื้นค่านิยมทัศนคติที่ดีให้เกิดกับหน่วยงาน เมื่อประชาชนมีค่านิยม ความรู้สึกที่ดีแล้วก็มีใจพร้อมที่จะรับฟังข่าวสาร การโฆษณาสินค้า หรือบริการต่าง ๆ ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อในที่สุด

ดังนั้นกล่าวสรุปได้ว่า ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมลักษณะความเป็นผู้นำขององค์การและบุคคล ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้าใจความร่วมมือ ทั้งจากพนักงานภายในและประชาชนภายนอก

3.4.3 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ไว้ตามเป้าหมายของงาน 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1) การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างและรักษาภาพลักษณ์ตลอดจนชื่อเสียงที่ดีขององค์การ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ขององค์การสถาบันใด ๆ จะสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีนั้น

จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับความร่วมมือกับประชาชน ซึ่งร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ ประชาชนมีความศรัทธาและมีทัศนคติในทางบวกต่อตัวองค์กร อันจะนำมาซึ่งความนิยมชื่นชมและชื่อเสียงขององค์การในสายตา และความรู้สึกนึกคิดของประชาชน

2) การประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขวิกฤตการณ์หรือชื่อเสียงที่ไม่ดีเมื่อเกิดเหตุการณ์ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด หรืออาจมีผลกระทบกระเทือนต่อชื่อเสียง และความมั่นคง ขององค์การสถาบัน นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องเร่งดำเนินการเพื่อแก้ไขวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเร่งด่วนที่สุด เพื่อคลีคลายปัญหาที่เกิดขึ้นและนำชื่อเสียงกลับมาโดยเร็ว พร้อมป้องกันมิให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบต่อองค์การ

3) การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาดเป็นการนำความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ มาประยุกต์ใช้กับความรู้เรื่องหลักการตลาด โดยมุ่งให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายในเชิงธุรกิจ โดยจะเน้นการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ ให้ผู้บริโภคเป้าหมายได้รับทราบและชักชวนโน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ รูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่มุ่งเผยแพร่ สร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียงที่ดีให้กับองค์กรหรือบุคคล มุ่งเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างกัน กับกลุ่มองค์กรสาธารณะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อม เพื่อช่วยให้องค์กรดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น และยังมุ่งส่งเสริมซึ่งกันและกัน เพื่อความสำเร็จร่วมกัน การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างสัมพันธภาพกับสาธารณชน (Relations with the Public) ดังนั้นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงถือได้ว่าเป็นการการวางแผนและการใช้ความพยายามเพื่อสร้างและธำรงไว้ ซึ่งภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรและสาธารณชน

3.5 การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์

ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้นองค์กรต่าง ๆ นิยมจัดทำเว็บไซต์ให้ผู้สนใจใช้ติดตามข่าวสารหรือติดต่อกับองค์กรได้โดยตรง ปัจจุบันใครก็ตามที่ต้องการรู้เรื่องราวเกี่ยวกับองค์กรใดองค์กรหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานสินค้าบริการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ก็มักเข้าไปดูในเว็บไซต์ขององค์กรเป็นอันดับแรก (Worley, 2007) เว็บไซต์จึงเป็นช่องทางหลักที่องค์กรใช้เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารและบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีบทบาททั้งให้ข้อมูลสร้างภาพลักษณ์ สร้างการสื่อสารแบบสองทาง และเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร (Phillips & Young, 2009 Vorvoreanu, 2007) ผลสำรวจในสหรัฐอเมริกา (Wilcox, 2001) พบว่า นักข่าวใช้เวลาเฉลี่ยถึงวันละ 5 ชั่วโมงในการค้นหา

ข้อมูลทางเว็บไซต์ขององค์กรต่าง ๆ มาประกอบการนำเสนอข่าวสู่สาธารณชน เนื่องจากเว็บไซต์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรแก่ผู้เข้าชมได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมเกือบทุกส่วน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ สินค้าบริการ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจการค้า และโอกาสการลงทุน ปัจจุบันมีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรต่าง ๆ อย่างแพร่หลายโดยมีอัตราการเพิ่มเป็นทวีคูณ

ด้วยโครงสร้างหน้าที่บางประการ ของเว็บไซต์จะคล้ายกับเอกสารประชาสัมพันธ์ แต่เอกสารประชาสัมพันธ์เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะคงที่ตายตัว ด้วยรูปแบบชัดเจนเฉพาะเจาะจงตามช่องทางการเผยแพร่เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่องค์กรเป็นผู้กำหนดขณะที่เว็บไซต์จะมีระบบนำส่งในตัวเอง มีผู้รับสารที่องค์กร ไม่ทราบตัวตนที่แน่นอนชัดเจนและควบคุมไม่ได้กระจายอยู่ทั่วโลก เว็บไซต์จึงจัดเป็นสื่อใหม่ที่แตกต่างจากสื่อทั้งหลายที่เคยใช้กันมาก่อนหน้า ถึงกับมีคำกล่าวว่าเว็บไซต์ เป็นสื่อมวลชนชนิดแรกที่นักประชาสัมพันธ์ควบคุมได้ โดยสามารถส่งข้อมูลข่าวสารไปยังสาธารณชนได้โดยไม่ต้องผ่านการกลั่นกรองจากผู้นำความคิดเห็นคนใด

เว็บไซต์ (Website) หมายถึง หน้าเว็บเพจที่จัดทำขึ้น เพื่อนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ผ่านทางคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต โดยจะมีหน้าเว็บเพจหลายๆ หน้าที่เชื่อมโยงเข้ากับไฮเปอร์ลิ้งค์ เพื่อให้สามารถเปิดไปยังหน้าเพจต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดายและถูกจัดเก็บไว้ใน World Wide Web (www.) โดยเว็บไซต์ส่วนใหญ่นั้นก็มีทั้งเว็บไซต์ที่เปิดให้เข้าชมได้ฟรี และเว็บไซต์ที่ต้องสมัครสมาชิกและเสียค่าบริการ จึงจะเข้าใช้งานเว็บได้ ซึ่งข้อมูลในเว็บก็จะมีหลากหลายแบบ ขึ้นอยู่กับความต้องการนำเสนอของเจ้าของเว็บไซต์ การเรียกดูเว็บไซต์จะเรียกดูผ่านทางซอฟต์แวร์ในลักษณะของเบราว์เซอร์

อย่างไรก็ตาม แม้สื่อดังกล่าวจะมีศักยภาพในการสื่อสารที่ผสมผสานสื่อหลายชนิดเข้าไว้ด้วยกันคือมีทั้งข้อความสียงและภาพ ทั้งภาพถ่าย กราฟิก และภาพเคลื่อนไหว สามารถนำเสนอเรื่องราวได้รวดเร็วทันเหตุการณ์แต่ในขณะเดี่ยวกันการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดังกล่าวก็มีข้อจำกัดรวมทั้งมีตัวแปรหลายประการที่องค์กร ไม่สามารถควบคุมได้ อาทิ กลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ามาเยี่ยมชม ความตั้งใจในการรับรู้ข่าวสารและการเลือกรับข้อมูลเป็นบางส่วน

บทที่ 4
เทคนิคการปฏิบัติงาน

คู่มือการปฏิบัติงาน การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ : โปสเตอร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ฉบับนี้ อธิบายขั้นตอนจากการรับเรื่องขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ จากสาขาวิชา ฝ่ายงานภายใน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ การรวบรวมข้อมูล ขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ตรวจสอบความถูกต้อง จนถึงขั้นตอนการเผยแพร่ ทั้งนี้ได้ยกตัวอย่างการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ : โปสเตอร์ ตามหลักการออกแบบโปสเตอร์ เพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติงาน ดังนี้

4.1 กิจกรรม/แผนงานการปฏิบัติงาน

4.2 เทคนิคการปฏิบัติงาน

4.1 กิจกรรม/แผนปฏิบัติงาน

การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ : โปสเตอร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ประกอบด้วยกิจกรรมและแผนการปฏิบัติงาน เริ่มตั้งแต่ผู้ปฏิบัติงานรับเรื่องเพื่อขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีการศึกษา สืบค้น และรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการจัดทำสื่อ จัดทำแบบร่างสื่อและตรวจสอบความถูกต้อง สวยงาม และเหมาะสมตามความต้องการหรือกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสาร แล้วจึงเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ รายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 กิจกรรม/แผนปฏิบัติงาน

ที่	แผนปฏิบัติงาน	เวลาการดำเนินงาน					หมายเหตุ
		จ.	อ.	พ.	พฤ.	ศ.	
1.	รับเรื่องขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	■					
2.	การรวบรวมข้อมูล		■				
3.	การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์		■	■	■		
4.	ตรวจสอบความถูกต้อง				■	■	
5.	เผยแพร่ สื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ					■	

4.2 เทคนิคการปฏิบัติงาน

การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ : โปสเตอร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมมศาสตร์ ฉบับนี้ได้อธิบายขั้นตอนปฏิบัติงานจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่รับเรื่องขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การรวบรวมข้อมูล การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ตรวจสอบความถูกต้อง และเผยแพร่ สื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

4.2.1 รับเรื่องการขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

การรับเรื่องการขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภายในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ รับเรื่องผ่าน 2 ช่องทาง ดังนี้

1) รับเรื่องตามแบบฟอร์มการขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร ฝ่ายบริหาร คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ โดยกำหนดกรอบแนวคิดในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ประกอบได้ข้อมูลดังต่อไปนี้

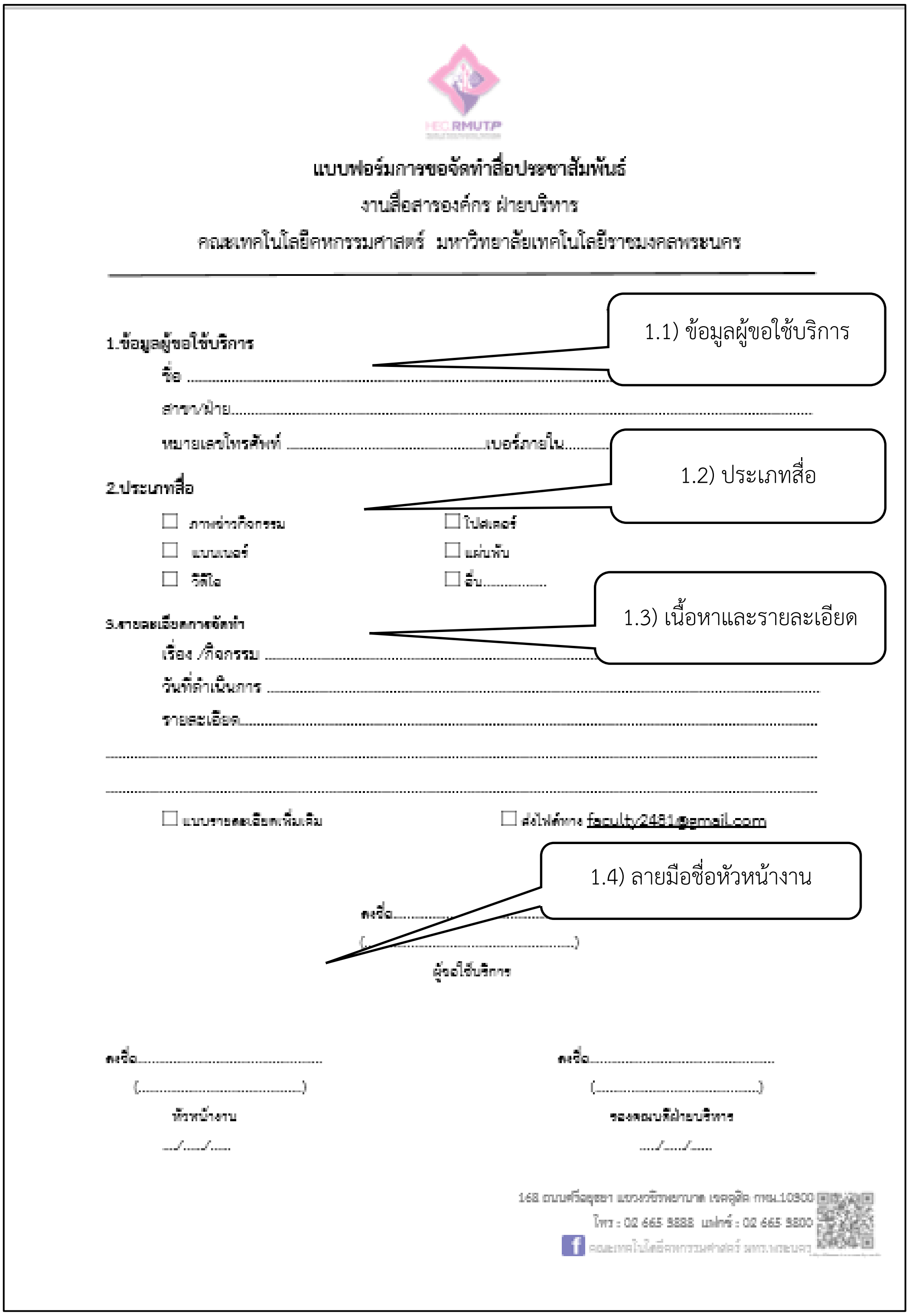
1.1) ข้อมูลผู้ขอใช้บริการ ประกอบด้วย ชื่อ สาขา ฝ่ายงาน เบอร์โทรศัพท์

1.2) ประเภทสื่อ ประกอบด้วย ภาพข่าวกิจกรรม โปสเตอร์ แบนเนอร์ แผ่นพับ วีดิโอ

1.3) เนื้อหาและรายละเอียด ประกอบด้วย ข้อความเรื่อง กิจกรรม วันที่ดำเนินงานรายละเอียด

1.4) ลายมือชื่อหัวหน้างาน หัวหน้าผู้ขอใช้บริการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและข้อมูลที่ส่งมาเบื้องต้น

ตัวอย่าง การรับเรื่องตามแบบฟอร์มการขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์



แบบฟอร์มการขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

งานสื่อสารองค์กร ฝ่ายบริหาร

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

1.ข้อมูลผู้ขอใช้บริการ

ชื่อ ....

