



คู่มือการปฏิบัติงาน

การจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)
ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

โดย

นางสาวคอชีหมีะ มาแมง

ตำแหน่ง นักวิชาการ

สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

สิงหาคม 2568



คู่มือการปฏิบัติงาน
การจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)
ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

โดย
นางสาวคอชีหิมา มาแมง
ตำแหน่งนักวิชาการ

สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
สิงหาคม 2568

คำนิยม

ในยุคดิจิทัลที่การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ขององค์กร การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ช่องทางสื่อสาร และพฤติกรรมของผู้รับสาร คู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ฉบับนี้ จึงได้รับการจัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ให้มีความเป็นระบบ ถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

เนื้อหาในคู่มือฉบับนี้ครอบคลุมตั้งแต่แนวคิดพื้นฐาน กระบวนการทำงานในแต่ละขั้นตอน เทคนิคการเขียนข่าวและออกแบบสื่อ การบริหารจัดการเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) ไปจนถึงแนวทางการประเมินผล และจรรยาบรรณของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งจะประโยชน์อย่างยิ่งต่อเจ้าหน้าที่ บุคลากร และผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้อง ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักวิชาอย่างมืออาชีพ

ขอขอบคุณผู้จัดทำที่ได้ทุ่มเทความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการจัดทำคู่มือฉบับนี้ขึ้นมาอย่างรอบด้าน และขอเชิญชวนให้ทุกท่านนำคู่มือนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและยกระดับการสื่อสารของหน่วยงานให้มีความทันสมัย เข้าถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์อย่างแท้จริง



(รองศาสตราจารย์ ดร. วรวรรณ พันพิพัฒน์)
คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและ
อุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

คำนำ

คู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เล่มนี้ จัดทำขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จะช่วยให้การปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีระบบและเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร และนำไปปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคู่มือเล่มนี้ กรุณาแจ้งผู้จัดทำคู่มือ เพื่อพิจารณาปรับปรุงแก้ไข

นางสาวคอชีหิมา มาแมง
สิงหาคม 2568

กิตติกรรมประกาศ

คู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้จัดทำขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนร่วมในความสำเร็จของการจัดทำคู่มือฉบับนี้ ดังต่อไปนี้

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาบุคลากร ด้านการขอ ตำแหน่งวิทยฐานะทางวิชาชีพ โดยมีการจัดอบรมหลักสูตร “การจัดทำผลงานเพื่อขอกำหนดตำแหน่ง วิทยฐานะทางวิชาชีพสำหรับบุคลากรสายปฏิบัติการวิชาชีพและบริหารทั่วไป” ทำให้ได้ทราบถึง หลักเกณฑ์ และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ในการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานตามมาตรฐานที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ขอขอบคุณสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร และผู้บริหาร รองศาสตราจารย์ ดร.วรวรรณ พันพิพัฒน์ ที่เปิดโอกาสให้ได้ปฏิบัติงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ จนได้ องค์ความรู้ในการเขียนคู่มือฉบับนี้

ขอขอบคุณ ดร.จรงค์ศักดิ์ พุ่มนวน นักวิทยาศาสตร์เชี่ยวชาญ คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ความรู้ และชี้แนะแนวทางในการจัดทำ คู่มือการปฏิบัติงาน ให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ขอขอบคุณคณาจารย์และเพื่อนบุคลากร สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ที่คอยช่วยเหลือ และสนับสนุนในการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานฉบับนี้

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณครอบครัว ที่ให้กำลังใจ และสนับสนุนช่วยเหลือ ให้การดำเนินงานคู่มือ ฉบับนี้ประสบความสำเร็จ ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือฉบับนี้จะสร้างคุณค่า และประโยชน์ในการ ปฏิบัติงาน ได้ไม่มากนักน้อย และขอมอบคู่มือฉบับนี้ แต่คณาจารย์และเจ้าหน้าที่ดูแลด้านการ ประชาสัมพันธ์ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

นางสาวคอชีหิมา มาแมง

สิงหาคม 2568

สารบัญ

	หน้า
คำนิยาม.....	ก
คำนำ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
สารบัญภาคผนวก.....	ฌ
สารบัญภาพภาคผนวก.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญ/ความจำเป็น (ภูมิหลัง).....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของคู่มือการปฏิบัติงาน.....	2
1.3 ประโยชน์ของคู่มือการปฏิบัติงาน.....	2
1.4 ขอบเขตของคู่มือการปฏิบัติงาน.....	2
1.5 คำนิยาม/คำจำกัดความ.....	2
บทที่ 2 หน้าที่ความรับผิดชอบและโครงสร้างการบริหารจัดการ.....	4
2.1 หน้าที่ความรับผิดชอบ.....	4
2.2 โครงสร้างการบริหารจัดการ.....	8
2.2.1 โครงสร้างองค์กร (Organization Chart).....	8
2.2.2 โครงสร้างการบริหาร (Administration Chart).....	9
2.2.3 โครงสร้างการปฏิบัติการ (Activity Chart).....	10
บทที่ 3 หลักเกณฑ์ วิธีการปฏิบัติงานและเงื่อนไข.....	13
3.1 หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน.....	13
3.2 วิธีการปฏิบัติงาน.....	17
3.3 เงื่อนไข/ข้อสังเกต/ข้อควรระวัง/สิ่งที่ควรคำนึง ในการปฏิบัติงาน.....	20
3.4 แนวคิด/งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 เป้าหมายและเทคนิคในการปฏิบัติงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์.....	27
4.1 เป้าหมายในการปฏิบัติงาน (ตัวชี้วัดในการปฏิบัติงาน).....	27
4.2 เทคนิคในการวางแผน/แผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน.....	28
4.3 เทคนิคในการปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอนการปฏิบัติงาน.....	32
4.4 เทคนิคการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน.....	47
4.5 เทคนิคการทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ.....	49
4.6 จรรยาบรรณ /คุณธรรม/จริยธรรมในการปฏิบัติงาน.....	52
บทที่ 5 ปัญหา อุปสรรค แนวทางแก้ไข การพัฒนาและข้อเสนอแนะ.....	55
5.1 ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน แนวทางแก้ไขและพัฒนา.....	55
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	60
บรรณานุกรม.....	62
ภาคผนวก.....	64
ประวัติผู้เขียน.....	124

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1	รายละเอียด เงื่อนไข/ข้อสังเกต/ข้อควรระวัง/สิ่งที่ควรคำนึงในการปฏิบัติงานตาม ขั้นตอนของการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัย วลัยลักษณ์.....	20
ตารางที่ 4.1	ตัวชี้วัดในการปฏิบัติงานตามขั้นตอนการทำงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและ อุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.....	27
ตารางที่ 4.2	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมายและกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานการจัดทำ ข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชา เทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.....	31
ตารางที่ 4.3	แสดงสัญลักษณ์ ชื่อเรียก และความหมายของ Flowchart.....	33
ตารางที่ 4.4	รายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.....	36
ตารางที่ 4.5	วิธีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานตามคู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชา เทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.....	47
ตารางที่ 5.1	ปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงานตามคู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชา เทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.....	55

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 โครงสร้างองค์กร (Organization Chart) สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและ อุตสาหกรรมอาหาร.....	9
ภาพที่ 2.2 โครงสร้างการบริหาร (Administration Chart) สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและ อุตสาหกรรมอาหาร.....	10
ภาพที่ 2.3 โครงสร้างการปฏิบัติงาน (Activity Chart) สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและ อุตสาหกรรมอาหาร.....	11
ภาพที่ 2.4 โครงสร้างการปฏิบัติงาน (Activity Chart) คณะกรรมการตามภารกิจต่างๆ ของ สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร.....	12
ภาพที่ 4.1 ขั้นตอนการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook).....	34

สารบัญภาคผนวก

	หน้า
ภาคผนวกที่ 1 พระราชบัญญัติ ว่าด้วยกรกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560.....	64
ภาคผนวกที่ 2 ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการและการคุ้มครอง ข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2566.....	77
ภาคผนวกที่ 3 หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2564.....	91
ภาคผนวกที่ 4 เทคนิคการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์.....	95
ภาคผนวกที่ 5 ข้อมูลการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook).....	110
ภาคผนวกที่ 6 ขั้นตอนการเข้าใช้เฟซบุ๊ก (Facebook).....	114
ภาคผนวกที่ 7 เครื่องมือวิเคราะห์ของเฟซบุ๊ก (Facebook Insights).....	121

สารบัญภาพภาคผนวก

	หน้า
ภาพที่ 1 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการเข้าสู่ระบบโปรแกรม Canva.....	96
ภาพที่ 2 ตัวอย่างหน้าจอแสดงหน้าแรกของโปรแกรม Canva.....	97
ภาพที่ 3 ตัวอย่างหน้าจอแสดง template (แม่แบบ).....	97
ภาพที่ 4 ตัวอย่างหน้าจอแสดง Elements (องค์ประกอบ).....	98
ภาพที่ 5 ตัวอย่างหน้าจอแสดง Text (ข้อความ).....	98
ภาพที่ 6 ตัวอย่างหน้าจอแสดง Upload (อัปโหลด).....	99
ภาพที่ 7 ตัวอย่างหน้าจอแสดง Draw (วาด).....	99
ภาพที่ 8 ตัวอย่างหน้าจอแสดง Project.....	100
ภาพที่ 9 ตัวอย่างหน้าจอแสดง Photo (ภาพถ่าย)ตัวอย่างหน้าจอแสดง Photo (ภาพถ่าย).....	100
ภาพที่ 10 ตัวอย่างหน้าจอแสดงเมนูด้านซ้ายบน.....	101
ภาพที่ 11 ตัวอย่างหน้าจอแสดงเมนูด้านขวาบน.....	101
ภาพที่ 12 ตัวอย่างหน้าจอแสดงหน้าแรกของโปรแกรม Canva.....	102
ภาพที่ 13 ตัวอย่างหน้าจอแสดงตัวอย่างการออกแบบอินโฟกราฟิก.....	102
ภาพที่ 14 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการบันทึกไฟล์.....	103
ภาพที่ 15 ตัวอย่างหน้าจอแสดงโปรแกรม CapCut.....	104
ภาพที่ 16 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการเลือกไฟล์วิดีโอที่ต้องการตัดต่อ.....	105
ภาพที่ 17 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการตัดต่อวิดีโอ.....	106
ภาพที่ 18 ขนาดรูปภาพสื่อที่โพสต์บนเฟซบุ๊ก (Facebook).....	107
ภาพที่ 19 ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.....	108
ภาพที่ 20 ตราสัญลักษณ์ประจำหน่วยงานประเภท Standard.....	109
ภาพที่ 21 ตราสัญลักษณ์ประจำหน่วยงานประเภท Pradu.....	109
ภาพที่ 22 ตราสัญลักษณ์ประจำหน่วยงานประเภท Identity.....	109
ภาพที่ 23 ตราสัญลักษณ์ทางเลือกประจำหน่วยงาน.....	109
ภาพที่ 24 ข้อมูลการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook).....	111
ภาพที่ 25 การเข้าถึงโฆษณาบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ของคนไทย.....	111
ภาพที่ 26 สถิติการมีส่วนร่วมกับรูปแบบโพสต์บนเฟซบุ๊ก (Facebook).....	112
ภาพที่ 27 ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการโพสต์บนเฟซบุ๊ก (Facebook) ในปี 2025.....	113
ภาพที่ 28 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการเข้าสู่เพจเฟซบุ๊ก (Facebook).....	115
ภาพที่ 29 ตัวอย่างหน้าจอแสดงหน้าเพจเฟซบุ๊กสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและ อุตสาหกรรมอาหาร.....	115
ภาพที่ 30 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการสร้างโพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) (1).....	116
ภาพที่ 31 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการสร้างโพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) (2).....	117
ภาพที่ 32 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการตั้งค่าการสร้างโพสต์ล่วงหน้าบนเพจเฟซบุ๊ก.....	118

สารบัญภาพภาคผนวก (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 33 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการสร้างโพสต์ล่วงหน้าใน Meta Business Suite (1).....	118
ภาพที่ 34 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการสร้างโพสต์ล่วงหน้าใน Meta Business Suite (2).....	119
ภาพที่ 35 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการสร้างโพสต์ล่วงหน้าใน Meta Business Suite (3).....	119
ภาพที่ 36 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการแก้ไขโพสต์ใน Meta Business Suite	120
ภาพที่ 37 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการวิเคราะห์สถิติของโพสต์เฟซบุ๊ก (Facebook).....	122
ภาพที่ 38 ตัวอย่างหน้าจอแสดงภาพรวมสถิติของโพสต์เฟซบุ๊ก (Facebook).....	122
ภาพที่ 39 ตัวอย่างหน้าจอแสดงสถิติของโพสต์เฟซบุ๊ก (Facebook)	123

บทที่ 1

บทนำ

การจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ในส่วนของเนื้อหาบทนี้ประกอบด้วย 5 หัวข้อหลัก ดังนี้ 1) ความสำคัญ/ความจำเป็น (ภูมิหลัง) 2) วัตถุประสงค์ 3) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4) ขอบเขต 5) นิยามศัพท์เฉพาะ/คำจำกัดความ โดยแต่ละหัวข้อ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ความสำคัญ/ความจำเป็น (ภูมิหลัง)

ในสภาวะที่สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการบริหารข้อมูลข่าวสาร ยุคอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนรูปแบบการเข้าถึงผู้คนให้มีความรวดเร็วและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ลักษณะการสื่อสารที่เน้นการมีส่วนร่วมและโต้ตอบข้อมูลได้ทันที ทำให้ช่องทางนี้กลายเป็นหัวใจหลัก ที่องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนใช้ในการประชาสัมพันธ์ สำนักวิชาฯ จึงเล็งเห็นความจำเป็นในการปรับตัวเพื่อใช้สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือสื่อสารภาพลักษณ์และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่สังคม (ธนภุต อังคนานุกร, 2560)

เฟซบุ๊ก (Facebook) นับเป็นแพลตฟอร์มที่คนไทยใช้มากที่สุด โดยมีผู้ใช้งานมากกว่า 51 ล้านบัญชี (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2566) ลักษณะเด่นคือสามารถนำเสนอเนื้อหาได้หลากหลาย ทั้งข้อความ ภาพ วิดีโอ และการถ่ายทอดสด จึงตอบสนองพฤติกรรมการรับข้อมูลของผู้ใช้ในหลากหลายกลุ่มอายุ และช่วยให้หน่วยงานเข้าถึงผู้ติดตามได้ในวงกว้าง

สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ใช้สื่อออนไลน์หลายประเภทประกอบกัน เช่น เว็บไซต์ภายใน ระบบอีเมล และกลุ่มไลน์ (LINE Group) แต่เพจเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหลักที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลเชิงวิชาการ ผลงาน กิจกรรมของนักศึกษา และข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสำนักวิชา เนื่องจากคล่องตัวในการใช้งาน และสามารถสื่อสารกับนักศึกษา ศิษย์เก่า บุคลากร และสาธารณชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แม้ว่าสื่อเฟซบุ๊กจะมีข้อดีหลายด้าน เช่น การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก และค่าใช้จ่ายที่ต่ำ แต่ก็ยังพบปัญหาบางประการ เช่น ความไม่เป็นเอกภาพของข้อมูลที่เผยแพร่ ความแตกต่างของรูปแบบการนำเสนอระหว่างผู้ปฏิบัติงานแต่ละคน อัลกอริทึมของระบบที่อาจทำให้โพสต์ถูกมองเห็นลดลง รวมถึงทักษะการสื่อสารและการออกแบบสื่อที่บุคลากรบางส่วนยังต้องพัฒนาเพิ่มเติม

เพื่อแก้ไขข้อจำกัดดังกล่าว จึงได้มีการจัดทำ “คู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)” ฉบับนี้ขึ้น เพื่อให้สำนักวิชามีแนวทางการทำงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ตั้งแต่การรับข่าว การตรวจสอบ การผลิตสื่อ การเผยแพร่ ไปจนถึงการติดตามผล ทั้งยังช่วยลดข้อผิดพลาด เพิ่มคุณภาพของข้อมูลที่เผยแพร่ และทำให้การส่งต่อภาระงานระหว่างบุคลากรในอนาคตเป็นไปอย่างราบรื่น

1.2 วัตถุประสงค์ของคู่มือ

1.2.1 เพื่อเป็นคู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

1.2.2 เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงาน ผู้ที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ หลักเกณฑ์ และขั้นตอนการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เป็นไปแนวทางเดียวกัน

1.2.3 เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานแทน หรือบุคลากรที่ได้รับมอบหมายสามารถเรียนรู้ และปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง

1.3 ประโยชน์ของคู่มือ

1.3.1 ได้คู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

1.3.2 ผู้ปฏิบัติงาน ผู้ที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ หลักเกณฑ์ และขั้นตอนการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เป็นไปแนวทางเดียวกัน

1.3.3 ผู้ปฏิบัติงานแทน หรือบุคลากรที่ได้รับมอบหมายสามารถเรียนรู้ และปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง

1.4 ขอบเขตของคู่มือ

คู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำข่าวสารและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักวิชา โดยคู่มือการปฏิบัติงานฉบับนี้ อธิบายขั้นตอนการทำงาน จำนวน 8 ขั้นตอน ประกอบด้วย (1) การรับข่าวประชาสัมพันธ์ (2) การตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์ (3) การเตรียมสื่อ เพื่อใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว (4) การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (5) การตรวจสอบข่าวก่อนการเผยแพร่ (6) การเผยแพร่ข่าว (7) การติดตาม และประเมินผล (8) การรายงานสรุปผล

1.5 คำนิยาม/คำจำกัดความ

สื่อ ช่องทางหรือเครื่องมือที่ใช้ในการส่งผ่านข้อมูล แนวคิด หรือสาระต่าง ๆ จากผู้ส่งไปยังผู้รับ ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของถ้อยคำ ภาพ เสียง หรือสัญลักษณ์อื่นที่ช่วยให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน (วรลักษณ์ ศิริวัฒน์, 2555)

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อหรือช่องทางที่องค์กรใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลและภาพลักษณ์ เพื่อสร้างความเข้าใจ กระตุ้นความสนใจ และผลักดันให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้หรือพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร (พรทิพย์ อุทารธรรม, 2556)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปมีบทบาทเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ผลิตเนื้อหา โดยสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็นผ่านระบบเครือข่ายได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว (ชนกฤต อังคมานุกร, 2560)

การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการนำข้อมูล ข่าวสาร หรือสาระสำคัญขององค์กรไปสู่สาธารณชนผ่านช่องทางที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจและรับรู้สารที่ต้องการสื่ออย่างถูกต้อง (ณัฐกาญจน์ ศิริประภา, 2560)

เฟซบุ๊ก (Facebook) หมายถึง แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในประเทศไทย โดยมีผู้ใช้งานมากกว่า 51 ล้านบัญชี รองรับการสื่อสารหลายรูปแบบ ทั้งข้อความ รูปภาพ วิดีโอ รวมถึงการถ่ายทอดสด ช่วยให้องค์กรเข้าถึงผู้ติดตามได้เป็นจำนวนมาก (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2566)

บทที่ 2

หน้าที่ความรับผิดชอบและโครงสร้างการบริหารจัดการ

การนำเสนอเนื้อหาในบทที่ 2 เป็นการอธิบายเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ปฏิบัติงาน และโครงสร้างการบริหารจัดการของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ได้แก่ 1) โครงสร้างองค์กร (Organization Chart) 2) โครงสร้างการบริหาร (Administration Chart) และ 3) โครงสร้างการปฏิบัติการ (Activity Chart) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 หน้าที่ความรับผิดชอบ

ตำแหน่งนักวิชาการ สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร จำเป็นต้องมีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่สอดคล้องกับภาระงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งในด้านการดูแลเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักวิชา การจัดทำและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษา การดำเนินงานด้านประกันคุณภาพการศึกษา ตลอดจนการมีส่วนร่วมในคณะกรรมการหรือคณะทำงานของสำนักวิชา โดยต้องมีสมรรถนะหลักตามกรอบของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ได้แก่ สมรรถนะด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ การให้บริการที่ดี การทำงานเป็นทีม การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสมรรถนะตามหน้าที่ซึ่งครอบคลุมทักษะด้านการวางแผน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การจัดการข้อมูล การออกแบบสื่อ การผลิตเนื้อหาประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลได้อย่างเหมาะสม โดยบุคลากรในตำแหน่งดังกล่าวต้องมีความรับผิดชอบ รอบคอบ มีวินัยในตนเอง และสามารถปฏิบัติงานได้ภายใต้ข้อจำกัดของเวลาและภาระงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.1 ลักษณะงานที่ปฏิบัติ

การปฏิบัติงานของนักวิชาการ สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการปฏิบัติการ ด้านการวางแผน ด้านการประสานงาน และด้านการบริการ

1) ด้านการปฏิบัติการ

การปฏิบัติงานตำแหน่งนักวิชาการ สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร ตามบทบาทหน้าที่รับผิดชอบแบ่งออกเป็น 7 ด้าน หลักๆ ประกอบด้วย ด้านการดูแลเว็บไซต์ของสำนักวิชา ด้านการดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของสาขาวิชาและสำนักวิชา ด้านการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการสนับสนุนกิจกรรมของนักศึกษา ด้านการสนับสนุนงานประกันคุณภาพการศึกษาของสาขาวิชา ด้านการสนับสนุนการดำเนินงานของสาขาวิชา และด้านการเป็นกรรมการในคณะทำงานของสำนักวิชา ต่อไปนี้

1.1) ด้านการดูแลเว็บไซต์ของสำนักวิชา

อัปเดตข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์และเพจเฟซบุ๊กให้เป็นปัจจุบันและทันสมัยอยู่เสมอ เช่น ข้อมูลกิจกรรมด้านการเรียนการสอน ข้อมูลด้านการวิจัยของสำนักวิชา ข้อมูลด้านการบริการวิชาการของสำนักวิชาฯ ข้อมูลด้านทำนุศิลปวัฒนธรรมของสำนักวิชา

1.2) ด้านการดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของสาขาวิชาและสำนักวิชา

จัดการและดูแลเพจเฟซบุ๊ก และสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ของสำนักวิชา ได้แก่ เพจสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร เพจหลักสูตรเกษตรศาสตร์และนวัตกรรม เพจหลักสูตรวิทยาศาสตร์อาหารและนวัตกรรม เพจสมัครเรียน ม.วลัยลักษณ์ เพจร้านก๋าล้าดี Youtube ของสำนักวิชา และ Tiktok ของหลักสูตร

1.3) ด้านการสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษา

จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมนักศึกษา จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของกิจกรรม และงานประชาสัมพันธ์ การรับนักศึกษา (ระดับปริญญาตรี) ได้แก่ ประชุมวางแผนและเตรียมงานประชาสัมพันธ์ ประสานงานกับครูแนะแนวเพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตร ออกประชาสัมพันธ์หลักสูตรตามโรงเรียนในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียง อำนวยความสะดวกและเป็นแอดมินในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรแบบออนไลน์ ติดต่อกับผู้สมัคร TCAS ในรอบต่างๆ เพื่อให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกในสอบสัมภาษณ์ และทำโพสเตอร์ประกาศรับสมัคร TCAS และโพสเตอร์แสดงความยินดีกับนักเรียนที่ผ่านการคัดเลือกให้เข้าศึกษาต่อในหลักสูตร

1.4) ด้านการสนับสนุนงานประกันคุณภาพการศึกษาของสาขาวิชา

จัดทำฐานข้อมูลและสนับสนุนข้อมูลและรวบรวมหลักฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้คณาจารย์ในหลักสูตรสามารถในจัดทำรายงานประกันคุณภาพการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งบันทึกข้อมูลรายงานประกันคุณภาพการศึกษาในระบบ CHEQA ให้แล้วเสร็จ

1.5) ด้านการสนับสนุนการดำเนินงานของสาขาวิชา

จัดทำแผนโครงการกิจกรรมต่างๆของสาขาวิชาร่วมกับคณาจารย์ในหลักสูตร จัดทำ สมอ.08 เมื่อมีการขอปรับปรุงข้อมูลหลักสูตรในเล่ม มคอ.2 ดูแลการจัดสอบ exit exam ของหลักสูตร จัดประชุมการนำเสนอผลการศึกษาและมคอ.3 ในทุกภาคการศึกษา จัดทำรายงานการประชุมของสาขาวิชา และประสานงานอาจารย์พิเศษ วิทยากร ของสาขาวิชา

1.6) ด้านการเป็นกรรมการในคณะกรรมการในคณะทำงานของสำนักวิชา

ปฏิบัติงานเป็นคณะทำงานของสำนักวิชา เพื่อสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับนโยบายของมหาวิทยาลัย โดยมีบทบาทหน้าที่ อาทิ สนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาคณาจารย์ การจัดการเรียนการสอน โดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อ (English as a Medium of Instruction: EMI) และการประกันคุณภาพการศึกษาในระดับสาขาวิชาและสำนักวิชา สนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพื่อการรับนักศึกษาใหม่และการส่งเสริมศักยภาพนักศึกษา สนับสนุนการดำเนินงานเกี่ยวกับการฝึกซ้อมบัณฑิตในพิธีพระราชทาน

ปริญญาบัตร ทั้งในด้านการดูแลความพร้อมของบัณฑิต การประสานงาน และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการมีส่วนร่วมในคณะทำงานพัฒนาเว็บไซต์ของสำนักวิชา ทั้งในด้านการออกแบบสื่อ การปรับปรุงเนื้อหาให้มีความถูกต้อง ทันสมัย และสอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินคุณภาพเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

2) ด้านการวางแผน

2.1) การวางแผนด้านการดูแลเว็บไซต์ของสำนักวิชา

วางแผนการอัปเดตข้อมูลบนเว็บไซต์และเพจเฟซบุ๊กของสำนักวิชา โดยจัดทำปฏิทินเนื้อหา กำหนดหัวข้อและช่วงเวลาการเผยแพร่ให้สอดคล้องกับกิจกรรมของสำนักวิชา เช่น การเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น

2.2) การวางแผนดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักวิชาและหลักสูตร

วางแผนการดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักวิชาและหลักสูตร เช่น Facebook YouTube และ TikTok โดยกำหนดเนื้อหาให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม วางแผนช่วงเวลาการโพสต์ และกำหนดรูปแบบของเนื้อหาเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมจากกลุ่มเป้าหมาย

2.3) การวางแผนกิจกรรมนักศึกษา

วางแผนกิจกรรมนักศึกษาให้สอดคล้องกับแผนพัฒนานักศึกษาของสำนักวิชาและมหาวิทยาลัย โดยร่วมกับคณาจารย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรม รูปแบบกิจกรรม กลุ่มเป้าหมาย และช่วงเวลาในการดำเนินงาน เป็นต้น

2.4) การวางแผนการรวบรวมข้อมูลและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับงานประกันคุณภาพการศึกษา

วางแผนกำหนดระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูล แหล่งข้อมูล และผู้รับผิดชอบ เพื่อสนับสนุนการจัดทำรายงานประจำปีและการบันทึกในระบบ CHEQA อย่างมีประสิทธิภาพ

2.5) การวางแผนจัดทำโครงการ กิจกรรม และการดำเนินงานของสาขาวิชา

วางแผนการประชุมหลักสูตร การจัดสอบ exit exam การจัดทำ มคอ.2 และ มคอ.3 โดยจัดทำแผนงานร่วมกับคณาจารย์ในหลักสูตร และติดตามความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง

2.6) การวางแผนการมีส่วนร่วมในคณะทำงานของสำนักวิชา

วางแผนการทำงานกับคณะทำงานพัฒนาเว็บไซต์ คณะกรรมการด้าน EMI และประกันคุณภาพ ตลอดจนกิจกรรมฝึกซ้อมบัณฑิต โดยวางแผนการดำเนินงานร่วมกับผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามเป้าหมายของสำนักวิชาและมหาวิทยาลัย

3) ด้านการประสานงาน

3.1) การประสานงานกับผู้ดูแลระบบเว็บไซต์และผู้ที่เกี่ยวข้อง

ประสานงานเพื่ออัปเดตข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ให้ถูกต้อง ทันสมัย และสอดคล้องกับนโยบายการสื่อสารของมหาวิทยาลัย

3.2) การประสานงานกับคณาจารย์ในหลักสูตร

ประสานงานกับคณาจารย์ในหลักสูตร โดยนักวิชาการทำหน้าที่เป็นผู้ประสานข้อมูลเกี่ยวกับการจัดประชุม การจัดทำและปรับปรุงข้อมูลใน มคอ.2 และ มคอ.3 การดำเนินการสอบ exit exam การจัดทำโครงการกิจกรรม และการรายงานผลการดำเนินงาน ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการประสานอาจารย์พิเศษ วิทยากร และกิจกรรมอื่น ๆ ของหลักสูตร เพื่อให้การบริหารจัดการภายในหลักสูตรเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด และสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานทางวิชาการของมหาวิทยาลัย

3.3) การประสานงานกับโรงเรียนและครูแนะแนว

ประสานงานกับโรงเรียนและครูแนะแนว เพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์การรับนักศึกษาใหม่ โดยนักวิชาการมีบทบาทในการติดต่อประสานงานกับโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาและครูแนะแนว เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรของสำนักวิชา แจ้งข้อมูลการรับสมัครผ่านระบบ TCAS และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การแนะแนวศึกษาต่อ การเข้าร่วมกิจกรรมแนะแนวนอกสถานที่ การจัดส่งเอกสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการอำนวยความสะดวกให้แก่ครูแนะแนวและนักเรียนในการเข้าถึงข้อมูล เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างความเชื่อมั่นในการเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรของสำนักวิชา

3.4) การประสานงานกับนักศึกษาในสำนักวิชา

ประสานงานกับนักศึกษาเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์กิจกรรม รับฟังข้อเสนอแนะ รวมถึงอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาศักยภาพ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร นอกจากนี้ยังรวมถึงการประสานงานเพื่อรวบรวมข้อมูล การจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจ และการติดตามผลกิจกรรม เพื่อเสริมสร้างความมีส่วนร่วมและพัฒนานักศึกษาให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

4) ด้านการบริการ

4.1) การบริการด้านการสมัครเรียน

การให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการสมัครเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรระดับปริญญาตรีของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร โดยให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามของนักเรียน ผู้ปกครอง และผู้สนใจผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ และโทรศัพท์ รวมถึงให้ความช่วยเหลือในการลงทะเบียนสมัครเรียนในระบบ TCAS การจัดส่งเอกสารประกอบการสมัคร การนัดหมายสอบสัมภาษณ์ การประชาสัมพันธ์กำหนดการสำคัญ ตลอดจนการติดตามและดูแลผู้สมัครจนกระทั่งเสร็จสิ้นกระบวนการสมัคร เพื่อสร้างความประทับใจและอำนวยความสะดวกในการเข้าศึกษาต่อ

4.2) การบริการด้านการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

บริการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และกิจกรรมของสำนักวิชาผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ โดยประสานงานกับบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อวางแผนการเผยแพร่ให้ตรงตามกรอบเวลาที่กำหนด และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่

เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ตลอดจนติดตามผลตอบรับและปรับปรุงแนวทางการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความต้องการของสำนักวิชา

4.3) การบริการด้านการปรับปรุงเว็บไซต์ของสำนักวิชา

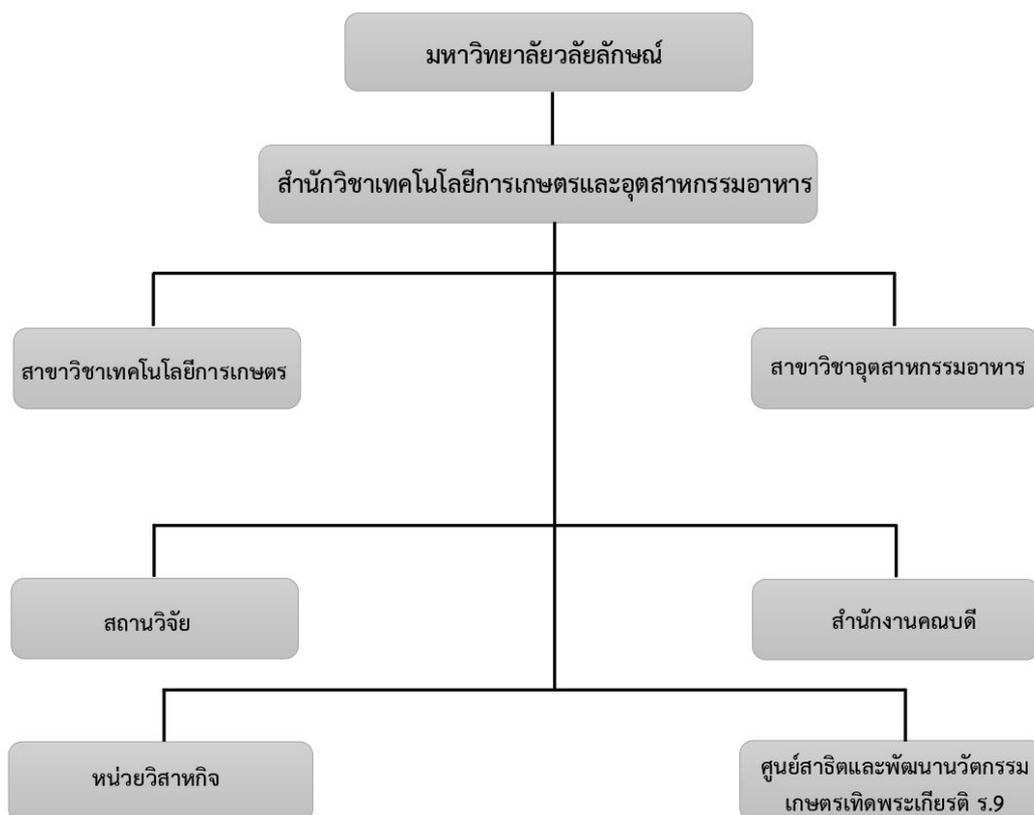
บริการดูแลและปรับปรุงข้อมูลบนเว็บไซต์ของสำนักวิชาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และบริการต่าง ๆ มีความถูกต้อง ทันสมัย และสอดคล้องกับนโยบายของมหาวิทยาลัย โดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ส่วนสื่อสารองค์กร ศูนย์เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นต้น ในการแก้ไขและปรับปรุงระบบเว็บไซต์ รวมถึงติดตามและตอบสนองข้อเสนอแนะจากผู้ใช้ เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้เข้าชมอย่างสูงสุด

2.2 โครงสร้างการบริหารจัดการ

สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มีรูปแบบการจัดโครงสร้างที่ครอบคลุมทั้งด้านการบริหารเชิงนโยบาย การจัดการภายในองค์กร และการปฏิบัติงานตามภารกิจหลักของหน่วยงาน สามารถถ่ายทอดในรูปแบบแผนภูมิต้นไม้ (Tree Diagram) ได้แก่ (1) โครงสร้างองค์กร (Organization Chart) (2) โครงสร้างการบริหาร (Administration Chart) (3) โครงสร้างการปฏิบัติการ (Activity Chart) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 โครงสร้างองค์กร (Organization Chart)

สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรภายใต้นโยบายของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ซึ่งอยู่ภายใต้ระบบรวมบริการ ประสานภารกิจ โดยได้รับการสนับสนุนด้านการดำเนินงานจากหน่วยงานสนับสนุนของมหาวิทยาลัย โครงสร้างการบริหารงานของสำนักวิชาอยู่ภายใต้การกำกับของรองอธิการบดีที่รับผิดชอบกำกับดูแลสำนักวิชา โดยมีคณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารเป็นผู้บังคับบัญชา และรับผิดชอบการดำเนินงานตามภารกิจหลักของมหาวิทยาลัย 4 ด้าน ได้แก่ การจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม หรือภารกิจที่มหาวิทยาลัย การบริหารจัดการภายในสำนักวิชา แบ่งออกเป็น 2 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร และสาขาวิชาอุตสาหกรรมอาหาร รวมถึงหน่วยงานสนับสนุนอื่น ๆ ที่อยู่ภายใต้การดูแลของสำนักวิชา ได้แก่ สำนักงานคณบดี สถานวิจัย หน่วยวิสาหกิจ และศูนย์สาธิตพัฒนานวัตกรรมเกษตรเทิดพระเกียรติ ร.9 ดังแสดงในภาพที่ 2.1

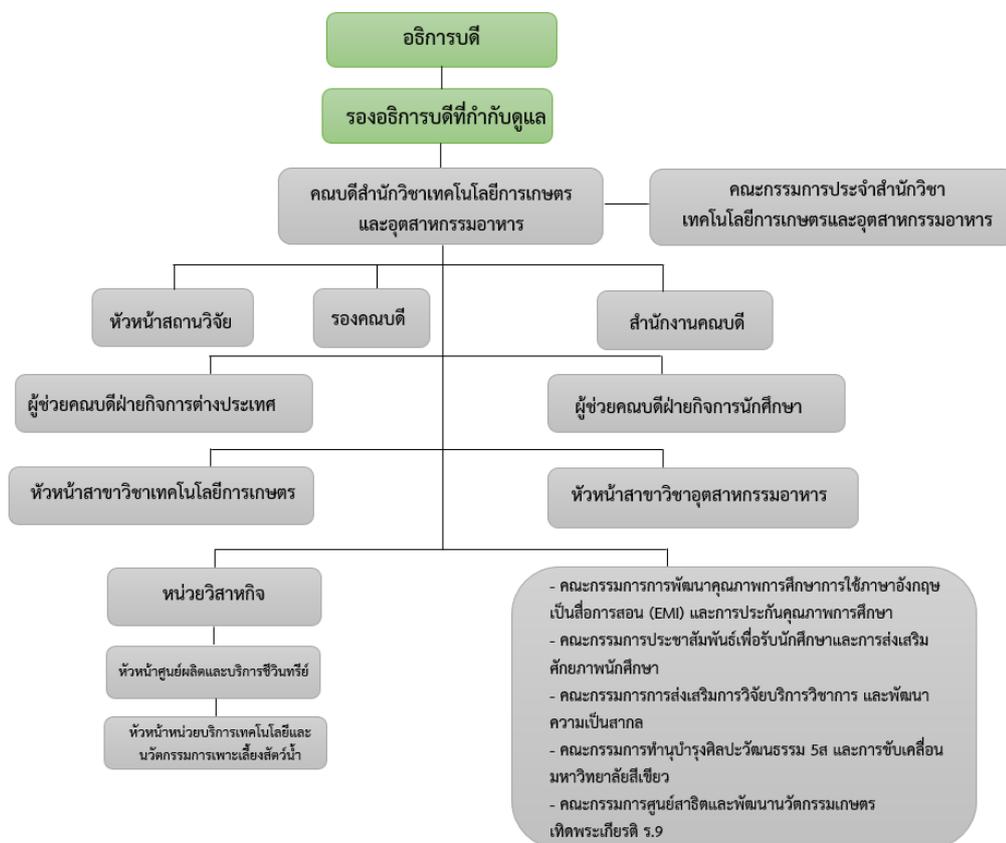


ภาพที่ 2.1 โครงสร้างองค์กร (Organization Chart) สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ที่มา : (มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร, 2568)

2.2.2 โครงสร้างการบริหาร (Administration Chart)

สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มีโครงสร้างการบริหารโดยมีคณบดี ทำหน้าที่เป็นผู้บริหารสูงสุดของสำนักวิชา ทำงานร่วมกับคณะกรรมการประจำสำนักวิชา ซึ่งมีบทบาทในการให้คำปรึกษา ตรวจสอบ และกำหนดทิศทางการดำเนินงานของสำนักวิชา ภายใต้การบริหารของคณบดี มีรองคณบดี หัวหน้าสาขาวิชา หัวหน้าสถานวิจัย หน่วยวิสาหกิจ และศูนย์สาธิตพัฒนานวัตกรรมเกษตรเทิดพระเกียรติ ร.9 ร่วมกำกับดูแลการดำเนินงานของสำนักวิชาในแต่ละด้าน นอกจากนี้ สำนักวิชายังแต่งตั้งคณะกรรมการตามภารกิจต่างๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพดังนี้ (1) คณะกรรมการพัฒนาคุณภาพการศึกษา การใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อการสอน (EMI) และการประกันคุณภาพการศึกษา (2) คณะกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อรับนักศึกษาและการส่งเสริมศักยภาพนักศึกษา (3) คณะกรรมการส่งเสริมการวิจัย บริการวิชาการ และพัฒนาความเป็นสากล (4) คณะกรรมการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม 5ส และการขับเคลื่อน

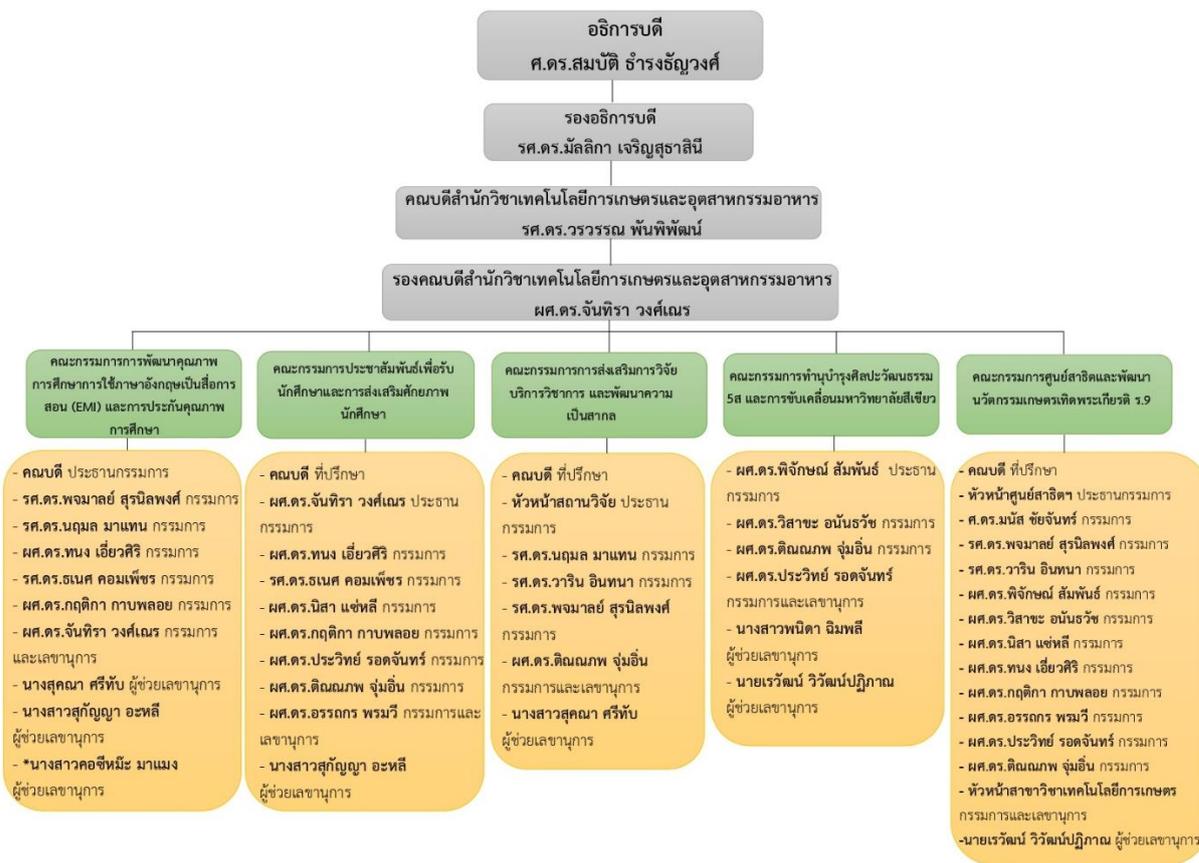
มหาวิทยาลัยสีเขียว (5) คณะกรรมการศูนย์สาธิตและพัฒนานวัตกรรมเกษตรเทิดพระเกียรติ ร.9 โดยมีโครงสร้างการบริหารสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร แสดงในภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างการบริหาร (Administration Chart) สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและ อุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ที่มา : (มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร, 2568)

2.2.3 โครงสร้างการปฏิบัติการ (Activity Chart)

สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มีโครงสร้างการปฏิบัติการ ประกอบด้วยมี 8 ฝ่าย คือ (1) รองคณบดี (2) หัวหน้าสถานวิจัย (3) สำนักงานคณบดี (4) ผู้ช่วยคณบดี ฝ่ายกิจการต่างประเทศ (5) ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา (6) หัวหน้าสาขาวิชา (7) หน่วยวิชาหกิจ และ (8) คณะกรรมการตามภารกิจต่างๆ แสดงในภาพที่ 2.3 – 2.4



ภาพที่ 2.4 โครงสร้างการปฏิบัติงาน (Activity Chart) คณะกรรมการตามภารกิจต่างๆ ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
 หมายเหตุ *นางสาวคอซีหิมา มาแมง (ผู้จัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน)
 ที่มา : (มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร, 2568)

บทที่ 3

หลักเกณฑ์ วิธีการปฏิบัติงานและเงื่อนไข

การจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ควรดำเนินการภายใต้หลักเกณฑ์และมาตรฐานที่ชัดเจน เพื่อให้การเผยแพร่ข่าวสารมีคุณภาพทั้งในด้านการจัดการและเนื้อหา บทนี้ได้รวบรวมหลักเกณฑ์การปฏิบัติงานในการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ซึ่งประกอบด้วย 4 หัวข้อหลัก ดังนี้ 1) หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน 2) วิธีการปฏิบัติงาน 3) เงื่อนไข/ข้อสังเกต/ข้อควรระวัง/สิ่งที่ควรคำนึงในการปฏิบัติงาน 4) แนวคิด/งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน

การปฏิบัติงานด้านการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มีหลักเกณฑ์การปฏิบัติงานอยู่ภายใต้ กฎระเบียบ ประกาศคำสั่ง แนวปฏิบัติ และนโยบาย ดังต่อไปนี้

3.1.1 หลักเกณฑ์พระราชบัญญัติ ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 ภาคผนวกที่ 1 หน้า 64

ในการปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร บุคลากรต้องยึดถือระเบียบและกฎหมายคอมพิวเตอร์อย่างเคร่งครัด โดยมีประเด็นสำคัญที่ต้องระมัดระวังดังนี้

1) การเข้าถึงและการจัดการข้อมูลระบบ (มาตรา 5 - 11)

- การเข้าถึงโดยมิชอบ ห้ามลักลอบเข้าถึงระบบหรือข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีมาตรการป้องกันไว้โดยที่ตนไม่มีสิทธิ์ (เช่น การแอบใช้บัญชี Facebook ผู้อื่น)

- การรบกวนข้อมูลและระบบ ห้ามทำลาย แก้ไข หรือบิดเบือนข้อมูลคอมพิวเตอร์ของผู้อื่น รวมถึงห้ามขัดขวางหรือรบกวนการทำงานของระบบคอมพิวเตอร์จนไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ

- การส่งข้อมูลรบกวน (Spam) ห้ามส่งข้อมูลที่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้รับโดยไม่เปิดโอกาสให้บอกเลิกหรือปฏิเสธได้ (โทษปรับสูงสุด 200,000 บาท)

2) ความผิดร้ายแรงต่อความมั่นคงและสาธารณะ (มาตรา 12 - 13)

- กระทบความมั่นคง การกระทำที่ส่งผลต่อความมั่นคงของประเทศ เศรษฐกิจ หรือโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะ มีโทษจำคุกตั้งแต่ 1-7 ปี

- เครื่องมือทำความผิด ห้ามจำหน่ายหรือเผยแพร่ชุดคำสั่ง (Software) ที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์

3) การนำเข้าและเผยแพร่ข้อมูลที่ผิดกฎหมาย (มาตรา 14 - 16)

ส่วนนี้มีความสำคัญสูงสุดต่อการเขียนข่าวและการโพสต์ผ่าน Facebook

- **ข้อมูลเท็จและบิดเบือน (มาตรา 14)** ห้ามนำเข้าข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ บิดเบือน หรือข้อมูลปลอม ไม่ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งหรือทั้งหมด ที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อประชาชน ความมั่นคงของประเทศ หรือสร้างความตื่นตระหนก

- **เนื้อหาลามก** ห้ามนำเข้าข้อมูลที่มีลักษณะลามกซึ่งประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้

- **การแชร์ข้อมูลผิดกฎหมาย** ผู้ที่เผยแพร่หรือส่งต่อข้อมูล (Share) โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลที่ผิดกฎหมายตามมาตรา 14 ต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้เขียนโพสต์

- **ความรับผิดชอบของผู้ดูแลเพจ (มาตรา 15)** ผู้ให้บริการหรือแอดมินเพจที่ยินยอมหรือรู้เห็นเป็นใจให้เกิดการกระทำความผิดในระบบที่ตนดูแล ต้องได้รับโทษตามกฎหมาย

- **การตัดต่อภาพผู้อื่น (มาตรา 16)** ห้ามโพสต์ภาพของผู้อื่นที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อ หรือดัดแปลง จนน่าจะทำให้ผู้อื่นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือได้รับความอับอาย (รวมถึงกรณีการกระทำต่อภาพผู้เสียชีวิตที่ส่งผลกระทบต่อครอบครัว)

3.1.2 แนวปฏิบัติในการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

(อ้างอิงประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. 2566) ภาคผนวกที่ 2 หน้า 77

เพื่อให้การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มีความโปร่งใส ถูกต้องตามหลักธรรมาภิบาล และไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ผู้ปฏิบัติงานต้องยึดถือแนวทางตามประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ดังนี้

1) **การจัดระบบข้อมูล** สำนักวิชาฯ มีหน้าที่รวบรวมและจัดหมวดหมู่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ให้มีความเป็นระเบียบ พร้อมสำหรับการตรวจสอบและประสานงานกับส่วนนิติการตามความเหมาะสม

2) **การเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ** ข้อมูลที่มีผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ของประชาชนหรือภาคเอกชน ต้องถูกนำเสนอผ่านช่องทางที่มหาวิทยาลัยกำหนดเพื่อให้เข้าถึงได้โดยง่าย

3) **การใช้ข้อมูลที่มีอยู่** เน้นการเผยแพร่ข้อมูลตามสภาพความเป็นจริงและพร้อมใช้งาน โดยไม่สร้างภาระในการจัดทำข้อมูลใหม่ที่เกินจำเป็นจากภารกิจหลัก

4) **ข้อจำกัดในการเผยแพร่** ต้องระมัดระวังและจำกัดการเปิดเผยข้อมูลที่อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคง ความปลอดภัยสาธารณะ หรือข้อมูลที่มีกฎหมายเฉพาะคุ้มครองไว้

5) **การพิทักษ์ข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)** ในการโพสต์ภาพหรือเนื้อหาที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ต้องดำเนินการเท่าที่จำเป็นต่อภารกิจ มีมาตรการควบคุมความปลอดภัย และคำนึงถึงสิทธิของเจ้าของข้อมูลเป็นสำคัญ

6) **การส่งต่อข้อมูล** การให้ข้อมูลส่วนบุคคลแก่หน่วยงานภายนอก ต้องเป็นไปตามเงื่อนไขทางกฎหมายและระเบียบของมหาวิทยาลัยเท่านั้น

7) **การจัดการเมื่อเกิดข้อผิดพลาด** หากพบเหตุการณ์ที่เสี่ยงต่อการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล ต้องรายงานตามลำดับขั้นและเร่งแก้ไขตามขั้นตอนของมหาวิทยาลัยอย่างทันท่วงที

3.1.3 หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2564 ภาคผนวกที่ 3 หน้า 91

การนำตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและหน่วยงานไปใช้ในสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและรักษาความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์กร ผู้ปฏิบัติงานจึงต้องปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างเคร่งครัด ดังนี้

1) การประสานงานเพื่อขอใช้งาน การนำตราสัญลักษณ์ไปใช้ต้องเป็นไปตามขั้นตอนและระบบที่มหาวิทยาลัยกำหนดผ่านช่องทางของหน่วยงานที่รับผิดชอบ

2) การรักษามาตรฐานการออกแบบ ต้องคำนึงถึงรูปแบบ สี และสัดส่วนที่ถูกต้องตามมาตรฐานของหน่วยงานกลาง เพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพในทุกสื่อประชาสัมพันธ์

3) ข้อห้ามในการปรับแต่ง ห้ามมิให้หน่วยงานหรือบุคคลใดทำการสร้างใหม่หรือดัดแปลงตราสัญลักษณ์ให้ผิดเพี้ยนไปจากต้นฉบับโดยไม่ได้รับอนุมัติ

4) ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ การใช้ตราสัญลักษณ์ต้องระบุเป้าหมายการใช้งานที่ชัดเจน และต้องไม่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ศีลธรรม หรือขัดต่อข้อกำหนด

5) ความสอดคล้องกับระเบียบมหาวิทยาลัย การใช้งานในทุกกรณีต้องอยู่ภายใต้กรอบของกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานของมหาวิทยาลัยอย่างถูกต้อง

3.1.4 หลักเกณฑ์การจัดทำสื่ออินโฟกราฟิกด้วยโปรแกรม CANVA

แคนวา (Canva) เป็นแพลตฟอร์มออกแบบกราฟิกออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูง และเหมาะสำหรับผลิตสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายประเภท เช่น งานนำเสนอ (Presentation) โปสเตอร์ (Poster) การ์ด (Card) ประวัติย่อ (Resume) ประกาศนียบัตร (Certificate) และอินโฟกราฟิก (Infographic) เป็นต้น โดยโปรแกรมมีทั้ง เทมเพลตสำเร็จรูป และ ขนาดงานมาตรฐาน ให้เลือกใช้ อย่างหลากหลาย อีกทั้งยังสามารถออกแบบสื่อจากหน้ากระดาษเปล่าได้ตามความต้องการของผู้ใช้ (168 Training, 2567)

เพื่อให้การจัดทำสื่ออินโฟกราฟิกด้วย Canva มีคุณภาพ เหมาะต่อการนำเสนอข้อมูล และสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรคำนึงถึงหลักการสำคัญดังต่อไปนี้

1) รูปแบบการจัดวาง (Layout) เลือกเลย์เอาต์ให้เหมาะสมกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของสื่อ อินโฟกราฟิกที่ดีควรดึงดูดสายตาและทำให้ผู้อ่านเข้าใจข้อมูลหลักได้ทันทีโดยไม่ต้องซับซ้อน

2) การเลือกใช้ตัวอักษร (Font) แบบอักษรต้องอ่านง่าย ขนาดชัดเจน และเหมาะสมกับน้ำหนักของข้อมูล โดยเน้นหัวข้อหรือสาระสำคัญให้โดดเด่น ควรใช้ตัวอักษรไม่เกิน 2-3 แบบภายในชิ้นงานเดียว เพื่อสร้างความเป็นระเบียบและความสอดคล้องในภาพรวม

3) โทนมสี (Color Scheme) เลือกใช้ชุดสีที่เข้ากับเนื้อหาและไม่รบกวนสายตา ต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างสีพื้นหลังและสีข้อความ เพื่อให้เนื้อความชัดเจน อ่านง่าย และสื่อสารได้ดี

4) การใช้รูปภาพ (Image Use) รูปภาพควรมีความสัมพันธ์โดยตรงกับข้อมูล มีความละเอียดสูง และช่วยเสริมความเข้าใจของผู้อ่าน หลีกเลี่ยงภาพที่ไม่เกี่ยวข้องหรือมีรายละเอียดมากจนทำให้สื่อดูรกรุงรัง

5) **การจัดองค์ประกอบภาพ (Design Composition)** จัดวางองค์ประกอบให้มีลำดับความสำคัญที่ชัดเจน ใช้พื้นที่ว่าง (white space) อย่างสมดุล เพื่อให้ผลงานดูเรียบร้อย อ่านง่าย และให้ภาพลักษณ์แบบมืออาชีพ

6) **วิธีการการเผยแพร่ (Distribution)** เมื่อออกแบบเสร็จ ผู้ใช้สามารถเลือกเผยแพร่หรือบันทึกงานได้หลายรูปแบบ เช่น ดาวน์โหลดเป็นภาพหรือวิดีโอ แชร์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือใช้ประกอบงานนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ตามความเหมาะสมของเนื้อหา

3.1.5 หลักเกณฑ์การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร หรือกิจกรรมของหน่วยงานให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ เข้าใจ และเกิดการมีส่วนร่วม โดยอาศัยหลักการเขียนที่มีประสิทธิภาพ ทั้งด้านเนื้อหา ภาษา และการนำเสนอที่เหมาะสมกับช่องทางเผยแพร่ (บุญมา อิมวิเศษ, 2558) การเขียนข่าวที่ดีควรมีหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1) **ความถูกต้อง (Accuracy)** ข้อมูลต้องผ่านการตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนการเผยแพร่ และต้องระบุแหล่งที่มาชัดเจน เช่น ชื่อบุคคล หน่วยงาน วัน เวลา และสถานที่

2) **ความชัดเจนและเข้าใจง่าย (Clarity)** ใช้ภาษากลางหรือภาษาราชการที่ตนเองที่ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ง่าย หลีกเลี่ยงคำศัพท์เฉพาะทางที่อาจก่อให้เกิดความสับสน หากจำเป็นต้องใช้ควรมีคำอธิบายประกอบ

3) **ความกระชับ (Conciseness)** นำเสนอเฉพาะสาระสำคัญ ไม่เยิ่นเย้อหรือซ้ำซ้อน โดยเลือกใช้ถ้อยคำที่กระชับและตรงประเด็น

4) **โครงสร้างที่เป็นระบบ (Structure)** การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ควรมีโครงสร้าง 3 ส่วน ได้แก่

- หัวข่าว (Headline) ระบุประเด็นสำคัญของข่าวโดยย่อ สร้างแรงจูงใจให้ติดตาม
- เนื้อข่าว (Body) ขยายความโดยเรียงลำดับข้อมูลสำคัญตามหลัก 5W1H ได้แก่ (1) ใคร (Who) (2) ทำอะไร (What) (3) เมื่อไร (When) (4) ที่ไหน (Where) (5) ทำไม (Why) และ (5) อย่างไร (How)
- ส่วนปิดท้าย (Closing) ประกอบด้วยข้อมูลหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ช่องทางการติดต่อ หรือคำอธิบายภาพ

5) **ความเหมาะสมของภาษาและช่องทางเผยแพร่** การเลือกใช้ภาษาควรสอดคล้องกับสื่อที่เผยแพร่ เช่น สื่อออนไลน์ (Facebook, Instagram) ควรใช้ถ้อยคำกระชับ สละดูตา ส่วนสื่อทางการ เช่น เว็บไซต์หรือเอกสารราชการ ควรใช้ถ้อยคำสุภาพและมีความเป็นทางการ

6) **ภาพประกอบและองค์ประกอบกราฟิก** การใช้ภาพช่วยเพิ่มความน่าสนใจของข่าว ควรเลือกภาพที่เกี่ยวข้อง ชัดเจน และไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ ควรมีคำบรรยายใต้ภาพ (caption) เป็นต้น

3.2 วิธีการปฏิบัติงาน

การจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชา เทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เป็นกระบวนการทำงานที่ต้องดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้อง เป็นระบบ และสอดคล้องกับแนวทางของหน่วยงาน กระบวนการปฏิบัติงานโดยสรุปประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.2.1 การรับข่าวสารประชาสัมพันธ์

ผู้ปฏิบัติงานทำหน้าที่รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ คณาจารย์ นักศึกษา หน่วยงานภายใน และหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง โดยอาจได้รับข้อมูลผ่านการประสานงานโดยตรง ระบบสื่อสารภายใน หรือช่องทางออนไลน์ของหน่วยงาน ข้อมูลที่ได้รับต้องมีความครบถ้วน ถูกต้อง และสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นในการดำเนินงานในขั้นตอนถัดไป

ทั้งนี้ ผู้ปฏิบัติงานต้องรักษาความเป็นกลางของข้อมูล และปฏิบัติตามนโยบาย จริยธรรม และข้อกำหนดของหน่วยงานอย่างเคร่งครัด เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างเหมาะสมและน่าเชื่อถือ

3.2.2 การตรวจสอบข่าวสารประชาสัมพันธ์

เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารแล้ว ผู้ปฏิบัติงานต้องตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา โดยพิจารณาความครบถ้วนของรายละเอียด เช่น ชื่อกิจกรรม วัน เวลา สถานที่ และแหล่งที่มา รวมถึงประเมินความเหมาะสมของเนื้อหาในด้านจริยธรรมและนโยบายของสำนักวิชา

การตรวจสอบขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล และลดความเสี่ยงจากการเผยแพร่ข่าวสารที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแก่กลุ่มเป้าหมาย

3.2.3 การเตรียมสื่อเพื่อใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว

ผู้ปฏิบัติงานดำเนินการเตรียมสื่อประกอบข่าวให้เหมาะสมกับรูปแบบการเผยแพร่บนเฟซบุ๊ก โดยครอบคลุมการดำเนินงานดังนี้

- **การจัดการภาพประกอบ** ปรับขนาดและความละเอียดของรูปภาพให้เหมาะสมกับมาตรฐานของแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก เช่น ขนาดภาพปก (Cover) และขนาดภาพโพสต์ทั่วไป เพื่อให้แสดงผลได้อย่างถูกต้องและสวยงาม

- **การตัดต่อวิดีโอ** ใช้โปรแกรม CapCut ในการตัดต่อ ปรับแต่ง และใส่เอฟเฟกต์ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของสื่อให้น่าดึงดูดและมีคุณภาพ

- **การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์** สร้างโปสเตอร์หรืออินโฟกราฟิกด้วยโปรแกรม Canva โดยคำนึงถึงความสวยงาม ความอ่านง่าย และความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของสำนักวิชา

- **การใช้ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้** นำตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานมาใช้ในตำแหน่งที่เหมาะสม เพื่อสร้างความเป็นทางการและสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างถูกต้อง

3.2.4 การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

ผู้ปฏิบัติงานดำเนินการนำข้อมูลที่ได้จากการกลั่นกรองแล้วมาเรียบเรียงให้เป็นเนื้อหาประชาสัมพันธ์ที่สมบูรณ์ โดยมีรายละเอียดการปฏิบัติงานดังนี้

- **การใช้โครงสร้างข่าวแบบ 5W1H** จัดหมวดหมู่ข้อมูลตามหลักการ ใคร (Who), ทำอะไร (What), ที่ไหน (Where), เมื่อไร (When), ทำไม (Why) และอย่างไร (How) เพื่อให้ได้เนื้อหาที่ครบถ้วนและตอบโจทย์ความต้องการของผู้รับสาร

- **การปรับสำนวนภาษาให้เหมาะสม** เลือกใช้ถ้อยคำที่สุภาพ เข้าใจง่าย และมีความกระชับ โดยมุ่งเน้นการปรับโทนการสื่อสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานบนสื่อสังคมออนไลน์

- **การตรวจทานคุณภาพเนื้อหา** ก่อนดำเนินการเผยแพร่ ผู้ปฏิบัติงานต้องตรวจสอบความถูกต้องของข้อเท็จจริงอีกครั้ง พร้อมทั้งขัดเกลาการใช้ภาษาและโครงสร้างประโยคให้มีความเป็นระเบียบ เพื่อให้ข่าวสารที่น่าเสนอมีมาตรฐานและสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนแก่ผู้อ่าน

3.2.5 การตรวจสอบข่าวก่อนการเผยแพร่

เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักวิชา ที่จะนำเสนอผ่านช่องทางทางการมีความสมบูรณ์และน่าเชื่อถือ ผู้ปฏิบัติงานต้องดำเนินการทวนสอบข้อมูลและสื่อประชาสัมพันธ์อย่างถี่ถ้วนในขั้นตอนสุดท้าย โดยมีขอบเขตการตรวจสอบที่สำคัญดังนี้

- **ความแม่นยำของเนื้อหาและข้อมูลเฉพาะ** ตรวจสอบความถูกต้องของชื่อบุคคล ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อหน่วยงาน รวมถึงรายละเอียดวัน เวลา และสถานที่จัดกิจกรรมให้ตรงตามข้อเท็จจริง

- **คุณภาพทางภาษาและไวยากรณ์** ตรวจเช็คการสะกดคำ การใช้ถ้อยคำตามหลักภาษาไทย และการจัดวางประโยคให้อ่านง่ายและสื่อความหมายชัดเจน

- **ความสมบูรณ์ของสื่อดิจิทัล** พิจารณาความเหมาะสมขององค์ประกอบภาพและวิดีโอ ขนาดของไฟล์ที่สอดคล้องกับมาตรฐานเฟซบุ๊ก (Facebook) และการจัดวางสัญลักษณ์องค์กรให้ถูกต้องตามระเบียบ

- **การประเมินภาพลักษณ์องค์กร** วิเคราะห์ความเหมาะสมของเนื้อหาในภาพรวมให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของสำนักวิชา เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจกระทบต่อชื่อเสียงและน่าเชื่อถือของหน่วยงาน

3.2.6 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว

ในขั้นตอนการนำเนื้อหาเข้าสู่ระบบการเผยแพร่บนเพจเฟซบุ๊กของสำนักวิชา ผู้รับผิดชอบต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

- **การเจาะกลุ่มเป้าหมายเชิงรุก** วิเคราะห์และเลือกกลุ่มผู้รับสารให้ตรงกับเนื้อหาของข่าวนั้น ๆ เพื่อให้ข้อมูลส่งถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างแม่นยำ

- **การสร้างสรรคข้อความให้น่าสนใจ (Captions)** เรียบเรียงคำบรรยายโพสต์โดยเน้นความสั้น กระชับ แต่สามารถถ่ายทอดประเด็นหลักของข่าวสารได้อย่างครบถ้วนและเข้าใจง่าย

- **การคัดสรรสื่อมัลติมีเดีย** เลือกใช้ภาพถ่ายหรือคลิปวิดีโอที่มีคุณภาพและมีความสัมพันธ์โดยตรงกับข่าว เพื่อดึงดูดสายตาและสร้างแรงจูงใจให้ผู้ติดตามเข้ามามีส่วนร่วมกับโพสต์ (Engagement) มากยิ่งขึ้น

3.2.7 การติดตาม และประเมินผล

ภายหลังจากการนำเสนอข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเสร็จสิ้น ผู้รับผิดชอบต้องดำเนินการติดตามผลผ่านเครื่องมือวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อวัดความสำเร็จของการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **การวัดผลผ่านระบบ Facebook Insights** ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ และคุณภาพที่เกิดขึ้นจริง เช่น สถิติการเข้าถึงเนื้อหา (Reach) อัตราการปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้งาน (Engagement) และการรับฟังความคิดเห็นสะท้อนกลับจากกลุ่มเป้าหมาย

- **การประเมินผลเพื่อการพัฒนา** นำสถิติและข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์เพื่อระบุปัจจัยที่ทำให้โพสต์ประสบความสำเร็จ รวมถึงสำรวจจุดบกพร่องที่ควรแก้ไข

- **การปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสาร** นำบทสรุปจากการวิเคราะห์มาเป็นแนวทางในการวางแผนประชาสัมพันธ์ในอนาคต เพื่อให้เนื้อหาและช่วงเวลาในการนำเสนอสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มเป้าหมายของสำนักวิชาฯ ได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น

3.2.8 การรายงานสรุปผล

ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการปฏิบัติงานคือการรวบรวมข้อมูลเพื่อสรุปภาพรวมของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ โดยมีแนวทางปฏิบัติดังนี้

- **การจัดทำเอกสารสรุปผลเชิงวิเคราะห์** ผู้รับผิดชอบต้องรวบรวมรายละเอียดจากการทำงานทั้งหมดมาจัดทำเป็นรายงานที่ครอบคลุม ทั้งในด้านรูปแบบการนำเสนอ ผลสำเร็จตามตัวชี้วัดที่ได้รับ ปัญหาที่พบระหว่างทาง รวมถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน

- **การเสนอแนวทางการพัฒนา** ภายในรายงานต้องระบุข้อเสนอแนะเชิงสร้างสรรค์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและยกระดับประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

การสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร รายงานฉบับนี้จะถูกนำเสนอต่อผู้บริหารสำนักวิชาฯ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำคัญในการพิจารณาผลงาน และใช้สำหรับวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารในระยะยาว

3.3 เงื่อนไข/ข้อสังเกต/ข้อควรระวัง/สิ่งที่ควรคำนึง ในการปฏิบัติงาน

การปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและมีประสิทธิผล ผู้ปฏิบัติงานควรคำนึงถึงปัจจัยหลายด้าน ความถูกต้องของข้อมูล การใช้รูปภาพและวิดีโอที่เหมาะสม รวมถึงกฎเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 รายละเอียด เงื่อนไข/ข้อสังเกต/ข้อควรระวัง/สิ่งที่ควรคำนึงในการปฏิบัติงานตาม ขั้นตอนของการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ขั้นตอน	เงื่อนไข/ข้อสังเกต/ข้อควรระวัง/สิ่งที่ควรคำนึงในการปฏิบัติงาน
ขั้นตอนที่ 1 การรับข่าวสารประชาสัมพันธ์	
1.1 ตรวจสอบแหล่งที่มา	1.1.1 ดำเนินการตรวจสอบต้นทางของข้อมูลข่าวสารอย่างถี่ถ้วน เพื่อยืนยันว่าข้อมูลนั้นมาจากแหล่งที่เชื่อถือได้และมีตัวตนจริง
1.2 รักษาความเป็นกลาง	1.2.1 มุ่งเน้นการถ่ายทอดข้อเท็จจริงตามหลักฐานที่ปรากฏ โดยหลีกเลี่ยงการสอดแทรกทัศนคติหรืออารมณ์ส่วนตัว เพื่อรักษาภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร
1.3 ปฏิบัติตามนโยบายขององค์กร	1.3.1 พิจารณาเนื้อหาให้มีความเชื่อมโยงกับพันธกิจ วิสัยทัศน์ และนโยบายหลักของสำนักวิชาฯ เพื่อสอดคล้องการเผยแพร่ข้อมูลที่อาจขัดต่อแนวทางขององค์กร
1.4 ป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์	1.4.1 ตรวจสอบลิขสิทธิ์ของข้อมูลและสื่อ 멀티มีเดียทุกประเภทอย่างละเอียด เพื่อป้องกันปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์และผลกระทบทางกฎหมายที่อาจตามมา
1.5 ปฏิบัติตามกฎหมายและจรรยาบรรณสื่อสารมวลชน	1.5.1 ตรวจสอบเนื้อหาให้เป็นไปตามกรอบของกฎหมายและจรรยาบรรณวิชาชีพ เพื่อรักษาไว้ซึ่งมาตรฐานอันดีและความเชื่อมั่นจากสาธารณชนต่อสำนักวิชาฯ
ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบข่าวสารประชาสัมพันธ์	
2.1 การตรวจสอบข่าวสารประชาสัมพันธ์	2.1.1 การพิจารณาความถูกต้องของข้อมูลจากหลายแหล่ง 2.1.2 ควรระวังเนื้อหาที่อาจกระทบกับชื่อเสียงบุคคลหรือองค์กร 2.1.3 ต้องมีการรักษาความเป็นกลางและความเที่ยงธรรม
ขั้นตอนที่ 3 การเตรียมสื่อ เพื่อใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว	
3.1 การเลือกรูปแบบและการออกแบบ	3.1.1 ควรเลือกเทมเพลตที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ เช่น เลือกเทมเพลตที่มีโทนสีหรือองค์ประกอบที่สอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ 3.1.2 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ควรสอดคล้องกับเอกลักษณ์ขององค์กร (Brand Identity) เช่น สี โลโก้ ฟอนต์ เพื่อสร้างการจดจำของผู้ติดตามและรักษาความเป็นมืออาชีพ 3.1.3 ควรเลือกขนาดที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์มที่ต้องการเผยแพร่

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ขั้นตอน	เงื่อนไข/ข้อสังเกต/ข้อควรระวัง/สิ่งที่ควรคำนึงในการปฏิบัติงาน
3.2 การเลือกรูปภาพและกราฟิก	<p>3.2.1 ควรระมัดระวังเรื่องลิขสิทธิ์ของภาพ หากมีการใช้ภาพที่มีลิขสิทธิ์โดยไม่ได้รับอนุญาต อาจจะมีความเสี่ยงต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ ควรใช้ภาพที่มีให้ใช้ฟรีใน Canva หรือซื้อภาพจากแหล่งที่เชื่อถือได้</p> <p>3.2.2 ควรเลือกใช้ภาพที่คมชัดและละเอียดสูง เพื่อให้ได้สื่อที่มีความดูดีเมื่อมีการเผยแพร่ หากใช้ภาพคุณภาพต่ำ อาจจะทำให้ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสื่อประชาสัมพันธ์</p> <p>3.2.3 เลือกใช้ไอคอนหรือกราฟิกที่สื่อถึงเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ควรหลีกเลี่ยงการใช้กราฟิกที่ไม่เกี่ยวข้องหรือทำให้สื่อสับสน</p>
3.3 การจัดการข้อความและฟอนต์	<p>3.3.1 การจัดวางข้อความควรทำให้อ่านง่าย ชัดเจน และไม่อัดแน่นจนเกินไป ควรใช้ขนาดฟอนต์ที่เหมาะสมกับสื่อที่ออกแบบ เช่น ขนาดฟอนต์ใหญ่ขึ้นสำหรับหัวข้อ หรือใช้สีที่ทำให้ข้อความเด่นชัดเมื่อเทียบกับพื้นหลัง</p> <p>3.3.2 เลือกฟอนต์ที่เข้ากับเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร และควรหลีกเลี่ยงการใช้ฟอนต์ที่หลากหลายเกินไปในชิ้นงานเดียวอาจทำให้สื่อดูไม่มีเอกลักษณ์ ควรใช้ฟอนต์ไม่เกิน 2-3 แบบในงานหนึ่งชิ้น</p> <p>3.3.3 ควรเว้นระยะห่างระหว่างบรรทัด (line spacing) และระยะห่างระหว่างตัวอักษร (letter spacing) ให้เหมาะสมเพื่อเพิ่มความน่าอ่าน</p>
3.4 การเลือกสีและธีม	<p>3.4.1 ควรใช้สีที่เข้ากันเพื่อความกลมกลืน และใช้สีที่สามารถดึงดูดความสนใจ เช่น สีที่ตัดกันอย่างชัดเจน (contrast) ระหว่างพื้นหลังกับข้อความ</p> <p>3.4.2 เลือกสีที่เหมาะสมกับเนื้อหาที่จะสื่อ เช่น สีโทนเย็นเพื่อให้ความรู้สึกสงบ หรือสีโทนร้อนเพื่อดึงดูดความสนใจ</p>
3.5 การใช้ลิขสิทธิ์	<p>3.5.1 ควรตรวจสอบว่าองค์ประกอบที่นำมาใช้ในงาน เช่น รูปภาพ ไอคอน หรือฟอนต์ ถูกต้องตามกฎหมายหรือมีการอนุญาตให้ใช้ หากมีการใช้องค์ประกอบที่ไม่ได้รับอนุญาตอาจเสี่ยงต่อการละเมิดลิขสิทธิ์</p>
3.6 การทำงานร่วมกันเป็นทีม	<p>3.6.1 Canva มีฟีเจอร์ที่ช่วยให้ทำงานร่วมกับทีมได้ โดยสามารถแชร์ลิงก์หรือเชิญคนในทีมมาแก้ไขงานได้ ควรใช้ฟีเจอร์นี้ในการตรวจสอบและแก้ไขงานร่วมกัน</p> <p>3.6.2 หากทำงานในโปรเจกต์ที่เป็นความลับ ควรจัดการการเข้าถึงไฟล์ให้เหมาะสม โดยให้เฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องเท่านั้นที่จะสามารถดูหรือแก้ไขงานได้</p>
3.7 การบันทึกและส่งออกไฟล์	<p>3.7.1 ควรเลือกประเภทไฟล์ที่เหมาะสมกับการใช้งาน เช่น PNG สำหรับงานดิจิทัลที่ต้องการความคมชัด หรือ PDF สำหรับการพิมพ์</p> <p>3.7.2 หากต้องการพิมพ์ ควรเลือกความละเอียดสูง (High Quality) เพื่อให้ได้คุณภาพงานที่ชัดเจน โดย Canva มีตัวเลือกให้ตั้งค่าความละเอียดของไฟล์ตามความต้องการ</p> <p>3.7.3 ควรบันทึกและสำรองไฟล์งานไว้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันการสูญหายของงานระหว่างการออกแบบ</p>

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ขั้นตอน	เงื่อนไข/ข้อสังเกต/ข้อควรระวัง/สิ่งที่ควรคำนึงในการปฏิบัติงาน
3.8 การพิจารณาความเหมาะสมของแพลตฟอร์ม	3.8.1 ควรคำนึงถึงแพลตฟอร์มที่ต้องการเผยแพร่ เช่น Facebook, Instagram, Twitter หรือสื่อสิ่งพิมพ์ โดย Canva มีเทมเพลตที่ออกแบบมาเฉพาะสำหรับแต่ละแพลตฟอร์ม แต่ต้องปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับแต่ละช่องทางเช่นกัน 3.8.2 ในการผลิตสื่อสำหรับแพลตฟอร์มดิจิทัล ผู้ปฏิบัติงานต้องให้ความสำคัญกับรูปแบบการแสดงผลที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้ โดยเฉพาะการออกแบบที่รองรับการใช้งานผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile-First Design) เพื่อให้เนื้อหาและภาพลักษณ์ของสำนักวิชา มีความสวยงาม สมบูรณ์ และอ่านง่าย เมื่อเข้าชมผ่านสมาร์ตโฟน
3.9 การใช้งาน Canva Pro และ Free Version	3.9.1 Canva Free มีฟีเจอร์เพียงพอสำหรับการสร้างสื่อพื้นฐาน แต่ข้อจำกัดคือการเข้าถึงบางเทมเพลต รูปภาพ หรือฟอนต์ที่มีให้เฉพาะผู้ใช้งาน Canva Pro 3.9.2 Canva Pro มีฟีเจอร์เพิ่มเติม เช่น การเข้าถึงภาพและกราฟิกที่มีลิขสิทธิ์ฟรี การลบพื้นหลังจากรูปภาพ และฟีเจอร์การจัดเก็บเอกสารในโฟลเดอร์ เป็นต้น
ขั้นตอนที่ 4 การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	
4.1 ข้อมูลที่เป็นจริงและถูกต้อง	4.1.1 ข้อมูลที่นำเสนอในข่าวประชาสัมพันธ์ต้องเป็นข้อเท็จจริง มีการตรวจสอบแล้วเบื้องต้นว่าไม่เป็นข้อมูลที่ผิดพลาดหรือบิดเบือน
4.2 ความครบถ้วนของข้อมูล	4.2.1 ข่าวประชาสัมพันธ์ควรให้ข้อมูลที่ครบถ้วนเพียงพอ โดยไม่ขาดตอนหรือเว้นประเด็นสำคัญ
4.3 การอ้างอิงแหล่งข้อมูล	4.3.1 หากใช้ข้อมูลจากแหล่งอื่น ควรมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ
4.4 กลุ่มเป้าหมายของข่าว	4.4.1 ต้องทราบว่ากลุ่มเป้าหมายของข่าวคือใคร เพื่อปรับสำนวนและเนื้อหาของข่าวให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้อ่าน
4.5 ความยาวของเนื้อหา	4.5.1 ข่าวประชาสัมพันธ์ควรมีความกระชับ เข้าใจง่าย แต่ยังคงข้อมูลที่สำคัญและน่าสนใจไว้
4.6 ภาษาที่ใช้	4.6.1 ควรใช้ภาษาที่ถูกต้อง เหมาะสม และเป็นทางการ ควรเลี่ยงภาษาที่ซับซ้อนเกินไปจนทำให้เข้าใจยาก
4.7 การใช้คำโฆษณาเกินจริง	4.7.1 ควรหลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่โอ้อวดมากเกินไปหรือกล่าวเกินความเป็นจริง เพราะอาจทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ
4.8 การเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นความลับ	4.8.1 ควรระมัดระวังและงดเว้นการเผยแพร่เนื้อหาที่อาจส่งผลกระทบต่อมาตรการรักษาความลับ หรือกระทบต่อสวัสดิภาพและความมั่นคงของสำนักวิชา รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการสื่อสารสู่สาธารณะ
4.9 จุดประสงค์ของข่าว	4.9.1 ต้องชัดเจนว่าเราต้องการสื่อสารอะไร ข่าวนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร สร้างภาพลักษณ์ที่ดี หรือแจ้งข้อมูลข่าวสาร
4.10 ความตรงต่อเวลา	4.10.1 ควรประชาสัมพันธ์ข่าวในเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้ข่าวมีความทันสมัยทันเหตุการณ์ และได้รับการตอบสนองที่ดีจากผู้รับสาร

