

แนวทางการขอรับบริการในการผลิตคอนเทนต์ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายใน

บทนำ/คำอธิบาย

กองประชาสัมพันธ์มุ่งมั่นยกระดับการสื่อสารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย ฝ่ายข่าวกองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จึงได้กำหนดแนวทางนี้ขึ้น เพื่อให้หน่วยงานภายในใช้เป็นบรรทัดฐานในการประสานงานผลิตคอนเทนต์ข่าวสร้างสรรค์ โดยเน้นการจัดลำดับขั้นตอนที่เป็นระบบ ตั้งแต่การส่งข้อมูล การวางแผน ตลอดจนการตรวจสอบความถูกต้องร่วมกัน เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่สู่สาธารณะมีความถูกต้อง ครบถ้วน และสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย

รายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน 5 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การแจ้งเรื่องและส่งข้อมูล

- **การดำเนินงาน:** หน่วยงานเจ้าของเรื่องส่งความประสงค์ (หนังสือขอความอนุเคราะห์) ผ่านระบบ E-Office ล่วงหน้าอย่างน้อย 3 วันทำการ
- **รายละเอียดสำคัญ:** ต้องแนบเอกสารรายละเอียดโครงการ (กำหนดการ, วัตถุประสงค์, กลุ่มเป้าหมาย, ประเด็นที่ต้องการเน้น) ให้ครบถ้วน
- **Expert Insight** ข้อมูลที่ชัดเจนจะช่วยให้พิจารณาอนุมัติกรอบการทำงานได้อย่างรวดเร็ว

ขั้นตอนที่ 2 การวางแผนและออกแบบแนวความคิด

- **การดำเนินงาน:** เมื่อได้รับอนุมัติ ผู้ได้รับมอบหมาย (ฝ่ายข่าว) จะทำการวิเคราะห์เนื้อหา
- **รายละเอียดสำคัญ:** คัดเลือกรูปแบบคอนเทนต์ที่เหมาะสม (เช่น สกู๊ปข่าว, อินโฟกราฟิก, วิดีโอสั้น) พร้อมดำเนินการนัดหมายและประสานงานผู้เกี่ยวข้อง
- **Expert Insight** ดีไซน์ เพื่อหาจุดขายของโครงการ เพื่อให้สื่อที่ผลิตออกมามีความน่าสนใจสูงสุด

ขั้นตอนที่ 3 การผลิตและสร้างสรรค์สื่อ

- **การดำเนินงาน:** ทีมงานลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริงตามแผนที่วางไว้
- **รายละเอียดสำคัญ:** การบันทึกภาพ/วิดีโอ การสัมภาษณ์ เป็นต้น
- **Expert Insight** อาจใช้เทคนิค Storytelling และการคุมโทนภาพลักษณ์ (Brand Identity) เพื่อให้คอนเทนต์มีมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร

ขั้นตอนที่ 4 การตรวจสอบและควบคุมคุณภาพ

- **การดำเนินงาน:** ตรวจสอบความถูกต้องร่วมกันระหว่างทีมผลิตและหน่วยงานเจ้าของเรื่อง
- **รายละเอียดสำคัญ:** ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ตัวสะกด ชื่อ-ตำแหน่งบุคคล และลิขสิทธิ์สื่อ หากพบข้อผิดพลาดจะส่งกลับไปแก้ไขในขั้นตอนที่ 3 ทันที
- **Expert Insight** การตรวจความเสี่ยง เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือ

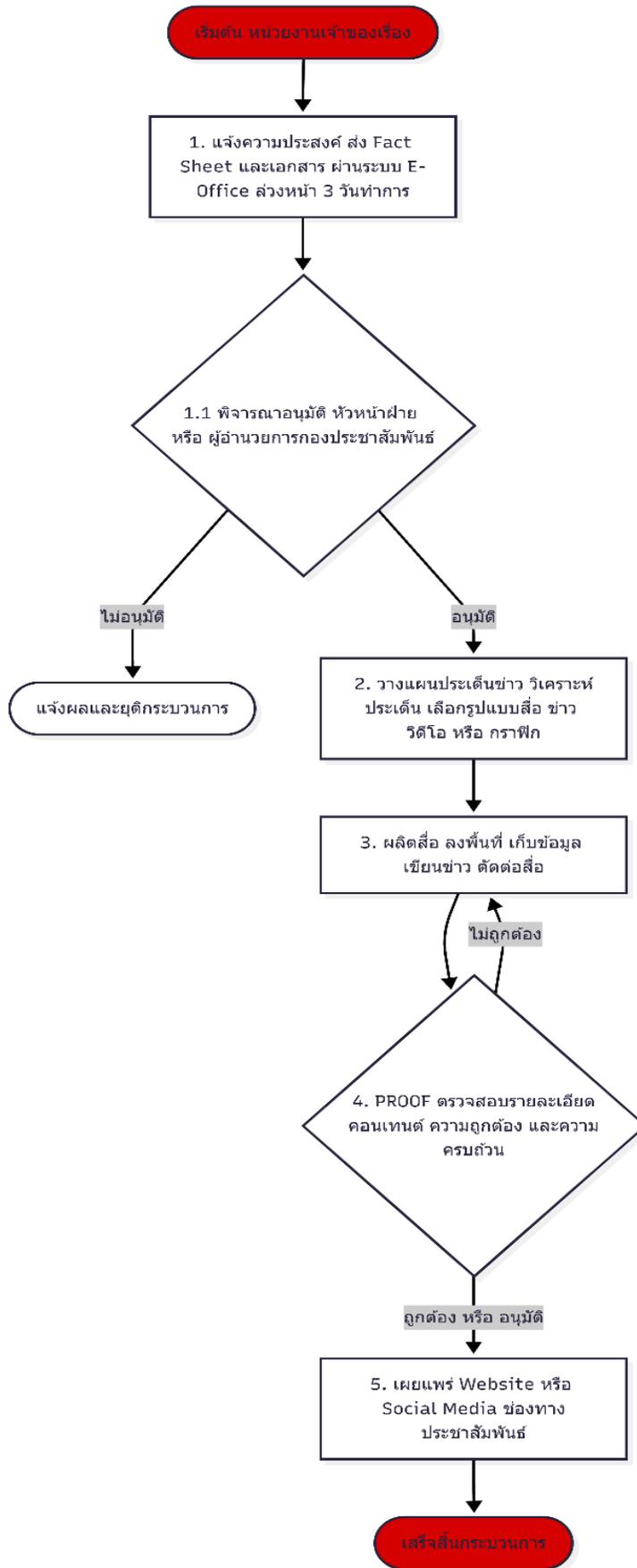
ขั้นตอนที่ 5 การเผยแพร่และรายงานผล

- **การดำเนินงาน:** ดำเนินการเผยแพร่สื่อผ่านช่องทาง Website, Social Media หรือเครือข่ายประชาสัมพันธ์ที่กำหนด
- **รายละเอียดสำคัญ:** การเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมในการลงสื่อเพื่อสร้างการรับรู้สูงสุด
- **Expert Insight:** การเผยแพร่คือการสิ้นสุดกระบวนการผลิต แต่คือจุดเริ่มต้นของการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร (Engagement) เพื่อสะท้อนความสำเร็จของโครงการ

สรุปสิ่งที่ผู้รับบริการต้องเตรียม (Checklist)

1. แจ้งล่วงหน้า อย่างน้อย 3 วันทำการ (ผ่าน E-Office)
2. ข้อมูลแน่น ครบถ้วน มีรายละเอียด สามารถให้ข้อมูลเพิ่มได้ มีกำหนดการล่าสุด
3. ผู้ประสานงาน มีผู้ที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกและร่วมตรวจทานเนื้อหาได้

Flowchart – ลำดับขั้นตอนการขอรับบริการในการผลิตคอนเทนต์ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์
สำหรับหน่วยงานภายใน



รายละเอียดขั้นตอนแนวทางการขอรับบริการผลิตเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 1 การแจ้งความประสงค์และนำส่งชุดข้อมูลประชาสัมพันธ์

หน่วยงานเจ้าของเรื่องเริ่มต้นกระบวนการโดยการส่งบันทึกข้อความผ่านระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ (e-Office) พร้อมแนบ ชุดข้อมูลพื้นฐาน ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 วันทำการ