สาขา/ฝ่าย..

หมายเลขโทรศัพท์ ....เบอร์ภายใน..........

2.ประเภทสื่อ

☐ ภาพข่าวกิจกรรม ☐ โปสเตอร์

☐ แบนเนอร์ ☐ แผ่นพับ

☐ วีดีโอ ☐ อื่น...............

3.รายละเอียดการจัดทำ

เรื่อง /กิจกรรม ....

วันที่ดำเนินการ ....

รายละเอียด..

....

....

☐ แนบรายละเอียดเพิ่มเติม ☐ ส่งไฟล์ทาง faculty2481@gmail.com

ลงชื่อ...............................

(...............................)

ผู้ขอใช้บริการ

ลงชื่อ............................... ลงชื่อ...............................

(...............................) (...............................)

หัวหน้างาน รองคณบดีฝ่ายบริหาร

..../..../.... ..../..../....

168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กทม.10300

โทร : 02 665 3888 แฟกซ์ : 02 665 3800

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร

ภาพที่ 4.1 แบบฟอร์มการขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

2) รับเรื่องขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) คือ การส่งข้อความหรือข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่น ๆ ผ่านทางคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่าย เหมือนกับการส่งจดหมาย แต่อยู่ในรูปแบบของสัญญาณข้อมูลที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์โดยเปลี่ยนการนำส่งจดหมายจากบุรุษไปรษณีย์มาเป็นโปรแกรม ที่เชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะตรงเข้ามาสู่ Mail Box ที่ถูกจัดสรรใน Server ของผู้รับปลายทางทันที ประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้

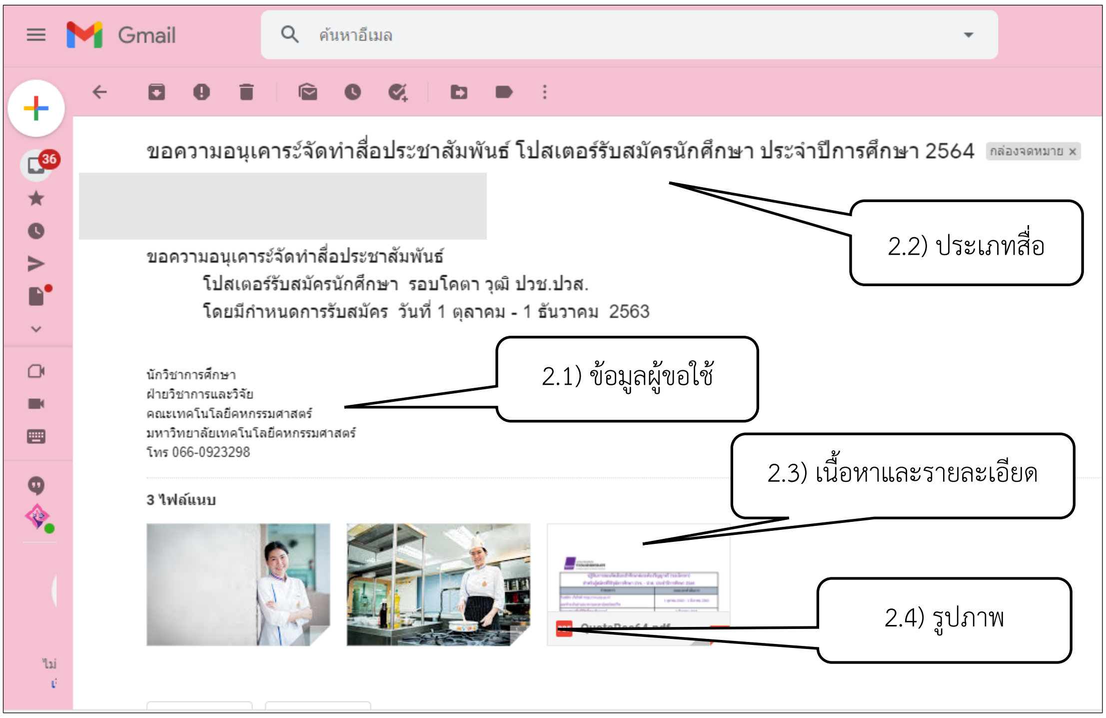
2.1) ข้อมูลผู้ขอใช้บริการ ประกอบด้วย ชื่อผู้ขอใช้บริการ สาขาวิชา ฝ่ายงาน เบอร์โทรศัพท์

2.2) ประเภทสื่อ ประกอบด้วย ภาพข่าวกิจกรรม โปสเตอร์ แบนเนอร์ แผ่นพับ วีดิโอ

2.3) เนื้อหาและรายละเอียด ประกอบด้วย ข้อความเรื่อง กิจกรรม วันที่ดำเนินงานรายละเอียด

2.4) ภาพ รูปภาพ หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ผู้ขอใช้บริการ อยากจะให้อยู่ในสื่อ

ตัวอย่าง การขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ e-mail



ภาพที่ 4.2 การขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ e-mail

4.3 การรวบรวมข้อมูล

การตรวจสอบและรวบรวมข้อมูลจากรับเรื่องขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน โดยผู้ออกแบบต้องตรวจสอบรายละเอียดและข้อกำหนด แบบร่างตามองค์ประกอบของโปสเตอร์ สามารถดำเนินการรวบรวมข้อมูล ได้ 2 รูปแบบดังนี้

4.3.1 การรวบรวมพิจารณาจากเนื้อหาและรายละเอียด

องค์ประกอบของโปสเตอร์ที่ดี ควรมีเนื้อหาที่บ่งบอกถึงแนวคิดหลักของโปสเตอร์ เพื่อดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบไปด้วย

1) พาดหัว ประกอบด้วย หัวข้อหลัก ต้องโดดเด่น และชัดเจน น่าสนใจ

2) พาดหัวรอง ประกอบด้วย ข้อความตัวอักษรทำหน้าที่ในการเชื่อมโยง กิจกรรมกับการพาดหัว

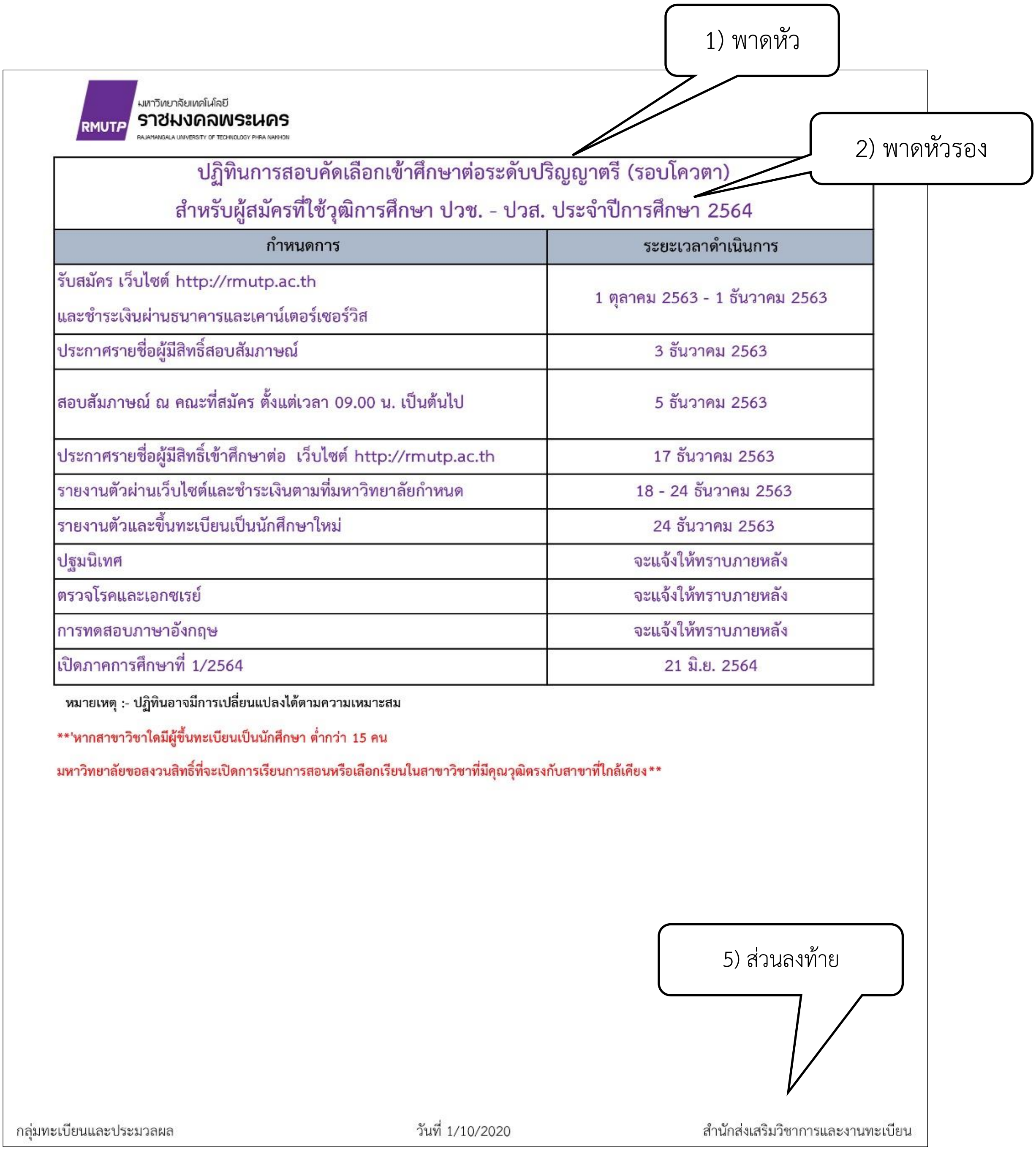
3) รูปภาพ ประกอบด้วย ภาพแนวคิดหรือลูกเล่นตามที่ผู้ขอใช้บริการเรียกร้องต้องการจะสื่อในตัวสินค้าหรือ บริการนั้น ๆ

4) เนื้อหา ประกอบด้วย ถ้อยคำหรือข้อความที่เป็นตัวอักษรประกอบเป็นข้อความที่ไม่ยาวเกินไป

5) ส่วนลงท้าย ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูล หน่วยงานผู้เผยแพร่ สถานที่ติดต่อ

การรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น อาจจะมีองค์ประกอบครบทั้ง 5 องค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์ หรือมีไม่ครบนั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลและความต้องการของผู้ขอรับบริการ

ตัวอย่าง การรวบรวมข้อมูลตามองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลพระนคร
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PHRA NAKHON

ปฏิทินการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี (รอบโควตา)

สำหรับผู้สมัครที่ใช้วุฒิการศึกษา ปวช. - ปวส. ประจำปีการศึกษา 2564

กำหนดการ	ระยะเวลาดำเนินการ
รับสมัคร เว็บไซต์ http://rmutp.ac.th และชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิส	1 ตุลาคม 2563 - 1 ธันวาคม 2563
ประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์สอบสัมภาษณ์	3 ธันวาคม 2563
สอบสัมภาษณ์ ณ คณะที่สมัคร ตั้งแต่เวลา 09.00 น. เป็นต้นไป	5 ธันวาคม 2563
ประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษาต่อ เว็บไซต์ http://rmutp.ac.th	17 ธันวาคม 2563
รายงานตัวผ่านเว็บไซต์และชำระเงินตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด	18 - 24 ธันวาคม 2563
รายงานตัวและขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาใหม่	24 ธันวาคม 2563
ปฐมนิเทศ	จะแจ้งให้ทราบภายหลัง
ตรวจโรคและเอกซเรย์	จะแจ้งให้ทราบภายหลัง
การทดสอบภาษาอังกฤษ	จะแจ้งให้ทราบภายหลัง
เปิดภาคการศึกษาที่ 1/2564	21 มิ.ย. 2564