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ขั้นตอน	เงื่อนไข/ข้อสังเกต/ข้อควรระวัง/สิ่งที่ควรคำนึงในการปฏิบัติงาน
ขั้นตอนที่ 5 การตรวจสอบข่าวก่อนการเผยแพร่	
5.1 ตรวจสอบก่อนเผยแพร่	5.1.1 ควรให้หัวหน้าทีมประชาสัมพันธ์ตรวจสอบอนุมัติก่อนโพสต์ 5.1.2 ตรวจสอบอีกครั้งว่าเนื้อหา และภาพประกอบมีความเหมาะสม 5.1.3 หลีกเลี่ยงการเผยแพร่เนื้อหาที่มีลักษณะโจมตี วิวาทษ์ หรือสร้างความขัดแย้ง
ขั้นตอนที่ 6 การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์	
6.1 บัญชีผู้ใช้งานต้องถูกต้อง และเป็นทางการ	6.1.1 ควรใช้บัญชีที่ถูกต้องของหน่วยงาน และเป็นทางการสำหรับการเผยแพร่เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์
6.2 ความสอดคล้องกับกฎของ Facebook	6.2.1 เนื้อหาที่เผยแพร่ต้องไม่ขัดต่อกฎและนโยบายของ Facebook เช่น ห้ามโพสต์เนื้อหาที่เป็นการหลอกลวง การละเมิดลิขสิทธิ์ หรือใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม
6.3 ข้อมูลที่ชัดเจนและตรวจสอบได้	6.3.1 ข้อมูลทุกอย่างที่เผยแพร่ต้องมีความถูกต้อง สามารถที่จะตรวจสอบได้ และไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดต่อกลุ่มผู้รับสาร
6.4 กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience)	6.4.1 การเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น อายุ ความสนใจ หรือเข้าถึงกลุ่มที่มีความสนใจมากที่สุด ซึ่งสามารถใช้เครื่องมือ Facebook Insights ในการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มผู้ติดตาม
6.5 ความถี่ในการโพสต์	6.5.1 ควรมีการวางแผนความถี่ของการโพสต์อย่างเหมาะสม ไม่บ่อยจนเกินไป แต่เพียงพอให้ผู้ติดตามได้รับข้อมูลอย่างต่อเนื่อง
6.6 ช่วงเวลาที่เผยแพร่	6.6.1 ควรเลือกช่วงเวลาของกลุ่มเป้าหมายใช้งาน Facebook มากที่สุด เช่น ช่วงเย็นหรือวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อเพิ่มให้เนื้อหาจะถูกมองเห็นและมีส่วนร่วมมากขึ้น
6.7 การใช้ข้อความที่ไม่เหมาะสมหรือทำให้เกิดการเข้าใจผิด	6.7.1 ควรหลีกเลี่ยงการใช้เนื้อหาที่อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด หรือเนื้อหาที่เป็นการวิวาทษ์วิจารณ์หรือสร้างความขัดแย้งในสังคม
6.8 การตอบโต้คอมเมนต์หรือข้อความที่ไม่สร้างสรรค์	6.8.1 ควรหลีกเลี่ยงการตอบโต้คอมเมนต์ที่ไม่สุภาพหรือเป็นการโจมตี
6.9 การโพสต์เนื้อหาที่ซ้ำซ้อน	6.9.1 หลีกเลี่ยงการโพสต์เนื้อหาที่ซ้ำซ้อนหรือมีความคล้ายคลึงมากเกินไป เนื่องจากอาจจะทำให้ผู้ติดตามไม่สนใจเนื้อหา
ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและประเมินผล	
7.1 การติดตามผล	7.1.1 ควรกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนและสามารถวัดผลได้ เช่น เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม และเพิ่มการมีส่วนร่วม 7.1.2 ไม่ควรพิจารณาเพียงแคตัวชี้วัดเดียว เช่น จำนวนไลค์ แต่ควรพิจารณาตัวชี้วัดที่หลากหลาย เช่น จำนวนคอมเมนต์ การแชร์ การคลิกลิงก์ และการเข้าชมเว็บไซต์ 7.1.3 ควรกำหนดช่วงเวลาในการวัดผลที่เหมาะสม เช่น รายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน ขึ้นอยู่กับความถี่ในการโพสต์

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ขั้นตอน	เงื่อนไข/ข้อสังเกต/ข้อควรระวัง/สิ่งที่ควรคำนึงในการปฏิบัติงาน
ขั้นตอนที่ 8 การรายงานสรุปผล	
8.1 การรายงานข้อมูลสรุป	8.1.1 การรายงานผลควรมีข้อมูลเชิงปริมาณ (ยอด Reach, Engagement) และเชิงคุณภาพ (ข้อเสนอแนะ และคำติชม) 8.1.2 สรุปจุดเด่น จุดด้อย และแนวทางการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม

3.4 แนวคิด/งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) จำเป็นต้องประยุกต์ใช้หลักการสื่อสารควบคู่ไปกับทฤษฎีการออกแบบ เพื่อสร้างมาตรฐานการดำเนินงานที่ตอบโจทย์เป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดแนวคิดที่เป็นกรอบการดำเนินงานดังนี้

3.4.1 แนวคิดการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Concept)

แนวคิดการประชาสัมพันธ์ตาม Cutlip และ Sanders มองว่าการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารที่องค์กรและสาธารณชนมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ไม่ใช่เพียงการสื่อสารทางเดียวจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงต้องอาศัยการวางแผนที่เป็นระบบ มีความถูกต้องของข้อมูล และดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

การนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับงานประชาสัมพันธ์ของสำนักวิชา ช่วยให้การเผยแพร่ข่าวสารไม่เพียงแต่เป็นการแจ้งข้อมูล แต่ยังเป็นการสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสำนักวิชากับกลุ่มเป้าหมายในระยะยาว (อัมพร สุขเกษม, 2555)

3.4.2 แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Concept)

สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่การสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานมีบทบาททั้งในฐานะผู้รับสารและผู้สร้างเนื้อหา การสื่อสารบนแพลตฟอร์มลักษณะนี้จึงมีลักษณะโต้ตอบและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

ลักษณะเฉพาะของสื่อสังคมออนไลน์ประกอบด้วย การแพร่กระจายเนื้อหาที่รวดเร็ว การสื่อสารแบบโต้ตอบ และการเปิดพื้นที่ให้เข้าถึงสาระสำคัญได้จากทุกที่ทุกเวลา สิ่งเหล่านี้ช่วยยกระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ให้เป็นระบบมากขึ้นผ่านการใช้ข้อมูลจาก Facebook Insights ซึ่งช่วยในการติดตามผลและปรับแต่งกลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ติดตาม (สมสุข หินวิมล, 2562)

3.4.3 แนวคิดกระบวนการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต (Internet Communication Process)

กระบวนการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตสามารถอธิบายได้ด้วยโมเดล SMCR ของ Berlo ซึ่งประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร โมเดลดังกล่าวช่วยให้การวางแผนการสื่อสารมีโครงสร้างที่ชัดเจน

การประยุกต์ใช้แนวคิดนี้ในงานประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถกำหนดเนื้อหา เลือกช่องทาง และประเมินผลตอบรับจากผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงบริบทและลักษณะของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ (สุภักคมน์ คำดี, 2561)

3.4.4 แนวคิด 5W1H ในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

ในการเรียบเรียงข่าวสารของสำนักวิชาฯ ได้นำองค์ประกอบพื้นฐาน 5W1H มาเป็นโครงสร้างหลักเพื่อรับประกันความครบถ้วนของข้อมูล โดยมุ่งเน้นการตอบคำถามสำคัญคือ ใคร (Who), ทำอะไร (What), เมื่อใด (When), สถานที่ใด (Where), วัตถุประสงค์ (Why) และ รายละเอียดขั้นตอน (How) การบูรณาการแนวคิดนี้ช่วยให้การถ่ายทอดเนื้อหาที่มีลำดับขั้นตอนที่ชัดเจน ลดโอกาสการเกิดข้อมูลผิดพลาด และเอื้อให้ผู้รับสารสามารถจับใจความสำคัญของกิจกรรมสำนักวิชาฯ ได้ทันที (ธารัง บัวศรี, 2556)

3.4.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอินโฟกราฟิก (Infographic)

การออกแบบข้อมูลผ่านอินโฟกราฟิกช่วยให้การถ่ายทอดเรื่องราวขององค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยอาศัยหลักการออกแบบที่เน้นความชัดเจนและโครงสร้างที่สัมพันธ์กันตามทฤษฎีของ Edward Tufte และ Wong ซึ่งช่วยลดความซับซ้อนของข้อมูลเชิงวิชาการให้เข้าใจได้ทันที ในบริบทของการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ สื่อลักษณะนี้เป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มยอดการเข้าถึง (Reach) และการปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตาม เนื่องจากสามารถตอบโจทย์ข้อจำกัดด้านเวลาของผู้รับสารในแพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างแม่นยำ (ณัฐกานต์ โชคกิจการ, 2565)

3.4.6 แนวคิดวิธีการนำเสนอเนื้อหาบนเฟซบุ๊ก (Facebook Content Strategy)

การนำเสนอเนื้อหาบนเฟซบุ๊กจำเป็นต้องมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยพิจารณาเป้าหมายของการสื่อสาร กลุ่มเป้าหมาย ประเภทของเนื้อหา และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเผยแพร่ นอกจากนี้ การใช้ข้อความที่กระชับ ภาพหรือวิดีโอที่มีคุณภาพ รวมถึงการใช้คำกระตุ้นการมีส่วนร่วม (Call to Action) ช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและการตอบสนองของผู้ติดตาม ทำให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (วิรัตน์ ประเสริฐศรี, 2563)

3.4.7 แนวคิดจริยธรรมการรับสื่อประชาสัมพันธ์ (Ethics in Receiving Public Relations Media)

การรับและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรม ความเป็นกลาง และการตรวจสอบข้อเท็จจริง ผู้ปฏิบัติงานควรพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา และหลีกเลี่ยงการเผยแพร่ข้อมูลที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือส่งผลกระทบต่อสังคม

การยึดหลักจริยธรรมในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับสาธารณชนในระยะยาว (กาญจนา แก้วเทพ, 2558)

3.4.8 แนวคิดการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)

ในการยกระดับคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก สำนักวิชา ได้นำกระบวนการ ADDIE Model มาใช้เป็นกรอบโครงสร้างในการทำงาน เพื่อให้การผลิตสื่อมีความเป็นระบบและสามารถวัดผลได้อย่างชัดเจน โดยประกอบด้วย 5 ระยะเวลาสำคัญ ดังนี้

- **การวิเคราะห์ (Analysis)** ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น นักศึกษา หรือผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อกำหนดเนื้อหาที่ตอบโจทย์
- **การออกแบบ (Design)** วางแผนรูปแบบการนำเสนอ ทั้งการเขียนพาดหัว (Headline) การเลือกโทนสีประจำสำนักวิชา และการวางโครงสร้างเนื้อหา (Storyboard)
- **การพัฒนา (Development)** ลงมือผลิตสื่อจริงโดยใช้เครื่องมือ เช่น Canva หรือ CapCut เพื่อสร้างสรรค์ภาพกราฟิกและวิดีโอตามที่ได้ออกแบบไว้
- **การดำเนินการ (Implementation)** นำสื่อที่ผลิตเสร็จสิ้นเผยแพร่ผ่านเพจเฟซบุ๊ก ตามช่วงเวลาที่เหมาะสม (Prime Time) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางที่สุด
- **การประเมินผล (Evaluation)** ตรวจสอบประสิทธิภาพของสื่อจากยอดการเข้าถึง และการปฏิสัมพันธ์ (Insights) เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพในรอบการผลิตถัดไป

จากการศึกษาพบว่าการประยุกต์ใช้โครงสร้าง ADDIE ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงผู้รับสาร แต่ยังช่วยสร้างมาตรฐานการสื่อสารที่สร้างความพึงพอใจและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้อย่างยั่งยืน (อัษฎา วรรณกาญจน์ และคณะ, 2565)

บทที่ 4

เป้าหมายและเทคนิคในการปฏิบัติงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์

การนำเสนอเนื้อหาในบทที่ 4 ของคู่มือการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ได้อธิบายเป้าหมายและเทคนิคในการปฏิบัติงานโดยละเอียด ครอบคลุมการปฏิบัติงานที่สามารถทำงานแทนกันได้ ประกอบด้วย 6 หัวข้อหลัก ดังนี้ (1) เป้าหมายและตัวชี้วัดในการปฏิบัติงาน (2) เทคนิคในการวางแผน/แผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน (3) เทคนิคในการปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอนการปฏิบัติงาน (4) เทคนิคการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (5) เทคนิคการทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ (6) จรรยาบรรณ/คุณธรรม/จริยธรรมในการปฏิบัติงาน โดยในแต่ละหัวข้อมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 เป้าหมายในการปฏิบัติงาน (ตัวชี้วัดในการปฏิบัติงาน)

การจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ให้สาธารณชนรับรู้และเข้าถึงข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ของสำนักวิชา และช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักวิชา โดยมีตัวชี้วัดการปฏิบัติงานดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ตัวชี้วัดในการปฏิบัติงานตามขั้นตอนการทำงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ขั้นตอน	กิจกรรม/แผนงาน	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
ขั้นตอนที่ 1 การรับข่าวประชาสัมพันธ์			
1. รับข่าวประชาสัมพันธ์	รับข้อมูลข่าวสารจากคณาจารย์ นักศึกษา และหน่วยงานภายใน	จำนวนข่าวที่ได้รับต่อสัปดาห์	อย่างน้อย 3 ข่าว/สัปดาห์
ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์			
2.การตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์	ตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหา	ร้อยละของข่าวที่ได้รับ การตรวจสอบก่อนการเผยแพร่	ไม่น้อยกว่า 100% ของข่าวทั้งหมด
ขั้นตอนที่ 3 การเตรียมสื่อ เพื่อใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว			
3.การเตรียมสื่อประชาสัมพันธ์	ออกแบบอินโฟกราฟิก ปรับแต่ง วิดีโอ พร้อมใส่ตราสัญลักษณ์หน่วยงาน	จำนวนสื่อกราฟิกที่ผลิตต่อข่าว	อย่างน้อย 1 ภาพ หรือ 1 วิดีโอ/ข่าว

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ขั้นตอน	กิจกรรม/แผนงาน	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
ขั้นตอนที่ 4 การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์			
4.การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	ร่างข่าวโดยใช้หลัก 5W1H และภาษาไทยที่ถูกต้อง	ระยะเวลาในการจัดทำข่าว	ไม่เกิน 1 วันทำการ/ข่าว
ขั้นตอนที่ 5 การตรวจสอบข่าวก่อนการเผยแพร่			
5.การตรวจสอบก่อนเผยแพร่	ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของเนื้อหาและสื่อประชาสัมพันธ์	ร้อยละของข่าวที่ได้รับการตรวจสอบก่อนโพสต์	100% ของข่าว
ขั้นตอนที่ 6 การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์			
6.การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว	โพสต์ข่าวในเฟซบุ๊ก (Facebook) พร้อมเขียนแคปชั่น และกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	จำนวนข่าวที่โพสต์ในเฟซบุ๊ก Facebook / สัปดาห์	อย่างน้อย 3 ข่าว/สัปดาห์
ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและประเมินผล			
7.การติดตามและประเมินผล	วิเคราะห์ผลผ่าน Facebook Insights	ค่าเฉลี่ยของ Engagement (Like, Comment, Share) /โพสต์	อย่างน้อย 100 Engagement/โพสต์
ขั้นตอนที่ 8 การรายงานสรุปผล			
8. การรายงานสรุปผล	สรุปผลการดำเนินงานในรูปแบบรายเดือนหรือรายไตรมาส	จำนวนรายงานที่จัดทำตามรอบเวลา	ครบถ้วนทุกเดือนหรือ ทุกไตรมาส

4.2 เทคนิคในการวางแผน/แผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน

การจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จำเป็นต้องใช้การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน เพื่อให้การสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำและส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางดำเนินการดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis)

ก่อนเริ่มดำเนินการสื่อสาร ผู้ปฏิบัติงานต้องทำการวิเคราะห์องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน เพื่อให้เห็นภาพรวมของสถานการณ์ปัจจุบัน ผ่านกระบวนการดังนี้

1) การวิเคราะห์ผ่านโครงสร้าง SWOT Analysis

- จุดแข็ง (Strengths) ตีงเอกลักษณ์ด้านงานวิจัยเกษตรและนวัตกรรมอาหารที่โดดเด่นของสำนักวิชาฯ มาเป็นจุดขายหลัก

- จุดอ่อน (Weaknesses) สสำรวจข้อจำกัดด้านบุคลากรหรือเครื่องมือ เพื่อหาแนวทางสนับสนุนให้การผลิตสื่อมีความสม่ำเสมอ

- **โอกาส (Opportunities)** ติดตามกระแสสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีอาหารและเกษตรสมัยใหม่ เพื่อนำมาสร้างคอนเทนต์ที่ทันเหตุการณ์

- **อุปสรรค (Threats)** วิเคราะห์คู่แข่งหรือปัจจัยภายนอก เช่น การเปลี่ยนแปลงอัลกอริทึมของ Facebook ที่อาจส่งผลกระทบต่อการใช้งานเข้าถึง

2) การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเชิงลึก (Audience Insight) ศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมและการเสถียรของของกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ นักเรียนระดับมัธยมปลายที่สนใจด้านเกษตร ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อนำข้อมูลมาออกแบบสารให้ตรงกับความต้องการและแก้ปัญหาได้ตรงจุด รวมถึงการวัดผลภาพลักษณ์ในปัจจุบันว่ามีความน่าเชื่อถือและทันสมัยเพียงใดในสายตาของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์

4.2.2 การกำหนดเป้าหมาย (Goal Setting)

เมื่อวิเคราะห์สถานการณ์แล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการกำหนดเป้าหมายด้านการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน โดยต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของสำนักวิชา เช่น การเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับหลักสูตร การยกระดับภาพลักษณ์องค์กร และการส่งเสริมความร่วมมือหรือการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย การตั้งเป้าหมายควรอิงหลัก SMART ได้แก่

- S (Specific) ระบุวัตถุประสงค์อย่างเฉพาะเจาะจง
- M (Measurable): สามารถวัดผลได้จริง
- A (Achievable): มีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ
- R (Relevant): สอดคล้องกับภารกิจของสำนักวิชา
- T (Time-bound): มีระยะเวลาดำเนินงานที่ชัดเจน

เป้าหมายที่ดีจะช่วยให้การวางแผนและการประเมินผลมีทิศทางชัดเจน และสนับสนุนให้การประชาสัมพันธ์เกิดผลลัพธ์เชิงบวกตามที่สำนักวิชาตั้งไว้

4.2.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience)

การจำแนกกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบเป็นอีกส่วนสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

- กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) นักเรียนระดับมัธยมศึกษา ครูแนะแนว
- กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า บุคลากร และประชาชนทั่วไป

หลังจากกำหนดกลุ่มเป้าหมายแล้ว ควรศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (Demographics) เช่น อายุ เพศ พื้นที่ รวมถึงข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้งานสื่อออนไลน์ (Online Behavior) เช่น ความสนใจ ช่องทางที่ใช้บ่อย และช่วงเวลาที่มักเข้าชมสื่อ เพื่อวางแผนเลือกเนื้อหา โทนาการสื่อสาร และรูปแบบสื่อให้ตอบโจทย์แต่ละกลุ่มได้อย่างแม่นยำ

4.2.4 การเลือกช่องทางและประเภทเนื้อหา (Platform & Content Strategy)

ผู้ใช้งานจำนวนมากและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลาย ควรวางแผนเนื้อหาให้มีความหลากหลาย เช่น

- ข่าวกิจกรรมภายในสำนักวิชา
- ผลงานนักศึกษาและคณาจารย์
- อินโฟกราฟิก (Infographic)
- คลิปวิดีโอสั้น หรือสื่อสร้างแรงบันดาลใจ

ทั้งนี้ ควรจัดทำ ปฏิทินเนื้อหา (Content Calendar) รายสัปดาห์หรือรายเดือน เพื่อสร้างความสม่ำเสมอในการเผยแพร่ข่าวสาร และช่วยวางแผนการผลิตสื่ออย่างเป็นระบบ

4.2.5 การบริหารเวลาและบุคลากร (Time & Team Management)

ความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กขึ้นอยู่กับการจัดวางระบบงานที่มีโครงสร้างชัดเจนและการบริหารเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสำนักวิชาฯ ได้กำหนดแนวทางปฏิบัติไว้ดังนี้

1) การกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบ (Role Allocation) เพื่อให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวและลดความซ้ำซ้อน ควรแบ่งสัดส่วนความรับผิดชอบตามความเชี่ยวชาญ ดังนี้

- ฝ่ายประสานงานและรับข้อมูล (Information Coordinator) ทำหน้าที่รวบรวมข่าวสารจากหลักสูตรและงานวิจัย
- ฝ่ายสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) รับผิดชอบการร่างข้อความและเรียบเรียงประเด็นสำคัญ
- ฝ่ายออกแบบสื่อดิจิทัล (Visual Designer) ผลิตสื่อกราฟิกและวิดีโอผ่านโปรแกรมประยุกต์
- ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ (Quality Controller) ทวนสอบความถูกต้องของข้อมูลและภาษา
- ฝ่ายบริหารจัดการแพลตฟอร์ม (Platform Administrator) ดำเนินการเผยแพร่และตอบโต้กับผู้ติดตาม

2) การใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการติดตามผล (Digital Workflow Tools) ยกระดับการทำงานให้เป็นระบบด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสนับสนุน

-ระบบติดตามงาน ใช้เครื่องมือเช่น Google Sheets หรือแอปพลิเคชันบริหารงานโครงการ เพื่อควบคุมสถานะของงานในแต่ละขั้นตอน (Workflow Tracking)

-ปฏิทินเนื้อหา (Content Calendar) วางแผนการเผยแพร่สื่อล่วงหน้าให้สอดคล้องกับกิจกรรมสำคัญประจำภาคการศึกษา เช่น ช่วงรับสมัครนักศึกษาใหม่ หรือช่วงการนำเสนอผลงานวิจัยเด่น เพื่อให้การสื่อสารมีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทันทุกเวที

4.2.6 การประเมินผลและปรับปรุง (Evaluation & Improvement)

หลังจากเผยแพร่เนื้อหาแล้ว ควรมีการประเมินผลการดำเนินงานผ่านเครื่องมือ Facebook Insights โดยพิจารณาตัวชี้วัดหลัก เช่น

- จำนวนผู้เข้าถึง (Reach)
- การมีส่วนร่วม (Engagement)
- จำนวนผู้ติดตาม (Followers)

จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลลัพธ์ ประชุมสรุปผลเป็นระยะ และปรับปรุงให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ติดตาม เช่น การเลือกเวลาโพสต์ การเพิ่มเนื้อหาวิดีโอ หรือการปรับรูปแบบสื่อให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

4.2.7 การบริหารความเสี่ยงและรักษาภาพลักษณ์ (Risk Management)

กำหนดระบบตรวจสอบและอนุมัติข่าวก่อนเผยแพร่ เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดทางเนื้อหาและการใช้สื่อที่ไม่เหมาะสม หลีกเลี่ยงการนำเสนอข้อมูลที่อ่อนไหว หรืออาจกระทบต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงาน

นอกจากนี้ ควรมีแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤต (Crisis Communication Plan) เพื่อใช้ในการจัดการสถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของสำนักวิชา รวมถึงจัดให้มีผู้รับผิดชอบหลักในการประสานงานและตอบสนองต่อเหตุการณ์อย่างเหมาะสม

ตารางที่ 4.2 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมายและกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชา เทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ขั้นตอน	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	กลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน
ขั้นตอนที่ 1 การรับข่าวประชาสัมพันธ์			
1.การรับข่าวประชาสัมพันธ์	จำนวนข่าวที่ได้รับต่อสัปดาห์	ไม่น้อยกว่า 3 ข่าว/สัปดาห์	การประสานรับข่าวสารจากคณาจารย์ นักศึกษา และหน่วยงานผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Google Form หรือกลุ่ม Line
ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์			
2.การตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์	ร้อยละของข่าวที่ผ่านการตรวจสอบก่อนเผยแพร่	ไม่น้อยกว่า 100% ของข่าวทั้งหมด	ตรวจสอบข้อมูลโดยใช้หลัก 5W1H และจริยธรรมการสื่อสารก่อนเผยแพร่จริง
ขั้นตอนที่ 3 การเตรียมสื่อ เพื่อใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว			
3.การเตรียมสื่อเพื่อเผยแพร่	จำนวนสื่อกราฟิกที่ผลิตต่อข่าว	อย่างน้อย 1 ภาพ หรือ 1 วิดีโอ/ข่าว	ออกแบบสื่อโดยใช้ Canva / CapCut พร้อมกำกับตราสัญลักษณ์และสีประจำหน่วยงาน

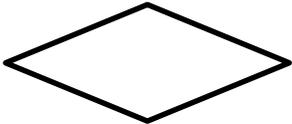
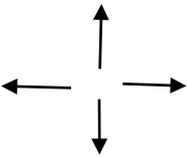
ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ขั้นตอน	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	กลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน
ขั้นตอนที่ 4 การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์			
4.การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	ระยะเวลาในการจัดทำข่าว	ไม่เกิน 1 วันทำการ/ข่าว	ใช้รูปแบบการเขียนข่าวอย่างกระชับ ชัดเจน ตามหลักไวยากรณ์ และตรวจสอบก่อนส่ง
ขั้นตอนที่ 5 การตรวจสอบข่าวก่อนการเผยแพร่			
5.การตรวจสอบก่อนเผยแพร่	ร้อยละของข่าวที่ได้รับการตรวจสอบก่อนโพสต์	100% ของข่าว	ใช้ระบบอนุมัติ 2 ขั้นตอนคือ ตรวจสอบเนื้อหาและความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์
ขั้นตอนที่ 6 การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์			
6.การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว	จำนวนข่าวที่โพสต์ในเฟซบุ๊ก Facebook /สัปดาห์	ไม่น้อยกว่า 3 ข่าว/สัปดาห์	วางแผนโพสต์ล่วงหน้าด้วย Content Calendar พร้อมเลือกเวลาโพสต์ที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและประเมินผล			
7.การติดตามและประเมินผล	Engagement (Like, Comment, Share) เฉลี่ย/โพสต์	อย่างน้อย 100 ครั้ง/โพสต์	การใช้ Facebook Insights วิเคราะห์ผลการเข้าถึง ปรับเนื้อหาให้ตรงตามความสนใจของผู้ติดตาม
ขั้นตอนที่ 8 การรายงานสรุปผล			
8.การรายงานผลการดำเนินงาน	จำนวนรายงานที่จัดทำตามรอบเวลา	ครบถ้วนทุกเดือนหรือทุกไตรมาส	สรุปผลการดำเนินงานในรูปแบบรายงานพร้อมข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาในรอบถัดไป

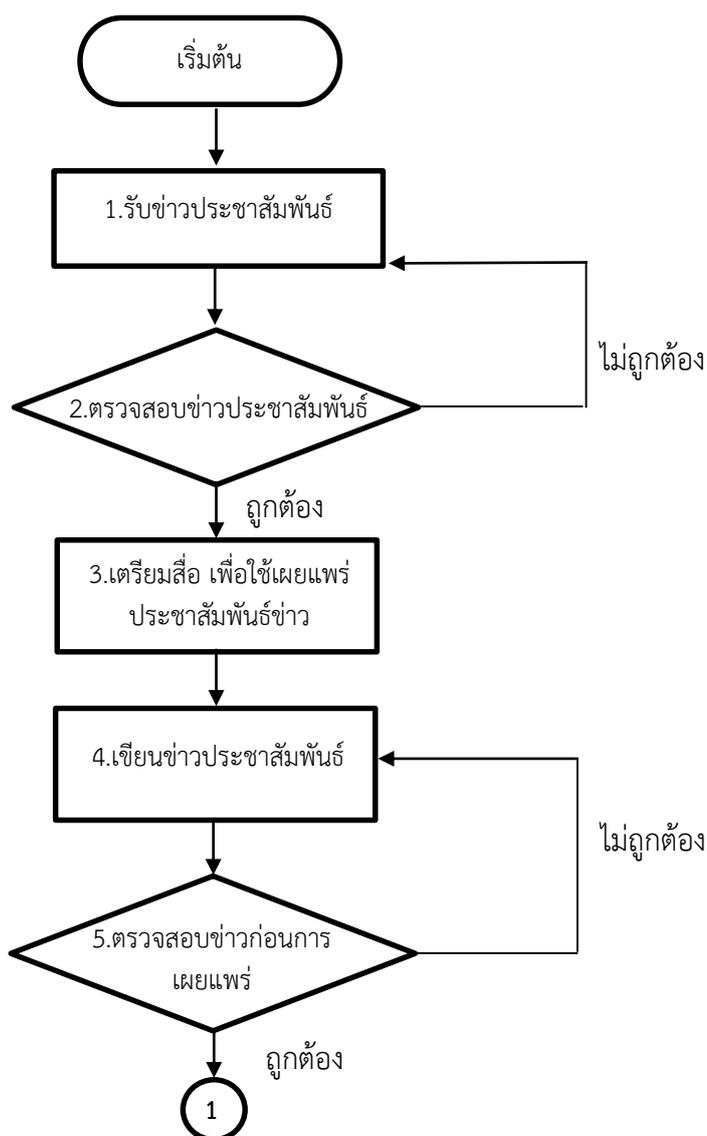
4.3 เทคนิคในการปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอนการปฏิบัติงาน

การจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มีสัญลักษณ์ ชื่อสัญลักษณ์ และความหมายของ Flowchart (ธีระยุทธ วัฒนาศุภโชค, 2560) รายละเอียดตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงสัญลักษณ์ ชื่อเรียก และความหมายของ Flowchart

สัญลักษณ์	ชื่อสัญลักษณ์	ความหมาย
	จุดเริ่มต้น (Start) / จุดสิ้นสุด (Stop)	ใช้เป็นจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของผังงาน
	การปฏิบัติงาน/การประมวลผล	ใช้เป็นสัญลักษณ์แทนการดำเนินการ/การประมวลผล
	การตัดสินใจ	ใช้เป็นสัญลักษณ์เพื่อให้ตัดสินใจ
	จุดเชื่อมต่อ	ใช้เป็นสัญลักษณ์แทนจุดเชื่อมต่อของผังงาน
	ทิศทางการทำงาน	ใช้เป็นสัญลักษณ์แทนทิศทางการทำงาน

ขั้นตอนการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ฉบับนี้ ดำเนินงานเริ่มตั้งแต่การรับข่าวประชาสัมพันธ์ และสิ้นสุดกระบวนการเมื่อข่าวประชาสัมพันธ์ ได้รับการเผยแพร่ผ่านช่องทางเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยคู่มือฉบับนี้แบ่งขั้นตอนการปฏิบัติงานหลักออกเป็น 8 ขั้นตอน ประกอบด้วย (1) การรับข่าวประชาสัมพันธ์ (2) การตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์ (3) การเตรียมสื่อ เพื่อใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว (4) การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (5) การตรวจสอบข่าวก่อนการเผยแพร่ (6) การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ (7) การติดตามผลและประเมินผล (8) การรายงานสรุปผลการปฏิบัติงาน ดังรายละเอียด ภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 ขั้นตอนการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)



ภาพที่ 4.1 ขั้นตอนการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) (ต่อ)

4.3.1 รายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Workflow) จัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

การจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มีรายละเอียดการปฏิบัติงาน ดังแสดงรายละเอียดใน ตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 รายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ลำดับที่	ผังกระบวนการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา	เอกสารอ้างอิง	แบบฟอร์ม
		-	-	-	-	-
1		ขั้นตอนที่ 1 1.รับข้อมูลข่าวสารจากคณาจารย์ หน่วยงาน หรือนักศึกษา 2.ตรวจสอบเบื้องต้นว่าเป็นข่าวที่สามารถเผยแพร่ได้หรือไม่ 3.รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น เช่น วัน เวลา สถานที่ รายละเอียดกิจกรรม	-เจ้าของข่าว -ผู้ปฏิบัติงาน	ตลอดทั้งปี	-พระราชบัญญัติว่าด้วย การกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560 -ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	ช่องทางไลน์ ส่วนตัว/ไลน์ กลุ่ม

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ลำดับที่	ผังกระบวนการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา	เอกสารอ้างอิง	แบบฟอร์ม
2		ขั้นตอนที่ 2 1.ตรวจสอบความถูกต้อง ความเป็นกลาง และความเหมาะสมของเนื้อหา 2.คัดกรองข่าวที่สอดคล้องกับนโยบายและภาพลักษณ์หน่วยงาน	ผู้ปฏิบัติงาน	1 วันทำการ	-	-
3		ขั้นตอนที่ 3 1.คัดเลือกภาพถ่าย / วิดีโอที่เกี่ยวข้องและเหมาะสม 2.ปรับแต่งภาพด้วย Canva / วิดีโอด้วย Cap Cut	ผู้ปฏิบัติงาน	1-2 วันทำการ	หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2564	-
4		ขั้นตอนที่ 4 1.นำข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบมาจัดทำเป็นเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ 2.ใช้หลัก 5W1H เพื่อให้ข้อมูลครบถ้วน 3.เขียนให้กระชับ เป็นกลาง และใช้ภาษาเหมาะสมกับ Facebook	ผู้ปฏิบัติงาน	1 วันทำการ	-พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560 -ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	-

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ลำดับที่	ผังกระบวนการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา	เอกสารอ้างอิง	แบบฟอร์ม
5		ขั้นตอนที่ 5 1.ตรวจสอบเนื้อหา ความถูกต้องของข้อความ และภาพประกอบ 2.หลีกเลี่ยงประเด็นอ่อนไหว การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม	-ผู้ปฏิบัติงาน -คณะกรรมการประชาสัมพันธ์	1 วันทำการ	-	-
6		ขั้นตอนที่ 6 1.เผยแพร่บนเฟซบุ๊ก (Facebook Fan page) ของสำนักวิชา 2.กำหนดวันเวลาโพสต์ตาม Content Calendar 3.เขียนแคปชั่นให้น่าสนใจ สอดคล้องกับเนื้อหา	ผู้ปฏิบัติงาน	1 วันทำการ	ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	-
7		ขั้นตอนที่ 7 1.ตรวจสอบสถิติ Reach / Like / Comment / Share 2.ใช้ข้อมูลจาก Facebook Insights 3.วิเคราะห์เนื้อหาที่ผู้ติดตามสนใจ	ผู้ปฏิบัติงาน	3 วันทำการ	-	-

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ลำดับที่	ผังกระบวนการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา	เอกสารอ้างอิง	แบบฟอร์ม
8	<pre> graph TD 3((3)) --> A[รายงานสรุปผล] A --> B(สิ้นสุด) </pre>	ขั้นตอนที่ 8 1.จัดทำรายงานสรุปผลข่าวที่เผยแพร่ 2.ระบุจำนวนข่าว สื่อ ผลตอบรับ และข้อเสนอแนะ 3.เสนอต่อหัวหน้าหน่วยงานเพื่อนำไปปรับแผน	ผู้ปฏิบัติงาน	2 วันทำการ	-	-

จากตารางที่ 4.4 สามารถอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ โดยแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผังกระบวนการ รายละเอียดแผนการดำเนินงาน ผู้รับผิดชอบ ระยะเวลาในการดำเนินการ เอกสารอ้างอิง และแบบฟอร์มที่เกี่ยวข้อง และอธิบายรายละเอียดการปฏิบัติงานแบ่งออกเป็น 8 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรับข่าวประชาสัมพันธ์

การรับข่าวประชาสัมพันธ์เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการดำเนินงานด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งมีความสำคัญต่อความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเนื้อหาในลำดับต่อไป ผู้ปฏิบัติงานจึงต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลในทุกขั้นตอน

1) การรับข้อมูลข่าวสารจากคณาจารย์ หน่วยงาน หรือนักศึกษา

ผู้ปฏิบัติงานจะต้องรวบรวมข้อมูลข่าวสารจากบุคลากรภายในสำนักวิชา ได้แก่ คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักศึกษา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยอาจรับข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น กลุ่มสนทนา (Line Group) กลุ่มแชทบนเฟซบุ๊ก (Facebook Chat) หรือการแจ้งข้อมูลโดยตรง เพื่อความสะดวกในการดำเนินงาน ควรจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ เช่น บันทึกในแบบฟอร์มรายงานข่าวหรือไฟล์ออนไลน์ เพื่อใช้เป็นหลักฐานอ้างอิง และง่ายต่อการตรวจสอบย้อนกลับในขั้นตอนถัดไป

2) การตรวจสอบเบื้องต้นว่าเป็นข่าวที่สามารถเผยแพร่ได้หรือไม่

เมื่อได้รับข่าวแล้ว ผู้ปฏิบัติงานต้องพิจารณาเบื้องต้นว่าข่าวดังกล่าวมีความเหมาะสมสำหรับการเผยแพร่หรือไม่ โดยพิจารณาจากประเด็นต่อไปนี้

- ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลและผู้ให้ข่าว
- ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสำนักวิชา เช่น การเรียนการสอน วิจัย หรือบริการวิชาการ

