



ชื่อเรื่อง

การใช้มือถือผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์
เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร

โดย คณะกรรมการการจัดการความรู้

สำนักการตลาดและสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยพายัพ

ปีการศึกษา 2565

คำนำ

รายงานผลการดำเนินกิจกรรมด้านการจัดการความรู้ในประเด็น “การใช้มือถือผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร” ของสำนักการตลาดและสื่อสารองค์กร ประจำปีการศึกษา 2565 ฉบับนี้ เป็นการรวบรวมข้อมูลและผลงานจากการใช้โทรศัพท์มือถือผลิตสื่อ Infographics จัดทำคลังความรู้ และแนวปฏิบัติที่ดีที่ได้รับ พร้อมทั้งเผยแพร่คลิปวีดิทัศน์ผ่านเว็บไซต์ www.payap.ac.th เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ผู้สนใจได้นำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลต่อการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

คณะกรรมการการจัดการความรู้
สำนักการตลาดและสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยพายัพ
พฤษภาคม 2566

สรุปองค์ความรู้ที่ได้



องค์ความรู้ที่ได้จากการจัดการความรู้ครั้งนี้คือ “5 ฐูสู่การใช้มือถือผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร”

1. ฐูข่าวสารที่ต้องการสื่อ



2. ฐูสื่อและช่องทางที่จะประชาสัมพันธ์ข่าวสาร



3. รู้การใช้งาน Application อย่างง่ายช่วยในการผลิตสื่อ



4. รู้หลักการออกแบบและสร้างสรรค์



5. รู้เท่าทันลิขสิทธิ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ข
สรุปองค์ความรู้ที่ได้	ค
สารบัญ	
1. บทนำ	1
2. แรงแบนตาลใจ/สถานการณ์ปัญหา	2
3. แผนการจัดการความรู้	3
4. คณะกรรมการดำเนินการ	5
5. การถอดบทเรียนและสังเคราะห์ความรู้	
- รู้ข่าวสารที่ต้องการสื่อ	6
- รู้สื่อและช่องทางที่จะประชาสัมพันธ์ข่าวสาร	9
- รู้การใช้งาน Application อย่างง่ายช่วยในการผลิตสื่อ	12
- รู้หลักการออกแบบและสร้างสรรค์	13
- รู้เท่าทันลิขสิทธิ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	14
6. ภาคผนวก	16
- สคริปต์สรุป KM เรื่อง การใช้มือถือผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร	
- รูปภาพประกอบ	

บทนำ

“เทคโนโลยีเบ่งบาน ก้าวทันโลกข่าวสาร ต้องเรียนรู้การใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์” ในปีการศึกษา 2564 สำนักการตลาดและสื่อสารองค์กร ได้รับข้อเสนอแนะในจุดที่ควรพัฒนา เรื่อง การจัดการความรู้ จากคณะกรรมการประเมินคุณภาพภายใน ระดับหน่วยงานสนับสนุน ว่าควรมีการพัฒนาระบบและกลไกการจัดการความรู้ กำหนดประเด็นการจัดการความรู้ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของหน่วยงาน ซึ่งภารกิจหลักของสำนักการตลาดและสื่อสารองค์กรคือ การสื่อทุกข้อมูลข่าวสารแก่บุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเพิ่มผู้เรียนในอนาคต สร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย จากภารกิจหลักดังกล่าว จึงเป็นที่มาของการริเริ่มดำเนินการจัดการความรู้ในประเด็น “การใช้มือถือผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร” โดยบุคลากรในสำนักฯ มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เบื้องหลังสำคัญที่ว่า “ใคร ๆ ก็ใช้มือถือผลิตสื่อได้”

แรงบันดาลใจ/สถานการณ์ปัญหา

ด้วยข้อจำกัดด้านจำนวนบุคลากรประจำสำนักการตลาดและสื่อสารองค์กร ที่ปัจจุบันมีบุคลากรรวมทั้งสิ้น 5 คน และมีผู้ออกแบบและผลิตสื่อได้เพียง 1 คน คือ นายณัฐพล เหล่ากุลดิลก ประกอบกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารโครงการ กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยมีมากและต้องสื่อสารอย่างรวดเร็ว ในขณะที่ปัจจุบันคนรุ่นใหม่สามารถใช้มือถือผลิตสื่ออย่าง ง่ายได้ ผ่านการใช้งาน Applications ต่าง ๆ ที่ให้บริการ Download ได้ฟรี เพื่อเป็นการปรับตัวให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง ดังกล่าว จึงเป็นที่มาของการปรึกษาร่วมกันว่าบุคลากรทุกคนจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ให้มีทักษะในการ ผลิตสื่ออย่างง่าย อันเป็นทักษะสมัยใหม่ในปัจจุบันที่ใคร ๆ ก็เรียนรู้ฝึกฝน และทำได้

เมื่อบุคลากรทุกคนเปิดใจต้อนรับการเปลี่ยนแปลงและพร้อมที่จะปรับตัว เพื่อให้ตนเองมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้ งานของสำนักฯ สำเร็จมากยิ่งขึ้น จึงกำหนดให้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการเป็นเวลา 2 วันที่ได้ใช้เวลาร่วมกันในการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ คือ วันที่ 5 เมษายน 2566 และวันที่ 19 เมษายน 2566 ในการสอนงาน (Coaching), เพื่อนช่วยเพื่อน (Peer Assist), การเรียนรู้โดยการปฏิบัติ (Action Learning) เพื่อแลกเปลี่ยน แบ่งปัน ฝึกฝน จนมีผลงานการผลิตสื่อจากการใช้มือถือคนละ 3 ชิ้นงาน ที่น่าชื่นใจคือ แต่ละผลงานมีความสวยงามมากขึ้นตามทักษะที่ได้รับการฝึกฝนและพัฒนา และนำมาใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ได้จริง

แผนการจัดการความรู้

แบบฟอร์มแผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan)

แผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan) : กระบวนการจัดการความรู้ (KM Process)								
ชื่อหน่วยงาน : สำนักการตลาดและสื่อสารองค์กร								
ประเด็น KM: การใช้มือถือผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์ เพื่อการประชาสัมพันธ์								
เป้าหมาย KM (Desired State) : สามารถผลิตสื่อประชาสัมพันธ์จากมือถือ การวัดผล : มีชิ้นงานที่ผลิตจากมือถือ								
ลำดับ	กิจกรรม	วิธีการสู่ความสำเร็จ	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ	สถานะ
1	การบ่งชี้ความรู้	กำหนดประเด็นการจัดการความรู้ในที่ประชุมสำนักฯ	มิ.ย. – พ.ย. 65	ได้ประเด็นความรู้	ภายในเดือน พ.ย. 65	กรรมการจัดการความรู้ของสำนักฯ	ผู้อำนวยการ	<input type="checkbox"/> ยังไม่ได้ดำเนินการ <input type="checkbox"/> อยู่ระหว่างการดำเนินการ <input checked="" type="checkbox"/> ดำเนินการแล้ว
2	การสร้างและแสวงหาความรู้	- หาความรู้จากแหล่งความรู้อื่น ๆ - จัดกิจกรรมระดมสมองและแลกเปลี่ยนเรียนรู้	พ.ย. 65 – เม.ย. 66	จำนวนการจัดกิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง	กรรมการจัดการความรู้ของสำนักฯ	ผู้อำนวยการ	<input type="checkbox"/> ยังไม่ได้ดำเนินการ <input type="checkbox"/> อยู่ระหว่างการดำเนินการ <input checked="" type="checkbox"/> ดำเนินการแล้ว
3	การจัดความรู้ให้เป็นระบบ	จัดอบรม การใช้มือถือผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติจริง	พ.ย. 65 – เม.ย. 66	จำนวนการจัดกิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง	บุคลากรสำนักฯ	ผู้อำนวยการ	<input type="checkbox"/> ยังไม่ได้ดำเนินการ <input type="checkbox"/> อยู่ระหว่างการดำเนินการ <input checked="" type="checkbox"/> ดำเนินการแล้ว
4	การประมวลและกลั่นกรองความรู้	ผู้อำนวยการ (ผู้รู้) ประมวลและกลั่นกรองความรู้ นำเสนอกรรมการ	พ.ย. 65 – เม.ย. 66	องค์ความรู้เรื่อง”การใช้มือถือผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์ เพื่อประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร”	”ได้องค์ความรู้เรื่อง”การใช้มือถือผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์ เพื่อประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร”	บุคลากรสำนักฯ	ผู้อำนวยการ	<input type="checkbox"/> ยังไม่ได้ดำเนินการ <input type="checkbox"/> อยู่ระหว่างการดำเนินการ <input checked="" type="checkbox"/> ดำเนินการแล้ว

แผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan) : กระบวนการจัดการความรู้ (KM Process)								
ชื่อหน่วยงาน : สำนักงานตลาดและสื่อสารองค์กร								
ประเด็น KM: การใช้มือถือผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์ เพื่อการประชาสัมพันธ์								
เป้าหมาย KM (Desired State) : สามารถผลิตสื่อประชาสัมพันธ์จากมือถือ การวัดผล : มีชิ้นงานที่ผลิตจากมือถือ								
ลำดับ	กิจกรรม	วิธีการสู่ความสำเร็จ	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ	สถานะ
5	การเข้าถึงความรู้	นำรูปเล่มและสรุปความรู้เผยแพร่ในคลังความรู้	เม.ย. – พ.ค. 66	เผยแพร่รูปเล่มและสรุปความรู้ในคลังความรู้	เผยแพร่รูปเล่มและสรุปความรู้ในคลังความรู้	กรรมการจัดการความรู้ของสำนักฯ	ผู้อำนวยการ	<input type="checkbox"/> ยังไม่ได้ดำเนินการ <input type="checkbox"/> อยู่ระหว่างการดำเนินการ <input checked="" type="checkbox"/> ดำเนินการแล้ว
6	การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้	- เผยแพร่รูปเล่มความรู้ - จัดกิจกรรมทบทวนแลกเปลี่ยนความรู้	เม.ย. – พ.ค. 66	- จัดกิจกรรม	-อย่างน้อย 1 ครั้ง	กรรมการจัดการความรู้ของสำนักฯ	ผู้อำนวยการ	<input type="checkbox"/> ยังไม่ได้ดำเนินการ <input type="checkbox"/> อยู่ระหว่างการดำเนินการ <input checked="" type="checkbox"/> ดำเนินการแล้ว
7	การเรียนรู้	บุคลากรในสำนักฯ ได้นำองค์ความรู้มาใช้ปฏิบัติงานได้	เม.ย. – พ.ค. 66	- จำนวนชิ้นงาน	อย่างน้อยคนละ 2 ชิ้นงาน	กรรมการจัดการความรู้ของสำนักฯ	ผู้อำนวยการ	<input type="checkbox"/> ยังไม่ได้ดำเนินการ <input type="checkbox"/> อยู่ระหว่างการดำเนินการ <input checked="" type="checkbox"/> ดำเนินการแล้ว
ผู้อนุมัติ : (หัวหน้าหน่วยงาน)								

คณะกรรมการดำเนินการ

- | | |
|---------------------------------|---------------------|
| 1. อาจารย์ ดร.ญาณิศา จันทร์เส็ง | ประธานคณะกรรมการ |
| 2. นายสุกิตติ วีเปลี่ยน | กรรมการ |
| 3. นายณัฐพล เหล่ากุลติลก | กรรมการ |
| 4. นายปริญญา ขาวสกุล | กรรมการ |
| 5. นางปาริชาติ ยอดทองเลิศ | กรรมการ |
| 6. นางวราภรณ์ วีเปลี่ยน | กรรมการและเลขานุการ |