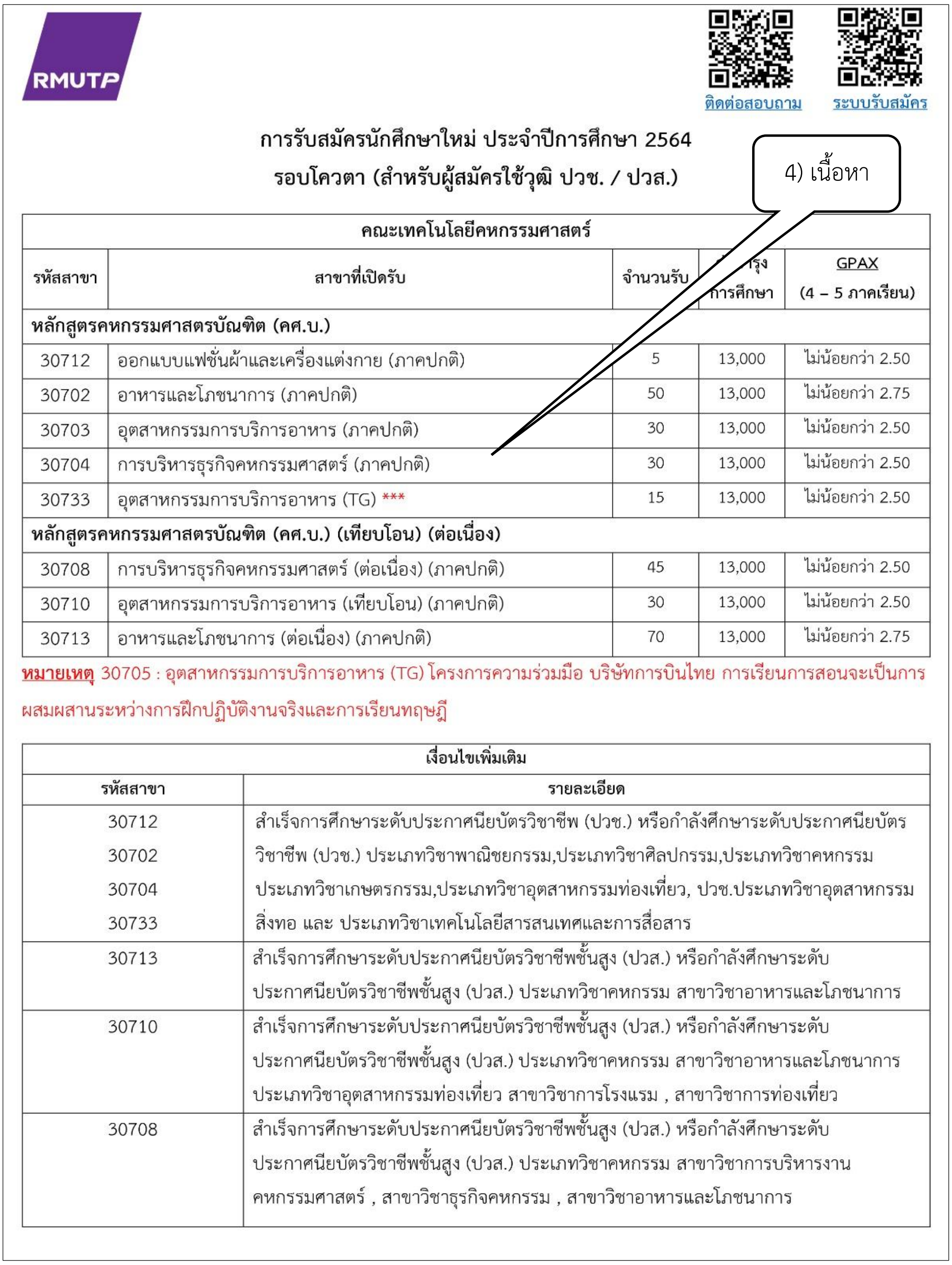
หมายเหตุ :- ปฏิทินอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

**หากสาขาวิชาใดมีผู้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา ต่ำกว่า 15 คน

มหาวิทยาลัยขอสงวนสิทธิ์ที่จะเปิดการเรียนการสอนหรือเลือกเรียนในสาขาวิชาที่มีคุณวุฒิตรงกับสาขาที่ใกล้เคียง**

กลุ่มทะเบียนและประมวลผล วันที่ 1/10/2020 สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

ภาพที่ 4.3 การรวบรวมข้อมูลตามองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์



การรับสมัครนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2564

รอบโควตา (สำหรับผู้สมัครใช้วุฒิ ปวช. / ปวส.)

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์				
รหัสสาขา	**สาขาที่เปิดรับ**	**จำนวนรับ**	**ค่าบำรุงการศึกษา**	**GPAX (4 – 5 ภาคเรียน)**
หลักสูตรคหกรรมศาสตรบัณฑิต (คศ.บ.)				
30712	ออกแบบแฟชั่นผ้าและเครื่องแต่งกาย (ภาคปกติ)	5	13,000	ไม่น้อยกว่า 2.50
30702	อาหารและโภชนาการ (ภาคปกติ)	50	13,000	ไม่น้อยกว่า 2.75
30703	อุตสาหกรรมการบริการอาหาร (ภาคปกติ)	30	13,000	ไม่น้อยกว่า 2.50
30704	การบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์ (ภาคปกติ)	30	13,000	ไม่น้อยกว่า 2.50
30733	อุตสาหกรรมการบริการอาหาร (TG) ***	15	13,000	ไม่น้อยกว่า 2.50
หลักสูตรคหกรรมศาสตรบัณฑิต (คศ.บ.) (เทียบโอน) (ต่อเนื่อง)				
30708	การบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์ (ต่อเนื่อง) (ภาคปกติ)	45	13,000	ไม่น้อยกว่า 2.50
30710	อุตสาหกรรมการบริการอาหาร (เทียบโอน) (ภาคปกติ)	30	13,000	ไม่น้อยกว่า 2.50
30713	อาหารและโภชนาการ (ต่อเนื่อง) (ภาคปกติ)	70	13,000	ไม่น้อยกว่า 2.75

หมายเหตุ 30705 : อุตสาหกรรมการบริการอาหาร (TG) โครงการความร่วมมือ บริษัทการบินไทย การเรียนการสอนจะเป็นการผสมผสานระหว่างการฝึกปฏิบัติงานจริงและการเรียนทฤษฎี

เงื่อนไขเพิ่มเติม	
รหัสสาขา	**รายละเอียด**
30712 30702 30704 30733	สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือกำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ประเภทวิชาพาณิชยกรรม,ประเภทวิชาศิลปกรรม,ประเภทวิชาคหกรรม ประเภทวิชาเกษตรกรรม,ประเภทวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว, ปวช.ประเภทวิชาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และ ประเภทวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
30713	สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือกำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ประเภทวิชาคหกรรม สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ
30710	สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือกำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ประเภทวิชาคหกรรม สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ ประเภทวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สาขาวิชาการโรงแรม , สาขาวิชาการท่องเที่ยว
30708	สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือกำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ประเภทวิชาคหกรรม สาขาวิชาการบริหารงานคหกรรมศาสตร์ , สาขาวิชาธุรกิจคหกรรม , สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ

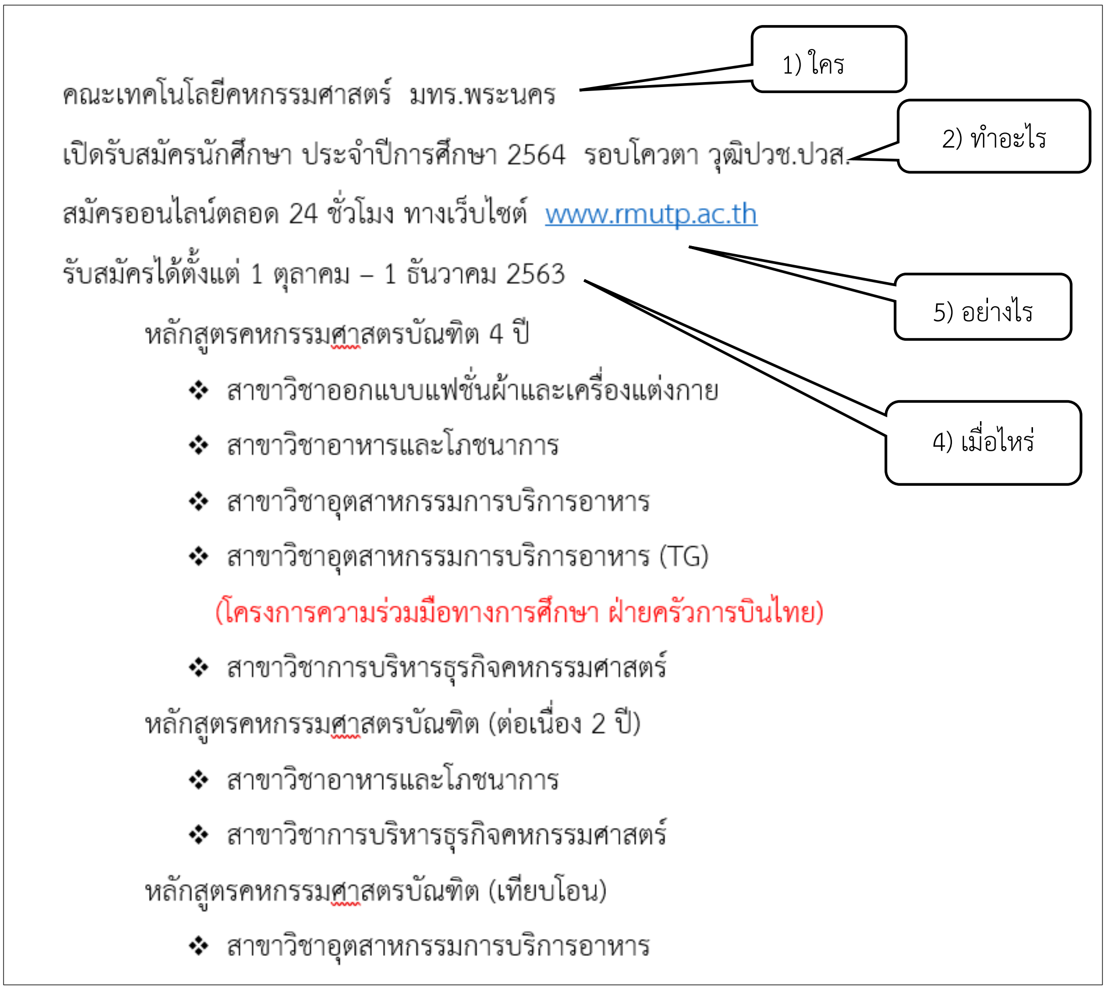
ภาพที่ 4.4 การรวบรวมข้อมูลตามองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์

4.3.2 การรวมข้อมูลสรุป

ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ : โปสเตอร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ การสรุปข้อความสำคัญ การเขียนสารที่จะประชาสัมพันธ์ หรือสารที่ต้องการสื่อออกไปยังช่องทางต่าง ๆ ควรมีสาระสำคัญหรือองค์ประกอบ ตามหลักการ "5W1H" ดังต่อไปนี้

1) ใคร (Who) ใครคือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับข่าว
2) ทำอะไร (What) เกิดอะไรขึ้น การกระทำหรือเหตุการณ์ใดที่สำคัญ
3) ที่ไหน (Where) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้น ๆ เกิดขึ้นที่ไหน
4) เมื่อไร (When) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้น ๆ เกิดขึ้นวัน เวลาใด
5) ทำไมและอย่างไร (Why and How) ทำไมเหตุการณ์นั้นจึงเกิด และเกิดขึ้นได้อย่างไร
6) ข้อมูลประกอบอื่น ๆ เช่น รูปภาพ QR Code ไอคอน

ตัวอย่าง การรวบรวมข้อมูลสรุปตามสาระสำคัญหรือองค์ประกอบ "5W1H"


คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร
เปิดรับสมัครนักศึกษา ประจำปีการศึกษา 2564 รอบโควตา วุฒิปวช.ปวส.
สมัครออนไลน์ตลอด 24 ชั่วโมง ทางเว็บไซต์ www.rmutp.ac.th
รับสมัครได้ตั้งแต่ 1 ตุลาคม – 1 ธันวาคม 2563
หลักสูตรคหกรรมศาสตรบัณฑิต 4 ปี
- สาขาวิชาออกแบบแฟชั่นผ้าและเครื่องแต่งกาย
- สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ
- สาขาวิชาอุตสาหกรรมการบริการอาหาร
- สาขาวิชาอุตสาหกรรมการบริการอาหาร (TG)
(โครงการความร่วมมือทางการศึกษา ฝ่ายครัวการบินไทย)
- สาขาวิชาการบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์

หลักสูตรคหกรรมศาสตรบัณฑิต (ต่อเนื่อง 2 ปี)
- สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ
- สาขาวิชาการบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์