- ความเหมาะสมของเนื้อหาในการสื่อสารต่อสาธารณะ

- การไม่ขัดต่อหลักจริยธรรม หรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง เช่น การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การใช้ภาพบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือเนื้อหาที่อาจสร้างความเสียหายต่อหน่วยงาน หากข่าวไม่ผ่านเกณฑ์ดังกล่าว ควรแจ้งกลับไปยังผู้ส่งข่าวเพื่อขอปรับแก้หรือขอข้อมูลเพิ่มเติมก่อนดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

3) การรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น เช่น วัน เวลา สถานที่ รายละเอียดกิจกรรม

เมื่อยืนยันว่าข่าวสามารถเผยแพร่ได้ ผู้ปฏิบัติงานต้องรวบรวมข้อมูลประกอบเพิ่มเติมให้ครบถ้วนตามหลัก 5W1H ได้แก่ ใคร (Who) เป็นผู้จัดหรือเกี่ยวข้องกับข่าว ทำอะไร (What) เป็นกิจกรรมหรือเหตุการณ์ใด เมื่อไร (When) เป็นวัน เวลา ที่เกิดขึ้นหรือจะเกิดขึ้น ที่ไหน (Where) เป็นสถานที่จัดกิจกรรมหรือเกิดเหตุการณ์ ทำไม (Why) จัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์อะไร และอย่างไร (How) ลักษณะการดำเนินงานหรือรูปแบบกิจกรรม ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นโครงสร้างสำคัญในการนำไปสู่ขั้นตอนการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้องและครบถ้วน

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนนี้เป็นกลไกสำคัญในการกลั่นกรองข้อมูลก่อนการเผยแพร่อย่างเป็นทางการ เพื่อให้ข่าวประชาสัมพันธ์ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ เหมาะสมต่อการสื่อสารในที่สาธารณะ และสอดคล้องกับทิศทางนโยบายของหน่วยงาน ผู้ปฏิบัติงานจึงต้องดำเนินการตรวจสอบเนื้อหาเป็นลำดับ ดังนี้

1) การตรวจสอบความถูกต้อง ความเป็นกลาง และความเหมาะสมของเนื้อหา

ผู้ปฏิบัติงานควรทวนสอบข้อมูลข่าวสารอย่างรอบคอบ โดยตรวจเช็คจากข้อเท็จจริง แหล่งข้อมูล และหลักฐานอ้างอิงที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดความเสี่ยงจากการนำเสนอข้อมูลที่ผิดพลาด คลาดเคลื่อน หรือถูกตีความไปในทิศทางที่ไม่ตรงกับข้อเท็จจริง

ควรประเมินด้วยว่าเนื้อหาหมิ่นความเป็นกลาง ปราศจากอคติทั้งในมิติการเมือง ศาสนา หรือความคิดเห็นส่วนบุคคล ไม่ปรากฏถ้อยคำที่อาจทำให้บุคคล กลุ่มคน หรือองค์กรใดได้รับความเสียหายในทางชื่อเสียงหรือสถานะทางสังคม นอกจากนี้ ภาษา รูปแบบการเขียน และภาพประกอบ ต้องมีความสุภาพ เหมาะสมกับบริบทของเอกสารราชการ และอยู่ในระดับที่เหมาะสมแก่การเผยแพร่ต่อสาธารณชน

2) การคัดกรองข่าวให้สอดคล้องกับนโยบายและภาพลักษณ์ของหน่วยงาน

ผู้ปฏิบัติงานต้องพิจารณาว่าเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับนั้นสอดคล้องกับพันธกิจ วิสัยทัศน์ และแนวทางการสื่อสารของสำนักวิชาหรือไม่ โดยเฉพาะเนื้อหาที่ช่วยสะท้อนภาพลักษณ์เชิงบวกของหน่วยงาน เช่น

- การนำเสนอศักยภาพทางวิชาการและผลงานวิจัย
- การประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักศึกษาและบุคลากร
- การแสดงถึงความร่วมมือกับชุมชนหรือองค์กรภายนอก

ในกรณีที่พบว่าเนื้อหาข่าวอาจไม่สอดคล้องกับแนวทางของหน่วยงาน หรือมีความเสี่ยงต่อการกระทบต่อภาพลักษณ์ของสำนักวิชา ควรหยิบยกประเด็นดังกล่าวปรึกษาหารือกับหัวหน้างานหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางการปรับแก้ หรือพิจารณาขยับยั้งการเผยแพร่ให้เหมาะสมก่อนดำเนินการขั้นต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 การเตรียมสื่อ เพื่อใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว ภาคผนวกที่ 4 หน้า 95

ขั้นตอนการเตรียมสื่อประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสำคัญก่อนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณะ เพื่อให้สื่อที่นำเสนอมีความเหมาะสม ครบถ้วน และสะท้อนภาพลักษณ์ของสำนักวิชาได้อย่างเป็นมืออาชีพ ผู้ปฏิบัติงานจึงจำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบ ดังนี้

1) การคัดเลือกภาพถ่ายหรือวิดีโอที่เกี่ยวข้องและเหมาะสม

ผู้ปฏิบัติงานต้องคัดเลือกภาพถ่ายและวิดีโอที่สอดคล้องกับเนื้อหาข่าว โดยให้ความสำคัญกับความชัดเจนของภาพ ความถูกต้องของเหตุการณ์ และความเหมาะสมตามหลักจริยธรรมของงานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ ภาพที่เลือกใช้ควรสะท้อนบรรยากาศกิจกรรม การมีส่วนร่วมของบุคลากรหรือนักศึกษา และสามารถสื่อความสำคัญของเหตุการณ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

ภาพและวิดีโอที่ใช้ควรนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน พร้อมช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจบริบทของข่าวได้อย่างชัดเจน โดยต้องหลีกเลี่ยงการใช้สื่อที่อาจละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เช่น

ภาพบุคคลที่ไม่ได้รับความยินยอมในการเผยแพร่ ภาพที่อาจสร้างความเข้าใจผิด หรือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมต่อการสื่อสารในระดับสาธารณะ รวมถึงเนื้อหาที่อาจขัดต่อหลักจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพประชาสัมพันธ์

2) การปรับแต่งและออกแบบสื่อด้วยโปรแกรม Canva และ CapCut

เมื่อได้คัดเลือกสื่อที่เหมาะสมแล้ว ผู้ปฏิบัติงานดำเนินการออกแบบและปรับแต่งโดยใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อเพิ่มคุณภาพของสื่อให้พร้อมต่อการเผยแพร่ ได้แก่

- โปรแกรม Canva ใช้สำหรับจัดทำสื่อภาพนิ่ง เช่น โปสเตอร์ แบนเนอร์ หรืออินโฟกราฟิก ควรออกแบบให้เนื้อหาอ่านง่าย ใช้สีสันทันทีที่เหมาะสม และจัดวางองค์ประกอบอย่างสมดุล โดยต้องแสดงตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงาน ให้เห็นชัดเจน เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์และความน่าเชื่อถือของสำนักวิชา

- โปรแกรม CapCut ใช้สำหรับตัดต่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ให้กระชับและน่าสนใจ ควรเพิ่มคำบรรยาย (Subtitle) หรือเสียงประกอบ (Voice Over) ที่ช่วยอธิบายเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม พร้อมแสดงข้อมูลสำคัญของกิจกรรม เช่น ชื่อกิจกรรม วัน เวลา และผู้จัดงาน เพื่อให้ผู้รับชมเข้าใจสาระสำคัญได้อย่างรวดเร็ว

การปรับแต่งสื่อในขั้นตอนนี้มีเป้าหมายเพื่อให้เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และเป็นไปตามมาตรฐานการสื่อสารของสำนักวิชา ทั้งในด้านคุณภาพของภาพ เสียง และองค์ประกอบการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 4 การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

1) นำข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบมาจัดทำเป็นเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์

การนำข้อมูลที่ได้รับและผ่านการตรวจสอบความถูกต้องมาเรียบเรียงเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ โดยยึดหลักการเขียนข่าวอย่างมีระบบ มีลำดับเนื้อหาที่ชัดเจน เริ่มตั้งแต่หัวข้อข่าว คำนายย่อหน้าแรก และเนื้อหาในย่อหน้าต่อ ๆ ไป ซึ่งต้องครอบคลุมประเด็นสำคัญ และสามารถสื่อสารให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาของกิจกรรมหรือเรื่องราวนั้นได้โดยง่าย

2) ใช้หลัก 5W1H เพื่อให้ข้อมูลครบถ้วน

การเขียนข่าวจะต้องใช้หลักการ “5W1H” ได้แก่ Who ใครเป็นผู้จัดหรือเกี่ยวข้องกับ What กิจกรรมคืออะไร When จัดเมื่อใด Where จัดที่ไหน Why มีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร How จัดกิจกรรมอย่างไร หลักการนี้ช่วยให้ข่าวมีความครบถ้วนทางเนื้อหาและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

3) เขียนให้กระชับ เป็นกลาง และใช้ภาษาเหมาะสมกับเฟซบุ๊ก (Facebook)

ลักษณะการเขียนข่าวควรใช้ภาษาที่มีความกระชับ ชัดเจน และคงไว้ซึ่งความเป็นกลางในการนำเสนอข้อมูล หลีกเลี่ยงถ้อยคำประชาสัมพันธ์ที่โอ้อวดหรือใช้ภาษาที่มีอารมณ์ความรู้สึกมากเกินไป ทั้งนี้ควรคำนึงถึงบริบทของแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้อ่านใช้เวลาสั้นในการรับข้อมูล ควรจัดโครงสร้างเนื้อหาให้อ่านง่าย เน้นย่อหน้าแรกที่สรุปสาระสำคัญ และใช้แคปชันหรือพาดหัวที่ดึงดูดความสนใจแต่ยังคงความเหมาะสมตามหลักวิชาชีพและจริยธรรมการสื่อสาร

ขั้นตอนที่ 5 การตรวจสอบข่าวก่อนการเผยแพร่

1) ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ข้อความ และสื่อประกอบ

ก่อนเผยแพร่สู่สาธารณะ ให้ผู้ปฏิบัติงานทวนสอบเนื้อหาทั้งหมดอย่างรอบคอบ โดยคำนึงถึงประเด็นต่อไปนี้

- ข้อเท็จจริง ชื่อบุคคล หน่วยงาน วัน เวลา และสถานที่ ต้องตรงตามแหล่งข้อมูลที่ยืนยันได้

- ถ้อยคำและไวยากรณ์ ใช้ภาษาราชการที่สุภาพ ถูกต้องตามหลักภาษาไทย เลี่ยงคำกำกวมหรือตีความได้หลายทาง

- ความครบถ้วนของสาระ หัวข้อสำคัญไม่ตกหล่น โครงเรื่องเรียงตามตรรกะ อ่านแล้วเข้าใจได้ทันที

- ภาพถ่ายและวิดีโอ คมชัด สอดคล้องกับเนื้อหา ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง ไม่มีสิ่งแทรกที่อาจทำให้เข้าใจผิด และไม่กระทบภาพลักษณ์ของหน่วยงาน

- สิทธิในข้อมูลและสื่อ ตรวจสอบสถานะลิขสิทธิ์ ฟอนต์ โลโก้ และการใช้ภาพบุคคล โดยต้องได้รับอนุญาตเมื่อจำเป็น

2) คัดกรองประเด็นอ่อนไหวและการใช้ภาษาให้เหมาะสม

ในการสื่อสารสาธารณะ ให้พิจารณาเป็นพิเศษในประเด็นที่อาจก่อให้เกิดความอ่อนไหว โดยดำเนินการดังนี้

- เนื้อหาอ่อนไหว หลีกเลี่ยงประเด็นเกี่ยวกับศาสนา การเมือง เพศ เชื้อชาติ ความเชื่อ หรือข้อมูลส่วนบุคคล หากจำเป็นต้องกล่าวถึง ให้ใช้ข้อมูลเท่าที่จำเป็นและนำเสนออย่างรอบคอบ

- โทนภาษา สุภาพ เป็นกลาง ไม่ใช้ถ้อยคำเสียดสี เหยียดหยาม หรือชี้้นำให้เกิดความขัดแย้ง

- การกลั่นกรองขั้นสุดท้าย หากยังมีข้อกังวล ให้เสนอหัวหน้างานหรือผู้มีอำนาจอนุมัติพิจารณาก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง เพื่อป้องกันความผิดพลาดและผลกระทบต่อองค์กร

ขั้นตอนที่ 6 การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์เป็นขั้นตอนสำคัญของกระบวนการสื่อสาร เนื่องจากเป็นการส่งต่อข้อมูล กิจกรรม และผลงานของสำนักวิชาไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพ ผู้ปฏิบัติงานจึงต้องดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารผ่านช่องทางที่เหมาะสม โดยเฉพาะเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fan Page) ซึ่งเป็นช่องทางหลักของสำนักวิชา

1) การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fan page) ของสำนักวิชา

เมื่อเนื้อหาข่าวและสื่อประกอบผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและได้รับอนุมัติจากผู้มีอำนาจแล้ว ผู้ปฏิบัติงานต้องนำข้อมูลเผยแพร่ผ่าน เฟซบุ๊กแฟนเพจของสำนักวิชา ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า ครู และแนะ รวมถึงสาธารณชน

การเผยแพร่ต้องคำนึงถึงความถูกต้องของข้อมูล ความเหมาะสมของเนื้อหา และการนำเสนอภาพที่สะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักวิชา เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม และสนับสนุนเป้าหมายด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน

(รายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวกที่ 6 หน้า 115)

2) การกำหนดวันและเวลาโพสต์ตาม Content Calendar

เพื่อให้การเผยแพร่เป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ควรดำเนินการตามแผนปฏิบัติงานที่ระบุไว้ใน Content Calendar ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยกำหนดวัน เวลา และลำดับของโพสต์อย่างเป็นระบบ

ผู้ปฏิบัติงานควรเลือกช่วงเวลาในกลุ่มเป้าหมายใช้งานสื่อออนไลน์มากที่สุด เช่น ช่วงเช้า (07.00–09.00 น.) หรือช่วงเย็น (18.00–21.00 น.) และควรกำหนดประเภทเนื้อหาให้หลากหลาย เช่น ข่าวกิจกรรม ผลงานวิจัย คลิปวิดีโอ หรืออินโฟกราฟิก เพื่อสร้างความน่าสนใจและรักษาความสม่ำเสมอของการสื่อสาร (รายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวกที่ 5 หน้า 111)

3) การเขียนแคปชัน (Caption) ให้น่าสนใจและสอดคล้องกับเนื้อหา

แคปชันเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสื่อสารสาระของข่าวให้ผู้อ่านเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังมีบทบาทในการดึงดูดความสนใจและเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม ผู้ปฏิบัติงานจึงควรจัดทำแคปชันให้กระชับ ชัดเจน และสอดคล้องกับภาพหรือวิดีโอประกอบ โดยสามารถยึดแนวทางดังต่อไปนี้

- เริ่มต้นด้วยข้อความที่โดดเด่นหรือประเด็นสำคัญของข่าว เพื่อดึงดูดความสนใจตั้งแต่แรกเห็น
- ใช้ภาษาที่สุภาพ เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับบริบทของการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์
- เพิ่มแฮชแท็กที่เกี่ยวข้อง (#) เพื่อช่วยขยายการเข้าถึงของโพสต์ให้กว้างขึ้น
- หลีกเลี่ยงถ้อยคำกำกวมหรือข้อความที่อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด

การใช้ภาษาที่เหมาะสมและมีความคิดสร้างสรรค์ในการเขียนแคปชันจะช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วม (Engagement) ของผู้ติดตาม และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่เป็นมืออาชีพของสำนักวิชา

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามและประเมินผล

การติดตามและประเมินผลหลังการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์เป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยสะท้อนประสิทธิภาพของการสื่อสารของสำนักวิชา โดยนำข้อมูลเชิงสถิติมาใช้วิเคราะห์เพื่อพัฒนารูปแบบเนื้อหา และช่วงเวลาในการเผยแพร่ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

1) การประเมินสถิติการเข้าถึงและการมีปฏิสัมพันธ์

หลังจากการเผยแพร่ ผู้ปฏิบัติงานต้องตรวจสอบและบันทึกผลการตอบรับของผู้ติดตามจากตัวชี้วัดหลัก ได้แก่ จำนวนการเข้าถึง (Reach) การกดถูกใจ (Like) ความคิดเห็น (Comment) และการแชร์ (Share) ซึ่งเป็นสัญญาณสำคัญที่บ่งชี้ระดับความสนใจของผู้ติดตาม ข้อมูลเหล่านี้ควรถูกจัดเก็บอย่างเป็นระบบเพื่อนำไปวิเคราะห์เปรียบเทียบในระยะยาว

2) การใช้ข้อมูลจาก Facebook Insights เพื่อวิเคราะห์ผลการสื่อสาร

Facebook Insights เป็นระบบสำหรับประมวลผลข้อมูลเพจที่ช่วยให้ผู้ดูแลสามารถประเมินประสิทธิภาพของการเผยแพร่เนื้อหาได้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกลุ่มผู้ติดตามและพฤติกรรมที่โต้ตอบกับสื่อออนไลน์ ข้อมูลสำคัญที่ควรนำมาพิจารณาได้แก่

- สัดส่วนเพศและช่วงอายุของผู้ติดตาม
- พื้นที่หรือภูมิภาคที่มีการเข้าถึงเนื้อหามากที่สุด
- ช่วงเวลาที่มีผู้ใช้งานเข้าชมเพจสูง
- ตัวชี้วัดการมีส่วนร่วม เช่น จำนวนคลิก การเลื่อนดูโพสต์ และอัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate)

การวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวช่วยให้เข้าใจแนวโน้มความสนใจของกลุ่มผู้ติดตามนำไปสู่การปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาของข่าวประชาสัมพันธ์ให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น (รายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวกที่ 7 หน้า 122)

3) การวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้รับความนิยมจากผู้ติดตาม

เมื่อได้ข้อมูลเชิงสถิติจาก Facebook Insights แล้ว ผู้ปฏิบัติงานควรวิเคราะห์ประเภทของเนื้อหาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เช่น

- ข่าวกิจกรรมที่มีผู้มีส่วนร่วมจำนวนมาก
- สื่อรูปแบบภาพนิ่ง อินโฟกราฟิก หรือวิดีโอที่มียอดเข้าชมสูง
- ประเด็นเนื้อหาที่สร้างการตอบสนองเชิงบวก

ผลการวิเคราะห์นี้จะช่วยระบุแนวโน้มของเนื้อหาที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจสูงสุด เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนเนื้อหาในรอบถัดไป ทั้งในด้านรูปแบบการนำเสนอภาษาที่ใช้ และเวลาในการโพสต์ โดยมุ่งเน้นให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ติดตามและเพิ่มคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง (รายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวกที่ 5 หน้า 111)

ขั้นตอนที่ 8 การรายงานสรุปผล

การจัดทำรายงานสรุปผลเป็นขั้นตอนสำคัญในการประเมินประสิทธิภาพของการดำเนินงานด้านการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ เพื่อให้หน่วยงานสามารถใช้ข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานในรอบถัดไปให้ดียิ่งขึ้น รายงานดังกล่าวต้องมีข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง และตรวจสอบได้

1) การจัดทำรายงานสรุปผลข่าวที่เผยแพร่

หลังจากดำเนินการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ตามแผนปฏิบัติงานประจำเดือนครบถ้วนแล้ว ผู้ปฏิบัติงานต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน โดยรวบรวมรายการข่าวที่เผยแพร่ในช่วงเวลานั้น พร้อมแนบเอกสารประกอบ เช่น

- ลิงก์โพสต์ข่าวในเฟซบุ๊กแฟนเพจ
- ภาพถ่ายหรือสื่อกราฟิกที่ใช้ประกอบข่าว
- ผลการเข้าถึงหรือสถิติจากระบบ Facebook Insights

การจัดทำรายงานในลักษณะนี้ช่วยให้สามารถตรวจสอบความครบถ้วนของการเผยแพร่ข่าวสาร และเป็นหลักฐานยืนยันการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจน

2) การระบุจำนวนข่าว สื่อ ผลตอบรับ และข้อเสนอแนะ

รายงานสรุปผลควรแสดงข้อมูลในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพอย่างชัดเจน เช่น

- จำนวนข่าวที่เผยแพร่ในแต่ละเดือน
- จำนวนภาพหรือวิดีโอที่ใช้ประกอบการประชาสัมพันธ์
- ผลตอบรับจากผู้ติดตาม เช่น จำนวนการเข้าถึง (Reach) การกดถูกใจ (Like)

การแสดงความคิดเห็น (Comment) และการแชร์ (Share)

นอกจากนี้ ควรรวบรวม ข้อเสนอแนะจากผู้ติดตามเพจหรือผู้รับสาร รวมถึงข้อคิดเห็นจากผู้ปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการผลิตสื่อ เนื้อหา และการสื่อสารให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในรอบต่อไป

3) การนำเสนอรายงานต่อหัวหน้าหน่วยงานเพื่อปรับแผนงาน

เมื่อจัดทำรายงานสรุปผลเรียบร้อยแล้วให้ผู้ปฏิบัติงานนำเสนอรายงานต่อหัวหน้างานหรือผู้รับผิดชอบด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักวิชาเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

- ปรับแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในระยะต่อไป
- กำหนดแนวทางการนำเสนอเนื้อหาให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย
- พัฒนาแนวปฏิบัติให้สอดคล้องกับทิศทางและนโยบายของสำนักวิชา

รายงานสรุปผลดังกล่าวยังสามารถใช้เป็นเอกสารอ้างอิงสำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ และเป็นฐานข้อมูลในการจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ประจำปีของหน่วยงานได้อีกด้วย

4.4 เทคนิคการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน

เพื่อให้การปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สำเร็จลุล่วงตามแผนการปฏิบัติงานที่วางไว้ ผู้ปฏิบัติงานมีเทคนิคการติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยจำแนกตามขั้นตอนการปฏิบัติงาน มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 วิธีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานตามคู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ขั้นตอน	วิธีการติดตามและประเมินผล	ระยะเวลาการติดตาม	ผู้รับผิดชอบ
ขั้นตอนที่ 1 การรับข่าวประชาสัมพันธ์			
1.1 การรับข่าวประชาสัมพันธ์	<p>วิธีการติดตาม : ตรวจสอบข้อมูลข่าวและรูปภาพในเบื้องต้น โดยติดตามผ่านช่องทางการสื่อสารหลัก ได้แก่ กลุ่มไลน์ของหน่วยงาน เป็นต้น</p> <p>การประเมินผล : ประเมินความถูกต้องเบื้องต้นของข้อมูลที่ได้รับ เช่น ความครบถ้วนของรายละเอียด (วัน เวลา สถานที่ ชื่องาน ผู้จัดกิจกรรม) ความชัดเจนของรูปภาพ และความเหมาะสมของเนื้อหาในเบื้องต้น</p>	ภายใน 1 วันทำการ	เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์
ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์			
2.1 การตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์	<p>วิธีการติดตาม : ติดตามทางไลน์หรือทางโทรศัพท์</p> <p>การประเมินผล : ประเมินความถูกต้อง ครบถ้วน และความสอดคล้องกับนโยบาย</p>	ภายใน 1 วันทำการ	เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์
ขั้นตอนที่ 3 การเตรียมสื่อ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว			
3.1 การเตรียมสื่อเพื่อเผยแพร่	<p>วิธีการติดตาม : ติดตามทางไลน์หรือทางโทรศัพท์</p> <p>การประเมินผล : ประเมินคุณภาพของรูปภาพ วิดีโอ และความถูกต้องของตราสัญลักษณ์หน่วยงาน</p>	ภายใน 1 วันทำการ	เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ขั้นตอน	วิธีการติดตามและประเมินผล	ระยะเวลาการติดตาม	ผู้รับผิดชอบ
ขั้นตอนที่ 4 การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์			
4.1 การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	วิธีการติดตาม : ติดตามทางไลน์หรือทางโทรศัพท์ การประเมินผล : ประเมินความกระชับ ชัดเจน และความน่าสนใจของเนื้อหาข่าว	ภายใน 1 วันทำการ	เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์
ขั้นตอนที่ 5 การตรวจสอบข่าวก่อนเผยแพร่			
5.1 การตรวจสอบข่าวก่อนเผยแพร่	วิธีการติดตาม : ติดตามทางไลน์หรือทางโทรศัพท์ การประเมินผล : ประเมินจากเจ้าของข้อมูลข่าว และอาจารย์ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์	ภายใน 1 วันทำการ	-เจ้าของข่าว -อาจารย์ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์
ขั้นตอนที่ 6 การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์			
6.1 การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	วิธีการติดตาม : ติดตามการโพสต์ตามแผน Content Calendar การประเมินผล : ประเมินความสม่ำเสมอในการเผยแพร่และความเหมาะสมของช่วงเวลาโพสต์	หลังจากการเผยแพร่ข่าว 3 วันทำการ	เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์
ขั้นตอนที่ 7 การติดตามและประเมินผล			
7.1 การติดตามและประเมินผล	วิธีการติดตาม : ใช้เครื่องมือ Facebook Insights เพื่อติดตามสถิติการเข้าถึง การมีส่วนร่วม การประเมินผล : ประเมินจากค่าเฉลี่ยของ Engagement (Like, Comment, Share) และการเติบโตของผู้ติดตามในแต่ละเดือน พร้อมทั้งวิเคราะห์ประเภทเนื้อหาที่ได้รับความนิยมสูง เพื่อนำไปปรับปรุงแผนการเผยแพร่ในอนาคต	ภายหลังจากการเผยแพร่ 7 วัน	เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ขั้นตอน	วิธีการติดตามและประเมินผล	ระยะเวลาการติดตาม	ผู้รับผิดชอบ
ขั้นตอนที่ 8 การรายงานสรุปผล			
8.1 การรายงานสรุปผล	วิธีการติดตาม : จัดทำรายงานสรุปผล การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ การประเมินผล : มีการตรวจสอบความครบถ้วนของรายงาน เช่น จำนวนข่าวที่เผยแพร่ สื่อประกอบ ข้อมูลการเข้าถึง และข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งาน เพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแผนพัฒนาต่อไป	รายเดือน หรือรายไตรมาสตามรอบการรายงาน	เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

4.5 เทคนิคการทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ

การดำเนินงานด้านการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรม และผลงานของสำนักวิชาไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้ปฏิบัติงานควรมีเทคนิคในการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ เพื่อให้การสื่อสารเกิดความเชื่อมั่นและประสิทธิผลสูงสุด ดังนี้

4.5.1 เทคนิคการพร้อมให้บริการ

ผู้รับบริการ ในบริบทของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ติดตาม เข้าถึง หรือได้รับประโยชน์จากข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ของสำนักวิชา ซึ่งประกอบด้วย

- นักเรียน นักศึกษาปัจจุบัน และศิษย์เก่า
- ผู้ปกครอง ครูแนะแนว และโรงเรียนเครือข่าย
- บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย
- ประชาชนทั่วไปที่สนใจข้อมูลด้านเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
- นักวิชาการ หรือผู้ติดตามด้านการศึกษาที่ต้องการเข้าถึงกิจกรรมและผลงานของสำนักวิชาอย่างต่อเนื่อง

การพร้อมให้บริการถือเป็นหัวใจสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ต้องตอบสนองอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้รับบริการ ผู้ปฏิบัติงานจึงควรดำเนินการตามเทคนิคต่อไปนี้

1) ติดตามช่องทางติดต่ออย่างสม่ำเสมอ เช่น ตรวจสอบข้อความในอินบ็อกซ์ คอมเมนต์ และการแท็กชื่อสำนักวิชาอย่างต่อเนื่อง กำหนดช่วงเวลาสำหรับการตรวจสอบ เช่น เช้า-บ่าย-เย็น วันละอย่างน้อย 3 ครั้ง

2) เตรียมชุดข้อมูลมาตรฐาน (Template) เช่น จัดทำข้อความตอบกลับเบื้องต้นสำหรับคำถามที่พบบ่อย เช่น ขั้นตอนการสมัครเรียน / ติดต่อสอบถาม / สถานที่จัดกิจกรรม ลดเวลาการตอบกลับและป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล

3) ประสานงานภายในอย่างมีระบบ หากคำถามต้องส่งต่อ ให้มีช่องทางการประสานที่รวดเร็ว เช่น กลุ่มไลน์หน่วยงาน มอบหมายเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในแต่ละกลุ่มข้อมูล เช่น งานวิชาการ งานบริการวิชาการ

4) เตรียมสื่อให้พร้อมล่วงหน้า วางแผน Content Calendar และจัดทำสื่อเตรียมไว้ล่วงหน้าอย่างน้อย 1 สัปดาห์ ป้องกันกรณีเร่งรีบ หรือการขาดช่วงของเนื้อหาที่จะเผยแพร่

5) จัดเวรหรือแบ่งเวลารับผิดชอบอย่างชัดเจน ในกรณีมีหลายคนดูแล ให้แบ่งหน้าที่หรือช่วงเวลาการดูแลเพจให้ชัดเจน ป้องกันความสับสน ซ้ำซ้อน หรือการตกหล่นในการให้บริการ

6) มีทัศนคติในการให้บริการที่ดี แสดงความใส่ใจ เช่น ขอบคุนทุกข้อเสนอนะ ติดตามผลคำถามที่เคยมีการสอบถามไว้ก่อนหน้า

4.5.2 เทคนิคการพัฒนางานประจำให้เกิดประสิทธิภาพ

ยกระดับวิธีการทำงานเดิมให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านคุณภาพ ความรวดเร็ว ความแม่นยำ และการตอบโจทย์ความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งสามารถทำได้ด้วยเทคนิคดังต่อไปนี้

1) กำหนดเป้าหมายและวัดผลได้ชัดเจน ตั้งเป้าหมายรายสัปดาห์หรือรายเดือน เช่น จำนวนโพสต์ที่เผยแพร่ หรือยอด Engagement ใช้ตัวชี้วัด (KPI) เช่น ความสม่ำเสมอในการเผยแพร่ ความถูกต้องของข้อมูล

2) จัดระบบงานด้วย Checklists และ Template เช่น สร้างรายการตรวจสอบ (Checklist) สำหรับทุกขั้นตอน เช่น ตรวจสอบเนื้อหา ตรวจสอบภาพ ตราสัญลักษณ์ ใช้แม่แบบข้อความหรือกราฟิกซ้ำได้ เช่น เทมเพลตข่าวประชาสัมพันธ์ เทมเพลตกิจกรรม

3) วางแผนล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ ใช้ Content Calendar วางแผนโพสต์ล่วงหน้าอย่างน้อย 1 สัปดาห์ ลดงานด่วน งานซ้อน และความผิดพลาดจากการรีบเร่ง

4) ใช้เทคโนโลยีและใช้เครื่องมือเช่น Canva, CapCut, Google Drive, Meta Business Suite ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดภาระงานซ้ำซ้อน เพิ่มความสะดวกในการออกแบบ/เก็บงาน/ประสานงาน

5) ประเมินตนเองและขอรับ Feedback อย่างสม่ำเสมอ ทบทวนสิ่งที่ทำได้ดีและสิ่งที่ควรปรับปรุงในแต่ละเดือน ขอคำแนะนำจากหัวหน้า เพื่อนร่วมงาน หรือผู้ติดตามเพจ เพื่อใช้พัฒนาแนวทางการทำงาน

6) เพิ่มทักษะใหม่อยู่เสมอ ลงทะเบียนอบรมระยะสั้น หรือเรียนรู้ด้วยตนเอง เช่น การออกแบบสื่อ การตลาดออนไลน์ หรือการเขียน Copywriting นำทักษะใหม่มาปรับใช้กับงานประจำ เพื่อเพิ่มคุณค่าและความน่าสนใจ

7) สร้างไฟล์สะสมผลงาน (Portfolio) จัดเก็บข่าวที่เผยแพร่ พร้อมภาพและสถิติผลตอบรับเป็นรายเดือน/รายทอม ใช้ประกอบการประเมินผลหรือการขอตำแหน่งทางวิชาชีพในอนาคต

4.5.3 เทคนิคการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ

การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นขั้นตอนที่ช่วยสะท้อนคุณภาพของงาน ประชาสัมพันธ์ และเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ติดตามหรือผู้ใช้บริการในอนาคต โดยสามารถดำเนินการประเมินได้ตามแนวทางต่อไปนี้

1) จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจอย่างต่อเนื่อง

ใช้เครื่องมือออนไลน์ เช่น Google Forms หรือ Microsoft Forms ออกแบบแบบสอบถามให้มีความกระชับ ครอบคลุมประเด็นหลัก ได้แก่ ความถูกต้องของข้อมูล ความน่าสนใจของเนื้อหา และความรวดเร็วในการตอบกลับของผู้ดูแลเพจกำหนดรอบเวลาการประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ ประเมินปีละ 1–2 ครั้ง หรือหลังการจัดกิจกรรมสำคัญ เผยแพร่แบบสอบถามผ่าน Facebook หรือช่องทางไลน์กลุ่มที่เกี่ยวข้อง

2) กำหนดรอบการประเมินที่เหมาะสม

ควรกำหนดช่วงเวลาสำหรับการประเมิน เช่น ปีละ 1–2 ครั้ง หรือหลังการจัดกิจกรรมที่สำคัญ และเผยแพร่แบบสอบถามผ่าน Facebook หรือช่องทางไลน์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าถึงผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง

3) กำหนดระบบให้คะแนนที่ชัดเจน

ใช้ระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ (ตั้งแต่มากที่สุดถึงน้อยที่สุด) พร้อมคำถามปลายเปิดเพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบประเมิน

4) วิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำรายงานผล

นำผลการประเมินมาวิเคราะห์ และสรุปในรูปแบบแผนภูมิหรือรายงาน PDF เพื่อให้เห็นจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนา และแนวทางปรับปรุงบริการอย่างเป็นระบบ

5) ดำเนินการตามข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ

เมื่อมีคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะ ควรวางแผนปรับปรุงและแจ้งผลการดำเนินงานให้ทราบ เพื่อแสดงถึงความใส่ใจ เช่น การขอบคุณผู้ให้ข้อเสนอแนะและนำความคิดเห็นไปใช้พัฒนาบริการ

6) ใช้ผลประเมินเป็นข้อมูลสำหรับพัฒนางานและบุคลากร

ควรนำผลประเมินไปประกอบการพิจารณาคุณภาพงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อสนับสนุนการสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่คำนึงถึงผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง และยกระดับคุณภาพงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

4.6 จรรยาบรรณ/คุณธรรม/จริยธรรมในการปฏิบัติงาน

การดำเนินงานตามคู่มือการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จำเป็นต้องยึดถือหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพเป็นพื้นฐานในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นประโยชน์ต่อองค์กร เพื่อนร่วมงาน และสาธารณชน

1) จรรยาบรรณและหลักธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

(อ้างอิงประมวลจริยธรรมและธรรมาภิบาล มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. 2565)

ในการดำเนินงานด้านข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ผู้ปฏิบัติงานของสำนักวิชา ต้องยึดถือกรอบการกำกับดูแลภายใต้หลักบริหารจัดการที่ดี (Good Governance) เพื่อรักษามาตรฐานวิชาชีพ และภาพลักษณ์ขององค์กร โดยมีแนวทางปฏิบัติดังนี้

1. **การยึดมั่นในอุดมการณ์** ยืนหยัดในการรักษาค่านิยมหลักของชาติและสถาบันสำคัญ อย่างมั่นคงปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์และรับผิดชอบ

2. **ความรับผิดชอบต่อหน้าที่** ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ด้วยความสัตย์จริง ตระหนักในบทบาทหน้าที่ และยึดความถูกต้องเป็นบรรทัดฐาน

3. **ความกล้าหาญทางจริยธรรม** ตัดสินใจดำเนินการในสิ่งที่ยุติธรรมและเหมาะสม พร้อมรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารนั้น

4. **การคำนึงถึงส่วนรวม** ให้ความสำคัญกับประโยชน์ของมหาวิทยาลัยและสังคม เหนือกว่าความต้องการส่วนบุคคล โดยปราศจากความลำเอียง

5. **ความมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ** มุ่งเน้นการสร้างผลสัมฤทธิ์ของงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย (KPI) และรักษามาตรฐานความเป็นมืออาชีพในทุกขั้นตอนการผลิตสื่อ

6. **ความเสมอภาคและเท่าเทียม** นำเสนอข่าวสารโดยให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ไม่เลือกปฏิบัติหรือแบ่งแยกด้วยเหตุแห่งเพศ เชื้อชาติ ศาสนา หรือความเชื่อ

7. **การเป็นต้นแบบที่ดี** วางตัวให้เป็นแบบอย่างที่เหมาะสม ทั้งในด้านระเบียบวินัย จรรยาบรรณ และการปกป้องภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักวิชา

8. **การให้เกียรติและเคารพผู้อื่น** ปราศจากการใช้อำนาจหน้าที่ในทางที่ไม่ถูกต้อง และงดเว้นพฤติกรรมที่เข้าข่ายการคุกคามหรือละเมิดสิทธิของผู้อื่นในโลกออนไลน์

9. **ความโปร่งใสและซื่อตรง** หลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่อาจนำไปสู่ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และยึดมั่นในการทำงานที่ตรวจสอบได้

2) มาตรฐานทางจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติของบุคลากร

ในการปฏิบัติหน้าที่ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ บุคลากรของสำนักวิชา ต้องยึดมั่นในเกณฑ์มาตรฐานทางจรรยาบรรณ เพื่อความโปร่งใสและเป็นมืออาชีพต่อองค์กรและสาธารณชน โดยมีหลักการปฏิบัติงานดังนี้

1. **ความเป็นธรรมและเคารพสิทธิ** ยึดมั่นในการทำงานที่ถูกต้อง ให้เกียรติในศักดิ์ศรี และความแตกต่างหลากหลายของบุคคลปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์และรับผิดชอบ ทำงานอย่างโปร่งใส รวดเร็ว และสามารถตรวจสอบได้

2. **ความโปร่งใสและรับผิดชอบ** ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสัตย์จริง มุ่งเน้นความรวดเร็วในการบริการข้อมูล และสามารถตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน

3. **การยึดถือประโยชน์ส่วนรวม** แยกแยะบทบาทส่วนตัวออกจากภารกิจของหน่วยงาน โดยมุ่งเน้นผลประโยชน์ของมหาวิทยาลัยและสังคมเป็นที่ตั้ง

4. **การป้องกันผลประโยชน์ทับซ้อน** งดใช้อำนาจหรือตำแหน่งหน้าที่เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตน และหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ขัดแย้งกับผลประโยชน์ของส่วนรวม

5. **การเคารพกฎระเบียบ** ปฏิบัติตามกรอบกฎหมาย ข้อบังคับ และมติของมหาวิทยาลัยอย่างเคร่งครัด

6. **การสื่อสารอย่างเป็นกลาง** มุ่งเน้นการให้ข้อมูลที่เป็นกลาง สุภาพ และเท่าเทียมกันแก่ผู้รับบริการทุกคน

7. **คุณภาพและมาตรฐานวิชาชีพ** ตั้งเป้าหมายที่ผลสัมฤทธิ์ของงาน พร้อมมุ่งพัฒนาทักษะวิชาชีพประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ

8. **การรักษาภาพลักษณ์องค์กร** วางตัวเป็นแบบอย่างที่ดีเพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัยในทุกมิติ

9. **ระบบธรรมาภิบาลในสายงาน** ปฏิบัติตามสายการบังคับบัญชาอย่างถูกต้อง และไม่ปกปิดข้อมูลที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร

10. **การคุ้มครองอำนาจหน้าที่** ป้องกันไม่ให้อื่นนำสถานะทางหน้าที่การงานของตนไปใช้ในทางที่ผิดกฎหมาย

11. **ความเป็นกลางในการแสดงออก** ระมัดระวังการแสดงทัศนคติในประเด็นที่ละเอียดอ่อนทางสังคมหรือการเมืองที่อาจส่งผลกระทบต่อความเป็นกลางของสถาบัน ยกเว้นการนำเสนอเชิงวิชาการโดยสุจริต

12. **การเคารพทรัพย์สินทางปัญญา** ยึดถือจริยธรรมในการไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ ไม่คัดลอกหรือดัดแปลงผลงานของผู้อื่นโดยปราศจากการรับอนุญาต

13. **การปกป้องชื่อเสียงสถาบัน** ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมและพิทักษ์เกียรติภูมิของมหาวิทยาลัยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

มาตรฐานจรรยาบรรณวิชาชีพนักประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานสื่อสารองค์กรผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ผู้ปฏิบัติงานต้องยึดถือคุณธรรมและจริยธรรมแห่งวิชาชีพเป็นเข็มทิศในการทำงาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและธำรงไว้ซึ่งศักดิ์ศรีของนักประชาสัมพันธ์ โดยมีแนวทางที่สำคัญดังนี้

1) **ความยึดมั่นในสัจจะและความถูกต้อง** ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความจริงใจ ไม่บิดเบือนข้อมูลเพื่อหวังผลประโยชน์ใด ๆ และยึดมั่นในความโปร่งใสเป็นพื้นฐานหลัก

2) **ความมุ่งมั่นและมาตรฐานความเป็นมืออาชีพ** แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อและความเพียรพยายามในการยกระดับคุณภาพงานประชาสัมพันธ์ให้มีมาตรฐานสากล

3) **ความภาคภูมิใจและทัศนคติเชิงบวก** มีความเชื่อมั่นในคุณค่าของวิชาชีพ พร้อมแสดงออกถึงความจงรักภักดีและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน

- 4) การเสริมสร้างเครือข่ายวิชาชีพ ให้ความร่วมมือและสนับสนุนระหว่างกลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและสามัคคีในวิชาชีพ
- 5) การพิทักษ์สิทธิส่วนบุคคล ยึดถือความเป็นส่วนตัวของเจ้าของข้อมูลเป็นสำคัญ (Privacy) โดยงดเผยแพร่เนื้อหาที่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบุคคลและหน่วยงาน
- 6) ความรับผิดชอบต่อสาธารณสมบัติ มุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อประโยชน์สาธารณะและส่วนรวม โดยเห็นแก่ประโยชน์ของสังคมเป็นลำดับแรก
- 7) ความเที่ยงตรงในการส่งสาร เลือกใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้องตามกาลเทศะ และนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมาตามครรลองจรรยาวิชาชีพ
- 8) การเคารพกฎหมายและจารีตประเพณี ดำเนินการสื่อสารภายใต้ขอบเขตของกฎหมาย ระเบียบสังคม และวัฒนธรรมอันดีงามของไทยอย่างเคร่งครัด
- 9) ศิลปะการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ ใช้ทักษะการสื่อสารด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม และมีเหตุผล เพื่อถักทอความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างมหาวิทยาลัยและประชาชน

บทที่ 5

ปัญหา อุปสรรค แนวทางแก้ไข การพัฒนาและข้อเสนอแนะ

การนำเสนอเนื้อหาในบทที่ 5 ประกอบด้วย 2 หัวข้อหลัก คือ (1) ปัญหาอุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขและพัฒนางาน เพื่อให้เล็งเห็นถึงปัญหาอุปสรรคการจัดทำ การนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (2) ข้อเสนอแนะสำหรับการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา และการปรับปรุงงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น ช่วยประหยัดทรัพยากร เวลา โดยแต่ละหัวข้อมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 ปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงาน แนวทางปรับปรุงแก้ไขและพัฒนา

ผู้ปฏิบัติงานได้รวบรวมปัญหาและอุปสรรคจากการปฏิบัติงานจริง สามารถจำแนกตามขั้นตอนหลัก คือ (1) การรับข่าวประชาสัมพันธ์ (2) การตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์ (3) การเตรียมสื่อ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว (4) การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (5) การตรวจสอบข่าวก่อนเผยแพร่ (6) การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (7) การติดตามและประเมินผล (8) การรายงานสรุปผล รายละเอียดดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงานตามคู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ขั้นตอน	ปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงาน	แนวทางการปรับปรุงแก้ไข/ พัฒนา
ขั้นตอนที่ 1 การรับข่าวประชาสัมพันธ์		
1.1 การรับข่าวประชาสัมพันธ์	1.1.1 ไม่มีระบบหรือช่องทางเฉพาะสำหรับการส่งข่าว ทำให้ข้อมูลตกหล่น ไม่ครบถ้วน หรือส่งผิดช่องทาง	1) จัดทำ QR Code ลิงก์ส่งข่าว ติดไว้ในบอร์ดประชาสัมพันธ์ของสำนักวิชา หรือหน้าเว็บไซต์ เพื่อสะดวกในการเข้าถึง 2) กำหนด เจ้าหน้าที่ประจำช่องทางรับข่าว พร้อมวันเวลาที่ชัดเจนในการตรวจสอบ/ตอบรับข่าว เช่น ตรวจสอบข่าวทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 09.00-10.00 น. 3) ตั้งระบบแจ้งเตือน (notification) เมื่อมีผู้ส่งข่าวผ่านฟอร์ม เช่น อีเมลแจ้งเตือนอัตโนมัติ เพื่อไม่ให้ข่าวตกหล่น

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ขั้นตอน	ปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงาน	แนวทางการปรับปรุงแก้ไข/ พัฒนา
	1.1.2 ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไม่ครบถ้วน เช่น ขาดหัวข้อสำคัญ วัน เวลา สถานที่ บุคคลที่เกี่ยวข้อง ไม่มีภาพประกอบ หรือใช้ภาษาที่เป็นทางการมากเกินไปจนขาดความน่าสนใจ	<ol style="list-style-type: none"> 1) จัดทำแบบฟอร์มตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ (ทั้งรูปแบบข้อความและกราฟิก) เพื่อให้ผู้ส่งข่าวมีต้นแบบในการเขียน 2) อบรมการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์เบื้องต้น ให้กับบุคลากรหรือผู้ประสานงานจากแต่ละฝ่าย/หน่วยงาน 3) ติดตั้งระบบ ตรวจสอบข่าวเบื้องต้นอัตโนมัติ เช่น ฟอร์มที่ไม่สามารถส่งได้หากไม่ได้กรอกวันเวลา หรือแนบรูปภาพ 4) หากมีข่าวที่ไม่สมบูรณ์ ให้ส่งกลับพร้อมคำแนะนำ เพื่อปรับปรุงก่อนรับเข้าสู่กระบวนการเผยแพร่
ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์		
2.1 การตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์	2.1.1 ข่าวที่ได้รับมีข้อผิดพลาดด้านข้อมูล เช่น วัน/เวลาไม่ตรง รูปแบบไม่สอดคล้องกับมาตรฐาน	<ol style="list-style-type: none"> 1) ตั้งระบบ “ตรวจสอบเบื้องต้นอัตโนมัติ” เช่น หากใช้ Google Form ให้ใส่ ฟิลด์บังคับกรอก และการแจ้งเตือนเมื่อข้อมูลผิดพลาด 2) จัดทำ แบบฟอร์มส่งข่าวที่มีตัวอย่างกรอกอย่างถูกต้อง ให้ผู้ส่งข่าวดาวน์โหลดหรือดูประกอบก่อนกรอกจริง 3) เพิ่มช่อง “ตรวจสอบภายในก่อนส่ง” ให้ผู้ประสานข่าวตรวจสอบเบื้องต้นเองก่อนเข้าสู่ระบบกลาง
	2.1.2 ภาษาที่ใช้ไม่เหมาะสม เช่น เป็นทางการเกินไป หรือใช้คำซ้ำซ้อน ทำให้ข่าวขาดความน่าสนใจ	<ol style="list-style-type: none"> 1) จัดทำ ฐานข้อมูลข่าวตัวอย่าง (Best Practices) ที่แสดงให้เห็นรูปแบบการเขียนข่าวที่ดี 2) ใช้ AI เครื่องมือตรวจภาษา ช่วยประเมินภาษา ก่อนเผยแพร่ เช่น Grammarly หรือ LanguageTool (สำหรับภาษาอังกฤษ) หรือระบบตรวจคำผิดของ Thai-NLP
	2.1.3 ไม่มีผู้ตรวจสอบเฉพาะเจาะจง ทำให้เกิดความล่าช้าและความไม่ต่อเนื่อง	<ol style="list-style-type: none"> 1) ช้ระบบ แจ้งเตือนอัตโนมัติผ่านไลน์/อีเมล เมื่อต้องตรวจข่าว เช่น ผ่าน Google Apps Script หรือ Line Notify 2) หากผู้ตรวจหลักไม่ว่าง ให้แต่งตั้ง ผู้ตรวจสำรอง พร้อมอำนาจอนุมัติในสถานการณ์เร่งด่วน
	2.1.4 ภาพหรือไฟล์แนบไม่มีคุณภาพ ไม่สามารถนำไปใช้งานได้จริง	<ol style="list-style-type: none"> 1) จัดอบรมระยะสั้นเรื่อง การถ่ายภาพด้วยสมาร์ตโฟน ให้ผู้เกี่ยวข้อง เช่น เจ้าหน้าที่คณะ หรือฝ่ายจัดกิจกรรม

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ขั้นตอน	ปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงาน	แนวทางการปรับปรุงแก้ไข/ พัฒนา
		2) จัดทำ “แนวทางภาพถ่ายที่ใช้ได้” พร้อมตัวอย่าง เช่น ขนาดภาพ ความละเอียดขั้นต่ำ (เช่น 1200x800 px), ไม่ย้อนแสง 3) สร้าง “คลังภาพกิจกรรมกลาง” เพื่อให้ดึงภาพใช้ซ้ำได้ในกรณีฉุกเฉินหรือไม่มีภาพประกอบใหม่
ขั้นตอนที่ 3 การเตรียมสื่อ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว		
3.1 การเตรียมสื่อ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว	3.1.1 ได้รับภาพหรือวิดีโอที่ไม่คมชัดหรือไม่เหมาะสมกับการเผยแพร่ในสื่อสาธารณะ	1) แจกคู่มือการถ่ายภาพกิจกรรม สำหรับนักศึกษา/บุคลากรที่เป็นผู้จัดงาน เช่น วิธีจัดองค์ประกอบภาพ แสงหลัง พื้นหลัง 2) ตั้งเงื่อนไขชัดเจนในแบบฟอร์มส่งข่าว เช่น "หากไม่มีภาพความละเอียดไม่ต่ำกว่า 1200px จะไม่สามารถเผยแพร่ได้" 3) สร้าง ทีมภาพถ่ายกิจกรรมประจำสำนักวิชา ที่มีเจ้าหน้าที่หรืออาสาสมัครรับผิดชอบบันทึกภาพ
	3.1.2 ขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการออกแบบกราฟิก ทำให้ใช้เวลานานในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	1) จัดหาผู้ช่วยออกแบบกราฟิก (Graphic Support) จากนักศึกษาฝึกงาน หรือชมรมที่เกี่ยวข้อง 2) สมัครใช้งาน Canva Pro for Education (ฟรี) เพื่อให้ทีมงานมีฟีเจอร์ออกแบบครบถ้วนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย 3) จัดทำ คลังสัญลักษณ์ โลโก้ ไอคอน และแบ็กกราวด์ เพื่อให้ผู้ออกแบบสามารถนำไปใช้ได้ทันที ไม่ต้องเริ่มจากศูนย์
	3.1.3 ไม่มีแนวทางการใช้สี ฟอนต์ และโลโก้ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	1) สร้าง เอกสาร Design Manual (1หน้า) ที่กำหนดฟอนต์ราชการที่ควรใช้ (เช่น TH Sarabun) ขนาดตัวอักษรหลัก/รอง สีประจำสำนักวิชา (พร้อมรหัสสี HEX) ตำแหน่งโลโก้ที่เหมาะสมในการวาง 2) จัดประชุม/ประชาสัมพันธ์ Design Guideline ให้ทุกคนเข้าใจตรงกัน
	3.1.4 การจัดทำสื่อเร่งด่วนมักเกิดความผิดพลาด เช่น พิมพ์ผิด ใช้ภาพไม่เหมาะสม	1) ตั้งกระบวนการ ตรวจสอบ 2 ชั้น (2 pairs of eyes) เช่น ให้เพื่อนร่วมทีมช่วยตรวจอีกรอบก่อนอนุมัติ 2) ใช้ Google Slides หรือ Canva ในการแสดง Preview ต่อทีมงานหรือผู้ขอประชาสัมพันธ์ก่อนโพสต์จริง 3) กำหนดเวลา “ตัดรอบ” เช่น ต้องส่งข้อมูลอย่างน้อย 2 วันก่อนเผยแพร่

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ขั้นตอน	ปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงาน	แนวทางการปรับปรุงแก้ไข/ พัฒนา
	3.1.5 ไม่มีระบบจัดเก็บหรือเรียกใช้สื่อที่เคยออกแบบไว้ ทำให้เสียเวลาออกแบบใหม่ทุกครั้ง	1) สร้างโฟลเดอร์บน Google Drive โดยตั้งชื่อชัดเจน เช่น “ข่าว_อบรม_มิ.ย.2567” 2) ใช้ระบบ “เลขรหัสข่าว” เช่น PUB-2024-001 เพื่อเรียกใช้งานย้อนหลังได้ง่าย 3) กำหนดผู้ดูแลระบบไฟล์กลาง และสำรองข้อมูลอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง
ขั้นตอนที่ 4 การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์		
4.1 การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	4.1.1 ใช้ภาษาทางการหรือราชการมากเกินไป ทำให้ข่าวไม่น่าสนใจและอ่านยาก	1) จัดอบรมการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ด้วยภาษากระชับ ชัดเจน และเป็นกันเอง 2) แจกคู่มือคำแนะนำการเขียนข่าว เช่น โครงสร้าง 5W1H และตัวอย่างภาษาที่เหมาะสมกับสื่อออนไลน์
	4.1.2 เนื้อหาเยิ่นเย้อ ไม่มีประเด็นหลักชัดเจน	1) สร้างเทมเพลตหัวข้อข่าว เช่น “ชื่อกิจกรรม – ใครทำ – ทำอะไร – ที่ไหน – เมื่อไหร่ – เพื่ออะไร” 2) มอบหมายเจ้าหน้าที่อ่านทวนข่าวก่อนส่งตรวจอีก 1 คน (peer review)
	4.1.3 เขียนข่าวล่าช้า เนื่องจากไม่สามารถสรุปกิจกรรมหรือขอข้อมูลจากผู้จัดกิจกรรมได้ทันเวลา	1) วางระบบการประสานงานหลังจบกิจกรรม เช่น แบบฟอร์มส่งข้อมูลทันทีหลังงาน 2) มอบหมายผู้ประสานข่าวประจำกิจกรรมแต่ละรายการ
	4.1.4 ข่าวบางข่าวซ้ำรูปแบบเดิม ไม่ดึงดูดหรือแตกต่าง	1) ตั้งหมวดข่าวหลากหลาย เช่น "เล่าจากภาพ", "5 ข้อรู้ไว้", "เบื้องหลังกิจกรรม" 2) สร้างคลังตัวอย่างข่าวที่มี Engagement สูงเพื่ออ้างอิงแนวทางการเขียน
ขั้นตอนที่ 5 การตรวจสอบข่าวก่อนเผยแพร่		
5.1 การตรวจสอบข่าวก่อนเผยแพร่	5.1.1 ไม่มีผู้ตรวจสอบเฉพาะ ทำให้เกิดความล่าช้าในการอนุมัติข่าว	1) แต่งตั้งผู้ตรวจข่าวประจำและสำรอง พร้อมอำนาจในการอนุมัติ 2) กำหนดกรอบเวลาการตรวจข่าว เช่น ภายใน 24 ชม. หลังได้รับเนื้อหา
	5.1.2 ข่าวผ่านการตรวจสอบหลายรอบ เนื่องจากมีข้อผิดพลาด เช่น การสะกดผิด รูปแบบไม่ตรงมาตรฐาน	1) จัดทำ Checklist การตรวจข่าวก่อนเผยแพร่ เช่น การสะกดคำ รูปภาพ โลโก้ ฟอนต์ ขนาดตัวอักษร 2) จัดอบรมการใช้ภาษาเขียนที่ถูกต้องเหมาะสม
	5.1.3 ผู้ตรวจสอบบางคนไม่เข้าใจหลักการประชาสัมพันธ์ อาจตัดเนื้อหาสำคัญ หรือแก้ไขจนขาดจุดเด่น	1) ให้ผู้ตรวจสอบศึกษาคู่มือประชาสัมพันธ์เบื้องต้นของสำนักวิชา 2) สร้าง “แนวทางการพิจารณาเนื้อหาก่อนอนุมัติ” เช่น เนื้อหาต้องคงความชัดเจน ดึงดูด แต่สุภาพและเหมาะสม

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ขั้นตอน	ปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงาน	แนวทางการปรับปรุงแก้ไข/ พัฒนา
	5.1.4 ไม่มีระบบติดตามข่าวที่อยู่ระหว่างรอตรวจสอบ ทำให้ข่าวบางฉบับถูกกลืนหรือส่งล่าช้า	1) สร้างตารางติดตามสถานะข่าวใน Google Sheet 2) ตั้งระบบแจ้งเตือนผ่านอีเมลหรือไลน์กลุ่มเมื่อถึงกำหนดตรวจ
ขั้นตอนที่ 6 การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์		
6.1 การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	6.1.1 ขาดความสม่ำเสมอในการโพสต์ข่าว ทำให้ผู้ติดตามไม่เห็นเนื้อหาต่อเนื่อง	1) จัดทำ Content Calendar รายสัปดาห์/รายเดือน เพื่อวางแผนล่วงหน้า 2) ตั้งเวลาการเผยแพร่ (Scheduled Post) ด้วย Meta Business Suite
	6.1.2 โพสต์ไม่ตรงเวลา เพราะเจ้าหน้าที่มีภารกิจอื่น หรือลืมโพสต์	1) จัดเจ้าหน้าที่ดูแลการโพสต์ข่าวแต่ละวัน 2) ใช้ระบบเตือนความจำ เช่น Google Calendar หรือ Line Notify
	6.1.3 เลือกเวลาโพสต์ไม่เหมาะสม ทำให้ข่าวเข้าถึงได้น้อย	1) ศึกษาข้อมูลสถิติของผู้ติดตาม (Facebook Insights) เพื่อเลือกช่วงเวลาที่มีผู้ใช้งานสูง เช่น 18.00–20.00 น. 2) ทดสอบ A/B posting เปรียบเทียบช่วงเวลา แล้วนำผลมาวางแผนในอนาคต
	6.1.4 เนื้อหาถูกโพสต์โดยไม่มี การตรวจสอบขั้นสุดท้าย อาจมีคำผิดหรือข้อมูลคลาดเคลื่อน	1) จัดทำ ขั้นตอนยืนยันก่อนโพสต์จริง เช่น ร่างโพสต์ใน Google Docs ให้หัวหน้าหรือผู้ตรวจอ่านเห็นก่อน 2) ใช้ “ดราฟต์โพสต์” ในระบบของ Facebook เพื่อให้ผู้มีอำนาจเห็นและอนุมัติก่อนกดเผยแพร่
ขั้นตอนที่ 7 การติดตามและประเมินผล		
7.1 การติดตามและประเมินผล	7.1.1 ไม่มีการรวบรวมข้อมูลผลการเผยแพร่ข่าว เช่น ยอดเข้าถึงหรือการมีส่วนร่วม (engagement)	1) ใช้เครื่องมือ Facebook Insights หรือ Meta Business Suite เพื่อดึงข้อมูลสถิติมารายงาน 2) จัดทำแบบฟอร์มรวบรวมข้อมูลผลตอบรับรายสัปดาห์/รายเดือน
	7.1.2 ไม่สามารถประเมินได้ว่าข่าวที่เผยแพร่มีประสิทธิภาพหรือไม่	1) กำหนดเกณฑ์ชี้วัดความสำเร็จ (KPI) เช่น จำนวนแชร์ ยอดแสดงผล หรือจำนวนคลิก 2) ใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อเนื้อหาจากกลุ่มเป้าหมายปีละ 1-2 ครั้ง
	7.1.3 ไม่มีบุคลากรรับผิดชอบการประเมินผลโดยตรง ทำให้ข้อมูลตกหล่น	1) มอบหมายเจ้าหน้าที่รับผิดชอบด้านการสรุปผลและประเมินข่าวประจำเดือน 2) รวมหน้าที่นี้ไว้ในเวรเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์หรือเพิ่มเป็นบทบาทเสริมของผู้เขียนข่าว
	7.1.4 ข้อมูลผลการประเมินไม่ได้ถูกนำไปใช้ต่อยอดหรือวางแผนการปรับปรุงจริง	1) จัดประชุมทีมประชาสัมพันธ์ทุก 1-2 เดือนเพื่อนำเสนอผลวิเคราะห์ พร้อมข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ขั้นตอน	ปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงาน	แนวทางการปรับปรุงแก้ไข/ พัฒนา
		2) บันทึกผลการประเมินและข้อเสนอแนะไว้ในรายงานประจำปีของหน่วยงาน เพื่อให้ผู้บริหารของหน่วยงานใช้ประกอบการตัดสินใจ
ขั้นตอนที่ 8 การรายงานสรุปผล		
8.1 การรายงานสรุปผล	8.1.1 ไม่มีการจัดทำรายงานผลการเผยแพร่ข่าวอย่างสม่ำเสมอ	1) กำหนดรอบการรายงาน เช่น รายเดือน หรือรายไตรมาส 2) สร้างเทมเพลตรายงานสรุปผลมาตรฐานให้เจ้าหน้าที่กรอกข้อมูลได้สะดวก
	8.1.2 ข้อมูลสถิติบางส่วนไม่ถูกเก็บหรือสูญหาย ทำให้รายงานไม่สมบูรณ์	1) สร้างระบบจัดเก็บข้อมูลผลตอบรับ เช่น Google Sheet หรือ Dashboard กลาง 2) บันทึกข้อมูลสำคัญทุกครั้งหลังโพสต์ เช่น วันที่เผยแพร่ ยอด reach และ engagement
	8.1.3 รายงานไม่ถูกนำเสนอหรือสื่อสารไปยังผู้บริหาร/ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	1) จัดส่งรายงานสรุปผลให้หัวหน้าสำนักวิชา และประชุมเสนอในที่ประชุมงานวิชาการหรือฝ่ายบริหาร 2) สรุปผลการดำเนินงานในรูปแบบ infographic เพื่อให้อ่านง่ายและน่าสนใจ
	8.1.4 บุคลากรไม่เห็นความสำคัญของการรายงานผล จึงทำแบบขอไปที	1) สร้างระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่รวม "คุณภาพของรายงาน" เป็นหนึ่งในเกณฑ์ 2) ใช้ผลสรุปจากรายงานในการวางแผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่อเนื่อง เช่น เลือกช่องทาง สไตล์ และช่วงเวลาที่มีประสิทธิภาพ

5.2 ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผู้ปฏิบัติงานควรยึดถือแนวทางปฏิบัติดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปฏิบัติงาน

1) การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์และการเปิดรับการเรียนรู้ เริ่มต้นการผลิตสื่อด้วยการวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสารเป้าหมายอย่างถี่ถ้วน เพื่อคัดสรรเทมเพลตและเนื้อหาที่ตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของแต่ละข่าวสาร นอกจากนี้ ควรสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่พร้อมรับฟังคำวิจารณ์และข้อเสนอแนะเชิงสร้างสรรค์จากเพื่อนร่วมงาน เพื่อนำมาต่อยอดคุณภาพของงานให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2) การเสริมสร้างทักษะการเรียบเรียงเนื้อหา: มุ่งเน้นความเชี่ยวชาญในการใช้โครงสร้าง 5W1H เป็นแกนหลักในการร่างข่าว เพื่อรับประกันความครบถ้วนของข้อมูลในรูปแบบที่สั้น กระชับ และเป็นกันเองกับผู้อ่านในโลกออนไลน์ ทั้งนี้ แอดมินควรแสวงหาโอกาสในการฝึกฝน ศึกษา

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จจากสถาบันการศึกษาชั้นนำ และหมั่นปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อขัดเกลาสำนวนภาษาให้มีความเป็นมืออาชีพ

3) การตั้งเป้าหมายเชิงรุกและการปรับตัวตามเทคโนโลยี กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน (เช่น อัตราการเข้าถึง หรือยอดการมีส่วนร่วมในกิจกรรม) ควบคู่ไปกับการจัดทำแผนคอนเทนต์ล่วงหน้า (Content Calendar) เพื่อรักษาความต่อเนื่องของการสื่อสาร นอกจากนี้ ผู้ปฏิบัติงานต้องหมั่นศึกษาการเปลี่ยนแปลงของอัลกอริทึม (Algorithm) บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก และวิเคราะห์แนวทางการนำเสนอของหน่วยงานคู่แข่ง เพื่อนำจุดเด่นมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์ให้มีความทันสมัยและเท่าทันสถานการณ์อยู่เสมอ

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

1) งานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะการผลิตสื่อออนไลน์ จำเป็นต้องใช้ทั้งความคิดสร้างสรรค์ ทักษะเฉพาะด้านของแต่ละบุคคล และความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูลให้ทันเหตุการณ์อย่างใดก็ตาม ปัจจุบันสำนักข่ามีผู้ปฏิบัติงานหลักเพียงหนึ่งคนในการรับผิดชอบทุกขั้นตอนของการผลิตและเผยแพร่สื่อ ซึ่งส่งผลให้มีภาระงานมากเกินไป และอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพหรือความต่อเนื่องในการดำเนินงาน

2) ควรสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เช่น ค่าลิขสิทธิ์โปรแกรมออกแบบกราฟิก ค่าฝึกอบรม ศึกษาดูงานด้านการสื่อสารดิจิทัล หรืออุปกรณ์สำหรับการถ่ายภาพและตัดต่อวิดีโอ เพื่อให้การผลิตสื่อมีคุณภาพและทันสมัยยิ่งขึ้น

3) ควรส่งเสริมให้มีการอบรมหรือเวิร์กช็อปด้านการสื่อสาร การเขียนข่าว การวางแผนคอนเทนต์ และการใช้โซเชียลมีเดียเชิงกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ให้สามารถทำงานได้อย่างมืออาชีพและทันต่อเทคโนโลยี

4) ควรสนับสนุนให้หน่วยงานมี แผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ ที่ชัดเจน เช่น กำหนดวัตถุประสงค์ ช่องทางการสื่อสาร กลุ่มเป้าหมาย ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI) และงบประมาณ เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร และสามารถติดตามผลได้อย่างเป็นระบบ

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2558). *จริยธรรมการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐกาญจน์ ศิริประภา. (2560). *การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนกฤต อังคนานุกร. (2560). *การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ*. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์, 11(2), 55–66.
- ธำรง บัวศรี. (2556). *การเขียนข่าวและบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ธีระยุทธ วัฒนาศุภโชค. (2560). *การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (Systems Analysis and Design) (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- บุญมา อิมวิเศษ. (2558). *การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรทิพย์ อุทธรธรรม. (2556). *การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์การ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. (20 สิงหาคม 2564). *หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2564*. สืบค้นจาก <https://dcc.wu.ac.th/wp-content/uploads/2021/11/หลักเกณฑ์การใช้ตราสัญลักษณ์.pdf>
- มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. (22 พฤศจิกายน 2566). *ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2566*.
- มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. (25 กุมภาพันธ์ 2565). *ข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ว่าด้วยประมวลจริยธรรมและธรรมาภิบาลนายคสภามหาวิทยาลัย กรรมการสภามหาวิทยาลัย ผู้บริหารบุคลากร ผู้เรียนมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ.2565*. สืบค้นจาก https://dla.wu.ac.th/elaw/wp-content/uploads/sites/2/2023/05/ข้อบังคับจริยธรรม_65.pdf
- มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. (13 มิถุนายน 2565). *ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เรื่อง การแบ่งส่วนงานของสำนักงานอธิการบดี สำนักวิชา สถาบัน ศูนย์ หรือหน่วยงานอื่นที่เรียกชื่ออย่างอื่น 120 พ.ศ.2565*. สืบค้นจาก <https://hro.wu.ac.th/wp-content/uploads/2022/06/ประกาศฯ-การแบ่งส่วนงานพ.ศ.-2565.pdf>
- ราชกิจจานุเบกษา. (23 มกราคม 2560). *พระราชบัญญัติ ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560*. หน้า 24–35. สืบค้นจาก <https://cio.mhesi.go.th/node/695>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วรลักษณ์ ศิริวัฒน์. (2555). *ทฤษฎีและเทคนิคการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิรัตน์ ประเสริฐศรี. (2563). *เทคนิคการเขียนโพสต์ประชาสัมพันธ์บน Facebook สำหรับหน่วยงานราชการ*. วารสารการสื่อสารสาธารณะ, 9(2), 112–129.
- วิไลพร อ่อนขำ. (2563). *การออกแบบอินโฟกราฟิกเพื่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล*. วารสารการสื่อสารมวลชน, 8(1), 28–39.
- สุชาดา โยธาจันทร์ และ ลักษณะ คล้ายแก้ว. (2565). *แนวทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพชบุรีเพื่อรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงกลาโหม*. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, 7(2), 29–38.
- สุภักมณ คำดี. (2561). *การสื่อสารในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมาคมประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย. (2563). *จรรยาบรรณวิชาชีพนักประชาสัมพันธ์*.
<https://www.pr-thailand.com/ethics/>
- อัมพร สุขเกษม. (2555). *หลักการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อัษฎา วรรณกายนต์ และคณะ. (2565). *การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก*. วารสารมหาจุฬานาครธรรมศน์, 9(12), 60–76.
- 168 Training. (2567). *การสร้างสื่อ Infographic ด้วย Canva: การนำเสนอข้อมูลด้วย Infographic [PDF เอกสารฝึกอบรม]*. 168 Training.
- ANGA. (2025). *โพสต์รูป ลงรูปเวลาไหนดี ฉบับ Facebook, Instagram และ TikTok อัปเดต 2025*.
<https://anga.co.th/marketing/when-to-post-on-social-media-2025/>
- Cotactic. (2024). *อัปเดต! ขนาดรูป Facebook 2024 ใช้ขนาดเท่าไรดี?*.
<https://www.cotactic.com/blog/facebook-image-size/>
- Meta Platforms. (1 กุมภาพันธ์ 2024). *จำนวนผู้ใช้งาน Facebook รายเดือนทั่วโลก ณ ไตรมาสที่ 4 ปี 2023 (หน่วย: ล้านคน)*. Statista. สืบค้นเมื่อ 23 มกราคม 2025 จาก
<https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>
- The Digital Tips. (2024). *10 สถิติ Facebook ในไทยที่นักการตลาดต้องรู้ ปี 2024*.
<https://thedigitaltips.com/blog/facebook/facebook-statistics-in-thailand-update-2024/>

ภาคผนวก 1

พระราชบัญญัติ ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2)

พ.ศ. 2560



พระราชบัญญัติ

ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ ๒)

พ.ศ. ๒๕๖๐

สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร

ให้ไว้ ณ วันที่ ๒๓ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๐

เป็นปีที่ ๒ ในรัชกาลปัจจุบัน

สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร มีพระราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๐”

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา ๓ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๔ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๔ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่กับออกกฎกระทรวงและประกาศเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

กฎกระทรวงและประกาศนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้”

มาตรา ๔ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นวรรคสองและวรรคสามของมาตรา ๑๑ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐

“ผู้ใดส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แก่บุคคลอื่นอันมีลักษณะเป็นการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้รับข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสามารถบอกเลิกหรือแจ้งความประสงค์เพื่อปฏิเสธการตอบรับได้โดยง่าย ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองแสนบาท

ให้รัฐมนตรีออกประกาศกำหนดลักษณะและวิธีการส่ง รวมทั้งลักษณะและปริมาณของข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งไม่เป็นการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้รับและลักษณะอันเป็นการบอกเลิกหรือแจ้งความประสงค์เพื่อปฏิเสธการตอบรับได้โดยง่าย”

มาตรา ๕ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๑๒ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๑๒ ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา ๕ มาตรา ๖ มาตรา ๗ มาตรา ๘ หรือมาตรา ๑๑ เป็นการกระทำความผิดข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือระบบคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศหรือโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะ ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่หนึ่งปีถึงเจ็ดปี และปรับตั้งแต่สองหมื่นบาทถึงหนึ่งแสนสี่หมื่นบาท

ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่งเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายต่อข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือระบบคอมพิวเตอร์ดังกล่าว ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่หนึ่งปีถึงสิบปี และปรับตั้งแต่สองหมื่นบาทถึงสองแสนบาท

ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา ๙ หรือมาตรา ๑๐ เป็นการกระทำความผิดข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือระบบคอมพิวเตอร์ตามวรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่สามปีถึงสิบห้าปี และปรับตั้งแต่หกหมื่นบาทถึงสามแสนบาท

ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสามโดยมิได้มีเจตนาฆ่า แต่เป็นเหตุให้บุคคลอื่นถึงแก่ความตาย ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่ห้าปีถึงยี่สิบปี และปรับตั้งแต่หนึ่งแสนบาทถึงสี่แสนบาท”

มาตรา ๖ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นมาตรา ๑๒/๑ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐

“มาตรา ๑๒/๑ ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา ๙ หรือมาตรา ๑๐ เป็นเหตุให้เกิดอันตรายแก่บุคคลอื่นหรือทรัพย์สินของผู้อื่น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสิบปี และปรับไม่เกินสองแสนบาท

ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา ๙ หรือมาตรา ๑๐ โดยมิได้มีเจตนาฆ่า แต่เป็นเหตุให้บุคคลอื่นถึงแก่ความตาย ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่ห้าปีถึงยี่สิบปี และปรับตั้งแต่หนึ่งแสนบาทถึงสี่แสนบาท”

มาตรา ๗ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นวรรคสอง วรรคสาม วรรคสี่ และวรรคห้าของมาตรา ๑๓ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐

“ผู้ใดจำหน่ายหรือเผยแพร่ชุดคำสั่งที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะเพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดตามมาตรา ๑๒ วรรคหนึ่งหรือวรรคสาม ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดจำหน่ายหรือเผยแพร่ชุดคำสั่งที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะเพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดตามมาตรา ๕ มาตรา ๖ มาตรา ๗ มาตรา ๘ มาตรา ๙ มาตรา ๑๐ หรือมาตรา ๑๑ หากผู้นำไปใช้ได้กระทำความผิดตามมาตรา ๑๒ วรรคหนึ่งหรือวรรคสาม หรือต้องรับผิดตามมาตรา ๑๒ วรรคสองหรือวรรคสี่ หรือมาตรา ๑๒/๑ ผู้จำหน่ายหรือเผยแพร่ชุดคำสั่งดังกล่าวจะต้องรับผิดทางอาญาตามความผิดที่มีกำหนดโทษสูงขึ้นไปด้วย ก็เฉพาะเมื่อตนได้รู้หรืออาจเล็งเห็นได้ว่าจะเกิดผลเช่นที่เกิดขึ้นนั้น

ผู้ใดจำหน่ายหรือเผยแพร่ชุดคำสั่งที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะเพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดตามมาตรา ๑๒ วรรคหนึ่งหรือวรรคสาม หากผู้นำไปใช้ได้กระทำความผิดตามมาตรา ๑๒ วรรคหนึ่งหรือวรรคสาม หรือต้องรับผิดตามมาตรา ๑๒ วรรคสองหรือวรรคสี่ หรือมาตรา ๑๒/๑ ผู้จำหน่ายหรือเผยแพร่ชุดคำสั่งดังกล่าวต้องรับผิดทางอาญาตามความผิดที่มีกำหนดโทษสูงขึ้นไปด้วย

ในกรณีที่ผู้จำหน่ายหรือเผยแพร่ชุดคำสั่งผู้ใดต้องรับผิดตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง และตามวรรคสามหรือวรรคสี่ด้วย ให้ผู้นั้นต้องรับโทษที่มีอัตราโทษสูงที่สุดแต่กระหนงเดียว”

มาตรา ๘ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๑๔ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๑๔ ผู้ใดกระทำความผิดที่ระบุไว้ดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(๑) โดยทุจริต หรือโดยหลอกลวง นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ปิดเบียนหรือปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ประชาชน อันมิใช่การกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญา

(๒) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะของประเทศ หรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน

(๓) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา

(๔) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ ที่มีลักษณะอันลามกและข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้

(๕) เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ตาม (๑) (๒) (๓) หรือ (๔)

ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่ง (๑) มิได้กระทำต่อประชาชน แต่เป็นการกระทำต่อบุคคลใด บุคคลหนึ่ง ผู้กระทำ ผู้เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ดังกล่าวต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้เป็นความผิดอันยอมความได้”

มาตรา ๙ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๑๕ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๑๕ ผู้ให้บริการผู้ใดให้ความร่วมมือ ยินยอม หรือรู้เห็นเป็นใจให้มีการกระทำความผิดตามมาตรา ๑๔ ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของตน ต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดตามมาตรา ๑๔

ให้รัฐมนตรีออกประกาศกำหนดขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นออกจากระบบคอมพิวเตอร์

ถ้าผู้ให้บริการพิสูจน์ได้ว่าตนได้ปฏิบัติตามประกาศของรัฐมนตรีที่ออกตามวรรคสอง ผู้นั้นไม่ต้องรับโทษ”

มาตรา ๑๐ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๑๖ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๑๖ ผู้ใดนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่ประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ปรากฏเป็นภาพของผู้อื่น และภาพนั้นเป็นภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อ เติม หรือดัดแปลงด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์หรือวิธีการอื่นใด โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี และปรับไม่เกินสองแสนบาท

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำต่อภาพของผู้ตาย และการกระทำนั้นน่าจะทำให้บิดา มารดา คู่สมรส หรือบุตรของผู้ตายเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย ผู้กระทำต้องระวางโทษดังที่บัญญัติไว้ในวรรคหนึ่ง

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง เป็นการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์โดยสุจริตอันเป็นการติชมด้วยความเป็นธรรม ซึ่งบุคคลหรือสิ่งใดอันเป็นวิสัยของประชาชนย่อมกระทำ ผู้กระทำไม่มีความผิด ความผิดตามวรรคหนึ่งและวรรคสองเป็นความผิดอันยอมความได้

ถ้าผู้เสียหายในความผิดตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสองตายเสียก่อนร้องทุกข์ ให้บิดา มารดา คู่สมรส หรือบุตรของผู้เสียหายร้องทุกข์ได้ และให้ถือว่าเป็นผู้เสียหาย”

มาตรา ๑๑ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นมาตรา ๑๖/๑ และมาตรา ๑๖/๒ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐

“มาตรา ๑๖/๑ ในคดีความผิดตามมาตรา ๑๔ หรือมาตรา ๑๖ ซึ่งมีคำพิพากษาว่าจำเลยมีความผิด ศาลอาจสั่ง

(๑) ให้ทำลายข้อมูลตามมาตราดังกล่าว

(๒) ให้โฆษณาหรือเผยแพร่คำพิพากษาทั้งหมดหรือแต่บางส่วนในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือสื่ออื่นใด ตามที่ศาลเห็นสมควร โดยให้จำเลยเป็นผู้ชำระค่าโฆษณาหรือเผยแพร่