การถอดบทเรียนและสังเคราะห์ความรู้

องค์ความรู้ที่ได้จากการจัดการความรู้ครั้งนี้คือ 5 รัฐสู่การใช้มือถือผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร โดยสามารถสรุปรายละเอียดแต่ละประเด็นได้ ดังนี้

1. **รู้ข่าวสารที่ต้องการสื่อ:** ข้อมูลข่าวสารที่สำนักงานการตลาดและสื่อสารองค์กรต้องประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่
 - 1.1 ข้อมูลข่าวสารด้านหลักสูตรและทุนการศึกษา ซึ่งเป็นการเน้นการสื่อสารประชาสัมพันธ์หลักสูตรที่เปิดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก หลักสูตรประกาศนียบัตร และหลักสูตรระยะสั้น รวมถึงการประชาสัมพันธ์ข่าวสารทุนการศึกษา อาทิ การให้ส่วนลดค่าเล่าเรียน ทุนหอพัก ทุนการศึกษาให้เปล่า เป็นต้น
 - 1.2 ข้อมูลข่าวสารด้านโครงการกิจกรรมต่าง ๆ ที่คณะวิชา/วิทยาลัย และหน่วยงานต่าง ๆ จัดขึ้น ตามแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยพายัพ รวมถึงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่มหาวิทยาลัยมีส่วนร่วมกับหน่วยงาน/องค์กรต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงแก่สถาบัน ในขณะเดียวกันสำนักงานการตลาดและสื่อสารองค์กร ยังใช้การสื่อสารเพื่อการย้ำอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของแบรนด์แก่สาธารณชนอย่างต่อเนื่องอีกด้วย อาทิ การผลิตสื่อเพื่อย้ำปณิธาน “สัจจะ-บริการ” เอกลักษณ์คือความเป็นนานาชาติ และอัตลักษณ์คือ คุณธรรมนำใจ รับผิดชอบต่อสังคม วิชาการก้าวหน้า พัฒนาสู่สากล นอกจากนี้ยังมีการผลิตสื่อเพื่อแสดงความยินดีแก่บุคลากรที่ได้รับรางวัลเชิดชูเกียรติ โดยมีข้อความที่ระบุ Mindset ที่สร้างแรงบันดาลใจแก่ทุกคน อันเป็นแบบอย่างที่ดีให้ทุกคนเกิดขวัญและกำลังใจที่ดีในการทำงาน

ข่าวสารด้านหลักสูตรที่เปิดการเรียนการสอนในปัจจุบัน ที่สามารถนำข้อมูลมาผลิตเป็นสื่อ Infographics ได้ดังนี้

หลักสูตรระดับปริญญาตรี (4 ปี)

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต Bachelor of Communication Arts Program

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ Communication Arts

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต Bachelor of Arts Program

สาขาวิชาคริสต์ศาสนศาสตร์ Christian Theology

สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสารสำหรับชาวต่างประเทศ Thai For Communication for Foreigners

สาขาวิชาการสื่อสารภาษาอังกฤษ English Communication

สาขาวิชาภาษาอังกฤษ English

สาขาวิชาจิตวิทยา Psychology

สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น Japanese Language and Culture

สาขาวิชาภาษาจีนธุรกิจ Business Chinese

หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต Bachelor of Laws Program

หลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต Bachelor of Nursing Science Program

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต Bachelor of Science Program

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ Information Technology

สาขาวิชาวิศวกรรมซอฟต์แวร์ Software Engineering

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต Bachelor of Business Administration Program

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ International Business Management

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ Hospitality Industry Management

สาขาวิชาการจัดการโรงแรม Hotel Management

สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัลและเทคโนโลยีทางการเงิน Digital Business and Financial Technology

สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมธุรกิจอาหาร Innovative Food Business Management

สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล Digital Marketing

สาขาวิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ Management and Entrepreneurship

สาขาวิชาการบริหารการเงินและการลงทุน Financial Management and Investment

หลักสูตรดุริยางคศาสตรบัณฑิต Bachelor of Music Program

หลักสูตรบัญชีบัณฑิต Bachelor of Accountancy Program

หลักสูตรเภสัชศาสตรบัณฑิต Doctor of Pharmacy Program

สาขาวิชาการบริหารทางเภสัชกรรม Pharmaceutical care

ทั้งนี้ ประเด็นข่าวสารโดยทั่วไปที่สำนักการตลาดและสื่อสารองค์กรพิจารณาและนำมาประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อ Infographics ยังสามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่

1. ข่าวเด่น ประเด็นร้อน และสถานการณ์วิกฤติ
2. สอน How to
3. ให้ความรู้ Did you know
4. บอกเล่าตำนาน/วิวัฒนาการ
5. อธิบายผลสำรวจหรืองานวิจัย
6. กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม
7. โพรโมทสินค้าหรือบริการ

ตัวอย่างสื่อ Infographics ที่ใช้มือถือในการผลิตสื่อ



**เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่
ระดับปริญญาโท - เอก
ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป**