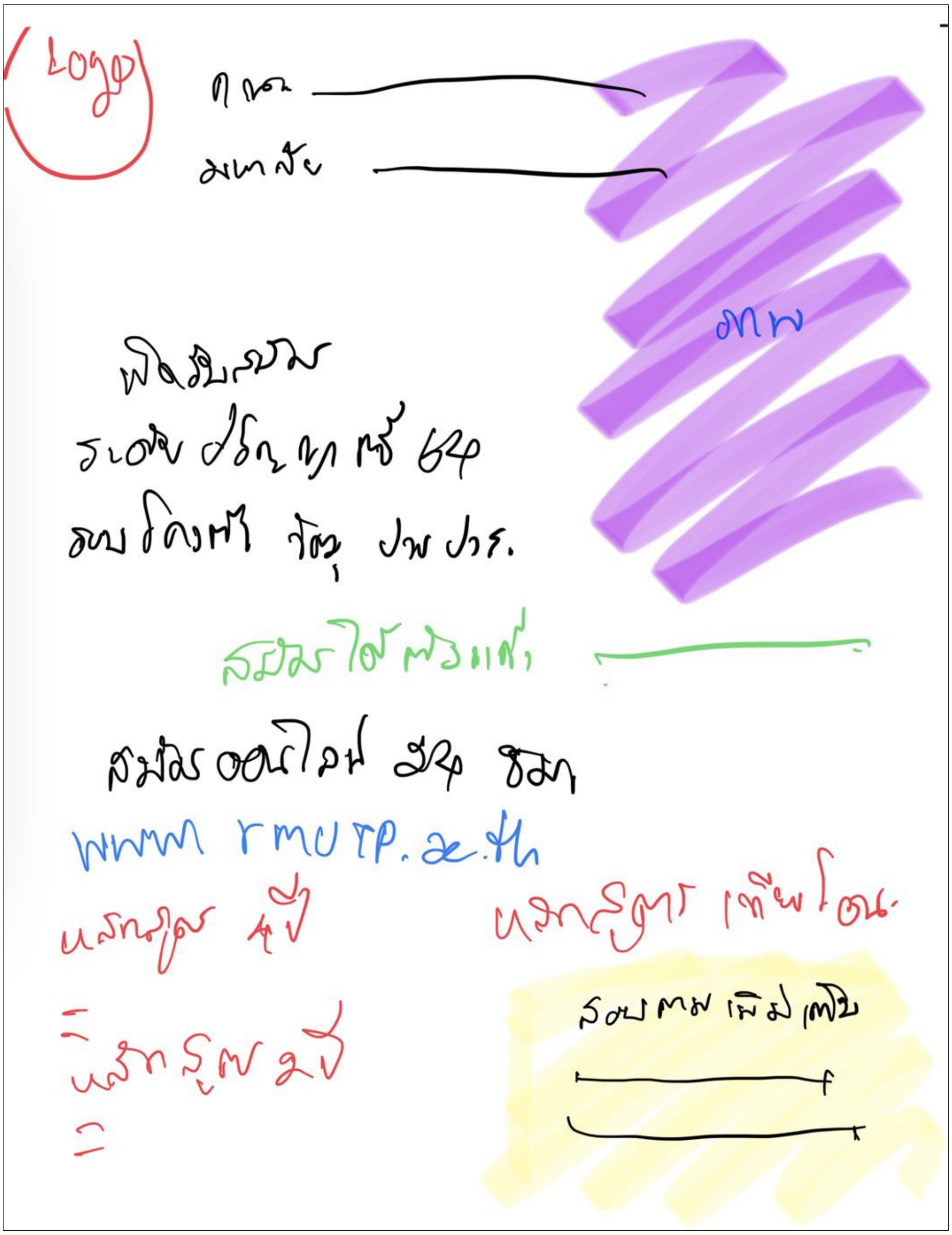
หลักสูตรคหกรรมศาสตรบัณฑิต (เทียบโอน)
- สาขาวิชาอุตสาหกรรมการบริการอาหาร

ภาพที่ 4.5 การรวบรวมข้อมูลสรุปตามสาระสำคัญหรือองค์ประกอบ "5W1H"

4.3.3 การรวบรวมข้อมูลโดยการทำแบบร่างของโปสเตอร์

การสร้างภาพร่างของโปสเตอร์ เมื่อได้มีการพิจารณาเลือกสื่อที่จะทำการผลิตเพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาแล้ว เมื่อทำการออกแบบโปสเตอร์ โดยเริ่มจากการร่างภาพคร่าว ๆ ให้เห็นเป็นเค้าโครง จัดวางตำแหน่งของพื้นที่สำหรับใส่เนื้อหาและภาพเป็นหลัก เพื่อความครบถ้วนขององค์ประกอบ และข้อมูลที่ถูกต้อง

ตัวอย่าง การรวบรวมข้อมูลตามแบบร่างรูปแบบของโปสเตอร์



ภาพที่ 4.6 การรวบรวมข้อมูลตามแบบร่างรูปแบบของโปสเตอร์

4.4 การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ สามารถจัดทำตามผู้ขอใช้บริการแบ่ง โดยมีลักษณะของการออกแบบโปสเตอร์เป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

4.4.1 การออกแบบสื่อตามหลักองค์ประกอบที่ดี

หลักการออกแบบองค์ประกอบที่ดีของสื่อประเภทโปสเตอร์ มีเนื้อหาที่ต้องสอดคล้องกับองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์ ดังนี้

1) พาดหัว ประกอบด้วย หัวข้อหลัก ต้องโดดเด่น และชัดเจน น่าสนใจ
2) พาดหัวรอง ประกอบด้วย ข้อความตัวอักษรทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงกิจกรรมกับการพาดหัว
3) รูปภาพ ประกอบด้วย ภาพแนวคิดหรือลูกเล่นที่ต้องการจะสื่อในตัวสินค้าหรือบริการนั้น ๆ
4) เนื้อหา ประกอบด้วย ถ้อยคำที่เป็นตัวอักษร ประกอบด้วยข้อความที่ไม่ยาวจนเกินไป
5) ส่วนลงท้าย ประกอบด้วย ชื่อหรือหน่วยงานการผู้เผยแพร่ สถานที่ติดต่อ

ตัวอย่าง การออกแบบสื่อตามหลักองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์ที่ถูกต้อง

ภาพที่ 4.7 การออกแบบสื่อตามหลักองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์ที่ถูกต้อง

ตัวอย่าง การออกแบบสื่อขาดสมดุลของภาพไม่ถูกต้อง

ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างการออกแบบสื่อขาดสมดุลของภาพที่ไม่ถูกต้อง

ตัวอย่าง การออกแบบสื่อตามหลักองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์ที่ถูกต้อง

ภาพที่ 4.9 การออกแบบสื่อตามหลักองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์ที่ถูกต้อง

ตัวอย่าง การออกแบบสื่อตามหลักองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์ขาดส่วนลงท้ายไม่ถูกต้อง

ภาพที่ 4.10 ตัวอย่างการออกแบบสื่อขาดส่วนลงท้ายไม่ถูกต้อง

ตัวอย่าง การออกแบบสื่อตามหลักองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์ที่ถูกต้อง

ภาพที่ 4.11 ตัวอย่างการออกแบบสื่อตามหลักองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์ที่ถูกต้อง

ตัวอย่าง การออกแบบสื่อตามหลักองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์การพาดหัวข่าวไม่ถูกต้อง

ภาพที่ 4.12 ตัวอย่างการออกแบบสื่อ การพาดหัวข่าวไม่ถูกต้อง

4.4.2 การออกแบบสื่อโดยใช้ภาพกราฟิกและภาพไอคอน

การใช้ภาพกราฟิกและไอคอนมาเป็นสัญลักษณ์แทนรูปภาพ และเป็นจุดนำสายตา

1) ภาพกราฟิก ศิลปะชนิดหนึ่งซึ่งจะใช้สื่อความหมายด้วยเส้น สัญลักษณ์ รูปวาด ภาพถ่าย กราฟ แผนภูมิ การ์ตูน ฯลฯ เพื่อให้สามารถสื่อความหมายข้อมูลได้ถูกต้องตรงตามที่ผู้สื่อสารต้องการ ภาพวาด ภาพลายเส้น เป็นภาพสื่อในการนำเสนอที่ดี เนื่องจากมีรูปแบบที่น่าสนใจ สามารถสื่อความหมายได้กว้าง และชัดเจนกว่าข้อความ

2) ตัวอักษร อักษรที่คมชัดและมีสไตล์ สอดคล้องกับความก้าวหน้าในเทคโนโลยีการพิมพ์ ลายเส้นอ่านง่าย ฟอร์มดีนำไปใช้งานพาดหัวโปสเตอร์จะสื่อให้ผลในเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็น

3) ภาพไอคอน สัญลักษณ์หรือรูปแบบบางอย่างก็ถือเป็นความสากลที่สามารถเข้าใจตรงกันได้ทั่วโลก การออกแบบและการนำไปใช้งานก็ยิ่งมีความสำคัญ เพราะการออกแบบที่ประสบความสำเร็จคือ การที่ผู้ใช้งานนั้นสามารถสื่อสาร และให้ความหมายได้ตรงกับสิ่งที่ผู้ออกแบบต้องการนั่นเองสัญลักษณ์เล็ก ๆ เพื่อสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน

ตัวอย่าง การออกแบบสื่อโดยใช้ภาพกราฟิกและภาพไอคอน

ภาพที่ 4.13 ตัวอย่างการออกแบบสื่อโดยใช้ภาพกราฟิกและภาพไอคอน

4.4.3 การออกแบบสื่อ โดยการใช้รูปภาพที่บ่งบอกถึงเนื้อหาแทนข้อความ

การใช้ภาพถ่ายเพื่อสื่อความหมายเช่นเดียวกับตัวอักษรแต่ภาพมีลักษณะพิเศษภาพจะให้ความหมายที่สื่อถึงเนื้อหามากกว่า และสามารถทำให้ผู้รับสารมอบเห็นภาพได้เหมือนจริงถึงกิจกรรม/การกระทำที่ต้องการสื่อสาร การได้มองเห็นภาพจะทำให้เกิดความเข้าใจได้ทันที โดยไม่ต้องใช้เวลาตีความหรือทำความเข้าใจกับเนื้อหา

ตัวอย่าง การออกแบบสื่อโดยการใช้รูปภาพที่บ่งบอกถึงเนื้อหาแทนข้อความ

ภาพที่ 4.14 การออกแบบสื่อโดยการใช้รูปภาพที่บ่งบอกถึงเนื้อหาแทนข้อความ

4.4.4 การออกแบบโปสเตอร์ โดยการใช้ข้อความตัวอักษรเป็นสื่อ รูปแบบตัวอักษร

การออกแบบตัวอักษรในโปสเตอร์ ต้องคำนึงถึงหลายปัจจัย เช่น ความสวยงาม แปลกตา ชัดเจน ดึงดูดความสนใจ มีความสอดคล้องกับข้อความ เหล่านี้จะทำให้โปสเตอร์มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น และส่วนของรูปแบบตัวอักษรนั้นอาจมาจากจินตนาการใหม่ หรือการใช้ตัวอักษรที่ได้ทำการออกแบบไว้แล้ว ตัวอักษรจะมีบทบาทสำคัญมาก โปสเตอร์ที่โดนใจจะต้องมีข้อความที่สั้น อ่านแล้วได้ใจความหรือมีการออกแบบตัวอักษรที่แปลกใหม่ในการถ่ายทอดข้อมูล โดยหลักในการสร้างสรรค์โปสเตอร์แบบนี้ มีดังนี้

1) ใช้ตัวอักษรที่โดดเด่น และมองเห็นได้ชัดเจน ข้อความถูกต้องตรงตามความหมาย (ข้อความไม่เยอะเกินไป)

2) ใช้สีสันที่สะดุดตา และใช้หลักการเลือกใช้สีเพื่อให้เกิดจุดเด่นและมีความน่าสนใจ

ตัวอย่าง การออกแบบโปสเตอร์โดยการใช้ข้อความตัวอักษรเป็นสื่อที่ถูกต้อง

ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างการออกแบบโปสเตอร์โดยการใช้ข้อความตัวอักษรเป็นสื่อที่ถูกต้อง

ตัวอย่าง การออกแบบโปสเตอร์โดยการใช้ข้อความตัวอักษรเป็นสื่อขาดความน่าสนใจไม่ถูกต้อง

ภาพที่ 4.16 ตัวอย่างการออกแบบโดยการใช้ข้อความตัวอักษรเป็นสื่อขาดความน่าสนใจ ไม่ถูกต้อง

4.5 การตรวจสอบความถูกต้อง

การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ โดยการพิสูจน์จากข้อมูลที่ผู้ใช้บริการให้มานั้นถูกต้องหรือไม่ จะต้องตรวจสอบจากแหล่งที่มา ได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล สามารถดำเนินการแก้ไข เพื่อให้การตรวจสอบความถูกต้องตามหลักจากการผลิตสื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ โดยตรวจสอบจาก

4.5.1 ความถูกต้องของข้อมูล

1) กำหนดการ เช่น กำหนดระยะเวลาช่วงวันที่เปิดรับสมัคร

2) ข้อมูลรายละเอียด เช่น หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดรับสมัครนักศึกษา

4.5.2 ความถูกต้องของการสะกดคำ

4.5.3 ความสมบูรณ์ของเนื้อหา

4.5.4 การจัดองค์ประกอบภาพ

ตัวอย่าง การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

ภาพที่ 4.17 ตัวอย่างการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

ตัวอย่าง การตรวจสอบความถูกต้องของการสะกดคำ

ภาพที่ 4.18 ตัวอย่างการตรวจสอบความถูกต้องของการสะกดคำไม่ถูกต้อง

ตัวอย่าง การตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา กรณีเนื้อหาไม่ถูกต้อง