(๓) ให้ดำเนินการอื่นตามที่ศาลเห็นสมควรเพื่อบรรเทาความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการกระทำความผิดนั้น

มาตรา ๑๖/๒ ผู้ใดรู้ว่าข้อมูลคอมพิวเตอร์ในความครอบครองของตนเป็นข้อมูลที่ศาลสั่งให้ทำลายตามมาตรา ๑๖/๑ ผู้นั้นต้องทำลายข้อมูลดังกล่าว หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษกึ่งหนึ่งของโทษที่บัญญัติไว้ในมาตรา ๑๔ หรือมาตรา ๑๖ แล้วแต่กรณี”

มาตรา ๑๒ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นมาตรา ๑๗/๑ ในหมวด ๑ ความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐

“มาตรา ๑๗/๑ ความผิดตามมาตรา ๕ มาตรา ๖ มาตรา ๗ มาตรา ๑๑ มาตรา ๑๓ มาตรา ๑๖/๒ มาตรา ๒๓ มาตรา ๒๔ และมาตรา ๒๗ ให้คณะกรรมการเปรียบเทียบที่รัฐมนตรีแต่งตั้งมีอำนาจเปรียบเทียบได้

คณะกรรมการเปรียบเทียบที่รัฐมนตรีแต่งตั้งตามวรรคหนึ่งให้มีจำนวนสามคนซึ่งคนหนึ่งต้องเป็นพนักงานสอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

เมื่อคณะกรรมการเปรียบเทียบได้ทำการเปรียบเทียบกรณีใดและผู้ต้องหาได้ชำระเงินค่าปรับตามคำเปรียบเทียบภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการเปรียบเทียบกำหนดแล้ว ให้ถือว่าคดีนั้นเป็นอันเลิกกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

ในกรณีที่ผู้ต้องหาไม่ชำระเงินค่าปรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ให้เริ่มนับอายุความในการฟ้องคดีใหม่นับตั้งแต่วันที่ครบกำหนดครุณษะเวลาดังกล่าว”

มาตรา ๑๓ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๑๘ และมาตรา ๑๙ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๑๘ ภายใต้บังคับมาตรา ๑๙ เพื่อประโยชน์ในการสืบสวนและสอบสวนในกรณีที่มีเหตุอันควรเชื่อได้ว่ามีการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ หรือในกรณีที่มีการร้องขอตามวรรคสอง ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้ เฉพาะที่จำเป็นเพื่อประโยชน์ในการใช้เป็นหลักฐานเกี่ยวกับการกระทำความผิดและหาตัวผู้กระทำความผิด

“มาตรา ๒๐ ในกรณีที่มีการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ ดังต่อไปนี้ พนักงานเจ้าหน้าที่ โดยได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรีอาจยื่นคำร้องพร้อมแสดงพยานหลักฐานต่อศาลที่มีเขตอำนาจขอให้มีคำสั่งระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นออกจากระบบคอมพิวเตอร์ได้

(๑) ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เป็นความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

(๒) ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่อาจกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรตามที่กำหนดไว้ในภาค ๒ ลักษณะ ๑ หรือลักษณะ ๑/๑ แห่งประมวลกฎหมายอาญา

(๓) ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เป็นความผิดอาญาตามกฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา หรือกฎหมายอื่นซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นมีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน และเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายนั้นหรือพนักงานสอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาได้ร้องขอ

ในกรณีที่มีการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน รัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการกฤษฎีกาข้อมูลคอมพิวเตอร์ จะมอบหมายให้พนักงานเจ้าหน้าที่ยื่นคำร้องพร้อมแสดงพยานหลักฐานต่อศาลที่มีเขตอำนาจขอให้มีคำสั่ง ระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นออกจากระบบคอมพิวเตอร์ได้ ทั้งนี้ ให้นำบทบัญญัติ ว่าด้วยคณะกรรมการที่มีอำนาจดำเนินการพิจารณาทางปกครองตามกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการ ทางปกครองมาใช้บังคับกับการประชุมของคณะกรรมการกฤษฎีกาข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยอนุโลม

ให้รัฐมนตรีแต่งตั้งคณะกรรมการกฤษฎีกาข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามวรรคสองขึ้นคณะหนึ่ง หรือหลายคณะ แต่ละคณะให้มีกรรมการจำนวนเก้าคนซึ่งสามในเก้าคนต้องมาจากผู้แทนภาคเอกชน ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านสื่อสารมวลชน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือด้านอื่นที่เกี่ยวข้อง และให้กรรมการ ได้รับค่าตอบแทนตามหลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีกำหนดโดยได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงการคลัง

การดำเนินการของศาลตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง ให้นำประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาใช้บังคับโดยอนุโลม ในกรณีที่ศาลมีคำสั่งให้ระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ ตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง พนักงานเจ้าหน้าที่จะทำการระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ นั้นเองหรือจะสั่งให้ผู้ให้บริการระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นก็ได้ ทั้งนี้ ให้รัฐมนตรี ประกาศกำหนดหลักเกณฑ์ ระยะเวลา และวิธีการปฏิบัติสำหรับการระงับการทำให้แพร่หลายหรือ ลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ของพนักงานเจ้าหน้าที่หรือผู้ให้บริการให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันโดยคำนึงถึงพัฒนาการ ทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เว้นแต่ศาลจะมีคำสั่งเป็นอย่างอื่น

ในกรณีที่มีเหตุจำเป็นเร่งด่วน พนักงานเจ้าหน้าที่จะยื่นคำร้องตามวรรคหนึ่งไปก่อนที่จะได้รับความ เห็นชอบจากรัฐมนตรี หรือพนักงานเจ้าหน้าที่โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการกฤษฎีกาข้อมูล คอมพิวเตอร์จะยื่นคำร้องตามวรรคสองไปก่อนที่รัฐมนตรีจะมอบหมายก็ได้ แต่ทั้งนี้ต้องรายงาน ให้รัฐมนตรีทราบโดยเร็ว”

มาตรา ๑๕ ให้ยกเลิกความในวรรคสองของมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“ชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์ตามวรรคหนึ่งหมายถึงชุดคำสั่งที่มีผลทำให้ข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือระบบคอมพิวเตอร์หรือชุดคำสั่งอื่นเกิดความเสียหาย ถูกทำลาย ถูกแก้ไขเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติม ขัดข้องหรือปฏิบัติงานไม่ตรงตามคำสั่ง หรือโดยประการอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง เว้นแต่เป็นชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์ที่อาจนำมาใช้เพื่อป้องกันหรือแก้ไขชุดคำสั่งดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้ รัฐมนตรีอาจประกาศในราชกิจจานุเบกษากำหนดรายชื่อ ลักษณะ หรือรายละเอียดของชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์ซึ่งอาจนำมาใช้เพื่อป้องกันหรือแก้ไขชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์ก็ได้”

มาตรา ๑๖ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๒๒ มาตรา ๒๓ มาตรา ๒๔ และมาตรา ๒๕ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๒๒ ห้ามมิให้พนักงานเจ้าหน้าที่และพนักงานสอบสวนในกรณีตามมาตรา ๑๘ วรรคสองเปิดเผยหรือส่งมอบข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจรรยาบรรณทางคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการที่ได้มาตามมาตรา ๑๘ ให้แก่บุคคลใด

ความในวรรคหนึ่งมิให้ใช้บังคับกับการกระทำเพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้หรือผู้กระทำความผิดตามกฎหมายอื่นในกรณีตามมาตรา ๑๘ วรรคสอง หรือเพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีกับพนักงานเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบหรือกับพนักงานสอบสวนในส่วนที่เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา ๑๘ วรรคสอง โดยมีชอบหรือเป็นการกระทำตามคำสั่งหรือที่ได้รับอนุญาตจากศาล

พนักงานเจ้าหน้าที่หรือพนักงานสอบสวนผู้ใดฝ่าฝืนวรรคหนึ่งต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปีหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๒๓ พนักงานเจ้าหน้าที่หรือพนักงานสอบสวนในกรณีตามมาตรา ๑๘ วรรคสอง ผู้ใดกระทำโดยประมาทเป็นเหตุให้ผู้อื่นล่วงรู้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจรรยาบรรณทางคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการ ที่ได้มาตามมาตรา ๑๘ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๒๔ ผู้ใดล่วงรู้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจรรยาบรรณทางคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการที่พนักงานเจ้าหน้าที่หรือพนักงานสอบสวนได้มาตามมาตรา ๑๘ และเปิดเผยข้อมูลนั้นต่อผู้หนึ่งผู้ใด ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๒๕ ข้อมูล ข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลจรรยาบรรณทางคอมพิวเตอร์ที่พนักงานเจ้าหน้าที่ได้มาตามพระราชบัญญัตินี้หรือที่พนักงานสอบสวนได้มาตามมาตรา ๑๘ วรรคสอง ให้อ้างและรับฟังเป็นพยานหลักฐานตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาหรือกฎหมายอื่นอันว่าด้วย

การสืบพยานได้ แต่ต้องเป็นชนิดที่มีได้เกิดขึ้นจากการจงใจ มีคำมั่นสัญญา ชูเชิญ หลอกลวง หรือโดยมิชอบประการอื่น”

มาตรา ๑๗ ให้ยกเลิกความในวรรคหนึ่งของมาตรา ๒๖ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๒๖ ผู้ให้บริการต้องเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ไว้ไม่น้อยกว่าเก้าสิบวัน นับแต่วันที่มีข้อมูลนั้นเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ แต่ในกรณีจำเป็น พนักงานเจ้าหน้าที่จะสั่งให้ผู้ให้บริการผู้ใดเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ไว้เกินเก้าสิบวันแต่ไม่เกินสองปีเป็นกรณีพิเศษเฉพาะราย และเฉพาะคราวก็ได้”

มาตรา ๑๘ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นวรรคสองและวรรคสามของมาตรา ๒๘ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐

“ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ อาจได้รับค่าตอบแทนพิเศษตามที่รัฐมนตรีกำหนดโดยได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงการคลัง

ในการกำหนดให้ได้รับค่าตอบแทนพิเศษต้องคำนึงถึงภาระหน้าที่ ความรู้ความเชี่ยวชาญ ความขาดแคลนในการหาผู้ปฏิบัติหน้าที่หรือมีการสูญเสียผู้ปฏิบัติงานออกจากระบบราชการเป็นจำนวนมาก คุณภาพของงาน และการดำรงตนอยู่ในความยุติธรรมโดยเปรียบเทียบค่าตอบแทนของผู้ปฏิบัติงานอื่นในกระบวนการยุติธรรมด้วย”

มาตรา ๑๙ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นมาตรา ๓๑ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐

“มาตรา ๓๑ ค่าใช้จ่ายในเรื่องดังต่อไปนี้ รวมทั้งวิธีการเบิกจ่ายให้เป็นไปตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนดโดยได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงการคลัง

- (๑) การสืบสวน การแสวงหาข้อมูล และรวบรวมพยานหลักฐานในคดีความผิดตามพระราชบัญญัตินี้
- (๒) การดำเนินการตามมาตรา ๑๘ วรรคหนึ่ง (๔) (๕) (๖) (๗) และ (๘) และมาตรา ๒๐
- (๓) การดำเนินการอื่นใดอันจำเป็นแก่การป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้”

มาตรา ๒๐ บรรดาระเบียบหรือประกาศที่ออกตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ ที่ใช้บังคับอยู่ในวันก่อนวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้ยังคงใช้บังคับต่อไปเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัตินี้ จนกว่าจะมีระเบียบหรือประกาศที่ต้องออกตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัตินี้ ใช้บังคับ

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ มีบทบัญญัติบางประการที่ไม่เหมาะสมต่อการป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน ซึ่งมีรูปแบบการกระทำความผิดที่มีความซับซ้อนมากขึ้นตามพัฒนาการทางเทคโนโลยีซึ่งเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและโดยที่มีการจัดตั้งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมซึ่งมีภารกิจในการกำหนดมาตรฐานและมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ รวมทั้งการเฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศสมควรปรับปรุงบทบัญญัติในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้รักษาการตามกฎหมาย กำหนดฐานความผิดขึ้นใหม่ และแก้ไขเพิ่มเติมฐานความผิดเดิม รวมทั้งบทกำหนดโทษของความผิดดังกล่าว การปรับปรุงกระบวนการและหลักเกณฑ์ในการระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ ตลอดจนกำหนดให้มีคณะกรรมการเปรียบเทียบซึ่งมีอำนาจเปรียบเทียบความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ และแก้ไขเพิ่มเติมอำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

ภาคผนวก 2

ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการและการ
คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2566



ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
พ.ศ. ๒๕๖๖

ด้วยพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ มีหลักการให้หน่วยงานของรัฐเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในความดูแลของหน่วยงานให้ประชาชนทราบ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสอย่างกว้างขวางในการได้รับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจะทำให้สามารถแสดงความคิดเห็นและใช้สิทธิของตนได้อย่างถูกต้อง ยกเว้นข่าวสารที่เปิดเผยแล้วจะเกิดความเสียหายต่อประเทศชาติหรือเสียหายต่อเอกชน ประกอบพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๓๖ ตอนที่ ๖๙ ก ฉบับลงวันที่ ๒๗ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ มีผลบังคับใช้สมบูรณ์ทุกหมวดทุกมาตรา ตั้งแต่วันที่ ๑ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๕ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ตระหนักและให้ความสำคัญกับการเก็บรวบรวม ใช้ และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากร นักศึกษา ผู้รับบริการ และบุคคลอื่น จึงเป็นการสมควรที่จะกำหนดนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พุทธศักราช ๒๕๖๒ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และบรรลุวัตถุประสงค์ตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติดังกล่าว จึงเห็นสมควรกำหนดหลักเกณฑ์แนวปฏิบัติว่าด้วยการให้ข้อมูลข่าวสารและข้อมูลส่วนบุคคล ที่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย ฉะนั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๔ (๑) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. ๒๕๓๕ จึงยกเลิกคำสั่งมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ที่ ๖/๒๕๔๗ ฉบับลงวันที่ ๑๓ มกราคม พ.ศ. ๒๕๔๗ เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยการให้ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. ๒๕๔๗ ฉบับลงวันที่ ๑๓ มกราคม พ.ศ. ๒๕๔๗ และประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เรื่อง นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๕ ฉบับลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๕ และออกประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๖ ไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ประกาศนี้เรียกว่า "ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๖"

ข้อ ๒ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับนับตั้งแต่วันที่ประกาศใช้เป็นต้นไป เรื่องใดที่มีได้กำหนดไว้ในประกาศฉบับนี้ ขัดหรือแย้งกับประกาศฉบับนี้ ให้ยึดถือตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ พระราชบัญญัติ ว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๔๔ พระราชบัญญัติกำหนดหลักเกณฑ์ และวิธีการในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๔๙ และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ และฉบับที่แก้ไขเพิ่มเติม (ถ้ามี)

- ๒ -

หมวด ๑
บททั่วไป

ข้อ ๓ ในประกาศนี้

"มหาวิทยาลัย"	หมายถึง	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
"หน่วยงาน"	หมายถึง	สำนักอธิการบดี สำนักวิชา วิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย สถาบัน ศูนย์ ส่วนและ หน่วย งานที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่า หน่วยงานดังกล่าวด้วย
"หัวหน้าหน่วยงาน"	หมายถึง	หัวหน้าสำนักอธิการบดี คณบดี ผู้อำนวยการ หัวหน้าส่วน หัวหน้าฝ่ายหัวหน้างาน และให้ หมายรวมถึงหัวหน้าหน่วยงานที่เรียกชื่ออย่างอื่น ของหน่วยงานที่มหาวิทยาลัยกำหนดด้วย
"อธิการบดี"	หมายถึง	อธิการบดีมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
"คณะกรรมการ"	หมายถึง	คณะกรรมการข้อมูลข่าวสารและคุ้มครอง ข้อมูลส่วนบุคคลของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
"ข้อมูลข่าวสาร"	หมายถึง	สิ่งที่สื่อความหมายให้รู้เรื่องราวข้อเท็จจริง ข้อมูลหรือสิ่งใด ๆ ไม่ว่าการสื่อความหมายนั้น จะทำได้โดยสภาพของสิ่งนั้นเอง หรือโดยผ่าน วิธีการใด ๆ และไม่ว่าจะได้จัดทำไว้ในรูปของ เอกสารแฟ้มรายงาน หนังสือ แผ่นผิง แผ่นที่ ภาพวาดภาพถ่าย ฟิล์ม การบันทึกภาพหรือ เสียงการบันทึก โดยเครื่องคอมพิวเตอร์หรือ วิธีอื่นใดที่ทำให้สิ่งที่บันทึกไว้ปรากฏได้ ที่อยู่ใน ความครอบครองหรือรับผิดชอบควบคุมดูแล ของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
"ข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล"	หมายถึง	ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเฉพาะตัวของบุคคล เช่น การศึกษา ฐานะการเงินประวัติสุขภาพ ประวัติอาชญากรรมหรือประวัติการทำงาน บรรดาที่มีชื่อของผู้นั้นหรือมีเลขหมาย หรือ สิ่งบอกลักษณะอื่นที่ทำให้ตัวผู้นั้นได้ เช่น ลายพิมพ์นิ้วมือ แผ่นบันทึกลักษณะเสียงของคน หรือรูปถ่ายและให้หมายความรวมถึงข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับสิ่งเฉพาะตัวของผู้ที่ถึงแก่กรรมด้วย

- ๓ -

"เจ้าของข้อมูล"	หมายถึง	บุคลากร นักศึกษาปัจจุบัน ศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย คณะกรรมการ คณะทำงาน ผู้ที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งให้ปฏิบัติหน้าที่ตามวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัยรวมบุคคลภายนอกมหาวิทยาลัยซึ่งให้บริการหรือติดต่อประสานงานหรือทำธุรกรรมกับมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานด้วย
"ข้อมูลส่วนบุคคล"	หมายถึง	ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลซึ่งทำให้สามารถระบุตัวบุคคลนั้นได้ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม แต่ไม่รวมถึงข้อมูลของผู้ถึงแก่กรรมโดยเฉพาะ ทั้งนี้ตามกฎหมาย ว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลกำหนด
"ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล"	หมายถึง	บุคคลหรือนิติบุคคลที่มีอำนาจหน้าที่ตัดสินใจเกี่ยวกับเก็บรวบรวมใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล
"ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล"	หมายถึง	บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งดำเนินการเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ตามคำสั่งหรือในนามของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ บุคคลหรือนิติบุคคล ซึ่งดำเนินการดังกล่าว ต้องไม่เป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล และผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล จะต้องได้รับการแต่งตั้งหรือได้รับมอบหมายจากมหาวิทยาลัยซึ่งเป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล
"เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล"	หมายถึง	บุคคลซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตรวจสอบ การดำเนินงานของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล และประมวลผลข้อมูล ประสานงานและให้ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานกรณีมีปัญหา เกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้หรือเปิดเผยข้อมูล ส่วนบุคคลซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งหรือได้รับมอบหมายจากมหาวิทยาลัย
"สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล"	หมายถึง	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

- ๔ -

"กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล"	หมายถึง	พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๔๔ พระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๔๙ และกฎหมายอื่นใดที่เกี่ยวข้อง
"ส่วนนิติการ"	หมายถึง	ส่วนนิติการ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
"บุคลากรมหาวิทยาลัย"	หมายถึง	บุคลากรมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
"นักศึกษามหาวิทยาลัย"	หมายถึง	นักศึกษามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ข้อ ๔ ให้อธิการบดีรักษาการตามประกาศนี้ และให้มีอำนาจออกประกาศหรือคำสั่งเพื่อปฏิบัติตามประกาศนี้ในกรณีมีปัญหาจากการปฏิบัติตามประกาศนี้ ให้อธิการบดีวินิจฉัยคำวินิจฉัยของอธิการบดีเป็นที่สุด

ส่วนที่ ๑

คณะกรรมการข้อมูลข่าวสารและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ข้อ ๕ อธิการบดีแต่งตั้งคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ประกอบด้วย

- | | |
|--|----------------------------|
| (๑) รองอธิการบดีที่อธิการบดีมอบหมาย | ประธานกรรมการ |
| (๒) รองอธิการบดีที่อธิการบดีมอบหมาย | รองประธานกรรมการ |
| (๓) ผู้ช่วยอธิการบดีที่อธิการบดีมอบหมาย | กรรมการ |
| (๔) คณบดีสำนักวิชาการนิเทศศาสตร์ หรือผู้แทน | กรรมการ |
| (๕) ผู้อำนวยการศูนย์การแพทย์มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ หรือผู้แทน | กรรมการ |
| (๖) ผู้อำนวยการศูนย์บริการการศึกษา หรือผู้แทน | กรรมการ |
| (๗) ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีดิจิทัล หรือผู้แทน | กรรมการ |
| (๘) หัวหน้าส่วนสื่อสารองค์กร หรือผู้แทน | กรรมการ |
| (๙) หัวหน้าส่วนส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา หรือผู้แทน | กรรมการ |
| (๑๐) หัวหน้าส่วนพัสดุ หรือผู้แทน | กรรมการ |
| (๑๑) หัวหน้าส่วนแผนงานและยุทธศาสตร์ หรือผู้แทน | กรรมการ |
| (๑๒) หัวหน้าส่วนนิติการ หรือผู้แทน | กรรมการและเลขานุการ |
| (๑๓) หัวหน้าส่วนทรัพยากรมนุษย์และองค์กร หรือผู้แทน | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| (๑๔) นิติกร ส่วนนิติการ | ผู้ช่วยเลขานุการ |

ข้อ ๖ ให้คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่ ดังนี้

- (๑) สอดส่องดูแลและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดำเนินงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยและหน่วยงานภายในปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ หรือพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ หรือระเบียบอื่นใดซึ่งเกี่ยวข้องกัน

- ๕ -

(๒) กำหนดนโยบายหลักเกณฑ์ มาตรการและแนวทางการดำเนินการในการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของมหาวิทยาลัยให้เป็นไปตามกฎหมายโดยความเห็นชอบของอธิการบดีและจัดทำเป็นประกาศมหาวิทยาลัย

(๓) ทบทวนนโยบายหลักเกณฑ์มาตรการและแนวทางการดำเนินการในการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของมหาวิทยาลัย หรือหน่วยงาน หากพบว่ามีกรปฏิบัติที่อาจไม่ถูกต้องตามกฎหมายให้แจ้งมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานดำเนินการปรับปรุงให้ถูกต้องและรายงานให้อธิการบดีเพื่อทราบ

(๔) กลั่นกรองตรวจสอบข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศคำสั่งหรือแนวปฏิบัติเพื่อเสนออธิการบดีพิจารณาให้เห็นชอบและก่อนที่ประกาศใช้บังคับ

(๕) เสนอแนะในการกำหนดหลักเกณฑ์จัดทำแนวปฏิบัติหรือคู่มือการปฏิบัติตามนโยบายและมาตรการในการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของมหาวิทยาลัย และเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

(๖) พิจารณาให้ความเห็น ดีความ วินิจฉัยปัญหาข้อขัดข้อง หรือเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการดำเนินการในการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารและการคุ้มครองข้อมูลของมหาวิทยาลัย แล้วเสนออธิการบดีเพื่อวินิจฉัยชี้ขาด

(๗) รักษาความลับของข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลหรือข้อมูลส่วนบุคคลที่ตนล่วงรู้ หรือได้มา เนื่องจากกรปฏิบัติหน้าที่

(๘) ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของมหาวิทยาลัย

(๙) ให้คำแนะนำและคำปรึกษาแก่บุคลากรมหาวิทยาลัยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เจ้าของข้อมูลและผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของมหาวิทยาลัย

(๑๐) พิจารณาแก้ไขหรือไกล่เกลี่ยข้อร้องเรียนการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายข้อมูลข่าวสารของราชการ และกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและเหตุการณ์การละเมิดข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล หรือข้อมูลส่วนบุคคล ตามที่ได้รับแจ้ง

(๑๑) จัดเก็บบันทึกรายการเกี่ยวกับเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายข้อมูลข่าวสารของราชการ และกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และทำหน้าที่ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด

(๑๒) ส่งเสริมและสนับสนุนให้หน่วยงานและบุคลากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายข้อมูลข่าวสารของราชการและกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

(๑๓) แต่งตั้งคณะกรรมการคณะทำงาน หรือบุคลากรเพื่อปฏิบัติงานตามที่มอบหมาย

(๑๔) เชิญหัวหน้าหน่วยงานคณะบุคคล หรือผู้ที่เกี่ยวข้องมาให้ข้อมูล หรือความคิดเห็น

ต่อคณะกรรมการ

(๑๕) ปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่อธิการบดีมอบหมาย

- ๖ -

ข้อ ๗ การประชุมคณะกรรมการต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการที่มีอยู่จึงจะเป็นองค์ประชุม ให้ประธานกรรมการเป็นประธานในที่ประชุม ในกรณีที่ประธานกรรมการไม่มาประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ให้รองประธานกรรมการทำหน้าที่เป็นประธานกรรมการ ในที่ประชุมแทน ในกรณีที่ประธานกรรมการและรองประธานกรรมการไม่มาประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ให้กรรมการที่เข้าประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุมการวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด การประชุมของคณะกรรมการสามารถกระทำได้โดยวิธีการอิเล็กทรอนิกส์หรือวิธีการอื่นได้ตามที่คณะกรรมการกำหนดกรรมการผู้ใดมีส่วนได้เสียไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมในเรื่องที่ที่ประชุมพิจารณา ให้แจ้งการมีส่วนได้เสียของตนให้คณะกรรมการทราบล่วงหน้าก่อนการประชุมและห้ามมิให้ผู้นั้นเข้าร่วมประชุมพิจารณาเรื่องดังกล่าว

ข้อ ๘ ให้ส่วนนิติการ เป็นศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการและหน่วยงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมหาวิทยาลัย โดยให้หัวหน้าส่วนนิติการทำหน้าที่เป็นหัวหน้าศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการและสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและทำหน้าที่เป็นกรรมการและเลขานุการคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของมหาวิทยาลัยโดยตำแหน่ง

ส่วนที่ ๒

การเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร

ข้อ ๙ ให้หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานและจัดส่งให้กับส่วนนิติการเพื่อเสนอคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลดังต่อไปนี้

- (๑) โครงสร้างและการจัดการองค์กรในการดำเนินการ
- (๒) สรุปอำนาจหน้าที่ที่สำคัญและวิธีการดำเนินงาน
- (๓) สถานที่ติดต่อเพื่อขอรับข้อมูลข่าวสารหรือคำแนะนำในการติดต่อกับส่วนงานต่าง ๆ

ภายในหน่วยงานของมหาวิทยาลัย

(๔) กฎ ข้อบังคับคำสั่ง หนังสือเวียน ระเบียบ แบบแผน นโยบายหรือการตีความ ทั้งนี้ เฉพาะที่จัดให้มีขึ้น โดยมีสภาพอย่างกฎเพื่อให้ผลเป็นการทั่วไปต่อเอกชนที่เกี่ยวข้อง

(๕) ข้อมูลข่าวสารที่คณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของทางราชการตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ กำหนด

ให้คณะกรรมการกลั่นกรองเรื่องดังกล่าวเสนอต่ออธิการบดีเพื่อส่งลงพิมพ์ในราชกิจจานุเบกษาต่อไป

ข้อ ๑๐ ให้หน่วยงานจัดให้มีข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ประชาชนสามารถค้นหาหรือตรวจดูได้ดังต่อไปนี้

(๑) ผลการพิจารณาหรือคำวินิจฉัยที่มีผลโดยตรงต่อเอกชนรวมทั้งความเห็นแย้งและคำสั่งที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาวินิจฉัยดังกล่าว

(๒) นโยบายหรือการตีความในเรื่องต่าง ๆ

(๓) แผนงาน โครงการและงบประมาณรายจ่ายประจำปีของปีที่กำลังดำเนินการ

(๔) คู่มือหรือคำสั่งเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยซึ่งมีผลกระทบต่อสิทธิหน้าที่ของเอกชน

- ๗ -

(๕) สิ่งพิมพ์ที่ได้มีการอ้างอิงตามมาตรา ๗ วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐

(๖) สัญญาสัมปทานสัญญาที่มีลักษณะเป็นการผูกขาดตัดตอนหรือสัญญาร่วมทุนกับเอกชนในการจัดทำบริการสาธารณะ

(๗) มติคณะกรรมการที่แต่งตั้งโดยอาศัยอำนาจของกฎหมาย

(๘) ข้อมูลข่าวสารอื่นตามที่กฎหมายกำหนด

ข้อมูลข่าวสารที่จัดทำให้ประชาชนเข้าค้นหาหรือตรวจสอบได้นั้นถ้ามีส่วนที่ต้องห้ามมิให้เปิดเผยอยู่ด้วยให้ลบหรือตัดตอนไปหรือวิธีอื่นใดที่ไม่เป็นการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารนั้น

ข้อ ๑๑ ข้อมูลข่าวสารที่หน่วยงานจัดทำให้ต้องเป็นข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่แล้วในสภาพที่พร้อมจะให้ได้มิใช่เป็นการต้องไปจัดทำ วิเคราะห์ จำแนก รวบรวม หรือจัดให้มีขึ้นใหม่เว้นแต่เป็นการแปรสภาพเป็นเอกสารจากข้อมูลข่าวสารที่บันทึกไว้ในระบบการบันทึกภาพและเสียงระบบคอมพิวเตอร์หรือระบบอื่นใด

ส่วนที่ ๓

ข้อมูลข่าวสารที่ไม่เปิดเผย

ข้อ ๑๒ ข้อมูลข่าวสารที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อสถาบันพระมหากษัตริย์จะเปิดเผยมิได้

ข้อ ๑๓ ข้อมูลข่าวสารที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดอาจจะกำหนดมิให้เปิดเผยก็ได้ โดยคำนึงถึงการปฏิบัติตามหน้าที่ตามกฎหมายของหน่วยงานประโยชน์สาธารณะ และประโยชน์ของเอกชนที่เกี่ยวข้องประกอบกัน ดังต่อไปนี้

(๑) การเปิดเผยจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศความสัมพันธ์ระหว่างประเทศหรือความมั่นคงในทางเศรษฐกิจหรือการคลังของประเทศ

(๒) การเปิดเผยจะทำให้การบังคับใช้กฎหมายเสื่อมประสิทธิภาพหรือไม่อาจสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้ ไม่ว่าจะเกี่ยวกับการฟ้องคดี การป้องกันการปราบปราม การทดสอบ การตรวจสอบหรือการรู้แหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารหรือไม่ก็ตาม

(๓) ความเห็นหรือคำแนะนำภายในหน่วยงานของรัฐในการดำเนินการเรื่องหนึ่งเรื่องใด แต่ทั้งนี้ ไม่รวมถึงรายงานทางวิชาการ รายงานข้อเท็จจริงหรือข้อมูลข่าวสารที่นำมาใช้ในการทำความเข้าใจหรือคำแนะนำภายในดังกล่าว

(๔) การเปิดเผยจะก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตหรือความปลอดภัยของบุคคลหนึ่งบุคคลใด

(๕) รายงานการแพทย์หรือข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลซึ่งการเปิดเผยจะเป็นการรุกรานสิทธิส่วนบุคคลโดยไม่สมควร

(๖) ข้อมูลข่าวสารของราชการที่มีกฎหมายคุ้มครองมิให้เปิดเผยหรือข้อมูลข่าวสารที่มีผู้ให้มาโดยไม่ประสงค์ให้ทางราชการนำไปเปิดเผยต่อผู้อื่น

(๗) กรณีอื่นตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา

ส่วนที่ ๔

ข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล

ข้อ ๑๔ ให้หน่วยงานซึ่งมีหน้าที่จัดให้มีระบบข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลดังต่อไปนี้

(๑) ระบบข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลเพียงเท่าที่เกี่ยวข้องและจำเป็นเพื่อการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์นั้นและยกเลิกการจัดให้มีระบบดังกล่าวเมื่อหมดความจำเป็น

(๒) พยายามเก็บข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากเจ้าของข้อมูลโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกรณีที่กระทบถึงประโยชน์ได้เสียโดยตรงของบุคคลนั้น

- ๘ -

- (๓) จัดให้มีการพิมพ์และการตรวจสอบแก้ไขให้ถูกต้องอยู่เสมอเกี่ยวกับสิ่งดังต่อไปนี้
- (ก) ประเภทของบุคคลที่มีการเก็บข้อมูลไว้
 - (ข) ประเภทของระบบข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล
 - (ค) ลักษณะการใช้ข้อมูลตามปกติ
 - (ง) วิธีการขอตรวจสอบข้อมูลข่าวสารของเจ้าของข้อมูล
 - (จ) วิธีการขอแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูล
 - (ฉ) แหล่งที่มาข้อมูล

ทั้งนี้ ให้จัดพิมพ์และส่งให้ศูนย์ข้อมูลข่าวสารนำเสนอคณะกรรมการพิจารณากลั่นกรองเพื่อเสนอมหาวิทยาลัยส่งไปรษณีย์ในราชกิจจานุเบกษา

- (๔) ตรวจสอบแก้ไขข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลในความรับผิดชอบให้ถูกต้องอยู่เสมอ
- (๕) จัดระบบรักษาความปลอดภัยให้แก่ระบบข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลตามความเหมาะสมเพื่อป้องกันมิให้มีการนำไปใช้โดยไม่เหมาะสมหรือเป็นผลร้ายต่อเจ้าของข้อมูล

ในกรณีที่เก็บข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากเจ้าของข้อมูลหน่วยงานต้องแจ้งให้เจ้าของข้อมูลทราบล่วงหน้าหรือแจ้งพร้อมกับการขอข้อมูลถึงวัตถุประสงค์ที่จะนำข้อมูลมาใช้ลักษณะการใช้ข้อมูลตามปกติ และกรณีที่ข้อมูลนั้นเป็นกรณีที่น่าจะให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจหรือเป็นกรณีมีกฎหมายบังคับ

หน่วยงานต้องแจ้งให้เจ้าของข้อมูลทราบในกรณีมีการจัดส่งข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลไปยังที่ใดซึ่งจะเป็นผลให้บุคคลทั่วไปทราบข้อมูลข่าวสารนั้นได้เว้นแต่เป็นไปตามลักษณะการใช้ข้อมูลตามปกติ

ข้อ ๑๕ หน่วยงานจะเปิดเผยข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลที่อยู่ในความควบคุมดูแลของตนต่อหน่วยงานของรัฐแห่งอื่นหรือผู้อื่นโดยปราศจากความยินยอมเป็นหนังสือของเจ้าของข้อมูลที่ให้ไว้ล่วงหน้าหรือในขณะนั้นมิได้เว้นแต่เป็นการเปิดเผย ดังต่อไปนี้

- (๑) ต่อบุคลากรมหาวิทยาลัย เพื่อการนำไปใช้ตามอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานนั้น
- (๒) เป็นการใช้ข้อมูลตามปกติภายในวัตถุประสงค์ของการจัดให้มีระบบข้อมูลข่าวสาร

ส่วนบุคคล

- (๓) ต่อหน่วยงานของรัฐ ที่ทำงานด้านการวางแผนหรือการสถิติหรือสำมะโนต่าง ๆ ซึ่งมีหน้าที่ต้องรักษาข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลไว้ไม่ให้เปิดเผยต่อไปยังผู้อื่น
- (๔) เป็นการให้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาวิจัยโดยไม่ระบุชื่อหรือส่วนที่ทำให้รู้ว่าเป็นข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับบุคคลใด
- (๕) ต่อบุคคลหน่วยงานแห่งชาติ กรมศิลปากร หรือหน่วยงานอื่นของรัฐตามมาตรา ๒๖วรรคหนึ่งแห่งพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ เพื่อการตรวจสอบคุณค่าในการเก็บรักษา
- (๖) ต่อเจ้าหน้าที่ของรัฐเพื่อการป้องกัน ฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายการสืบสวนการสอบสวนหรือการฟ้องคดี ไม่ว่าจะคดีประเภทใดก็ตาม
- (๗) เป็นการให้ซึ่งจำเป็นการป้องกัน หรือระงับอันตรายต่อชีวิตหรือสุขภาพของบุคคล
- (๘) ต่อศาลและเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือหน่วยงานของรัฐหรือบุคคลที่มีอำนาจตามกฎหมายที่จะขอข้อเท็จจริงดังกล่าว
- (๙) กรณีอื่นตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา

ส่วนที่ ๕

การค้นหาวาดูข้อมูลข่าวสาร

ข้อ ๑๖ ข้อมูลข่าวสารซึ่งจัดไว้ให้ประชาชนเข้าตรวจดูตามมาตรา ๙ แห่งพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ ให้หน่วยงานซึ่งมีข้อมูลข่าวสารอยู่ในความครอบครองจัดสถานที่สำหรับประชาชนสามารถใช้ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารได้สะดวกตามสมควรและจัดทำดัชนีซึ่งมีรายละเอียดเพียงพอสำหรับประชาชนสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเอง

การกำหนดสถานที่เพื่อให้ประชาชนค้นหาข้อมูลข่าวสารได้สะดวกด้วยตนเองตามวรรคแรก ให้คณะกรรมการข้อมูลข่าวสารและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นผู้พิจารณาเสนอให้อธิการเป็นผู้กำหนด ทั้งนี้ ให้คำนึงถึงความสะดวกของประชาชนผู้ขอตรวจค้นหาข้อมูลข่าวสาร

ข้อ ๑๗ ข้อมูลข่าวสารที่จะต้องลงพิมพ์ในราชกิจจานุเบกษาหรือจัดพิมพ์เผยแพร่ตามความในมาตรา ๗ แห่งพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ ให้หน่วยงานจัดส่งให้กับส่วนนิติการเพื่อเสนอคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและมหาวิทยาลัยจัดส่งไปลงพิมพ์ในราชกิจจานุเบกษาหรือพิมพ์เผยแพร่เพื่อขายหรือจำหน่ายแจก ณ ส่วนนิติการ ตามจำนวนราคาพิมพ์ที่มหาวิทยาลัยเห็นสมควร ทั้งนี้ให้คำนึงถึงการช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยเป็นองค์ประกอบด้วย

ข้อ ๑๘ ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ต้องเปิดเผยซึ่งอาจเกิดความเสียหายแก่สถาบันพระมหากษัตริย์ ตามมาตรา ๑๔ และข้อมูลข่าวสารที่มหาวิทยาลัยมีคำสั่งมิให้เปิดเผยตามมาตรา ๑๕ แห่งพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ หากมีประชาชนขอค้นหาหรือร้องขอให้ใช้เพื่อการใดก็ตาม ให้หัวหน้าหน่วยงานผู้รับเรื่องแจ้งให้ผู้ร้องขอทราบเป็นลายลักษณ์อักษร พร้อมระบุประเภทข้อมูลข่าวสารและเหตุผลที่ไม่สามารถเปิดเผยหรือให้บริการค้นหาข้อมูลข่าวสารนั้นด้วย

ประชาชนผู้ร้องขออาจขออุทธรณ์ต่อคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อพิจารณาลั่นกรองและเสนออธิการบดีวินิจฉัยตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ และให้ถือว่าการวินิจฉัยของอธิการบดีเป็นที่สุดและแจ้งให้ผู้ร้องขอทราบและหากผู้ร้องขอไม่ยอมรับคำวินิจฉัยดังกล่าวให้ผู้ร้องขอดำเนินการตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการต่อไป