Payap university

หลักสูตรระดับปริญญาโท - เอก

- ✓ หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต Master of Laws Program
- ✓ หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต Master of Education Program
 - ✦ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา Educational Administration ไทย - อังกฤษ
 - ✦ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา Educational Administration อังกฤษ-จีน
- ✓ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต Master of Arts Program
 - ✦ สาขาวิชาศึกษาศาสตร์และพืชสมุนไพรเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น Cannabis and Medicinal Plants for Local Development ไทย - อังกฤษ
 - ✦ สาขาวิชาภาษาศาสตร์ Linguistics อังกฤษ
 - ✦ สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษแก่ผู้พูดภาษาอื่น Teaching English to Speakers of Other Languages อังกฤษ
 - ✦ สาขาวิชาการสอนภาษาจีนแก่ผู้พูดภาษาอื่น Teaching Chinese to Speakers of Other Languages อังกฤษ-จีน
- ✓ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต Master of Business Administration Program
 - ✦ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร Business Administration for Executives อังกฤษ-จีน
- ✓ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต Master of Business Administration Program ไทย - อังกฤษ-จีน
- ✓ หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต Master of Management Program
 - ✦ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมและสร้างสรรค์ Cultural and Creative Industry Management อังกฤษ-จีน
- ✓ หลักสูตรศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต Doctor of Education Program
 - ✦ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา Educational Administration ไทย - อังกฤษ
- ✓ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต Doctor of Business Administration Program ไทย - อังกฤษ
- ✓ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต Doctor of Philosophy Program
 - ✦ สาขาวิชาการสร้างสันติภาพ Peacebuilding อังกฤษ
 - ✦ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ Business Administration อังกฤษ-จีน
 - ✦ สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษแก่ผู้พูดภาษาอื่น Teaching English to Speakers of Other Languages อังกฤษ-จีน
 - ✦ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา Educational Administration อังกฤษ-จีน
 - ✦ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมและสร้างสรรค์ Cultural and Creative Industry Management อังกฤษ-จีน
 - ✦ สาขาวิชาศึกษาศาสตร์และพืชสมุนไพรเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น Cannabis and Medicinal Plants for Local Development ไทย - อังกฤษ

งานรับสมัครนักศึกษาใหม่ 0 5385 1478 ต่อ 240, 241

ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการ



สำนักการตลาดและสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยพายัพ

**โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้
การใช้มือถือผลิตสื่อสร้างสรรค์
ด้วย Application ยอดนิยม**

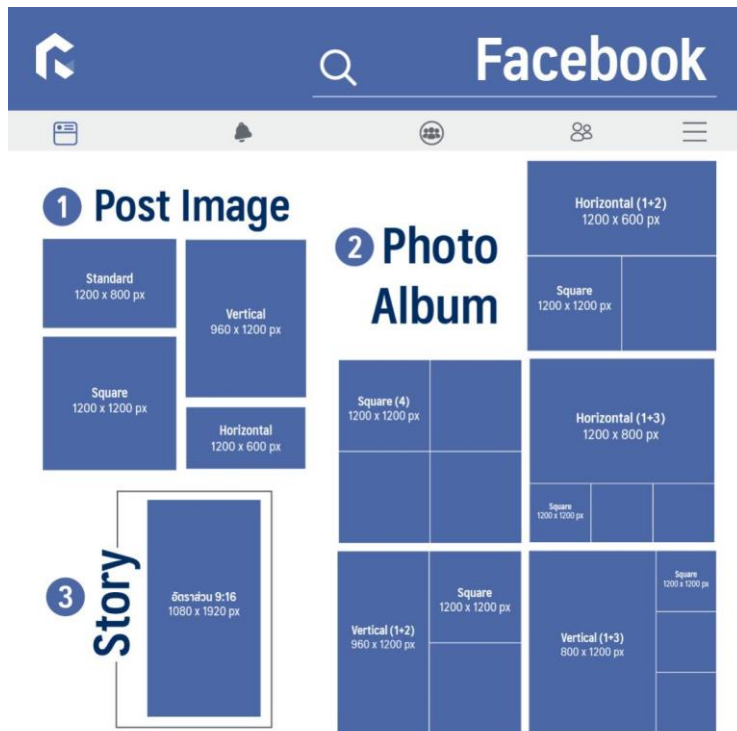
พุธ 5 เมษายน 2566 เวลา 09.00-12.00 น.
พุธ 19 เมษายน 2566 เวลา 09.00-16.00 น.

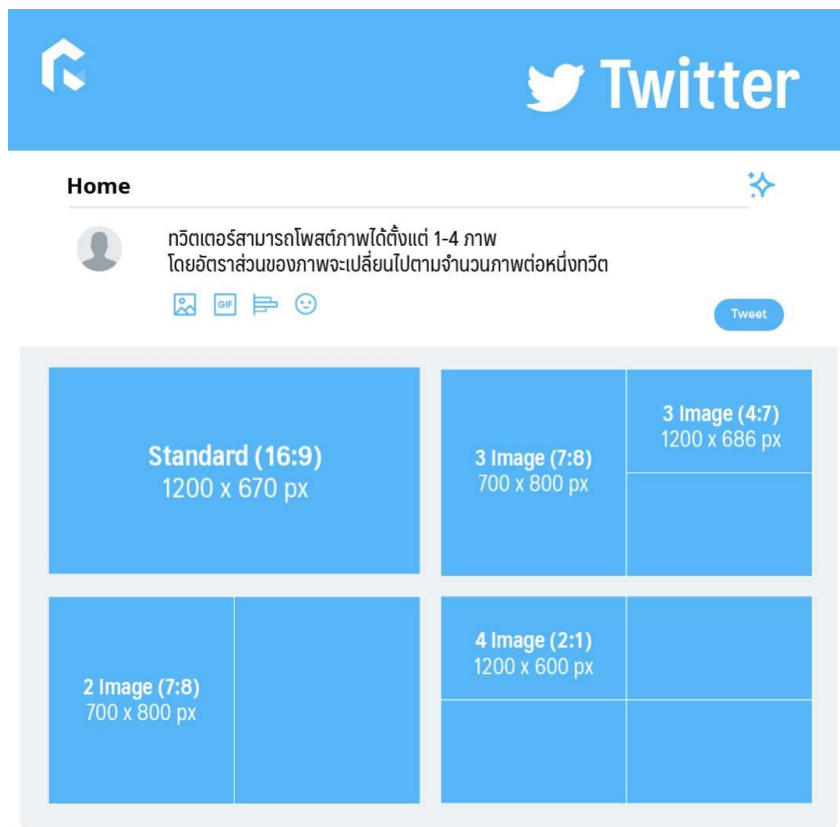
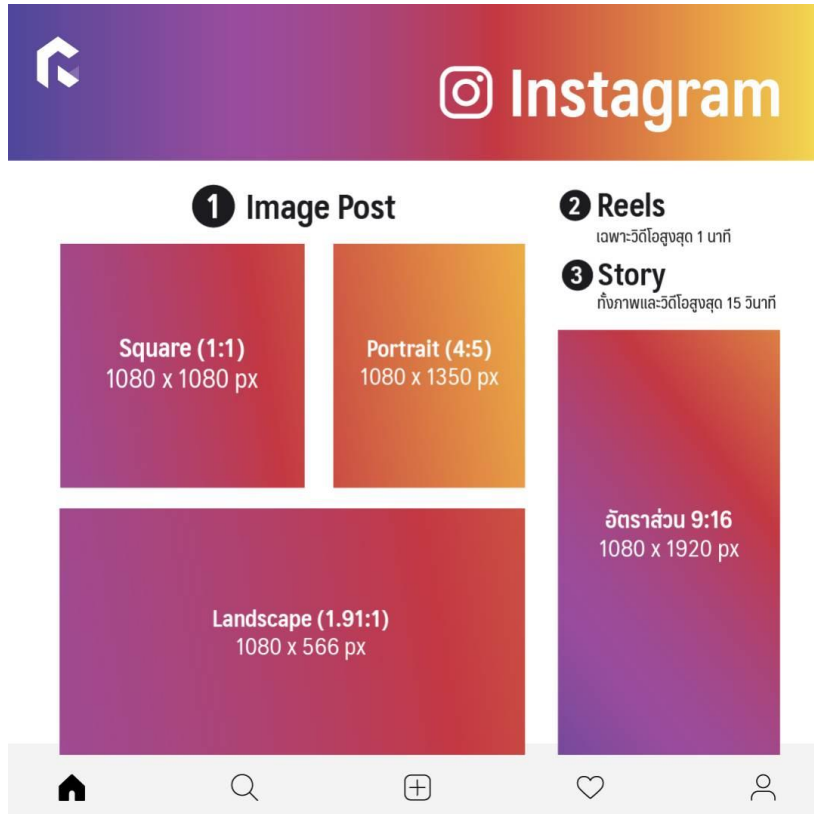
*Dr. Yanisa Chansong
Director*