ภาพที่ 4.19 แสดงตัวอย่างที่ไม่ถูกต้อง กรณีขาดความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่ไม่ถูกต้อง

4.6 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ช่องทางต่าง ๆ

หลังจากออกแบบโปสเตอร์และตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหาถูกต้อง หรือปรับแก้ตามความประสงค์ของผู้ใช้บริการแล้ว เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานจะทำการประชาสัมพันธ์โปสเตอร์นั้น ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

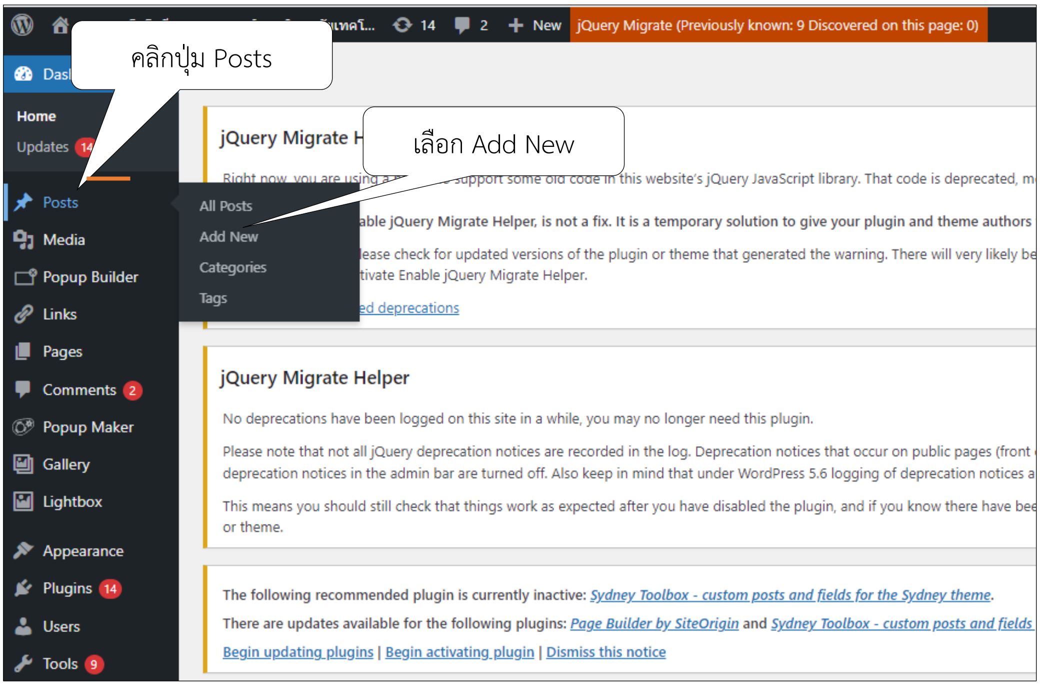
4.6.1 การเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ www.hec.rmutp.ac.th

จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ผ่านทางคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต โดยจะมีหน้าเว็บเพจหลายๆ หน้าที่เชื่อมโยงเข้ากับไฮเปอร์ลิงค์ เพื่อให้สามารถเปิดไปยังหน้าเพจต่าง ๆ ได้อย่างง่ายขึ้นและถูกจัดเก็บไว้ในเครือข่ายออนไลน์ สามารถค้นหาได้ตลอดเวลา ช่วยในการประชาสัมพันธ์ อำนวยความสะดวกสำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) เปิดหน้าเว็บไซต์ www.hec.rmutp.ac.th/XXXX กรอกชื่อผู้ดูแลและกรอกรหัสผ่าน ของ admin เพื่อทำการเข้าหน้าระบบผู้ดูแลเว็บไซต์ ปรากฏหน้าจอดังภาพ

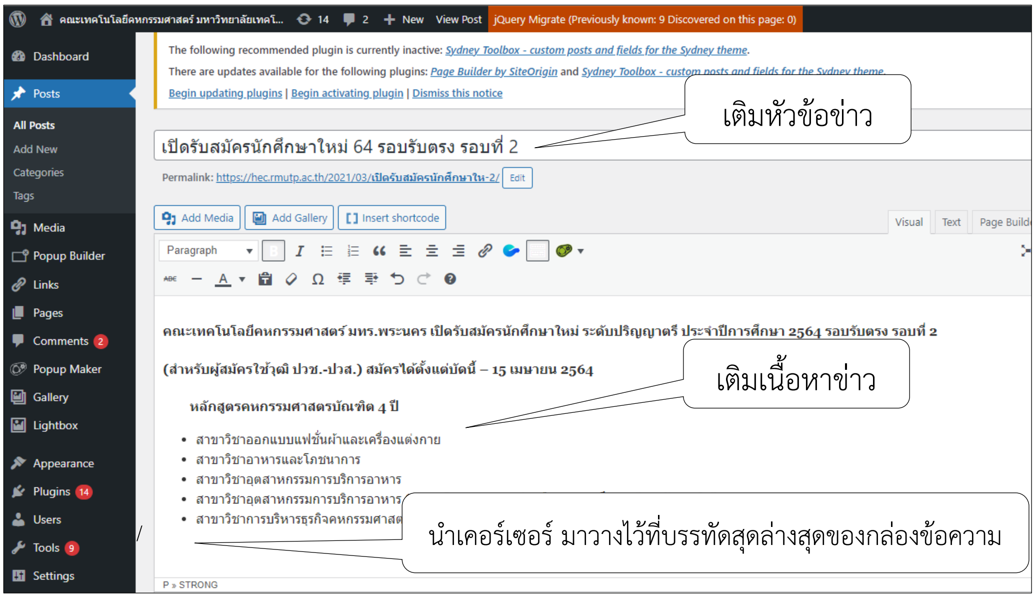
ภาพที่ 4.20 การเข้าระบบเว็บไซต์ www.hec.rmutp.ac.th/XXXX

2) ปรากฎหน้าระบบของเว็บไซต์ คลิกปุ่ม Posts เลือก Add New



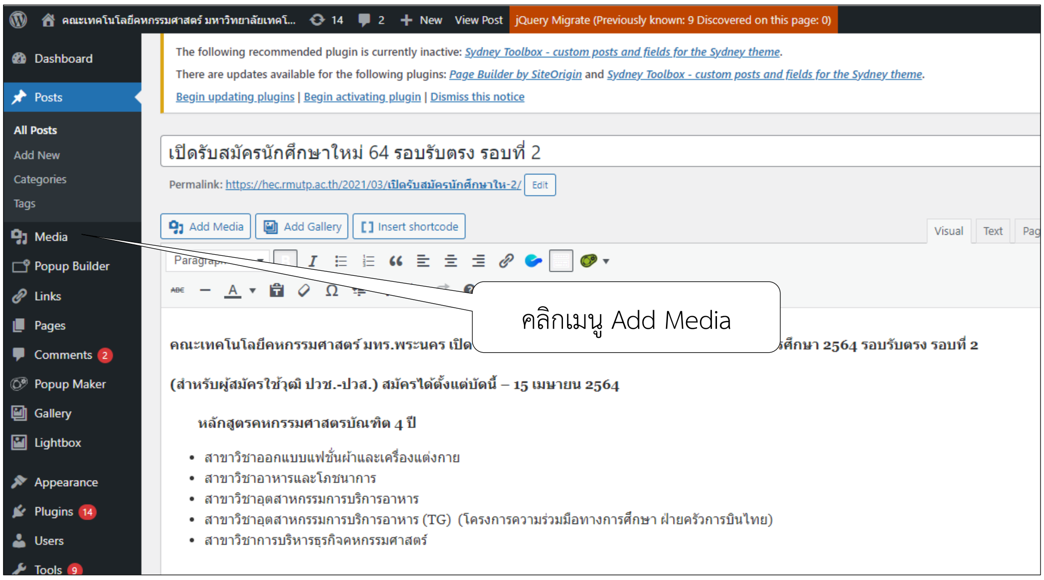
ภาพที่ 4.21 หน้าต่างการโพสข่าวประชาสัมพันธ์

3) เติมหัวข้อข่าว ในช่อง Add Title พร้อมเติมเนื้อหารายละเอียดของข่าว เมื่อใส่เนื้อหาครบแล้ว นำเคอร์เซอร์ มาวางไว้ที่บรรทัดสุดล่างสุดของกล่องข้อความ ดังภาพ



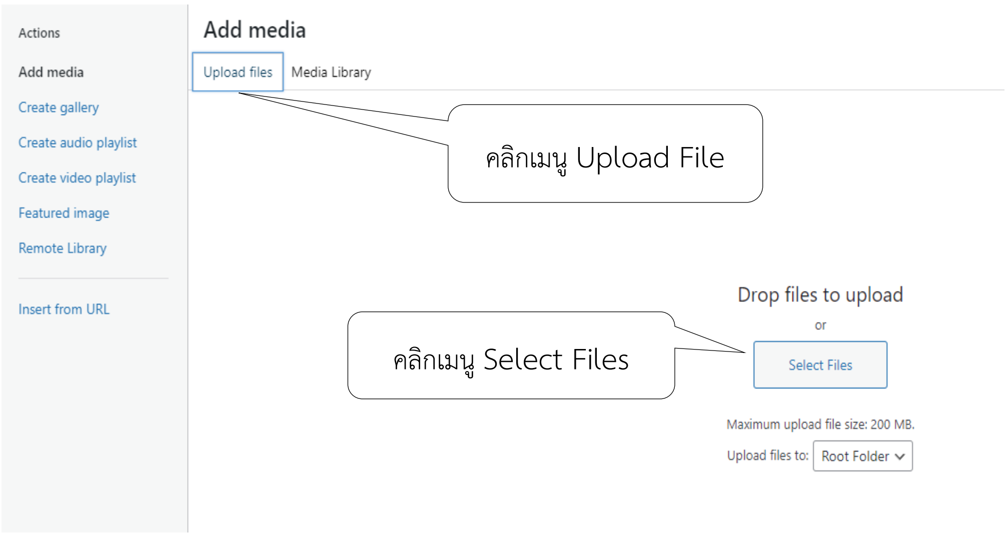
ภาพที่ 4.22 หน้าต่างการโพสต์ข่าวประชาสัมพันธ์

4) เพิ่มภาพในข่าว คลิกเมนู Add Media เพื่อUpload File รูปภาพ ดังภาพ



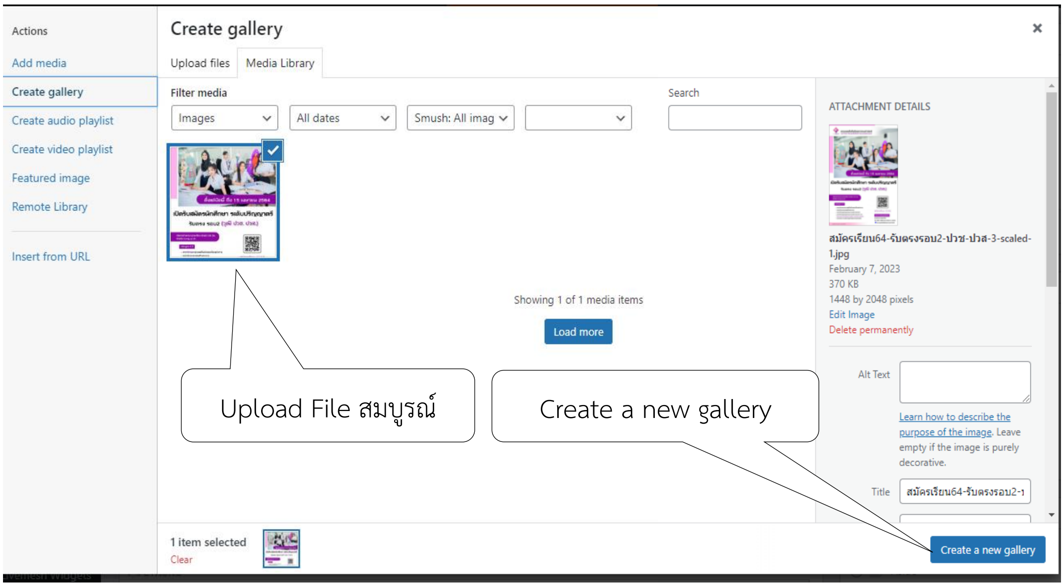
ภาพที่ 4.23 หน้าต่างการโพสต์ข่าวประชาสัมพันธ์

5) คลิกเมนู Add Media แล้วเลือกเมนู Upload File เพื่อเปิดไฟล์รูปภาพในคลังข้อมูล เลือกเมนู Select Files เพื่อเลือกรูปภาพที่จะทำประชาสัมพันธ์ ดังภาพ