- **รายละเอียดเชิงลึก:** ข้อมูลต้องครอบคลุมหลัก 5W1H (ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร) โดยเฉพาะ ส่วนของ วัตถุประสงค์ และ ผลลัพธ์ที่คาดหวัง เพื่อให้ทีมประชาสัมพันธ์ทราบถึงทิศทางที่หน่วยงาน ต้องการสื่อสารและเน้นย้ำเป็นพิเศษ
- **การนำ AI มาใช้:** หน่วยงานสามารถใช้ AI ในการสรุปโครงการจากเอกสารแนบหลายหน้า ให้เหลือเพียง ประเด็นที่น่าสนใจ ซึ่งช่วยลดเวลาในการตีความข้อมูลของเจ้าหน้าที่กองประชาสัมพันธ์
- **จุดเน้น:** ข้อมูลที่ส่งมาในขั้นตอนนี้คือ สารตั้งต้นสำคัญ หากข้อมูลมีความชัดเจนและครบถ้วน จะช่วยลดโอกาสการแก้ไขงานในขั้นตอนสุดท้ายได้มากกว่า 50%

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลและวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร

ฝ่ายข่าว กองประชาสัมพันธ์ จะนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดจุดขายของเนื้อหาประชาสัมพันธ์นั้น ๆ

- **รายละเอียดเชิงลึก:** ทีมงานจะทำการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Segmentation) ว่าคอนเทนต์นี้ควรเน้น กลุ่มนักศึกษาปัจจุบัน ศิษย์เก่า หรือภาคอุตสาหกรรม เพื่อเลือกช่องทางเผยแพร่ที่เหมาะสมและมี ประสิทธิภาพสูงสุด
- **การประสานงาน:** ขั้นตอนนี้จะมีการยืนยัน บุคคลสำคัญที่ให้ข้อมูลเสริม เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงเทคนิค หรือเชิงวิชาการที่ถูกต้อง พร้อมนัดหมายวันเวลาในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล (Production Brief) กับ ผู้ประสานงานหลักของหน่วยงาน
- **การนำ AI มาใช้:** ใช้ AI ช่วยวิเคราะห์คำสำคัญ (Keywords) ที่กำลังเป็นกระแสในโซเชียลมีเดีย เพื่อนำมา ปรับปรุงหัวข้อข่าวหรือเนื้อหาให้เข้ากับเทรนด์การค้นหาในช่วงเวลานั้น (SEO Optimization)

ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินการผลิตและสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์

ฝ่ายข่าว และ ฝ่ายผลิตและเผยแพร่ บูรณาการการทำงานร่วมกันตามแผนการสื่อสารที่วางไว้

- **รายละเอียดเชิงลึก:** การลงพื้นที่เพื่อเก็บภาพนิ่ง วิดีโอ หรือการสัมภาษณ์บุคคลสำคัญที่ระบุไว้ใน Fact Sheet โดยมุ่งเน้นการถ่ายทอดภาพลักษณ์ความเป็น บัณฑิตนักปฏิบัติ และ นวัตกรรมเพื่อสังคม ตามอัตลักษณ์ของ มทร.ธัญบุรี

- **การนำ AI มาใช้:** ทีมงานใช้เทคโนโลยี AI เข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในหลากหลายมิติ เช่น การใช้ Generative AI ช่วยออกแบบองค์ประกอบภาพ, การใช้ AI ปรับปรุงคุณภาพเสียงสัมภาษณ์พนักงานให้ชัดเจน (Voice Enhancement), และ การใช้ AI ช่วยแปลสำนวนข่าวให้สอดคล้องกับแต่ละแพลตฟอร์ม (Facebook, TikTok หรือ Website)

ขั้นตอนที่ 4 การตรวจสอบคุณภาพและความถูกต้องของเนื้อหา

ก่อนการเผยแพร่ ทีมงานจะส่งร่างเนื้อหาให้หน่วยงานเจ้าของเรื่องพิจารณาตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้ง