If you can't avoid it, Enjoy it!!

2. รู้สื่อและช่องทางที่จะประชาสัมพันธ์ข่าวสาร

สื่อและช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารหลักที่สำนักการตลาดและสื่อสารองค์กร รับผิดชอบอยู่ ประกอบด้วย Facebook: PYU Society และ Payap University Chiang Mai Thailand, เว็บไซต์ www.payap.ac.th ช่องทาง News & Events, LINE: @PYU NEWS ซึ่งการรู้ ช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์หลักเหล่านี้ สามารถทำให้เราทราบขนาดภาพของสื่อที่เราจะใช้ในการผลิตได้ ดังนี้





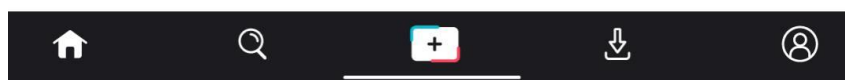
Standard web size banners



1 Video

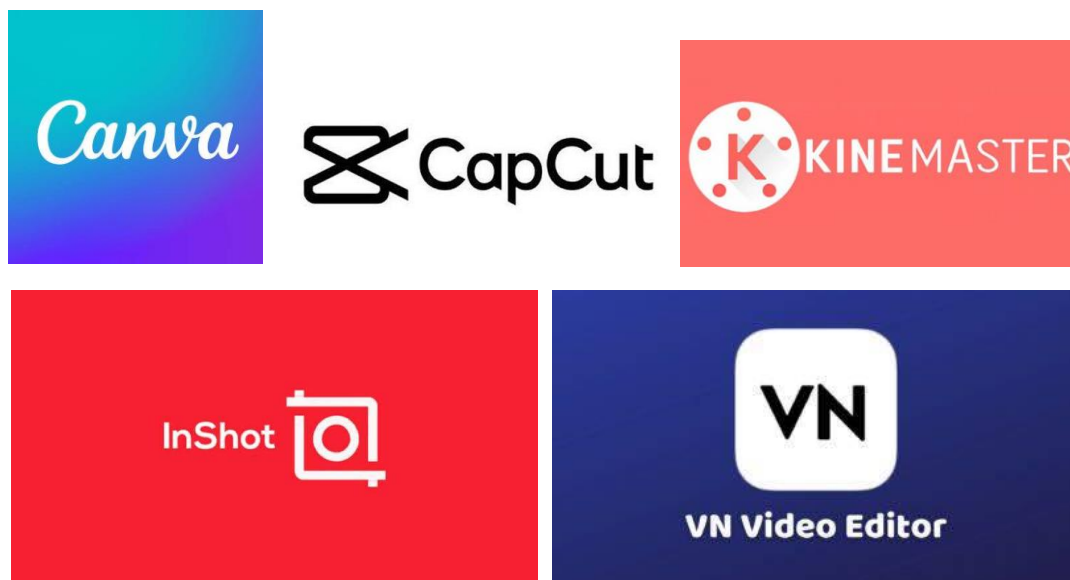


- รองรับไฟล์ MP4 และ WEBM
- ความยาววิดีโอ 10 นาที



3. รู้การใช้งาน Application อย่างง่ายช่วยในการผลิตสื่อ

ปัจจุบันมี Applications เปิดให้ Download ใช้งานฟรีมากมาย เพื่อช่วยให้การผลิตสื่อ Infographics ง่าย สะดวก รวดเร็ว ซึ่ง Applications ที่สำนักการตลาดและสื่อสารองค์กรได้นำมาผสมผสานกัน เป็นตัวช่วย ในการผลิตสื่อมีหลาย Applications ประกอบด้วย