ข้อ ๑๙ ข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลซึ่งเป็นข้อมูลที่กฎหมายคุ้มครองโดยจะเปิดเผยแก่บุคคลทั่วไปไม่ได้เว้นแต่จะมีเหตุที่กฎหมายกำหนดเป็นกรณี ๆ ไป เท่านั้น หากมีประชาชนหรือหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนร้องขอให้หัวหน้าหน่วยงานซึ่งครอบครองข้อมูลข่าวสารนั้นดำเนินการตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลกรณีหัวหน้าหน่วยงานไม่อาจดำเนินการได้ให้เสนอคณะกรรมการพิจารณาเสนออธิการบดีวินิจฉัย

ส่วนที่ ๖

หลักการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อ ๒๐ ข้อมูลส่วนบุคคลที่มหาวิทยาลัยเก็บรวบรวมใช้ หรือเปิดเผยจะต้องเป็นไปเพื่อการดำเนินงานตามหน้าที่และอำนาจของมหาวิทยาลัยเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามภารกิจของมหาวิทยาลัย ด้านการเรียนการสอน การทำการศึกษา การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้การถ่ายทอดองค์ความรู้ การให้บริการทางการแพทย์ การพยาบาล การสาธารณสุขและการให้บริการทางวิชาการและวิชาชีพ การส่งเสริมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งการบำรุงรักษาและใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุลยั่งยืนโดยอยู่ภายใต้กฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

- ๑๐ -

ข้อ ๒๑ การเก็บรวบรวม ใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลจะต้องสอดคล้องกับหลักการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ดังต่อไปนี้

- (๑) ขอบด้วยกฎหมาย มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้
- (๒) ดำเนินการภายในขอบเขตและวัตถุประสงค์ที่มหาวิทยาลัยกำหนดและไม่นำไปใช้หรือเปิดเผยนอกเหนือจากขอบเขตและวัตถุประสงค์ที่กำหนด
- (๓) เก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเพียงพอ เกี่ยวข้องและเท่าที่จำเป็น ตามขอบเขตและวัตถุประสงค์
- (๔) มีความถูกต้องและข้อมูลเป็นปัจจุบันในกรณีที่เป็น
- (๕) เก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ตามระยะเวลาที่จำเป็น
- (๖) มีมาตรการเพื่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลที่เหมาะสม

ส่วนที่ ๗

หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล หัวหน้าหน่วยงาน บุคลากร และนักศึกษาของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๒ มหาวิทยาลัยเป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลมีอำนาจหน้าที่ตัดสินใจเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยสามารถที่จะแต่งตั้งผู้แทนเป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลได้โดยทำเป็นหนังสือหรือคำสั่งหรือประกาศหรือสัญญาตามแบบที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๒๓ มหาวิทยาลัยผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

- (๑) มีหน้าที่และอำนาจตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลรวมทั้งให้ความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนหน่วยงานที่กำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง
- (๒) ประกาศนโยบาย หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของมหาวิทยาลัย
- (๓) แต่งตั้งเจ้าหน้าที่ คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลโดยเจ้าหน้าที่ คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลมีอำนาจและหน้าที่ตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยออกเป็นหนังสือหรือสัญญาหรือคำสั่งและประกาศมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง
- (๔) เก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเท่าที่จำเป็นตามระยะเวลาการเก็บรักษาที่จำเป็นเหมาะสม ภายใต้วัตถุประสงค์อันชอบด้วยกฎหมายโดยอาศัยฐานทางกฎหมายในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลหรือฐานการเก็บข้อมูลอื่นตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- (๕) ดำเนินการให้ข้อมูลส่วนบุคคลถูกต้อง เป็นปัจจุบันสมบูรณ์และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด
- (๖) จัดให้มีมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเหมาะสม เพื่อป้องกันการสูญหาย การเข้าถึง ทำลาย ใช้ เปลี่ยนแปลง แก้ไขหรือเปิดเผยข้อมูลโดยปราศจากอำนาจหรือโดยมิชอบและต้องทบทวนมาตรการดังกล่าว เมื่อมีความจำเป็นหรือเมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่เหมาะสม ทั้งนี้ต้องเป็นไปตามมาตรฐานขั้นต่ำที่คณะกรรมการข้อมูลข่าวสารและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมกำหนด

- ๑๑ -

(๗) จัดให้มีกระบวนการติดตามตรวจสอบการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ในกรณีที่สมควรตามสภาพและความร้ายแรงของเหตุการณ์การละเมิดที่เกิดขึ้น ให้มหาวิทยาลัยดำเนินการแจ้งเหตุการณ์การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลไปยังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ตามที่กฎหมายกำหนดรวมถึงการทบทวนและปรับปรุงมาตรการภายในที่เกี่ยวข้องจากเหตุการณ์การละเมิดดังกล่าวเพื่อลดความเสี่ยงที่จะมีเหตุการณ์ละเมิดที่เกิดขึ้นอีก

(๘) จัดให้มีระบบการจัดการข้อมูลร้องเรียนและการดำเนินการเกี่ยวกับการใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูล

(๙) กำหนดให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงของมหาวิทยาลัยที่มีการควบคุมความเสี่ยงอย่างเหมาะสมและการติดตามและทบทวนอย่างสม่ำเสมอ

(๑๐) ประสานงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรการตามกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามที่กฎหมายกำหนด

(๑๑) พิจารณาดำเนินการแต่งตั้ง มอบหมาย หรือจัดจ้างให้บุคคลหรือนิติบุคคลเป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลดำเนินการเก็บรวบรวมใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลโดยใช้ความระมัดระวังและมีมาตรการอย่างเหมาะสมในการกำกับดูแลและควบคุมการเก็บรวบรวมใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูล

(๑๒) อาจพิจารณากำหนดมาตรการให้บุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัย และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวมใช้หรือเปิดเผยข้อมูลตามขอบเขตและวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัยทราบและตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบรวมถึงแนวทางที่จะต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและประกาศของมหาวิทยาลัยโดยกำหนดเป็นข้อสัญญาเฉพาะในสัญญาจ้างบุคลากรมหาวิทยาลัยหรือสัญญาที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ทราบนโยบายหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของมหาวิทยาลัยเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

(๑๓) กำกับดูแลบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยซึ่งอยู่ในสังกัดให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตลอดจนนโยบายและแนวปฏิบัติและมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่มหาวิทยาลัยกำหนดขึ้นตามประกาศมหาวิทยาลัย

(๑๔) จัดอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัย และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวมใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้ตระหนักในหน้าที่และความรับผิดชอบในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลข้อบังคับนี้

(๑๕) ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๒๔ ให้หัวหน้าหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย ทำหน้าที่และรับผิดชอบในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของหน่วยงานตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและตามประกาศมหาวิทยาลัยดังนี้

(๑) กรณีมีความจำเป็นต่อการปฏิบัติการกิจหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย อาจออกประกาศแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับหน่วยงานเป็นการเฉพาะเพื่อกำหนดรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอื่น ๆ นอกจากประกาศตามนโยบายที่มหาวิทยาลัยกำหนดโดยจะต้องไม่ขัดหรือแย้งกับประกาศหรือข้อกำหนดของมหาวิทยาลัยและต้องเป็นไปตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

(๒) ใช้ข้อมูลส่วนบุคคลร่วมกับมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยหรือใช้ข้อมูลส่วนบุคคลร่วมกับหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัยหรือให้บุคคลหรือหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัยประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามประกาศและแนวปฏิบัติของมหาวิทยาลัยและต้องเป็นไปตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

- ๑๒ -

- (๓) ให้ความร่วมมือเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามที่ได้รับการร้องขอหรือตามที่อธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีหรือมหาวิทยาลัยมอบหมาย
- (๔) จัดเก็บบันทึกรายการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานภายนอกที่มีอำนาจตามกฎหมาย สามารถตรวจสอบได้
- (๕) ติดตาม ตรวจสอบการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและแจ้งเหตุการณ์การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลต่อเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้ดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย
- (๖) ดำเนินการตามมาตรการการบริหารความเสี่ยงของข้อมูลส่วนบุคคลของหน่วยงานตามที่มีมหาวิทยาลัยกำหนดและมีการติดตามและทบทวนอย่างสม่ำเสมอ
- (๗) มอบหมายหรือเสนอให้อธิการบดีแต่งตั้งบุคลากรในสังกัดหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานเกี่ยวกับการดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและรายงานอธิการบดีเพื่อทราบ ทั้งนี้ ในกรณีที่ไม่มีกรมมอบหมายหรือแต่งตั้งผู้ประสานงานให้หัวหน้าหน่วยงานเป็นผู้ประสานงาน
- (๘) ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่อธิการบดี หรือมหาวิทยาลัยมอบหมาย
- ข้อ ๒๕** บุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัย และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวม ใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลตามขอบเขตและวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัยมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้
- (๑) ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ข้อบังคับนี้ประกาศหรือข้อกำหนดของมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- (๒) ใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเท่าที่จำเป็นให้น้อยที่สุดและจัดเก็บข้อมูลเท่าที่จำเป็นเท่านั้น
- (๓) ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแก่ผู้ที่ไม่ได้รับอนุญาตทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
- (๔) แจ้งเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ชักช้าและปฏิบัติตามขั้นตอนที่มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานกำหนด
- (๕) ปกป้องหรือกักคณะกรรมการหรือเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในกรณีที่มีข้อสงสัยเกี่ยวกับการดำเนินการตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- (๖) ให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้รับการร้องขอ
- (๗) ปฏิบัติตามมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามที่กฎหมายกำหนด

ส่วนที่ ๘

การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

- ข้อ ๒๖** ในกรณีที่ข้อมูลส่วนบุคคลถูกเปิดเผยหรือถูกเข้าถึงโดยบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตหรือกรณีที่ข้อมูลส่วนบุคคลถูกใช้ในลักษณะที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลไม่อาจคาดหมายได้โดยชอบด้วยกฎหมาย ถือเป็นการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล
- ข้อ ๒๗** มหาวิทยาลัยจะดำเนินการตรวจสอบการละเมิดการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายและดำเนินการมาตรการที่เหมาะสมเพื่อบรรเทาผลกระทบและป้องกันเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นในอนาคตในกรณีที่สมควรตามสภาพและความร้ายแรงของเหตุการณ์ละเมิดที่เกิดขึ้น มหาวิทยาลัยจะดำเนินการแจ้งเหตุการณ์การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลไปยังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามที่กฎหมายกำหนด
- ข้อ ๒๘** กรณีมีเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลให้หน่วยงานที่พบเหตุแจ้งโดยตรงไปยังเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยเร็วที่สุดและหรือแจ้งรายงานไปยังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมหาวิทยาลัย (ส่วนนิติการ) เพื่อดำเนินการตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลหรือดำเนินการให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง

- ๑๓ -

ส่วนที่ ๙**การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความรับผิดตามกฎหมาย**

ข้อ ๒๙ การละเมิดไม่ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล นโยบาย หรือมาตรการ หรือแนวปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่มหาวิทยาลัยกำหนดหรือจัดให้มีขึ้น ถือเป็นกรกระทำผิดวินัย มหาวิทยาลัยจะดำเนินการทางวินัยตามระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมาย อย่างเคร่งครัด

ข้อ ๓๐ บุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัย หรือบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวม ใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลตามขอบเขตและวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย ถ้ามีการปฏิบัติไม่สอดคล้อง หรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอาจต้องมีความรับผิดเป็นการส่วนตัวตามกฎหมาย จากการกระทำของตนตามสภาพและความร้ายแรงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด

ประกาศ ณ วันที่ ๒๒ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๖



(ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ธำรงธัญวงศ์)

รักษาการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

๒๒ พ.ย. ๖๖ 1281 ๑๑:๑๐:๓ Personal PKI-LN
Signature Code : VhSdQ-SH2Fo-nD4cw-HidxK

ภาคผนวก 3
หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยวลัย
ลักษณ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2564



ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
(ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๔

อนุสนธิประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. ๒๕๖๐ ซึ่งได้ประกาศบังคับใช้ไปแล้วเมื่อวันที่ ๑๔ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๐ นั้น

เพื่อให้การใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ และการใช้ตราสัญลักษณ์ประจำหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ และการใช้ตราสัญลักษณ์เพื่อการอื่นใดในกิจกรรมต่าง ๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีความถูกต้องและเหมาะสม ทั้งยังสร้างความเป็นเอกลักษณ์ประจำองค์กรและหน่วยงาน รวมถึงการขออนุญาตใช้เพื่อการอื่นใดภายใต้วัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย จึงให้ออกประกาศไว้เป็นแนวปฏิบัติดังนี้

ข้อ ๑ ให้ส่วนนิติการเป็นผู้รับเรื่องในการขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยหรือประจำหน่วยงาน หรือการขอใช้ตราสัญลักษณ์เพื่อการอื่นใด และตรวจสอบข้อมูลวิเคราะห์เสนออธิการบดีหรือรองอธิการบดีที่อธิการบดีมอบหมายพิจารณาให้ความเห็นชอบ

ข้อ ๒ ให้ส่วนสื่อสารองค์กรหรือหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายจากมหาวิทยาลัยเป็นผู้ตรวจสอบ กำกับและออกแบบตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย ตราสัญลักษณ์ประจำหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย และตราสัญลักษณ์เพื่อการอื่นใดที่ประสงค์ขอใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย เพื่อให้การใช้ตราสัญลักษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน รูปแบบ ลักษณะ ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย และรูปแบบสัญลักษณ์ประจำหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย รูปแบบตราสัญลักษณ์เพื่อการอื่นใด ให้เป็นไปตามรูปแบบและแนวทางการนำตราสัญลักษณ์ไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ ตามเอกสารแนบท้ายประกาศนี้

ข้อ ๓ ห้ามมิให้นำตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยที่กำหนดขึ้นเองมาใช้เป็นตราสัญลักษณ์ประจำหน่วยงาน หรือใช้เป็นตราสัญลักษณ์เพื่อการอื่นใด โดยไม่ได้รับความเห็นชอบจากมหาวิทยาลัย

ข้อ ๔ ผู้ประสงค์จะนำตราสัญลักษณ์ไปใช้ในกิจกรรมใด ๆ ก็ตาม ต้องจัดทำหนังสือขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย หรือตราสัญลักษณ์ประจำหน่วยงาน หรือตราสัญลักษณ์เพื่อการอื่นใด พร้อมระบุวัตถุประสงค์ในการใช้ตราสัญลักษณ์ให้ชัดเจน แล้วแจ้งมายังมหาวิทยาลัยเพื่อพิจารณาค่าขออนุญาต

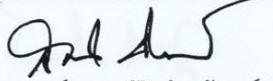
ข้อ ๕ หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย หรือตราสัญลักษณ์ประจำหน่วยงาน หรือตราสัญลักษณ์เพื่อการอื่นใด ให้เป็นไปตามประกาศฉบับนี้ และประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. ๒๕๖๐ ฉบับลงวันที่ ๑๔ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๐ และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (ถ้ามี) และข้อกำหนดมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๔๐

๒

ข้อ ๒ การนำตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย หรือตราสัญลักษณ์ประจำหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย หรือการนำตราสัญลักษณ์ไปใช้เพื่อกิจกรรมใด ๆ ต้องไม่ขัดหรือแย้งกับประกาศนี้ ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. ๒๕๖๐ และข้อกำหนดมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๔๐ และมาตรา ๕๒ มาตรา ๕๓ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. ๒๕๓๕

จึงประกาศมาเพื่อทราบ และถือปฏิบัติ

ประกาศ ณ วันที่ ๒๐ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๔



(ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ อึ้งรังษีวงศ์)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

เอกสารแนบท้ายประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการใช้ตราสัญลักษณ์
 ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๔
 ฉบับลงวันที่ ๓๐ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

เรื่อง รูปแบบตราสัญลักษณ์ และแนวทางการนำตราสัญลักษณ์ไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ

อาศัยความในข้อ ๒ ของประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการใช้ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๔ จึงได้กำหนดรูปแบบตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย ตราสัญลักษณ์ประจำหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยและตราสัญลักษณ์ทางเลือกของมหาวิทยาลัย เพื่อให้ตราสัญลักษณ์เกิดความเป็นเอกภาพชัดเจนทั้งรูปแบบ สี สัดส่วน ตัวอักษร และองค์ประกอบกราฟิกต่าง ๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกันตามรูปแบบเอกสารแนบท้ายประกาศฉบับนี้ จึงกำหนดรูปแบบตราสัญลักษณ์ และแนวทางการนำตราสัญลักษณ์ไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ ไว้ดังนี้

๑. ตราสัญลักษณ์แบบทางการ ให้ใช้ในงานเอกสารสำคัญที่เป็นทางการ เช่น เอกสารที่ใช้ภายในมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เอกสารที่ใช้ติดต่อระหว่างมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์กับหน่วยงานอื่น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สัญญา ข้อตกลง หนังสือราชการ บันทึกความเข้าใจ ตราประทับในปริญญาบัตร ระเบียบแสดงผลการศึกษา เป็นต้น

๒. ตราสัญลักษณ์หลัก ให้ใช้สำหรับงานสื่อสารองค์กรที่เป็นการสื่อสารทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เช่น การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร งานประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

๓. ตราสัญลักษณ์รอง ให้ใช้ในกรณีที่ชิ้นงานหรือสิ่งที่จะนำไปใช้ไม่เหมาะกับการใช้ตราสัญลักษณ์หลักเท่านั้น เช่น มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ในการจัดวาง เป็นต้น

๔. ตราสัญลักษณ์หน่วยงานแบบภาษาไทย และแบบภาษาอังกฤษ ให้ใช้สำหรับงานสื่อสารองค์กรของหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยและเว็บไซต์

๕. ตราสัญลักษณ์ทางเลือก ให้ใช้ในกิจกรรมสันถนาการ การจัดทำของที่ระลึก การสื่อสารภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยในโอกาสต่าง ๆ ที่ต้องการสร้างความรู้ถึงความร่วมมือ และการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ เช่น วารสารองค์กร หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ บ้ายแนะนำทาง เป็นต้น

๖. การใช้ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเพื่อการค้า หรือการใช้ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์หลักของมหาวิทยาลัย หรือหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยต้องได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัย

๗. มหาวิทยาลัยอาจขอให้ผู้ได้รับอนุญาต ให้ใช้ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยส่งรูปแบบในการนำไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่มหาวิทยาลัยตรวจสอบก่อนนำไปใช้งานจริงก็ได้

ภาคผนวก 4
เทคนิคการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

เทคนิคการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

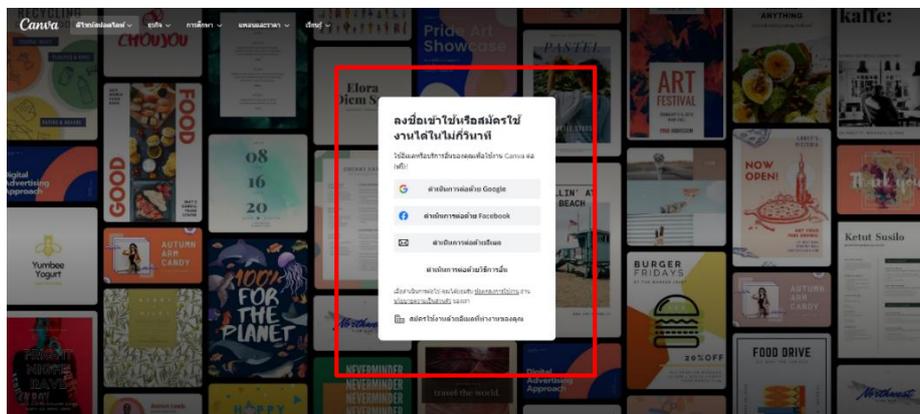
1. เครื่องมือสำหรับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

Canva เป็นเครื่องมือออนไลน์ที่ช่วยออกแบบและสร้างสรรค์งานกราฟิกได้อย่างสะดวก เหมาะทั้งสำหรับนักออกแบบมืออาชีพและบุคคลทั่วไป สามารถประยุกต์ใช้งานได้หลากหลาย เช่น การจัดทำสื่อโฆษณา โปสเตอร์ งานนำเสนอ ภาพประกอบสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ หรือเนื้อหาประกอบภาพ (Image Content) โดยแพลตฟอร์มนี้สามารถใช้งานได้ทั้งในรูปแบบแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ และบนเว็บไซต์

Canva เปิดให้ใช้งานได้ฟรี พร้อมมีเทมเพลตสำเร็จรูปและคลังภาพให้เลือกใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการออกแบบ โดยมีขั้นตอนการเริ่มต้นใช้งานดังนี้

1.1 การลงทะเบียนใช้งาน

ผู้ใช้สามารถเข้าสู่หน้าเว็บไซต์ได้โดยพิมพ์ URL: <https://www.canva.com> จากนั้นสมัครสมาชิกด้วยบัญชี Facebook, Gmail หรือใช้อีเมลอื่นในการลงทะเบียนก็ได้

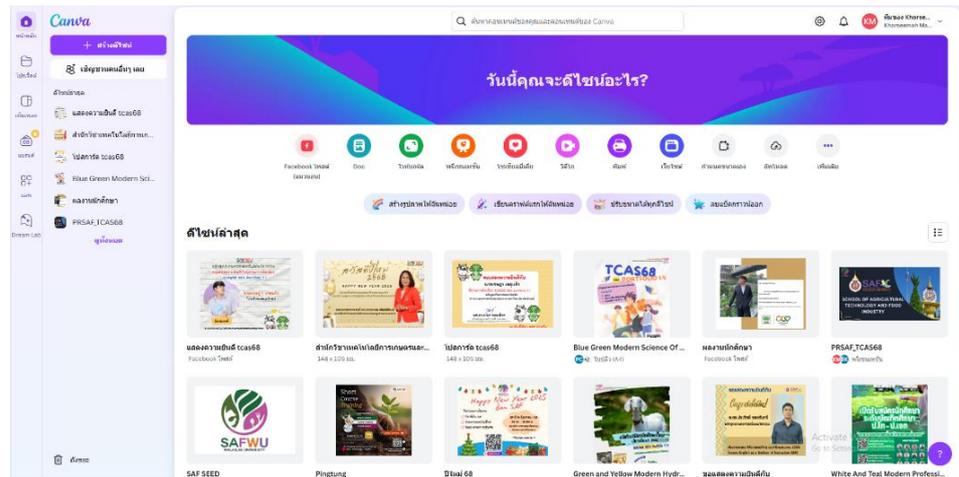


ภาพที่ 1 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการเข้าสู่ระบบโปรแกรม Canva

1.2 หน้าแรกของ Canva

เมื่อเข้าสู่ระบบแล้ว ผู้ใช้จะพบหน้าแรกของเว็บไซต์ Canva ซึ่งประกอบด้วยส่วนหลักดังต่อไปนี้

- ส่วนจัดการงานออกแบบ แสดงผลงานที่ผู้ใช้ออกแบบไว้, กลุ่มงานที่จัดหมวดหมู่ และสื่อที่ถูกลบไปแล้ว
- ส่วนสร้างงานออกแบบใหม่ สามารถเลือกจากขนาดที่กำหนดไว้ล่วงหน้าหรือกำหนดขนาดเองได้
- คลังผลงานออกแบบทั้งหมด แสดงรายการงานออกแบบที่ผู้ใช้ได้สร้างไว้ก่อนหน้า



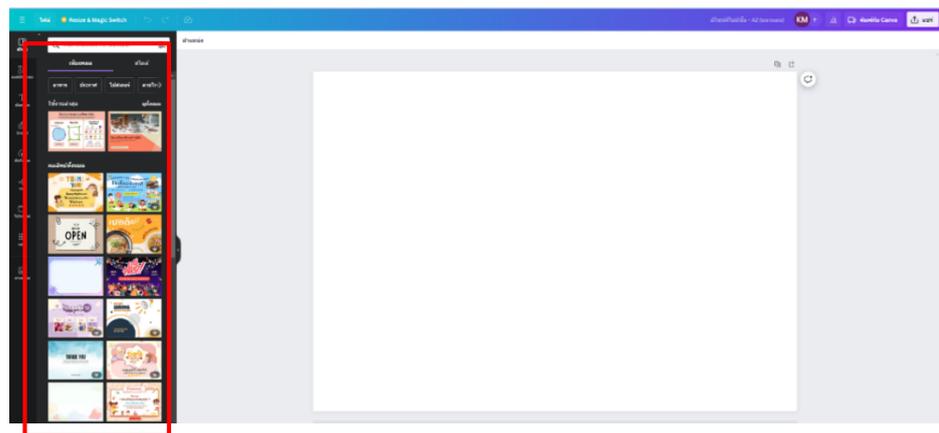
ภาพที่ 2 ตัวอย่างหน้าจอแสดงหน้าแรกของโปรแกรม Canva

1.3 วิธีการสร้างงานออกแบบ

หลังจากเลือกประเภทดีไซน์ที่ต้องการ ระบบจะแสดงหน้าจอสำหรับการสร้างงานออกแบบ พร้อมเมนูต่าง ๆ ดังนี้

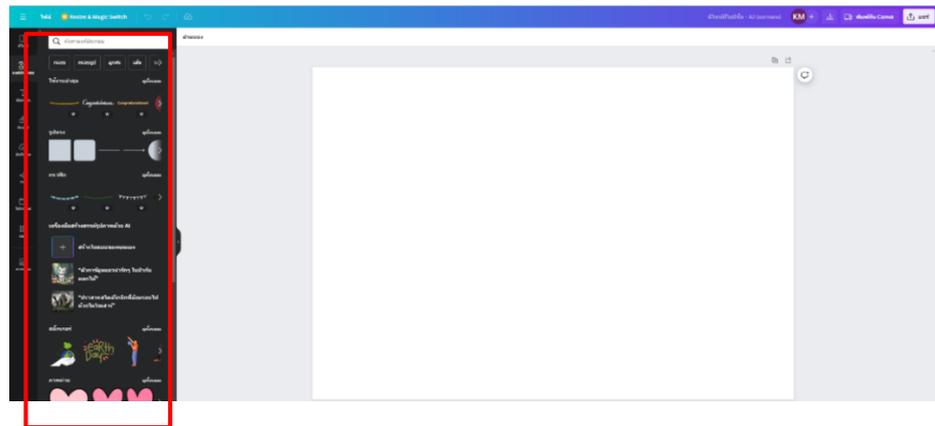
เมนูด้านซ้าย

- Template (แม่แบบ) เลือกรูปแบบสำเร็จรูปทั้งแบบฟรีและมีค่าใช้จ่าย



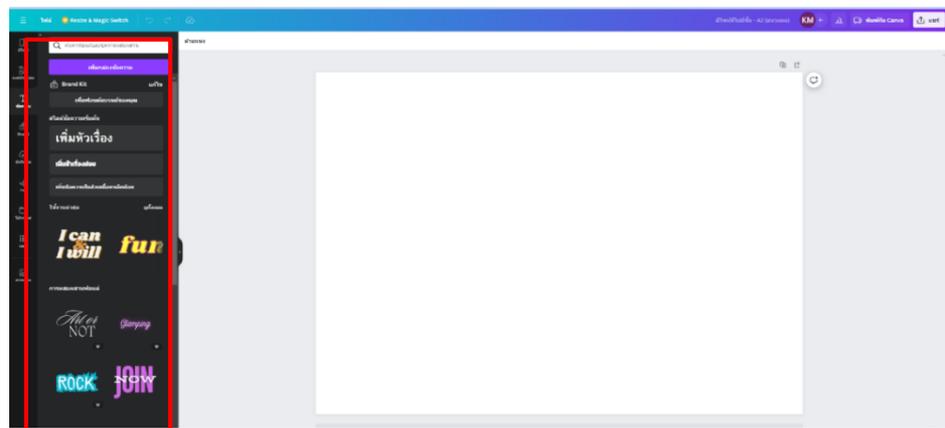
ภาพที่ 3 ตัวอย่างหน้าจอแสดง template (แม่แบบ)

- Elements (องค์ประกอบ) เพิ่มรูปทรง กรอบรูป กราฟ และสัญลักษณ์ต่าง ๆ



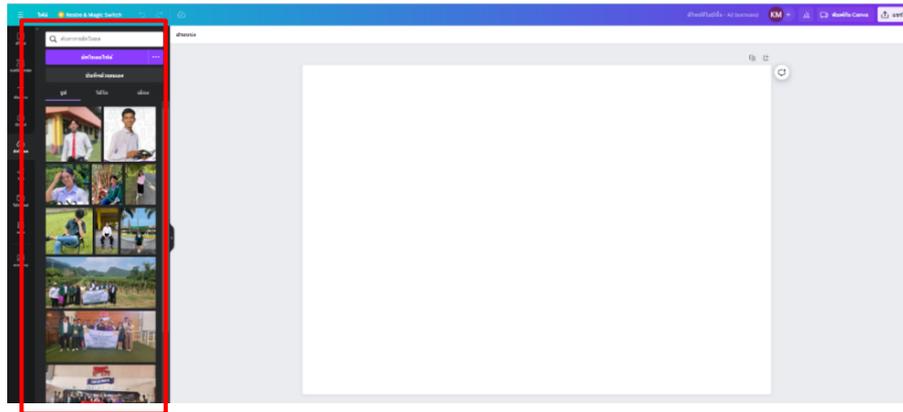
ภาพที่ 4 ตัวอย่างหน้าจอแสดง Elements (องค์ประกอบ)

- Text (ข้อความ) ใส่ข้อความในรูปแบบต่าง ๆ ลงในงานออกแบบ



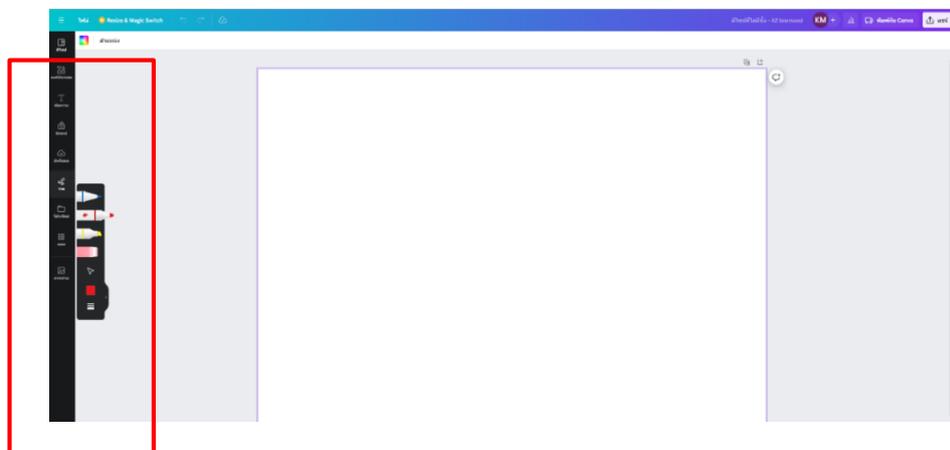
ภาพที่ 5 ตัวอย่างหน้าจอแสดง Text (ข้อความ)

- Upload (อัปโหลด) อัปโหลดรูปภาพจากคอมพิวเตอร์หรือ Facebook



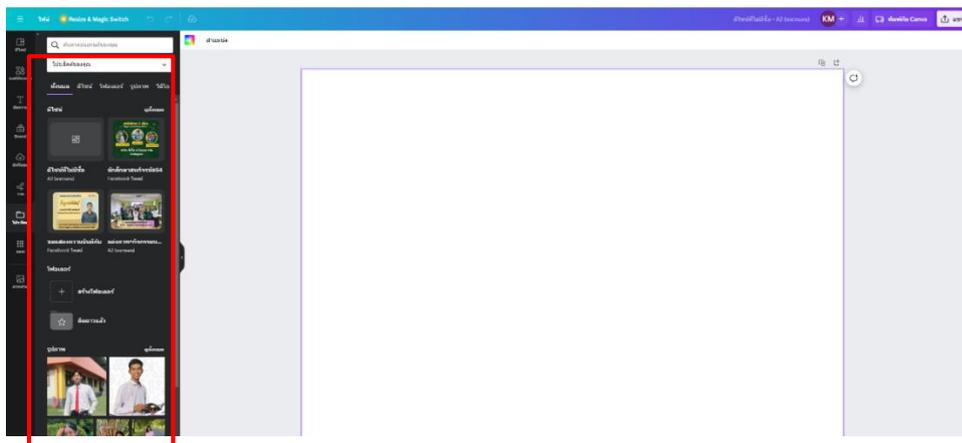
ภาพที่ 6 ตัวอย่างหน้าจอแสดง Upload (อัปโหลด)

- Draw (วาด) วาดภาพหรือองค์ประกอบที่ต้องการด้วยตนเอง



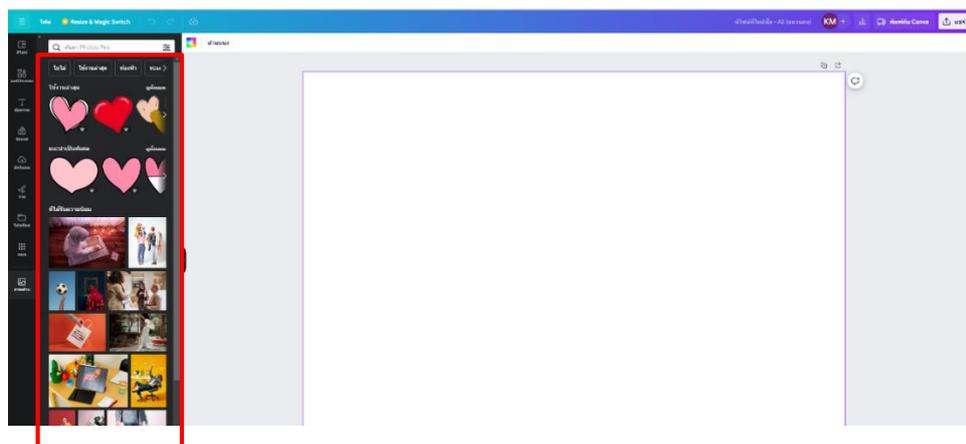
ภาพที่ 7 ตัวอย่างหน้าจอแสดง Draw (วาด)

- Project จัดระเบียบและจัดเก็บงานออกแบบ



ภาพที่ 8 ตัวอย่างหน้าจอแสดง Project

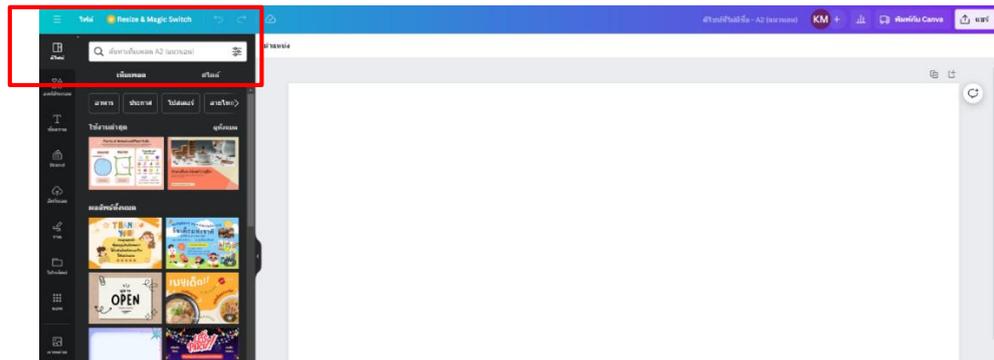
- Photo (ภาพถ่าย) เลือกภาพถ่ายเพื่อนำมาใช้ในงานออกแบบ



ภาพที่ 9 ตัวอย่างหน้าจอแสดง Photo (ภาพถ่าย)

เมนูด้านซ้ายบน (เมนูจัดการงาน)

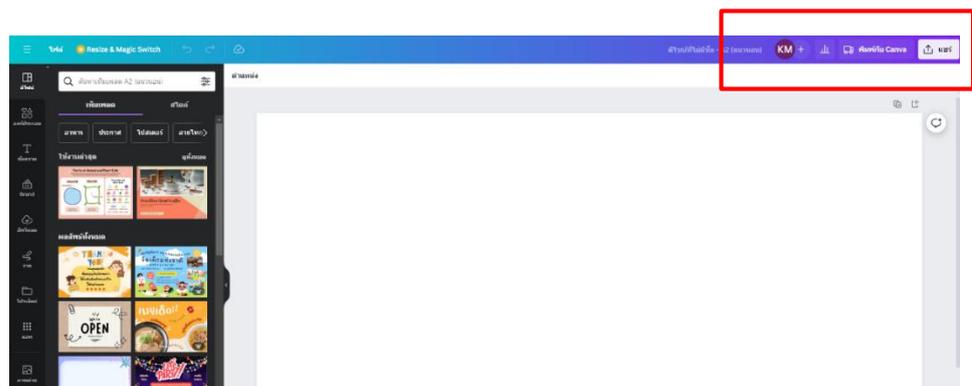
- Home (หน้าหลัก) กลับสู่หน้าหลัก
- File (ไฟล์) ตั้งค่าขนาดกระดาษ ตั้งชื่อไฟล์ แสดงระยะตัดตก สร้างงานใหม่ บันทึกหรือดาวน์โหลด
- Resize (ปรับขนาด) เปลี่ยนขนาดงาน (สำหรับบัญชีพรีเมียม)
- Undo (ctrl+z) ย้อนกลับการทำงานที่ละขั้นตอน



ภาพที่ 10 ตัวอย่างหน้าจอแสดงเมนูด้านซ้ายบน

เมนูด้านขวาบน

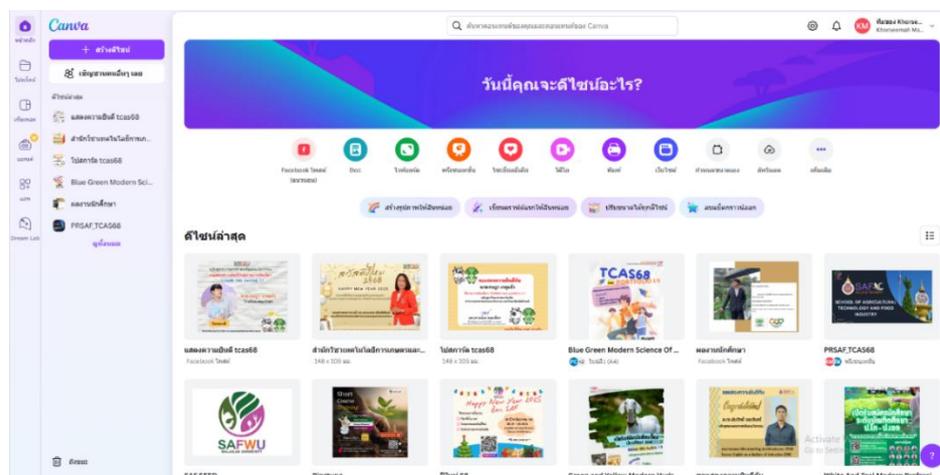
- Blog Title-Untitled ใช้ตั้งชื่องานออกแบบ
- Share (แชร์) แชร์งานไปยัง Facebook, Twitter, อีเมล หรือเชิญผู้อื่นให้ร่วมแก้ไข
- Download (ดาวน์โหลด) เลือกบันทึกไฟล์เป็น .PNG, .JPG, .PDF, .GIF, .MP4 และตั้งค่าเป็น “สาธารณะ” ให้ผู้ใช้ Canva คนอื่นมองเห็นได้
- 3 จุด (...) แสดงเครื่องมือและคำแนะนำเพิ่มเติมจาก Canva