- **รายละเอียดเชิงลึก:** มุ่งเน้นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลวิชาการ การสะกดชื่อ-นามสกุล และตำแหน่งทางวิชาการของผู้บริหารและอาจารย์อย่างละเอียด เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อน
- **การปฏิบัติตามกฎหมาย:** ตรวจสอบความสอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) โดยทีมงานจะคัดกรองภาพหรือคลิปวิดีโอที่ได้รับความยินยอมจากบุคคลในภาพอย่างถูกต้อง และตรวจสอบภาพลักษณ์รวมของมหาวิทยาลัยไม่ให้ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์หรือเครื่องหมายการค้าอื่น ๆ
- **จุดเน้น:** ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น (Trust) และรักษามาตรฐานความเป็นมืออาชีพของมหาวิทยาลัย

ขั้นตอนที่ 5 การเผยแพร่สื่อและประเมินผลการสื่อสาร

ฝ่ายผลิตและเผยแพร่ นำคอนเทนต์ที่ผ่านการอนุมัติความถูกต้องแล้วเข้าสู่กระบวนการเผยแพร่สู่สาธารณะ

- **รายละเอียดเชิงลึก:** กำหนดช่วงเวลาเผยแพร่ที่ให้ประสิทธิภาพสูงสุดของแต่ละช่องทางสื่อสารดิจิทัลของมหาวิทยาลัย เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง
- **การจัดการไฟล์สื่อ:** กรณีหน่วยงานมีไฟล์ภาพหรือคลิปวิดีโอคุณภาพสูงที่ดำเนินการไว้เอง สามารถส่งมอบผ่านระบบ Cloud Storage เพื่อจัดเก็บเป็นคลังสื่อ (Media Assets) ภายใต้การดูแลที่ถูกต้องตามหลัก PDPA
- **หมายเหตุสำคัญ:** กระบวนการดำเนินงานทั้งหมดเป็นบริการเพื่อสนับสนุนภารกิจของหน่วยงานภายใน โดยไม่มีค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น

ตารางสรุปแนวทางการขอรับบริการในการผลิตคอนเทนต์ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานภายใน

ขั้นตอน	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ	เอกสารสำคัญ	จุดเน้น	หมายเหตุ
1. แจ้งความประสงค์	ล่องหน้า อย่างน้อย 3 วันทำการ	หน่วยงาน ผู้รับบริการ	Fact Sheet / กำหนดการ / ข้อมูล ไฮไลท์ที่ ต้องการเน้น	ยื่นข้อมูลชัดเจน ยิ่งไว : หากมี Key Message ที่ชัดเจน จะช่วยลดการแก้ไข งานได้	* ทุกขั้นตอน ไม่มี ค่าใช้จ่าย ใดทั้งสิ้น
2. วางแผนเชิงกลยุทธ์	ภายใน 1 วันทำการ	ฝ่ายข่าว	รายละเอียด นัดหมาย / รูปแบบสื่อที่ เหมาะสม	ตีโจทย์ให้แตก : ช่วยวิเคราะห์ว่า เรื่องของคุณควร เล่าแบบไหนถึงจะ สะกดใจ กลุ่มเป้าหมาย	
3. ผลิตสร้างสรรค์สื่อ	ตามความ ซับซ้อน ของ ชิ้นงาน	ฝ่ายข่าว + ฝ่ายผลิต และ เผยแพร่	วัตถุดิบภาพ- เสียง / ร่าง เนื้อหา / งาน กราฟิกและ ตัดต่อ	คุณภาพ : เนื้อหาที่ แม่นยำ ผสานกับ งานภาพที่ทันสมัย	
4. ตรวจสอบคุณภาพ	1 วันทำการ	ฝ่ายข่าว + ฝ่ายผลิตฯ (ร่วมกับ ผู้รับบริการ)	เอกสาร Proof Sheet เพื่อ ยืนยันความ ถูกต้อง	สร้างความเชื่อมั่น : ตรวจสอบ ข้อเท็จจริงร่วมกัน เพื่อป้องกัน Crisis และรักษาชื่อเสียง องค์กร	
5. เผยแพร่ทรงพลัง	ตาม ตาราง (Prime Time)	ฝ่ายผลิต และ เผยแพร่	คอนเทนต์ ฉบับสมบูรณ์ และลิงก์การ เผยแพร่	ส่งสารให้ถึงใจ : เลือกเวลาเผยแพร่ที่ เหมาะสม เพื่อสร้าง การรับรู้และยอด การเข้าถึงสูงสุด	

**แนวถาม-ตอบ (O&A) สำหรับการขอรับบริการในการผลิตคอนเทนต์ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์
สำหรับหน่วยงานภายใน**

ประเด็นที่ 1 การสรุปประเด็นกลยุทธ์

คำถาม: หากโครงการมีรายละเอียดเยอะมาก ควรเลือกข้อมูลอย่างไรให้เป็นจุดขาย?