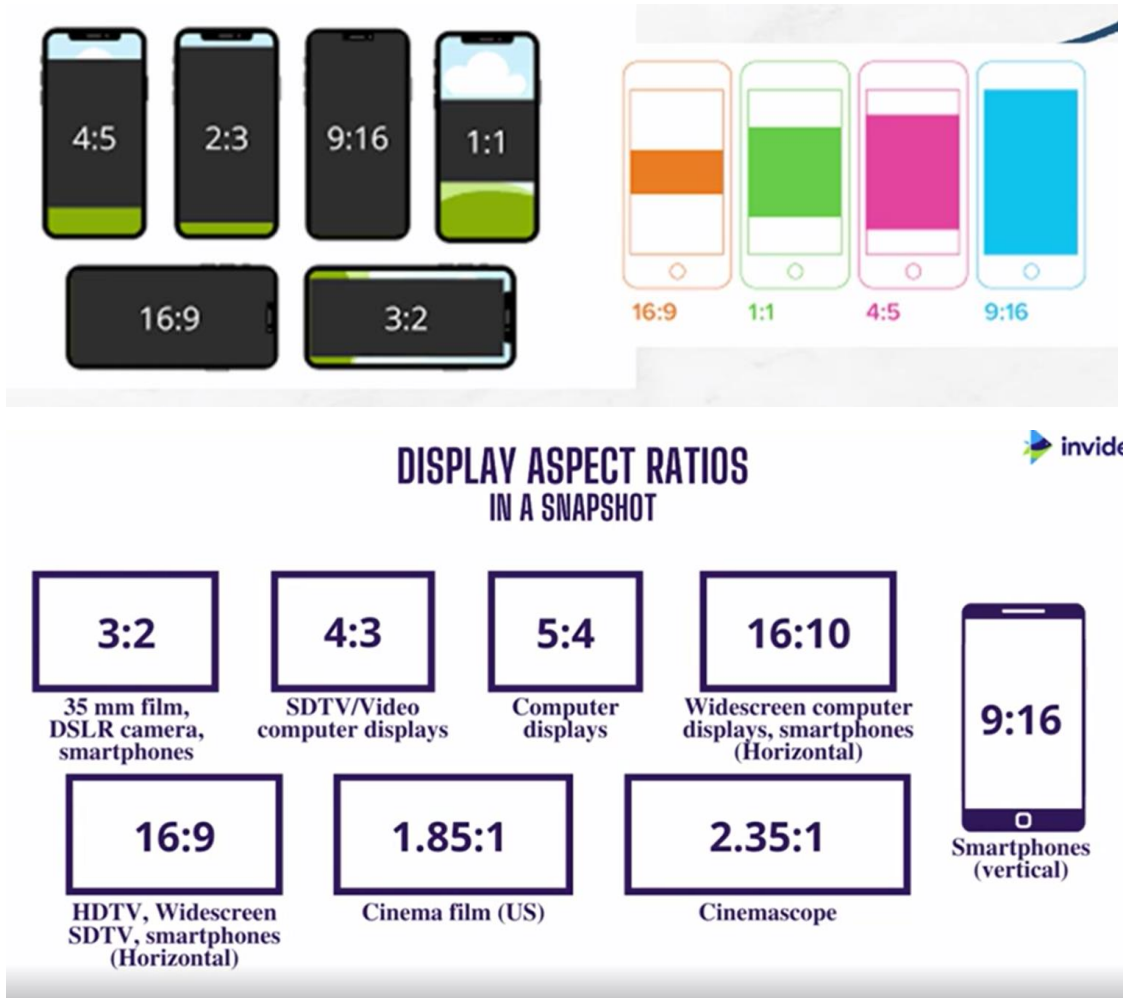


ทั้งนี้ ในแต่ละ Applications ต่างก็มีจุดเด่นและอรรถประโยชน์ต่อการนำมาผลิตสื่อ Infographics อย่างง่ายได้อย่างรวดเร็ว อาทิ การตกแต่งภาพแบบพร้อมใช้ การตัดคัท แบบของข้อความมีให้เลือกหลากหลาย รวมถึง Template ที่เหมาะกับวัตถุประสงค์ของการใช้งาน กล่าวโดยสรุป Applications ต่าง ๆ ที่สำนักการตลาดและสื่อสารองค์กรนำมาใช้เป็นตัวช่วยในการออกแบบสื่อต่างก็มีจุดเด่น ดังนี้

1. มีประเภทของฟอนต์ที่หลากหลายที่พร้อมให้ออกแบบสร้างสรรค์ผลงานได้ตรงจุดประสงค์มากมาย
2. มี Template ฟรี พร้อมให้เลือกใช้งานได้
3. แก้ไขตกแต่งปรับแสงรูปภาพได้ง่าย
4. มีภาพฟรี, Vector ฟรี, ฟอนต์ฟรี และเครื่องมือฟรีเพื่อการสร้างสรรค์ภาพให้มีสีสันสวยงามดึงดูดใจ
5. ใช้งานได้ง่าย และสามารถดาวน์โหลดภาพและเสียงจาก Applications ที่ให้บริการจากเจ้าของเดียวกันได้ อาทิ CapCut กับ TikTok เป็นต้น
6. ใช้งานแบบออนไลน์ได้โดยไม่ต้อง Download Applications เก็บไว้ให้สิ้นเปลืองพื้นที่ในโทรศัพท์มือถือ
7. มีสติ๊กเกอร์และเอฟเฟกต์ต่าง ๆ ให้เลือกสรร
8. ทุก Applications ต่างก็มีบริการตัดต่อวิดีโอด้วย ซึ่งจะเป็นการอบรมในครั้งต่อไป

4. รู้หลักการออกแบบและสร้างสรรค์

สำนักการตลาดและสื่อสารองค์กรให้ความสำคัญต่อการเลือกภาพ การคิดข้อความในสื่อ และการเซฟขนาดภาพเพื่อการใช้งาน กล่าวคือ ภาพ 1 ภาพสามารถแทนคำพูดเป็น 1,000 คำ รูปภาพนั้นทรงพลังสื่อถึงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าคำพูด สามารถบอกเล่าเรื่องราวโดยใช้กราฟิกถ่ายทอดความคิดแทนการใช้คำศัพท์เป็นจำนวนมาก ดังนั้นเราจึงต้องให้ความสำคัญต่ออัตราส่วนของภาพที่ใช้ หรือที่เรียกว่า Aspect ratio คือความกว้าง (แนวนอน) และความสูง (แนวตั้ง) ดังภาพนี้