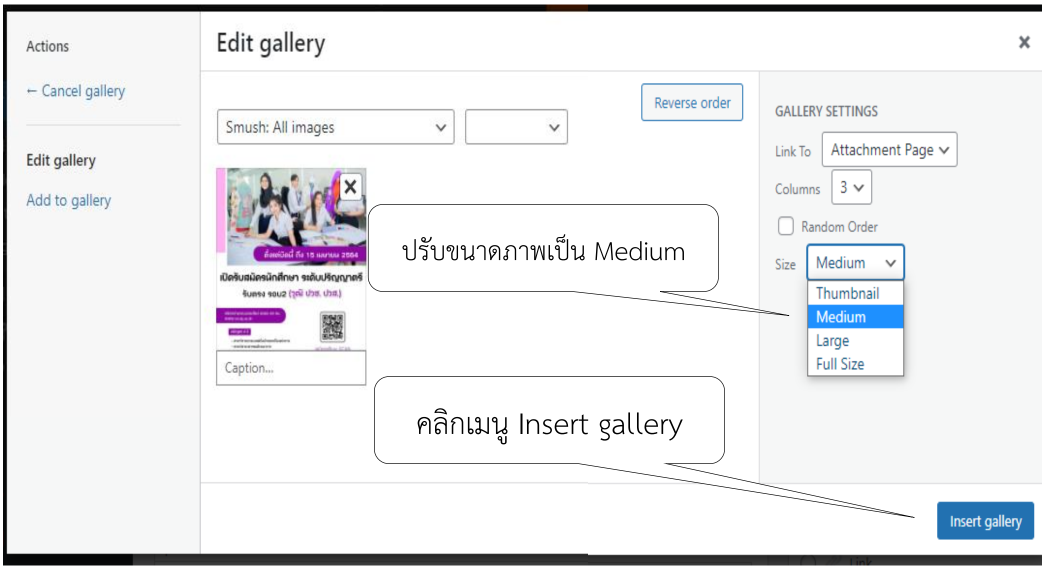
ภาพที่ 4.24 หน้าต่างการ Upload File

6) คลิกเมนู Select Files เลือกไฟล์ภาพที่จะทำประชาสัมพันธ์ ให้อยู่ในคลัง Media แล้ว Upload File สมบูรณ์ คลิกเมนู Create a new gallery มุมล่างขวามือ



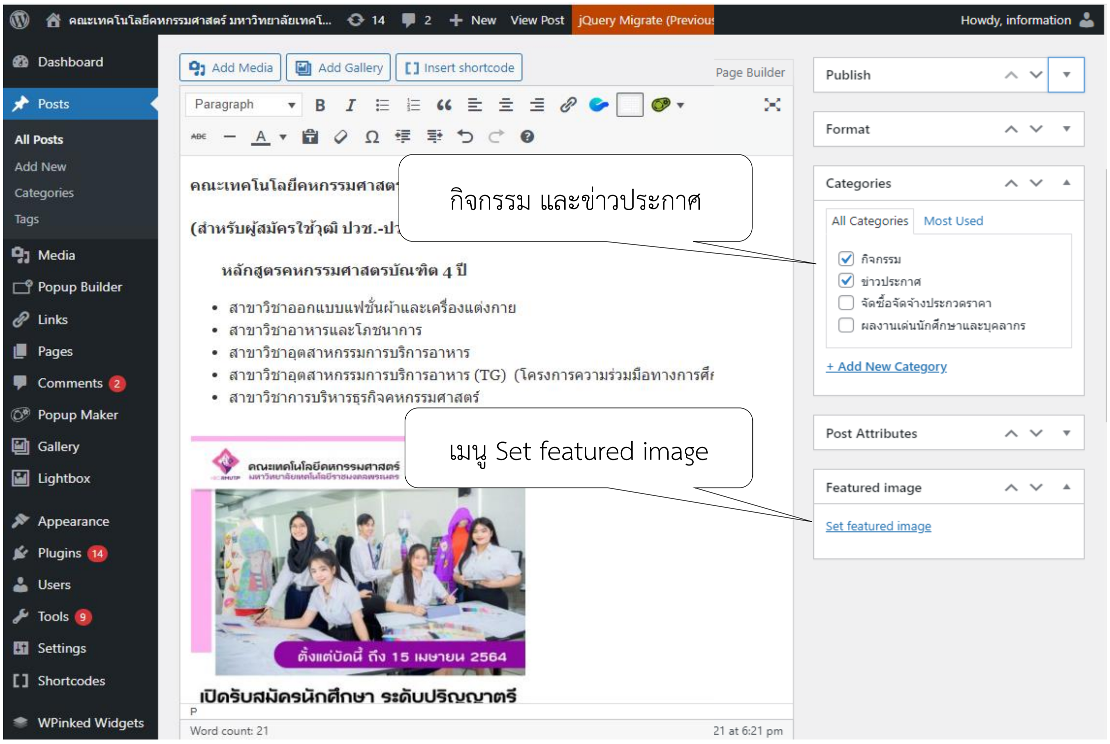
ภาพที่ 4.25 หน้าต่างการ Upload File

7) เมื่อ Create a new gallery แล้วจะปรากฏหน้าต่าง คลิกเมนู Edit gallery เลือกการตั้งค่าปรับขนาดภาพให้เหมาะสมกับหน้าเว็บไซต์ (ทั้งนี้ผู้ดูแลขอตั้งค่าเป็น Medium) คลิกเมนู Insert gallery มุมล่างขวามือ ดังภาพ



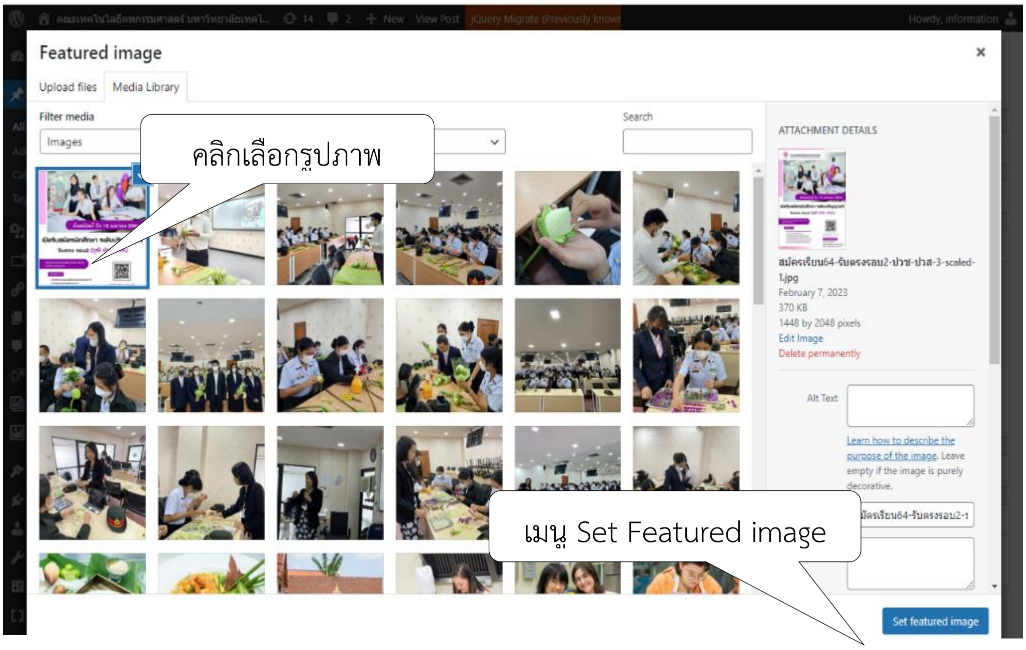
ภาพที่ 4.26 หน้าต่างการ Upload File

8) เมื่อ Insert gallery แล้วจะปรากฏหน้าต่าง ดังข้อ 4) จากนั้นคลิกเมนู All categories เลือกคลิกเมนูหัวข้อกิจกรรม และข่าวประกาศ ที่จะปรากฏเป็นภาพพลักบนหน้าเว็บไซต์ ไปที่เมนู Featured image คลิกเมนู Set featured image เพื่อตั้งค่ารูปภาพที่จะแสดงอยู่ในหัวเรื่อง



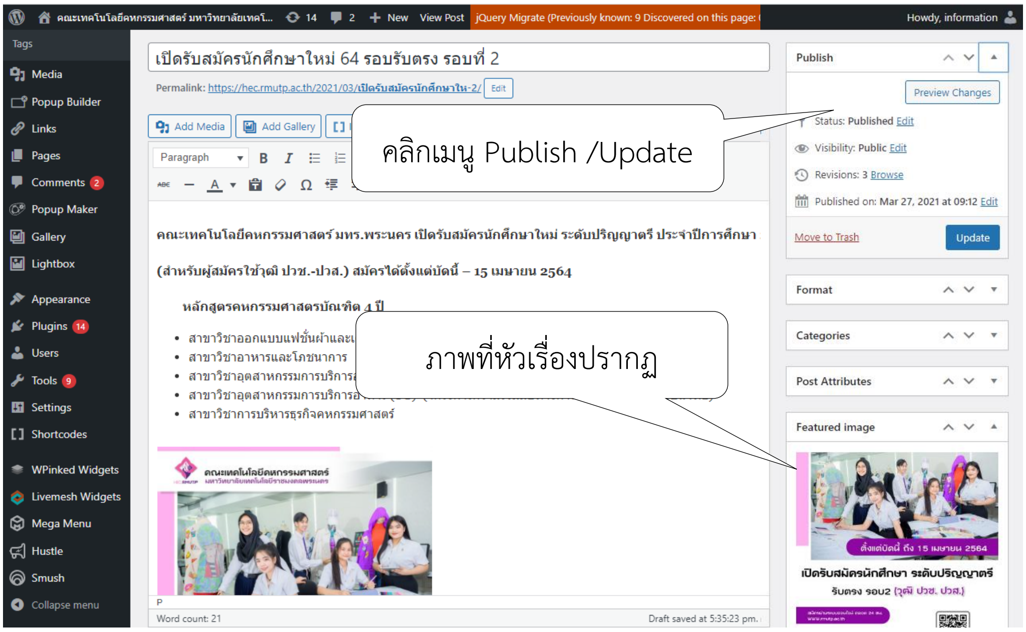
ภาพที่ 4.27 หน้าต่างการ Upload File

9) เมื่อ Set featured image แล้วจะปรากฏหน้าต่าง ดังข้อ 6) จากนั้นคลิกเลือกรูปภาพ ที่จะปรากฏเป็นภาพหลักบนข่าวในหน้าเว็บไซต์ แล้วคลิกเมนู Set featured image คลิกเมนู เพื่อตั้งค่ารูปภาพที่จะแสดงอยู่ในหัวเรื่อง



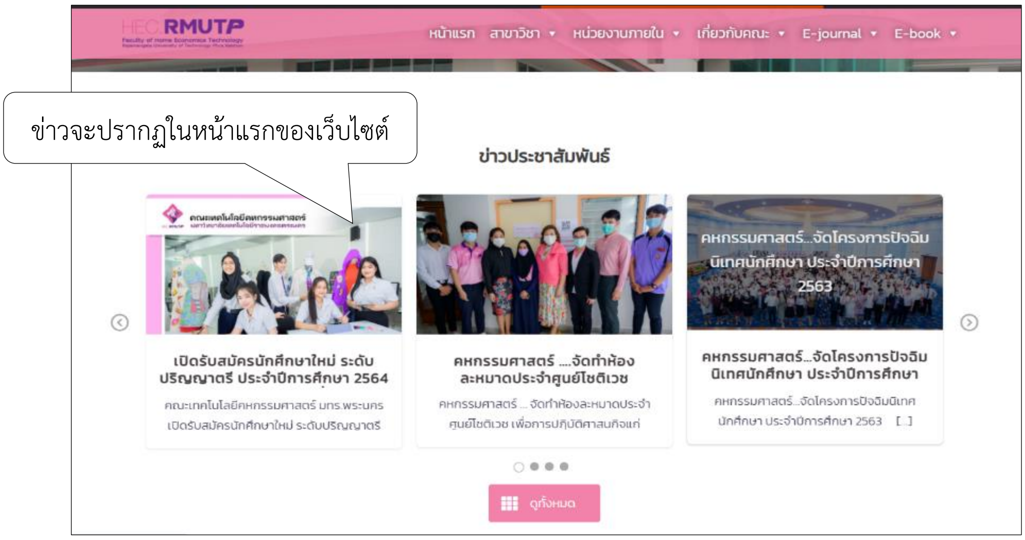
ภาพที่ 4.28 หน้าต่างการ Upload File

10) เมื่อ Set featured image แล้วภาพที่จะปรากฏเป็นภาพหลักบนข่าวในหน้าเว็บไซต์ คลิกเมนู Publish หรือคลิกเมนู Update เพื่อตั้งค่ารูปภาพที่จะแสดงอยู่ในหัวเรื่อง