คำตอบ: ให้ยึดจาก "ผลกระทบที่เกิดกับสังคมหรือกลุ่มเป้าหมาย" (Impact) โดยอาจใช้ AI ช่วยสรุปเนื้อหาจากโครงการยาวๆ ให้เหลือประเด็นที่ "คม" และ "สั้น" พร้อมตั้งชื่อหัวข้อข่าวที่น่าสนใจ เพื่อให้ฝ่ายข่าวเห็นจุดขายของงานทันที

ประเด็นที่ 2 ความแม่นยำและการเสริมฐานข้อมูล

คำถาม: ทำไมต้องระบุตัวเลขสถิติหรือตำแหน่งวิชาการอย่างละเอียด?

คำตอบ: เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือของมหาวิทยาลัย ตัวเลขสถิติ (เช่น จำนวนผู้รับประโยชน์, ผลสำเร็จนวัตกรรม) คือหลักฐานที่จับต้องได้ ซึ่ง AI สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปวิเคราะห์เพื่อสร้าง Content ที่ทรงพลังมากขึ้น ส่วนชื่อและตำแหน่งที่ถูกต้อง 100% จะช่วยป้องกันความผิดพลาดที่อาจส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์องค์กร

ประเด็นที่ 3 ระบบการประสานงาน บุคคลสำคัญ และการจัดการสื่อ

คำถาม: ทำไมต้องระบุชื่อผู้ประสานงาน หรือบุคคลที่ให้ข้อมูลเสริมให้ชัดเจน?

คำตอบ: เพื่อให้เกิดการสื่อสารแบบ Single Point of Contact ป้องกันข้อมูลคลาดเคลื่อน โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ผู้ประสานงานหน้างาน (ดูแลสถานที่/อำนวยความสะดวก) และ บุคคลที่ให้ข้อมูลเสริม (อาจารย์/นักวิจัยที่ให้ข้อมูลเชิงลึกเข้าใจง่าย) เพื่อให้ฝ่ายข่าวได้รับข้อมูลที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ

คำถาม: หากงานเสร็จสิ้นแล้วและมีไฟล์ภาพ/คลิปอยู่แล้ว ต้องเตรียมการอย่างไร?

คำตอบ: ให้รวบรวมไฟล์ใส่ Cloud Storage โดยแยกโฟลเดอร์ให้ชัดเจน และ สำคัญที่สุดคือต้องคัดกรองภายใต้หลัก PDPA (มีการขออนุญาตบุคคลในภาพ) และถูกกฎหมาย (ไม่มีเนื้อหาละเมิดลิขสิทธิ์) โดยสามารถใช้ AI ช่วยคัดเลือกภาพที่คุณภาพดีที่สุด หรือช่วยตรวจสอบความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลที่อาจติดมาในภาพได้

***สรุป - การเตรียม ข้อมูลที่คม-บุคคลที่ใช้-ไฟล์ที่พร้อม โดยนำเทคโนโลยี AI เข้ามาช่วยลดเวลาและเพิ่มความถูกต้อง เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ เป็นมืออาชีพ ตามกฎหมาย PDPA**

(นายอลงกรณ์ รัตตะเวทิน นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ : รวบรวมข้อมูล)

อนุมัติ ณ วันที่20 มีนาคม 2569.....

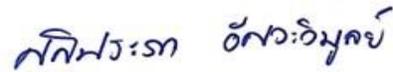
ลงชื่อ



(นางนงเยาว์ ชัดวิงษ์)

หัวหน้าฝ่ายข่าว

ลงชื่อ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศศิประภา อัคระวิบูลย์)

ปฏิบัติหน้าที่รักษาราชการแทนผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์