บุคลากรผู้เข้าร่วมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ยังได้เรียนรู้ชนิดภาพและประเภทไฟล์ในงานกราฟิก ซึ่งนิยมใช้ภาพแบบ Bitmap และภาพแบบ Vector โดยภาพแบบ Bitmap นั้นเมื่อมีการขยายภาพมาก ๆ ภาพจะแตกและเบลอ ทำให้เสียคุณภาพของภาพ หากนำมาใช้ออกแบบก็จะทำให้สื่อ PR ดูไม่มีความเป็นมืออาชีพ ซึ่งจะสังเกตได้จากไฟล์ตระกูลรูปภาพ เช่น JPG, BMP, TIFF หรือ PNG ข้อดีคือสามารถเปิดดูได้ง่าย ไม่ต้องใช้โปรแกรมเฉพาะ ในขณะที่มีข้อเสียคือขยายขนาดใหญ่มาก ๆ เกินความละเอียดภาพที่กำหนดไว้ไม่ได้ เพราะจะทำให้ภาพแตก ในขณะที่ภาพแบบ Vector จะคมชัดและย่อขยายได้มาก โดยไฟล์ AI จะต้องเปิดกับโปรแกรม Illustrator เท่านั้น ข้อดีคือสามารถย่อขยายภาพได้โดยไม่เสียรายละเอียด ข้อเสียคือต้องใช้โปรแกรมเฉพาะในการเปิดไฟล์ดังที่กล่าวไว้

การกำหนดความละเอียดของภาพ (Resolution) เป็นสิ่งสำคัญเพราะจะทำให้ชิ้นงานสื่อได้ผลลัพธ์ในการสื่อความหมายได้ดี ภาพที่นำมาใช้งานไม่แตกเบลอ อาทิเช่น ค่าความละเอียด 72 Pixel/Inch ใช้สำหรับการแสดงบนจอคอมพิวเตอร์ เช่น ภาพโฆษณาบนสื่อโซเชียลมีเดีย ภาพงานบนเว็บไซต์ รูปภาพต่าง ๆ บนออนไลน์ เป็นต้น

ในส่วนของการคิดข้อความให้โดดเด่นโดนใจนั้น ทางสำนักฯ ได้ใช้หลักการสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างไรให้คน “อิน” ในที่นี้ได้ยึดหลัก 4 อิน ประกอบด้วย

1. **Insight** มีเรื่องลึก เรื่องเจาะ จากภายในประสบการณ์ ตัวตน ความต้องการ จากมุมมองของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการจะสื่อสาร เรื่องต้องจริง (เรียล) ให้มาก ๆ ซึ่งส่วนนี้เป็นองค์ประกอบของอารมณ์ (emotion) เป็นประเด็นนำเรื่อง (lead line) ดึงดูดให้สนใจเนื้อหาจนไปถึงข้อมูลที่เราต้องการสื่อสารประชาสัมพันธ์
2. **Information** มีข้อมูลที่ดี ตัวเลข สถิติ ความน่าเชื่อถือ เป็นองค์ประกอบของ fact เป็นข้อเท็จจริงเป็นส่วนของเหตุ-ผล (rational/cause & effect) ที่เราสื่อสารเพิ่มเติม ทำให้เรื่องราวที่จะสื่อมีน้ำหนัก มีแนวโน้ม มีความน่าจะเป็น มีความจับต้องเห็นเด่นชัดได้
3. **Interest** ผลประโยชน์ หรือประโยชน์ที่ผู้รับข่าวสารจะได้รับ การสื่อสารที่ดีจะต้องทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับ ต่อสังคม ทำให้รับรู้ได้ว่าเรื่องที่สื่อสารประชาสัมพันธ์มีความเชื่อมโยง ส่งผลกระทบต่อผู้รับและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นองค์ประกอบของคุณค่า ประโยชน์ และการนำไปใช้
4. **Inspiration** แรงบันดาลใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ดี เมื่อผู้รับได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารแล้ว จะอยากลุกขึ้นมาเปลี่ยนแปลง สร้างสรรค์อะไรสักอย่าง อาจเป็นเรื่องที่ตัวเองทำเพื่อตนเอง หรือทำเพื่อสังคม เป็นมิติเชิงความสร้างสรรค์ เรื่องสามารถถูกแพร่กระจายไปได้กว้างขวางมากกว่า เพราะเป็นสิ่งบวกที่ผู้คนจะได้รู้สึกดีกับตนเอง

หลักการสร้างสรรค์เนื้อหาให้โดดเด่นโดนใจผู้รับทั้ง 4 ประเด็นดังกล่าวข้างต้น บุคลากรของสำนักการตลาดและสื่อสารองค์กรได้นำมาเป็นหลักในการคิด Key message หรือ Key concept ในการสื่อสาร รวมถึงการพัฒนาเนื้อหาย่อยอื่น ๆ ให้เข้าถึงซึ่งความรู้สึกของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายหลักได้

5. รู้เท่าทันลิขสิทธิ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การจัดการความรู้ในประเด็น “การใช้มือถือผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร” ได้มีการแนะนำแหล่งที่สามารถ Download รูปภาพฟรีอย่างถูกลิขสิทธิ์ อาทิเช่น unsplash.com, pixabay.com, pexels.com, Freepik.com, CANCA เป็นต้น ซึ่งในแต่ละแหล่งจะมีการระบุคำอธิบายลิขสิทธิ์ที่เราจะสามารถนำไปใช้ได้โดยไม่ผิดเงื่อนไขเป็นการอนุญาตว่าสามารถนำไปใช้ได้ทั้งในแบบส่วนตัวหรือในเชิงพาณิชย์ได้ ผู้ผลิตสื่อ Infographics จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาเพื่อไม่ให้ชิ้นงานที่ทำในนามของมหาวิทยาลัยละเมิดลิขสิทธิ์ก่อให้เกิดความเสียหายได้ในภายหลัง