ภาพที่ 4.29 หน้าต่างการ Upload File

11) เมื่อ Update แล้วภาพที่จะปรากฏเป็นภาพหลักบนข่าวในหน้าเว็บไซต์

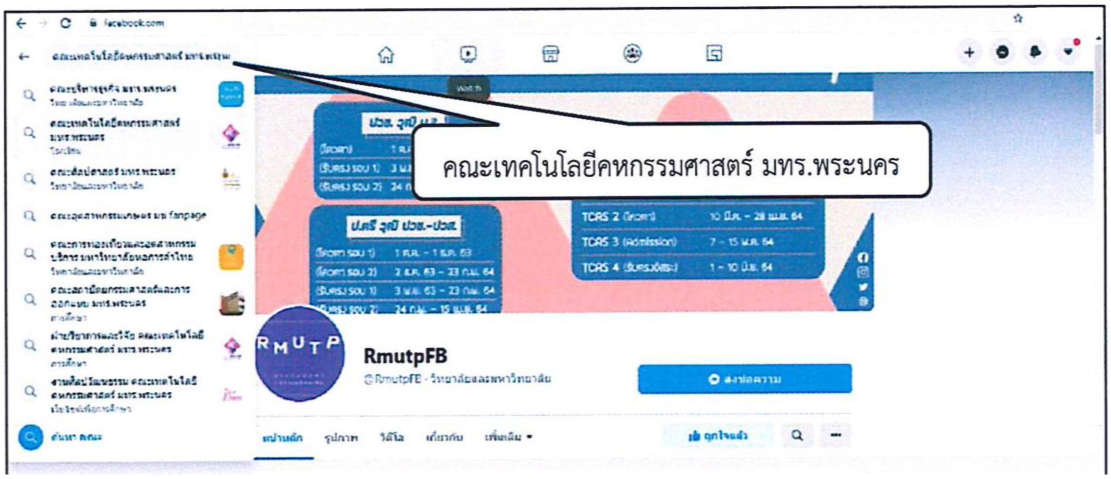


ภาพที่ 4.30 หน้าแรกของเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

4.6.2 การเผยแพร่บนเพจ Facebook คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร

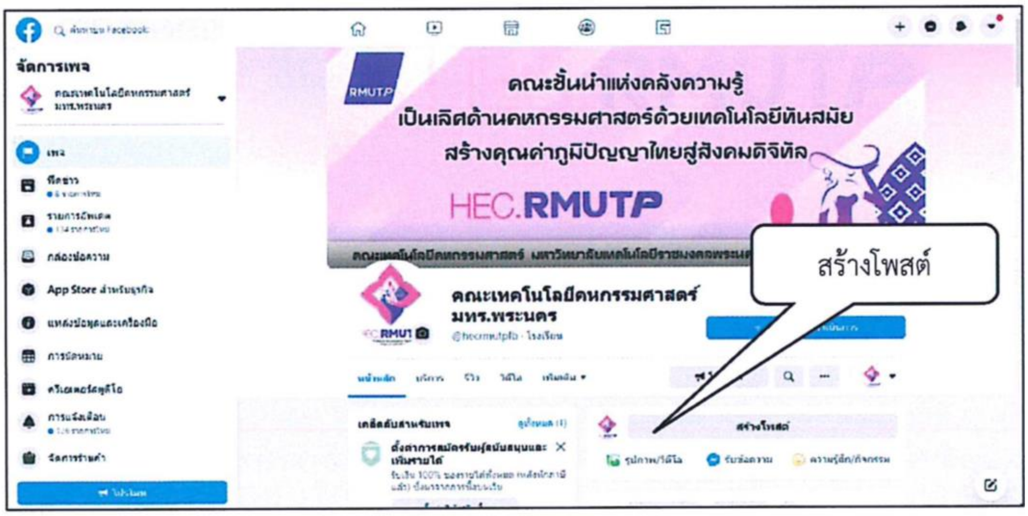
การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ บนเพจ Facebook ซึ่งปัจจุบันมีผู้ใช้บริการมากเป็นอันดับ 1 ของการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ทำกิจกรรม และติดต่อสื่อสารร่วมกับผู้ใช้งานคนอื่นการเชื่อมผู้คนไว้ด้วยกันทำให้เกิดเครือข่ายสังคมที่ทำการแลกเปลี่ยนข้อมูลบน Internet ทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว และแพร่หลาย สามารถตรวจสอบจำนวนผู้เข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ อีกด้วย

1) เปิดหน้าต่าง Facebook พิมพ์คำค้นหา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร



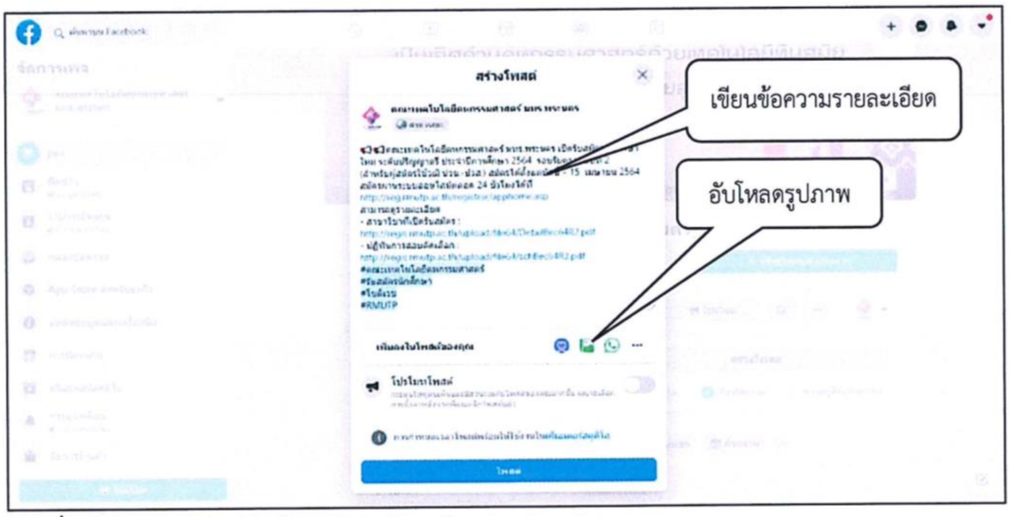
ภาพที่ 4.31 หน้าเพจ facebook.com

2) หน้าเพจ Facebook คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร เลือกการสร้างโพสต์



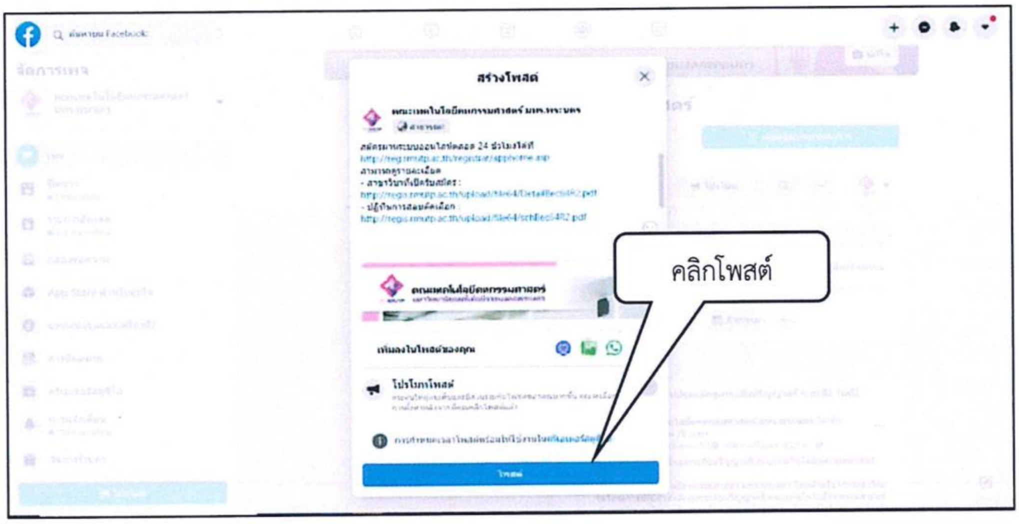
ภาพที่ 4.32 หน้าเพจ Facebook คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร

3) เลือกการสร้างโพสต์ เขียนข้อความรายละเอียดข่าวในกล่องข้อความ เลือก Upload File รูปภาพสื่อประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 4.33 การเขียนข้อความรายละเอียดข่าว

4) เมื่อเขียนข้อความรายละเอียดข่าวในกล่องข้อความ และ Upload File รูปภาพสื่อประชาสัมพันธ์ เรียบร้อย ให้คลิกโพสต์



ภาพที่ 4.34 การสร้างโพสต์บน Facebook

5) เมื่อคลิกโพสต์ สามารถตรวจสอบภาพข่าว และข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏบนหน้าเพจ Facebook คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร

ภาพที่ 4.35 หน้าแรกของเพจ Facebook คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร

4.6.3 หนังสือเวียน (เอกสารแนบ)

เอกสารแนบคือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเอกสารประกอบหนังสือเพื่อทำประชาสัมพันธ์ อาจอยู่ในรูปแบบแผ่นกระดาษหรือวัตถุอื่นด้วยวิธีการต่าง ๆ อันเกิดเป็นชิ้นงานที่มีลักษณะเหมือนต้นฉบับขึ้นหลายสำเนา เพื่อเป็นสิ่งที่ทำการติดต่อหรือชักนำให้บุคคลอื่นได้เห็นหรือทราบข้อความต่าง ๆ

ตัวอย่างหนังสือเวียน

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/ว ๓๖๕๘

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๗ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมกิจกรรม Chotivet Open House ๒๐๒๑ และขอประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษา ปีการศึกษา ๒๕๖๔

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียน

เอกสารแนบ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์คณะ จำนวน ๓ ฉบับ
๒. เอกสารประชาสัมพันธ์กิจกรรม จำนวน ๑ ฉบับ
๓. ปฏิทินการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จัดกิจกรรม Chotivet Open House ๒๐๒๑ "ยืนยิ้มหน้า มอ" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแนะนำคณะให้กับผู้บริหาร อาจารย์แนะแนว นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๖ หรือผู้สนใจเข้ารับการศึกษาต่อ โดยกิจกรรมในงานประกอบด้วยแนะแนวศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ปีการศึกษา ๒๕๖๔ นิทรรศการแสดงผลงานทางวิชาการ และกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนทางด้านวิชาชีพ **กำหนดจัดกิจกรรม ในวันเสาร์ที่ ๑๖ มกราคม ๒๕๖๔ เวลา ๐๙.๐๐ – ๑๕.๐๐ น. ณ ห้องประชุมโชติเวช ชั้น ๔ อาคารเรือนปัญญา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร**

ในการนี้ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จึงขอเรียนเชิญ ผู้บริหาร อาจารย์แนะแนว และนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมตามวัน เวลา และสถานที่ดังกล่าว ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรมในแบบตอบรับแบบออนไลน์ (QR Code) หรือสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ http://www.hec.rmutp.ac.th/ ทั้งนี้คณะขอประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี (TCAS รอบที่ ๑ การรับด้วย Portfolio) ปีการศึกษา ๒๕๖๔ ให้กับผู้ที่มีความสนใจในด้านสายวิชาชีพคหกรรมศาสตร์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

ลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรม
Chotivet Open House ๒๐๒๑

งานทะเบียน ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗, ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๘๘ ต่อ ๕๒๓๕-๖
โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐
โทรศัพท์มือถือ ๐๘ ๙๒๒๖ ๐๓๑๖