ความรู้ที่ได้รับจากการอบรม “การใช้มือถือผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร” คือพลังที่ทำให้บุคลากรของสำนักฯ มีความมั่นใจในการใช้ Application ที่ทันสมัยช่วยสร้างสรรค์สื่อ Infographics เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว สื่อสวยงาม เนื้อความดี ที่สำคัญสร้างความตระหนักในตนด้านการพัฒนาตนและพัฒนางาน สู่จุดหมายปลายทางสำคัญคือการนำความรู้และประสบการณ์ที่แต่ละคนมี สู่อการปฏิบัติร่วมกันอย่างเกิดผลในงานด้วยความรู้สึกเบิกบานใจไปพร้อม ๆ กัน

ภาคผนวก

สคริปต์ สรุปรูป KM สำนักงานการตลาดและสื่อสารองค์กร ปีการศึกษา 2565
เรื่อง การใช้มือถือผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร

ข้อความบรรยาย
<p>สรุปการจัดการความรู้ (KM) ปีการศึกษา 2565 “การใช้มือถือผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร” โดย สำนักงานการตลาดและสื่อสารองค์กร</p>
<p>อ.มีน: เทคโนโลยีเบงบาน ก้าวทันโลกข่าวสาร ต้องเรียนรู้การใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์</p>
<p>นัท: เรื่องผลิตสื่อ ผมยืน 1 แต่งานล้นมือครับ ทำไม่ทัน ถ้ามีคนช่วยทำได้บ้าง คงจะดีไม่น้อยครับ</p>
<p>แอร์: ไม่อยู่ในสายเลือดเลยคะ แต่ก็ต้องพยายามเรียนรู้</p>
<p>เอ๋: ทำได้ ทำไม่ได้ KM เสรีจ่อยมว่ากันครับ 555555</p>
<p>อิว: มันสนุกมากนะคะ แรกๆ ก็ทำไม่เป็นเลย แต่พอได้ลองใช้ App ทำในมือถือ ยิ่งทำยิ่งทำหาย สิ่งที่ได้นอกจากสื่อสวย ๆ ด้วยมือเราแล้ว ยังได้พัฒนาทักษะการผลิตสื่ออีกด้วยคะ</p>
<p>อ.มีน: ในปีการศึกษา 2564 สำนักงานการตลาดและสื่อสารองค์กร ได้รับข้อเสนอแนะในจุดที่ควรพัฒนา เรื่อง การจัดการความรู้ จากคณะกรรมการประเมินคุณภาพภายใน ระดับหน่วยงานสนับสนุน ว่าควรมีการพัฒนากระบวนการจัดการความรู้ กำหนดประเด็นการจัดการความรู้ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของหน่วยงาน ซึ่งภารกิจหลักของเราคือ การสื่อทุกข้อมูลข่าวสารแก่บุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเพิ่มผู้เรียนในอนาคต สร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย จึงเป็นที่มาของการริเริ่มดำเนินการจัดการความรู้ในประเด็น “การใช้มือถือผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร” โดยบุคลากรในสำนักฯ มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เบื้องหลังสำคัญที่ว่า “ใครๆ ก็ใช้มือถือผลิตสื่อได้”</p> <p>2 วันที่เราได้ใช้เวลาร่วมกัน 5 เมษายน 2566 และ 19 เมษายน 2566 ในการสอนงาน (Coaching), เพื่อนช่วยเพื่อน (Peer Assist), การเรียนรู้โดยการปฏิบัติ (Action Learning) เพื่อแลกเปลี่ยน แบ่งปัน ฝึกฝน จนมีผลงานการผลิตสื่อจากการใช้มือถือคนละ 3 ชิ้นงาน ที่น่าชื่นใจคือแต่ละผลงานมีความสวยงามมากขึ้นตามทักษะที่ได้รับการฝึกฝนและพัฒนา และนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้จริง</p>
<p>กล่าวได้ว่า องค์ความรู้ที่ได้จากการจัดการความรู้ครั้งนี้คือ:</p> <p>5 รู้สู่การใช้มือถือผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รู้ข่าวสารที่ต้องการสื่อ 2. รู้สื่อและช่องทางที่จะประชาสัมพันธ์ข่าวสาร 3. รู้การใช้งาน Application อย่างง่ายช่วยในการผลิตสื่อ 4. รู้หลักการออกแบบและสร้างสรรค์ 5. รู้เท่าทันลิขสิทธิ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
<p>ความรู้ที่ได้รับจากการอบรม “การใช้มือถือผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร” คือพลังที่ทำให้บุคลากรของสำนักฯ มีความมั่นใจในการใช้ Application ที่ทันสมัยช่วยสร้างสรรค์สื่อ Infographics เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว สื่อสวยงาม เนื้อหาที่ดีที่สำคัญสร้างความตระหนักในตนด้านการพัฒนาตนและพัฒนางาน สู่จุดหมายปลายทางสำคัญคือการนำความรู้และประสบการณ์ที่แต่ละคนมีสู่การปฏิบัติร่วมกันอย่างเกิดผลในงานด้วยความรู้สึกเบิกบานใจไปพร้อม ๆ กัน</p>
<p>แอร์: ก็ไม่คิดว่าตัวเองจะทำได้ แต่ก็ทำได้จริงคะ</p>
<p>นัท: เรื่องผลิตสื่อผมไม่ต้องทำคนเดียวแล้วครับ มีเพื่อนช่วยทำ แบ่งเบาได้เยอะเลยครับ</p>
<p>อิว: เรื่องใช้มือถือผลิตสื่ออย่างง่าย ไวใจอิวได้คะ</p>
<p>เอ๋: ดีใจที่ได้ใช้เวลาอบรมร่วมกัน มีความสุข ได้ความรู้ แลกได้ผลงานด้วยครับ</p>
<p>“ใครๆ ก็ใช้มือถือผลิตสื่อได้” สำนักงานการตลาดและสื่อสารองค์กร “เราทำได้” Yes!!! We can</p>

รูปภาพประกอบ