ภาพที่ 4.36 ตัวอย่างหนังสือเวียน

ตัวอย่างเอกสารแนบ

ภาพที่ 4.37 ตัวอย่างเอกสารแนบ

ตัวอย่างเอกสารแนบ

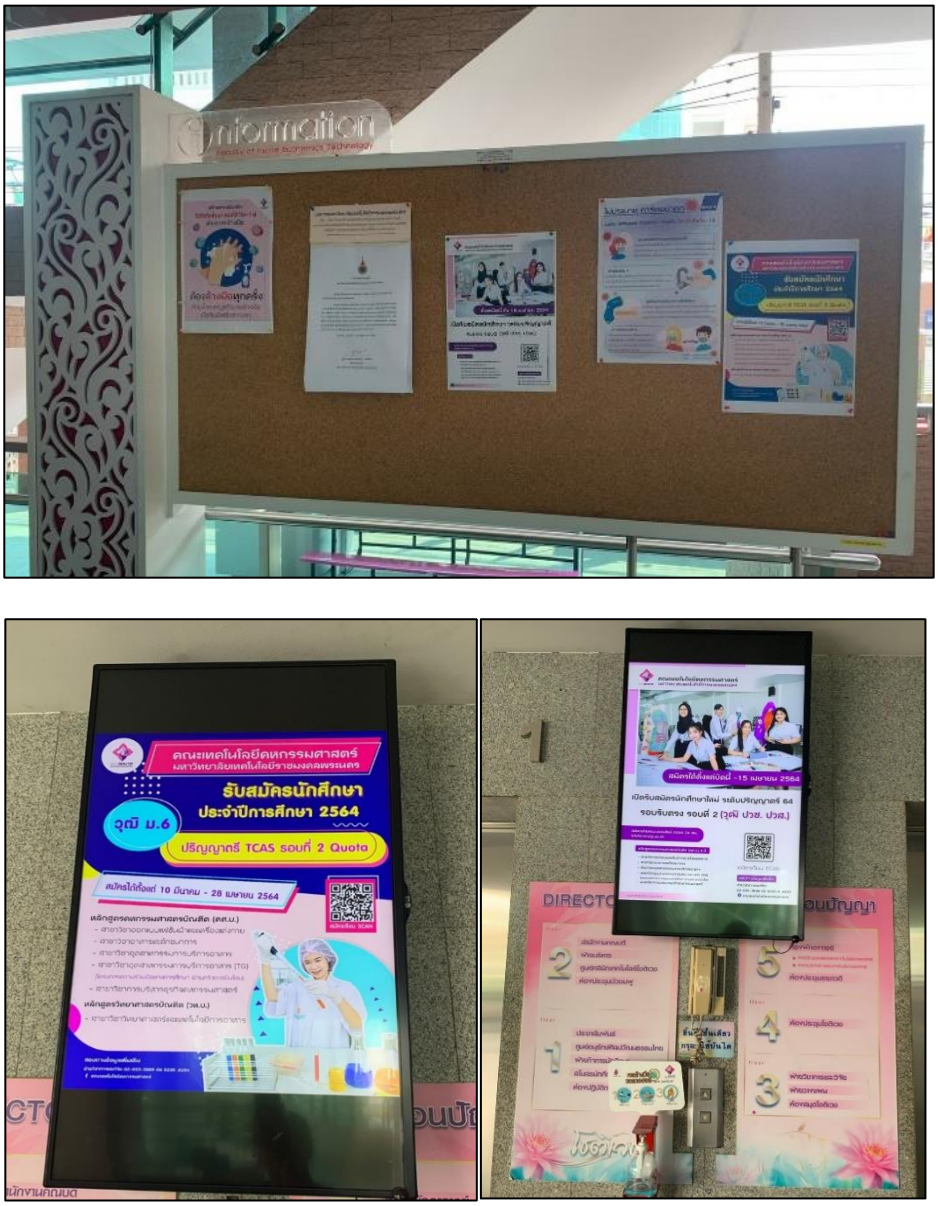
ภาพที่ 4.38 ตัวอย่างเอกสารแนบ

ตัวอย่างเอกสารแนบ

ภาพที่ 4.39 ตัวอย่างเอกสารแนบ

4.6.4 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อภายในหน่วยงาน

การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เป็นเพื่อสร้างการรับรู้ความเข้าใจและสัมพันธภาพที่ดีของบุคลากรในองค์กร สื่อประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน จึงเป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่อยู่ภายในหน่วยงานเพื่อประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรภายในรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในคณะ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมนักศึกษา การเปิดรับสมัครต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน โดยผ่านช่องทางที่มีอยู่ภายในคณะ เช่น บอร์ดประชาสัมพันธ์ สื่อTV ถ่ายทอดสัญญาณ



ภาพที่ 4.40 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อภายในหน่วยงาน

4.7 การติดตามผลการประชาสัมพันธ์

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ได้ดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิเช่น โปสเตอร์ ข่าวกิจกรรม และทำการประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อในหลากหลายช่องทาง เช่นเผยแพร่บนเว็บไซต์ Facebook ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้นำกระบวนการประกันคุณภาพการศึกษา PDCA มาใช้ในการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน มุ่งเน้นให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบ โดยมีเป้าหมายให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการวางแผนในการติดตามข้อมูลและปรับปรุงให้ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ และถูกต้องตามหลักการในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ รวบรวมทั้งมีการตรวจสอบข้อมูลอย่างละเอียดและถี่ถ้วนเพื่อให้ผู้อ่านสื่อประชาสัมพันธ์เข้าใจและรับรู้ข่าวสารได้อย่างบูรณ์ครบถ้วน นอกจากนี้ ได้พัฒนาตนเองในการทำสื่อประชาสัมพันธ์นำความรู้และทักษะจากการฝึกอบรม ในรูปแบบการจัดทำข้อมูลแบบ E-BOOK และวิดีโอ (ภาพเคลื่อนไหว) เพื่อให้ผู้รับข่าวสารเข้าถึงเข้าใจ พร้อมทันกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ไม่ใช่อ่านตัวอักษรเพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้ ได้มีการแลกเปลี่ยนทัศนคติการทำงานกับเจ้าหน้าที่ของสาขาวิชา ซึ่งเป็นผู้รับบริการ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำสื่อที่สอดคล้องกับงานสื่อสารองค์กรและการสะท้อนปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในภาพรวมของคณะให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนให้คำแนะนำในการปฏิบัติงาน และให้ข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นไปตามระเบียบ และเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง มีการรายงานผลการประชาสัมพันธ์ต่อผู้บังคับบัญชาตามลำดับอย่างต่อเนื่อง

บทที่ 5
ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

5.1 ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ซึ่งเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับความนิยมอีกสื่อหนึ่งของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มีปัญหาและอุปสรรคที่พบในการปฏิบัติงานจริง สามารถสรุปปัญหาตามขั้นตอนการปฏิบัติงาน ดังนี้

ขั้นตอนดำเนินงาน	ปัญหา/อุปสรรค	แนวทางแก้ไข
ขั้นตอนที่ 1 การรับคำร้องจากหน่วยงานขอในจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	หน่วยงาน ส่งคำร้องขอจัดทำสื่อล่าช้า ทำให้การจัดทำสื่อมีเวลาในการทำงานจำกัด	วางแผนและประสานขอข้อมูลเบื้องต้น มาก่อนแล้วค่อยส่งรายละเอียดสมบูรณ์ตามมา
ขั้นตอนที่ 2 รวบรวมข้อมูล	1. ไฟล์ข้อมูลไม่ครบตามองค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์ 2. ไฟล์รูปภาพขนาดเล็กเกินไปไม่เหมาะสมสำหรับในการใช้ออกแบบ ภาพจะแตก หรือไม่ชัด	ประสานกับผู้ร้องขอจัดทำสื่อส่งไฟล์ข้อมูลเพิ่มเติม และควรแจ้งความต้องการเบื้องต้น เพื่อที่จะได้สรุปแนวความคิด และประสานขอข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ร้องขอทันที
ขั้นตอนที่ 3 การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	1. เครื่องมือและระบบเครือข่ายที่ใช้ในการดำเนินงานผลิตสื่อล้าสมัยเช่น คอมพิวเตอร์ กล่องถ่ายรูป 2. ข้อมูลที่ได้รับ เช่น รูปภาพมีขนาดเล็กและรูปภาพไม่สื่อวัตถุประสงค์ของงาน	1. จัดหาเครื่องมือในการผลิตสื่อที่ทันสมัย 2. จัดหารูปภาพใหม่ หรือนัดผู้ร้องขอในการขอถ่ายภาพใหม่

ขั้นตอนดำเนินงาน	ปัญหา/อุปสรรค	แนวทางแก้ไข
ขั้นตอนที่ 4 ตรวจสอบความถูกต้อง	1. รูปแบบไม่เป็นไปตามกำหนด เนื่องจากมีขอเปลี่ยนแปลงข้อมูล 2. มีการปรับเปลี่ยนรูปภาพ 3. มีการปรับเปลี่ยนแก้ขอข้อความ	ควรกำหนดหัวข้องที่ต้องการ และอธิบายรูปแบบที่ชัดเจน ทำความเข้าใจร่วมกัน ก่อนการผลิต
ขั้นตอนที่ 5 เผยแพร่	1. เกิดปัญหาในการเผยแพร่สื่อ เนื่องจากรูปภาพสื่อมีความละเอียดมาก ทำให้ขนาดของรูปภาพใหญ่เกินไป ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของสื่อออนไลน์ 2. การสั่งพิมพ์ สื่อ เช่น สีคลาดเคลื่อน ภาพไม่ชัด ส่งผลให้ไม่น่าเชื่อถือ	1. ปรับขนาดของรูปภาพ ทำตามข้อกำหนดของสื่อออนไลน์ 2. จัดหาเครื่องสำหรับพิมพ์สำรอง
ขั้นตอนที่ 6 รายงานสรุปผล การเผยแพร่สื่อ ประชาสัมพันธ์ประจำปี	การจัดทำสรุปผลการเผยแพร่ล่าช้า	ควรสรุปในระหว่างปีงบประมาณไว้ก่อนไม่ควรสรุปปลายปี เพื่อความรวดเร็ว

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนางาน

จากปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขดังกล่าว ผู้จัดทำขอเสนอแนะแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อการปรับปรุงและพัฒนางานให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนี้

5.2.1 ประชุมจัดทำแผนเพื่อจัดเตรียมแนวคิดของงาน และการวางรูปแบบงาน

5.2.2 ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและภาพประกอบอย่างละเอียด

5.2.3 เจ้าของชิ้นงานหรือผู้ร้องขอควรตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและภาพประกอบก่อนส่งจัดทำเพื่อลดปัญหาความผิดพลาดในการสะกดคำผิดของชิ้นงานโปสเตอร์ ก่อให้เกิดการล่าช้าในการปฏิบัติงาน

5.2.4 ควรเขียนที่มาของแหล่งหรืออ้างอิงทุกครั้งที่นำภาพประกอบมาจากอินเทอร์เน็ต เพื่อไม่ให้เกิดการฟ้องร้องเรื่องลิขสิทธิ์

บรรณานุกรม

นงลักษณ์ สุทธิวัฒนพันธ์. 2545. **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ Imprint.** กรุงเทพฯ : บริษัทอัลฟ่า พับลิชชิ่ง.

นวลน้อย บุญวงษ์. 2542. **หลักการออกแบบ.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นุชนภา อุปลี. 2556. **การออกแบบโปสเตอร์**. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : http://53010125001g12.blogspot.com/2013/02/poster.html, 3 สิงหาคม 2560.

นุชนภา อุปลี. 2556. **องค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์.** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : http://53010125001g12.blogspot.com/2013/02/blog-post_9845.html, 3 สิงหาคม 2560.

ประมินทร์ รัศมี. **หลักการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์.** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : http://etcserv.pnru.ac.th/pcc/Newnat/Principles.htm1, 29 กรกฎาคม 2559.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์. 2551. **การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2540. **การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิบูล จันทร์แย้ม. 2546. **หลักการออกแบบศิลปกรรม.** ลพบุรี : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏเทพสตรี.

วิรัช ลภิรัตนกุล. 2540. **การประชาสัมพันธ์.** พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรัช ลภิรัตนกุล. 2546. **การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรัช ลภิรัตนกุล. 2538. **การประชาสัมพันธ์.** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : http://www.stou.ac.th/stouonline/om/data/sms/market/Unit8/u8ban.htm, 3 สิงหาคม 2560.

วิรัตน์ พิชญไพบูลย์. 2528. **ความเข้าใจศิลปะ.** กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

ศิริพงษ์ พะยอมแย้ม. 2537. **การออกแบบตราสัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์งานประดิษฐ์จากดินไทยของกลุ่มงานประดิษฐ์จากดินไทย จังหวัดนนทบุรี**.

สุนิสา ประวิชัย. 2560. **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์.** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : https://e-jodil.stou.ac.th/filejodil/16_1_572.pdf, 1 สิงหาคม 2560.

บรรณานุกรม (ต่อ)

เสรี วงษ์มณฑา. 2541. **108 การประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพฯ : ไดมอนด์ อิน บิซิเนส เวิลด์.

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. **การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : Diamond in business world.

เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต. 2540. **การเขียนสำหรับสื่อการสื่อสาร.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ดวงกมล.

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. 2550. **การออกแบบสิ่งพิมพ์.** กรุงเทพฯ : วิสคอมเซ็นเตอร์.

อารี สุทธิพันธ์. 2527. **การเขียนแบบและการออกแบบ.** กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

ภาคผนวก

แบบฟอร์มการขอจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

งานสื่อสารองค์กร ฝ่ายบริหาร

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

วันที่..

1.ข้อมูลผู้ขอใช้บริการ

ชื่อ ....

สาขา/ฝ่าย..

หมายเลขโทรศัพท์ ....เบอร์ภายใน..

2.ประเภทสื่อ

☐ ภาพข่าวกิจกรรม ☐ โปสเตอร์

☐ แบนเนอร์ ☐ แผ่นพับ

☐ วีดีโอ ☐ อื่น.................

3.รายละเอียดการจัดทำ

เรื่อง /กิจกรรม ....

วันที่ดำเนินการ ....

รายละเอียด...

....

....

☐ แนบรายละเอียดเพิ่มเติม ☐ ส่งไฟล์ทาง faculty2481@gmail.com

ลงชื่อ...

(...)

ผู้ขอใช้บริการ

ลงชื่อ...

(...)

หัวหน้างาน

..../....../......

ลงชื่อ...

(...)

รองคณบดีฝ่ายบริหาร

...../....../......

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ นามสกุล นางสาวชนัญชิดา สุจิตจูล

วัน เดือน ปีเกิด 3 สิงหาคม 2527

ภูมิลำเนา อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

ประวัติการศึกษา

คุณวุฒิ	สาขา	พ.ศ.	สถานศึกษาและประเทศ
บริหารธุรกิจบัณฑิต	การบริหารทรัพยากรมนุษย์	2550	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลาย	2546	โรงเรียนอู่ทอง
มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	2543	โรงเรียนสระยายโสมวิทยา
ประถมศึกษา	ประถมศึกษา	2540	โรงเรียนบ้านหนองจิก

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปปฏิบัติการ งานสื่อสารองค์กร ฝ่ายบริหาร
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผลงานวิจัย

ชื่อผลงานวิจัย	สถานภาพ	แหล่งทุน/ปี
การศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์และการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมวิชาชีพระยะสั้น	ผู้ร่วมวิจัย	งบรายได้คณะ 2562