ภาพที่ 11 ตัวอย่างหน้าจอแสดงเมนูด้านขวาบน

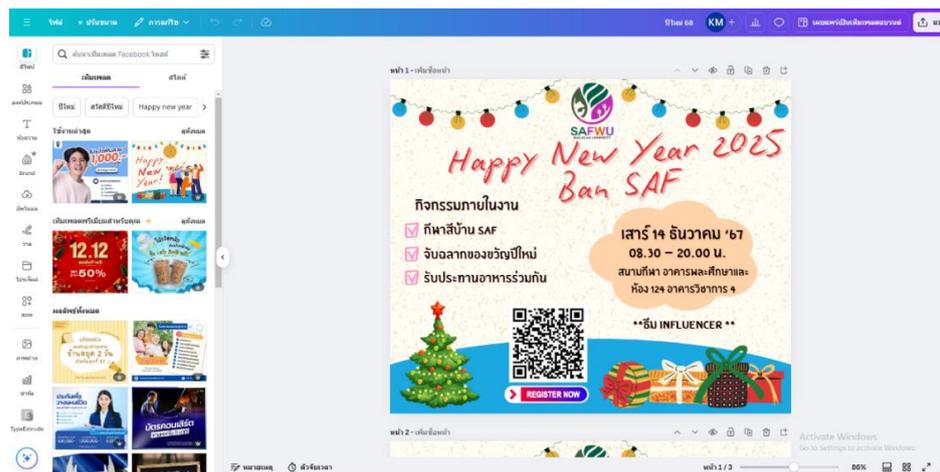
1.4 การออกแบบอินโฟกราฟิกด้วยเทมเพลตสำเร็จรูป

1) ไปที่หน้าแรกของ Canva แล้วเลือกรูปแบบงานที่ต้องการสร้าง



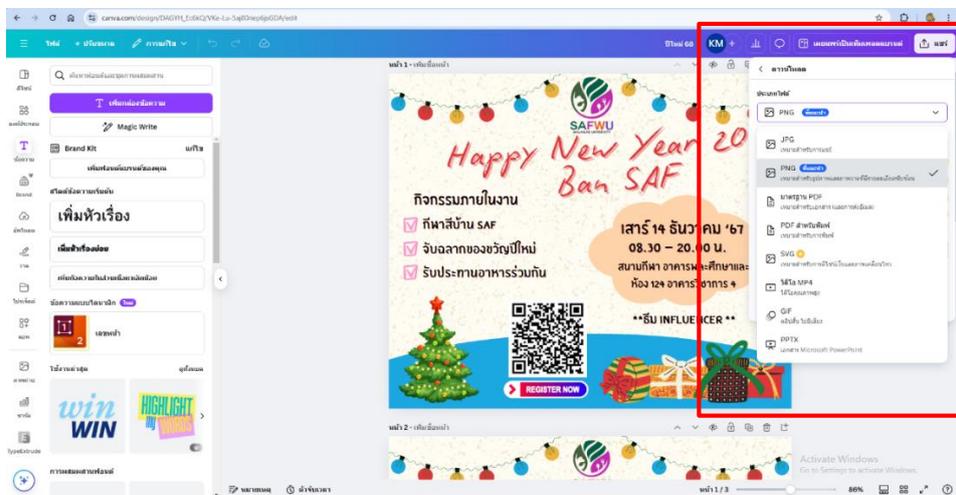
ภาพที่ 12 ตัวอย่างหน้าจอแสดงหน้าแรกของโปรแกรม Canva

2) คลิกที่เมนู “เทมเพลต” และเลือกดีไซน์ที่เหมาะสมกับเนื้อหา



ภาพที่ 13 ตัวอย่างหน้าจอแสดงตัวอย่างการออกแบบอินโฟกราฟิก

3) เมื่อออกแบบเสร็จ สามารถบันทึกไฟล์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น .PNG, .JPG, .PDF, วิดีโอ หรือ .GIF



ภาพที่ 14 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการบันทึกไฟล์

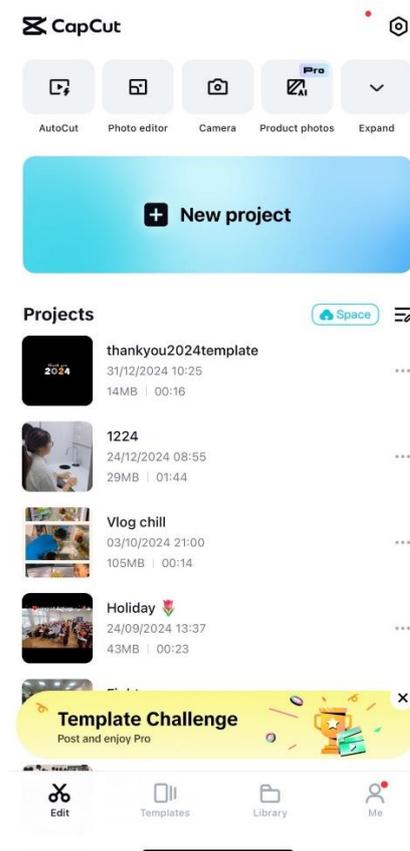
CapCut เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการตัดต่อวิดีโอที่รองรับการใช้งานทั้งบนระบบปฏิบัติการ Android, iOS, Windows และ macOS มาพร้อมฟังก์ชันหลากหลาย เช่น เอฟเฟกต์ (Effects) แบบอักษร (Fonts) และการเลือกอัตราส่วนของวิดีโอได้มากถึง 9 รูปแบบ เหมาะสำหรับการใช้ในการสร้างสื่อวิดีโอเพื่อการเรียนการสอนหรือการประชาสัมพันธ์ โดยมีขั้นตอนการใช้งานเบื้องต้นดังนี้

1.1 ติดตั้งแอปพลิเคชัน

ดาวน์โหลด CapCut จาก App Store (สำหรับ iOS) หรือ Google Play Store (สำหรับ Android)

1.2 เริ่มโปรเจกต์ใหม่

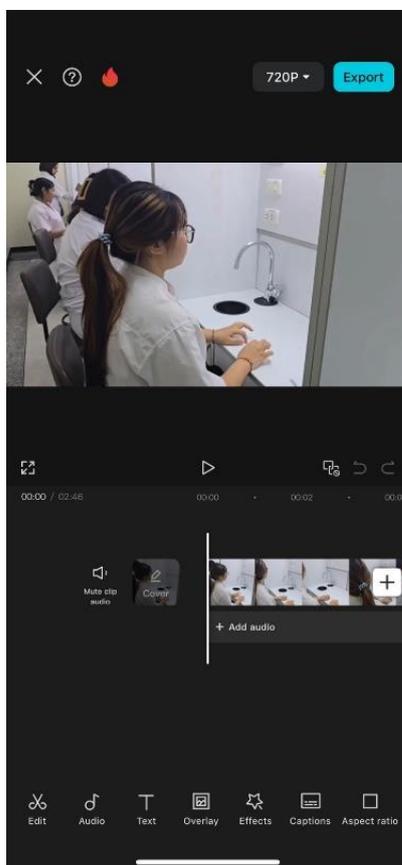
เปิดแอปพลิเคชัน จากนั้นเลือก “New Project” เพื่อเริ่มกระบวนการตัดต่อวิดีโอ



ภาพที่ 15 ตัวอย่างหน้าจอแสดงโปรแกรม CapCut

1.4 ปรับแต่งวิดีโอ

ใช้เครื่องมือต่าง ๆ เช่น เอฟเฟกต์ (Effects) ฟิลเตอร์ (Filters) และการเปลี่ยนภาพ (Transitions) เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับวิดีโอ



ภาพที่ 17 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการตัดต่อวิดีโอ

1.5 ปรับค่าภาพและเสียง

ตั้งค่าระดับเสียง ความสว่าง ความคอนทราสต์ และคุณลักษณะอื่น ๆ ให้เหมาะสมกับเนื้อหา

1.6 บันทึกผลงาน

เมื่อแก้ไขเสร็จ ให้คลิก “Export” เพื่อบันทึกไฟล์วิดีโอ

1.7 ตรวจสอบความถูกต้องของสื่อ

ทบทวนเนื้อหาทั้งหมดเพื่อให้แน่ใจว่าไม่มีข้อผิดพลาดด้านเนื้อหาและรูปแบบ

1.8 ตรวจสอบเนื้อหาข้อความ (Text Content)

- **ข้อความหลัก (Headline)** ชื่อข่าวหรือหัวข้อชัดเจน ดึงดูดความสนใจ สกะดถูกต้อง และถูกต้องตามหลักไวยากรณ์

- **รายละเอียดเพิ่มเติม** ข้อมูลวัน เวลา สถานที่ถูกต้อง ลิงก์หรือ QR Code ใช้งานได้จริง ช่องทางการติดต่อ เช่น เบอร์โทรศัพท์ อีเมล หรือเพจ Facebook ครบถ้วน

- ขนาดตัวอักษร อ่านง่าย ไม่เล็กหรือใหญ่เกินไป

1.9 ตรวจสอบองค์ประกอบกราฟิก (Graphic Elements)

- ภาพพื้นหลังหรือภาพประกอบมีความคมชัด เหมาะสมกับเนื้อหา สีตัวอักษรตัดกับพื้นหลังเพื่อให้อ่านง่าย

- การจัดวางข้อความและภาพเป็นระเบียบ ไม่ซ้อนทับกัน ใช้พื้นที่อย่างเหมาะสม
- สีและธีมสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของหน่วยงาน

1.10 ตรวจสอบการใช้ลิขสิทธิ์ (Copyright)

- รูปภาพและไอคอนต้องได้รับอนุญาตหรือเป็นภาพที่ใช้ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย
- ฟอนต์ต้องเป็นฟอนต์ที่ Canva ให้สิทธิ์ใช้ หรือได้รับอนุญาตจากหน่วยงาน

1.11 ตรวจสอบขนาดงานออกแบบ (Dimensions)

- ให้เหมาะสมกับการใช้งานบน Facebook เช่น โพสต์ทั่วไป 1080 x 1080 px ปกกิจกรรมขนาด 1200 x 628 px และภาพหน้าปกขนาด 1640 x 720 px
- ตรวจสอบว่าภาพจะไม่ถูกครอบหรือตัดขอบเมื่อเผยแพร่บนแพลตฟอร์ม

2. ขนาดภาพสื่อประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊ก (Facebook)



ภาพที่ 18 ขนาดรูปภาพสื่อที่โพสต์บนเฟซบุ๊ก (Facebook)
ที่มา: (Cotactic, 2024)

1.1 ภาพจัตุรัส (Square, 1:1) เป็นขนาดที่ได้รับความนิยมมาก เนื่องจากเหมาะกับการแสดงผลทั้งบนสมาร์ทโฟนและคอมพิวเตอร์ โดยภาพจะไม่ถูกครอบ ขนาดแนะนำ 1,200×1,200 พิกเซล และไม่เกิน 2,048×2,048 พิกเซล

1.2 ภาพแนวกว้างมาตรฐาน มักใช้กับภาพจากกล้องมือถือที่ต้องการมุมมองกว้าง ขนาดแนะนำ 1,200×800 พิกเซล

1.3 ภาพแนวนอน (Horizontal, 16:9) เหมาะสำหรับการแชร์ลิงก์หรือใช้เป็นภาพปกของวิดีโอ/กิจกรรม ขนาดแนะนำ 1,920×1,080 พิกเซล

1.4 ภาพแนวตั้ง (Vertical, 4:5) ใช้ขนาด 960×1,200 หรือ 1,080×1,350 พิกเซล เหมาะกับคอนเทนต์ที่ต้องการพื้นที่สำหรับข้อมูลมากขึ้น

1.5 ขนาดรูปภาพ Stories & Reels ใช้ขนาด 1,080×1,920 พิกเซล (9:16) เพื่อให้เต็มจอแนวตั้ง

1.6 อัลบั้มแนวนอนแบบ 1+2 เน้นการใส่หัวข้อในภาพปกให้โดดเด่น มีพื้นที่ภาพประกอบชัดเจน

1.7 อัลบั้มแนวนอนแบบ 1+3 ภาพปกภาพแรกมีเนื้อหามากกว่าภาพอื่น เพื่อดึงความสนใจผู้เลื่อนฟีด

1.8 อัลบั้มแนวนอนแบบ 2+3 ใช้ได้กับเพจ New Page Experience โดยทำภาพปกเป็น 2 ชั้นเพื่อความแปลกใหม่

1.9 อัลบั้มแนวตั้งแบบ 1+2 คล้ายกับอัลบั้มแนวนอนแบบ 1+2 แต่ภาพปกเป็นแนวตั้ง

1.10 อัลบั้มแนวตั้งแบบ 1+2 คล้ายกับอัลบั้มแนวนอนแบบ 1+2 แต่ภาพปกเป็นแนวตั้ง

1.11 อัลบั้มแนวตั้งแบบ 2+3 ใช้ได้กับเพจ New Page Experience โดยภาพปกสองภาพแรกเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัส และภาพถัดไปควรเป็นแนวนอนอัตรา 3:2

3. การใช้ตราสัญลักษณ์

การใช้ตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานและตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มุ่งเน้นให้การใช้ตราสัญลักษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีหลักเกณฑ์วิธีปฏิบัติที่เป็นลายลักษณ์อักษร (ภาคผนวก..) โดยผู้ปฏิบัติงานสามารถดาวน์โหลดตราสัญลักษณ์ได้จากเว็บไซต์ <https://www.wu.ac.th/th> โดยไปที่เมนู “เกี่ยวกับ มวล.” จากนั้นเลือกเมนู “สัญลักษณ์”



ภาพที่ 19 ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ที่มา : (<https://www.wu.ac.th/th/about/69/สัญลักษณ์>)



ภาพที่ 20 ตราสัญลักษณ์ประจำหน่วยงานประเภท Standard

ที่มา : (<https://www.wu.ac.th/th/about/69/สัญลักษณ์>)



ภาพที่ 21 ตราสัญลักษณ์ประจำหน่วยงานประเภท Pradu

ที่มา : (<https://www.wu.ac.th/th/about/69/สัญลักษณ์>)



ภาพที่ 22 ตราสัญลักษณ์ประจำหน่วยงานประเภท Identity

ที่มา : (<https://www.wu.ac.th/th/about/69/สัญลักษณ์>)



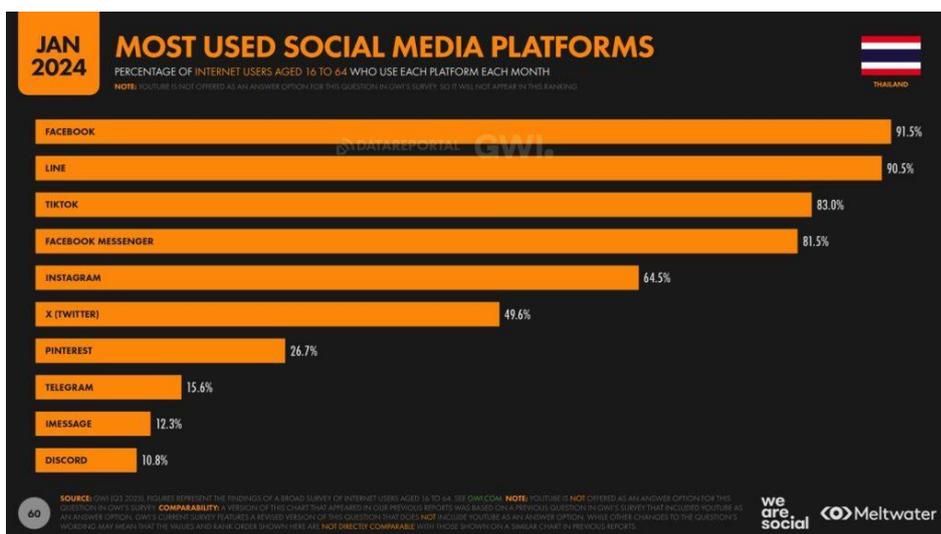
ภาพที่ 23 ตราสัญลักษณ์ทางเลือกประจำหน่วยงาน

ที่มา : (<https://www.wu.ac.th/th/about/69/สัญลักษณ์>)

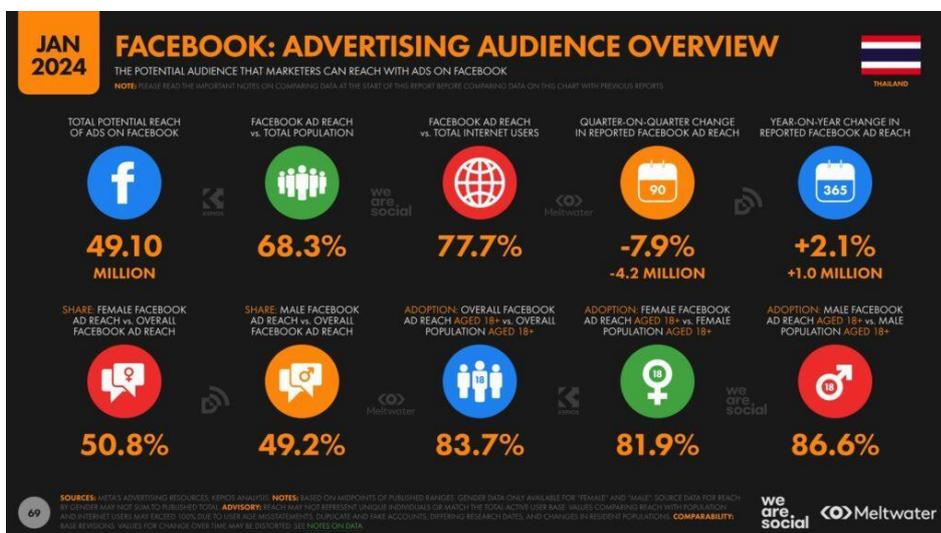
ภาคผนวก 5
ข้อมูลการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook)

ข้อมูลการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook)

จากข้อมูลสถิติในปี 2024 พบว่า ประชากรไทยอายุระหว่าง 16-64 ปี ร้อยละ 91.50 ใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ทำให้แพลตฟอร์มนี้ครองตำแหน่งสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย อีกทั้งการโฆษณาบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ยังสามารถเข้าถึงผู้ใช้งานชาวไทยได้ประมาณ 49.01 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 68.30 ของจำนวนประชากรทั้งหมด



ภาพที่ 24 ข้อมูลการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มา: (The Digital Tips, 2024)



ภาพที่ 25 การเข้าถึงโฆษณาบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ของคนไทย ที่มา: (The Digital Tips, 2024)

การมีส่วนร่วม โพสต์ที่เป็นข้อความ (Status) สร้างการมีส่วนร่วมได้มากที่สุดที่ 0.09% รองลงมาคือโพสต์รูปภาพที่ 0.06% ส่วนโพสต์วิดีโอมีการมีส่วนร่วมน้อยที่สุดที่ 0.02%



ภาพที่ 26 สถิติการมีส่วนร่วมกับรูปแบบโพสต์บนเฟซบุ๊ก (Facebook)
ที่มา: (The Digital Tips, 2024)

ข้อกำหนดในการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook)

การใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) มีข้อกำหนดและนโยบายที่ผู้ใช้ควรปฏิบัติตาม เพื่อป้องกันการละเมิดกฎระเบียบและรักษาความปลอดภัยของบัญชี ดังนี้

1) **ข้อกำหนดในการใช้บริการ** ผู้ใช้ต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องและปรับปรุงข้อมูลส่วนตัวให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ โดยผู้ต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 13 ปีจึงจะสามารถสร้างบัญชีได้ ในด้านความปลอดภัยของบัญชี ควรเก็บรักษาที่สฟ่านเป็นความลับ ไม่เปิดเผยให้ผู้อื่น และใช้รหัสผ่านที่มีความปลอดภัยเพื่อป้องกันการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต

2) **นโยบายเนื้อหา** ห้ามเผยแพร่เนื้อหาที่มีความรุนแรง สื่อลามก หรือเนื้อหาที่สนับสนุนความเกลียดชัง รวมถึงห้ามละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคลอื่น เช่น การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวโดยไม่ได้รับอนุญาต

3) **นโยบายโฆษณา** ไม่อนุญาตให้โฆษณาสินค้าหรือบริการที่ผิดกฎหมาย เช่น ยาเสพติด อาวุธ หรือสินค้าที่ละเมิดลิขสิทธิ์ รวมถึงห้ามใช้ภาพหรือข้อความโฆษณาที่เป็นการหลอกลวง เช่น การใช้ภาพก่อนและหลังที่อื้อวอดเกินจริง

4) **ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย** ผู้ใช้ควรตั้งค่าความเป็นส่วนตัวเพื่อกำหนดว่าใครสามารถเข้าถึงโพสต์และข้อมูลส่วนตัวของเพจได้

5) การรายงานและบล็อก หากพบเนื้อหาที่ขัดต่อข้อกำหนดของเฟซบุ๊ก สามารถใช้ฟังก์ชันรายงานเพื่อแจ้งให้ทีมงานตรวจสอบ และในกรณีที่ถูกละเมิดหรือรบกวน สามารถบล็อกผู้ใช้งานดังกล่าว เพื่อยุติการติดต่อในอนาคต

ช่วงเวลาในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์บนเฟซบุ๊ก (Facebook)

การเลือกช่วงเวลาในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์บนเฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพิ่มการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของผู้ชม จากการศึกษาหลายแหล่งข้อมูล พบว่าช่วงเวลาที่เหมาะสมในการโพสต์บนเฟซบุ๊กในปี 2025 ดังภาพที่ 4.27



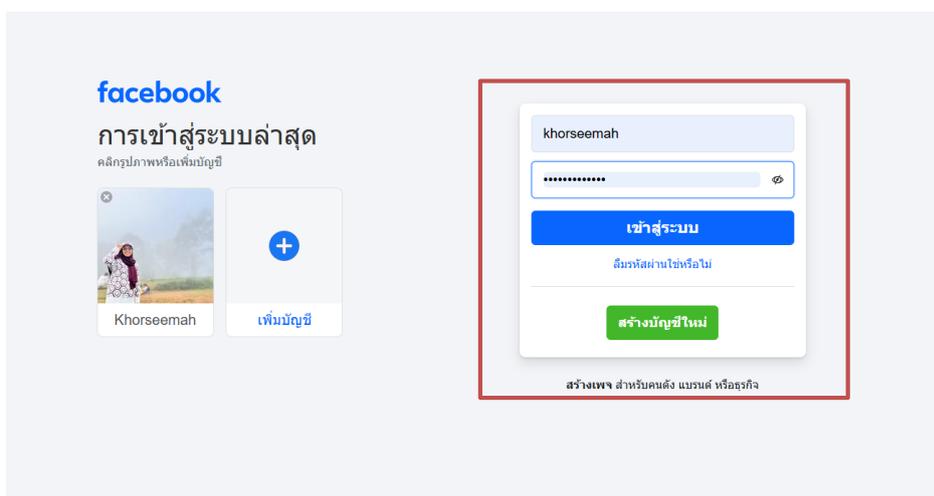
ภาพที่ 27 ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการโพสต์บนเฟซบุ๊ก (Facebook) ในปี 2025
ที่มา: (ANGA, 2025)

ภาคผนวก 6
ขั้นตอนการเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก (facebook)

ขั้นตอนการเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก (facebook)

การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ขั้นตอนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์บนเฟซบุ๊ก (Facebook) มีดังนี้

1) เข้าสู่ระบบเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยการล็อกอินเข้าสู่บัญชีเฟซบุ๊ก (Facebook) แล้วไปที่เพจที่ต้องการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

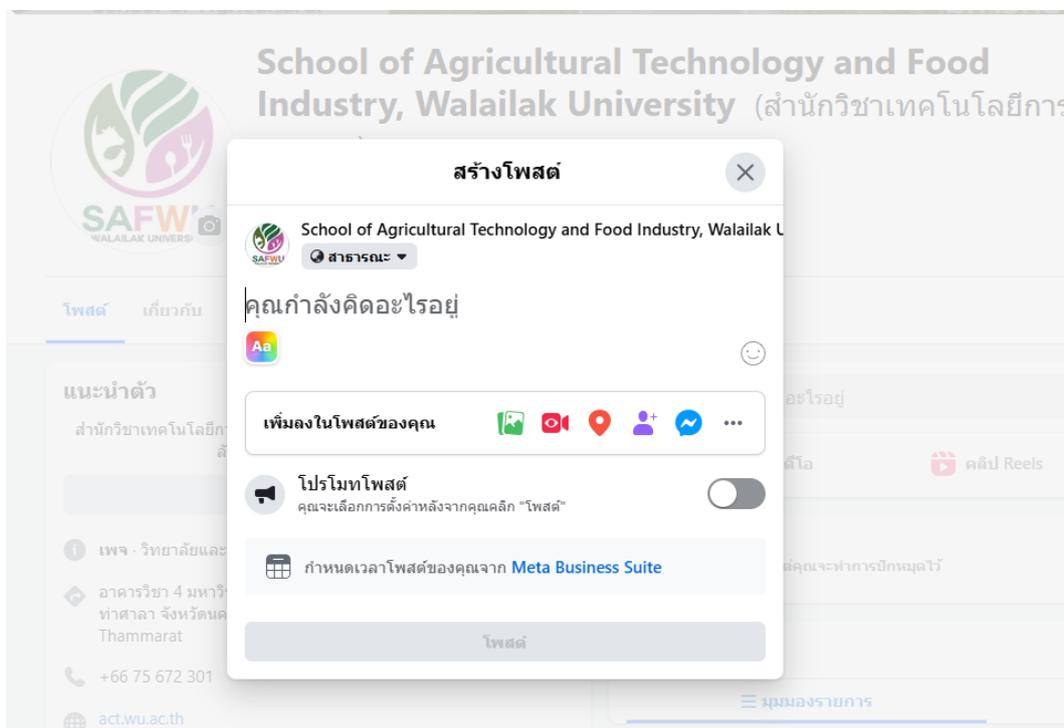


ภาพที่ 28 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการเข้าสู่เพจเฟซบุ๊ก (Facebook)



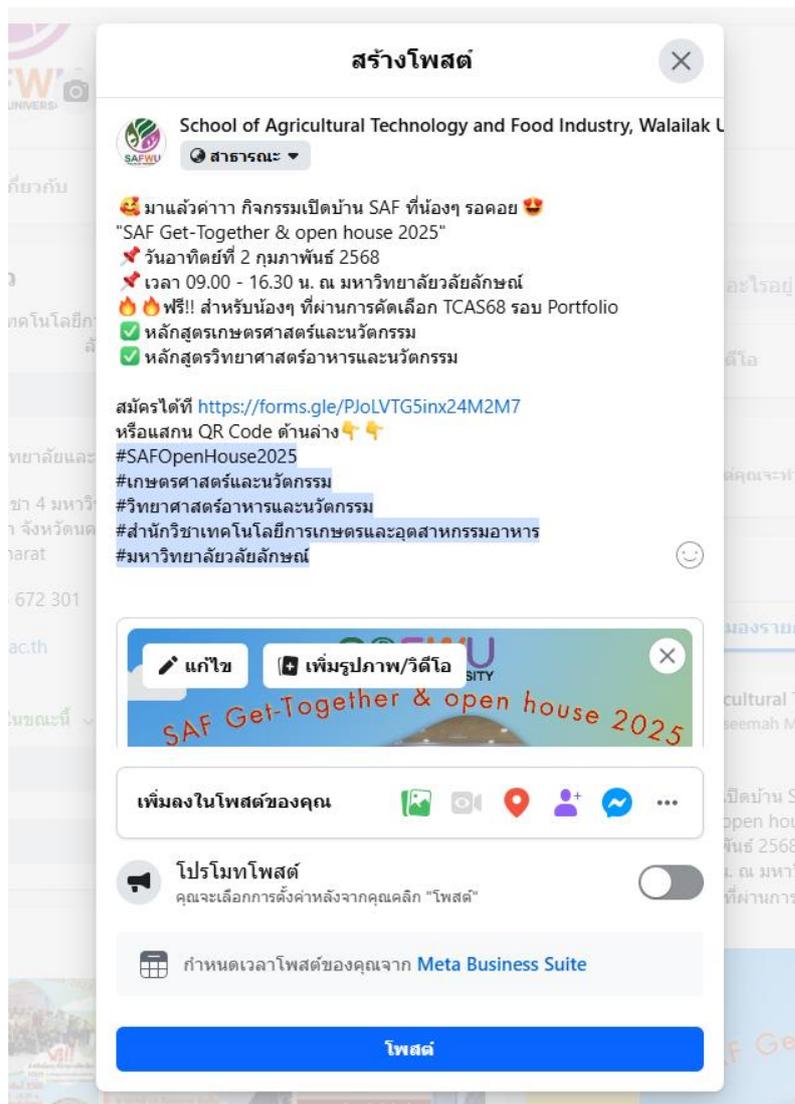
ภาพที่ 29 ตัวอย่างหน้าจอแสดงหน้าเพจเฟซบุ๊กสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตร และอุตสาหกรรมอาหาร

2) คลิกที่ "สร้างโพสต์" บนหน้าเพจ คลิกที่ปุ่ม "สร้างโพสต์" เพื่อเริ่มต้นโพสต์สู่
 ประชาสัมพันธ์



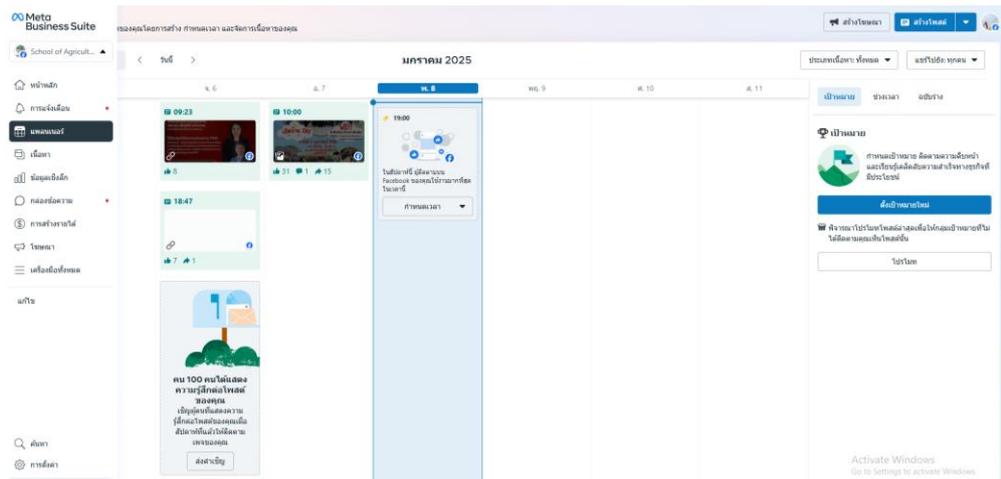
ภาพที่ 30 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการสร้างโพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) (1)

3) เพิ่มเนื้อหา โดยการพิมพ์ข้อความที่ต้องการสื่อสาร และคลิกที่ไอคอนกล่องหรือวิดีโอ เพื่อเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง หากต้องการแนบลิงค์ ให้พิมพ์ URL ที่ต้องการ เมื่อเตรียมเนื้อหาทั้งหมดแล้ว ให้คลิกที่ปุ่ม "โพสต์" เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ



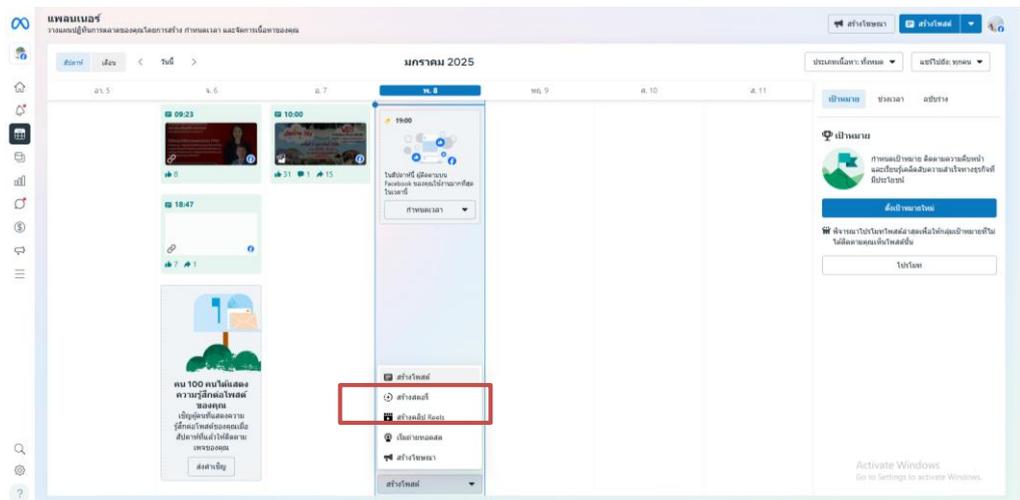
ภาพที่ 31 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการสร้างโพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) (2)

- 4) หากต้องการตั้งค่าโพสต์สื่อประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า มีขั้นตอนดังนี้
 - 4.1) เข้าไปที่ Meta Business Suite แล้วคลิกที่เมนู “แพลนเนอร์” ที่แถบ ด้านซ้ายมือ



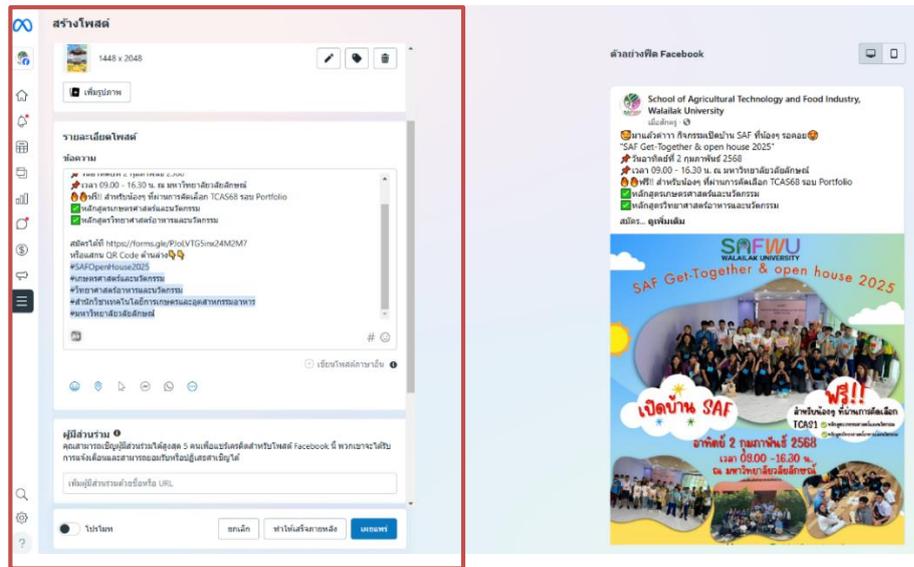
ภาพที่ 32 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการตั้งค่าการสร้างโพสต์ล่วงหน้าบนเฟซบุ๊กเพจ

4.2) คลิกที่ปุ่ม “สร้างโพสต์”



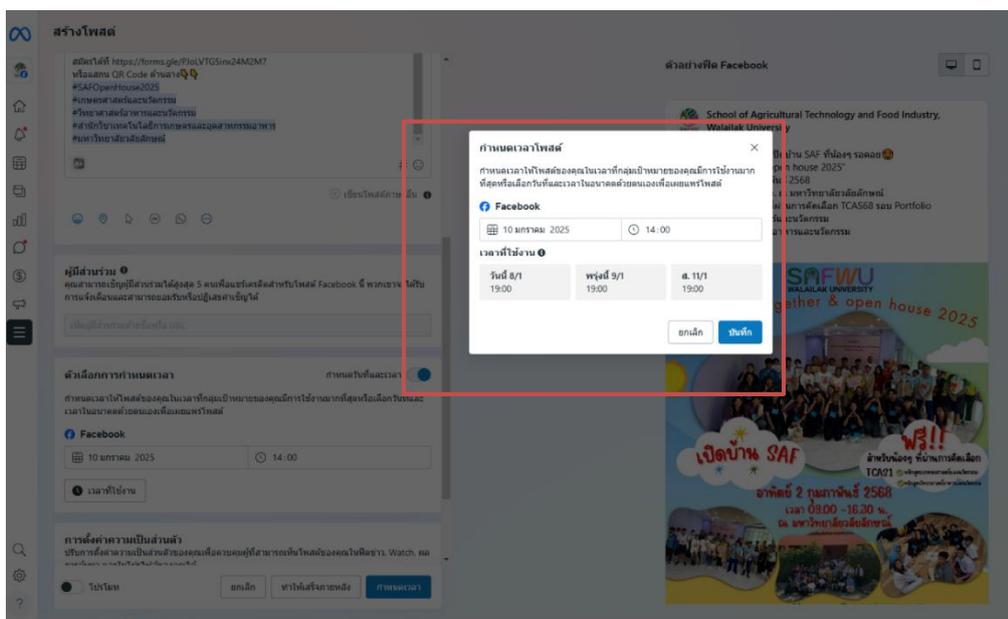
ภาพที่ 33 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการสร้างโพสต์ล่วงหน้าใน Meta Business Suite (1)

4.3) เพิ่มข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือลิงก์ที่ต้องการในโพสต์



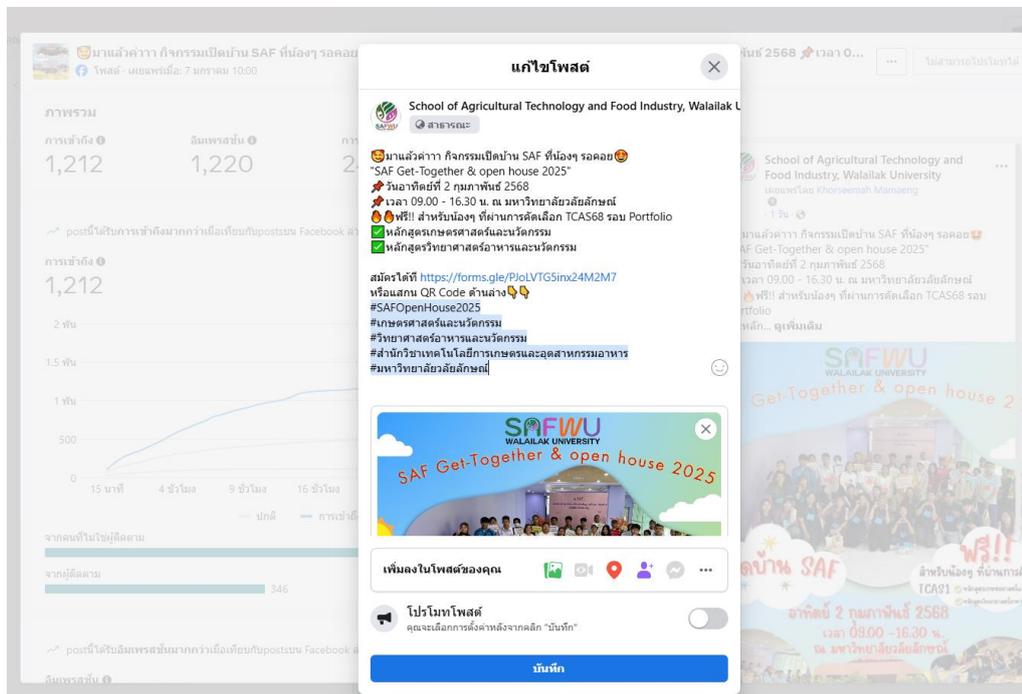
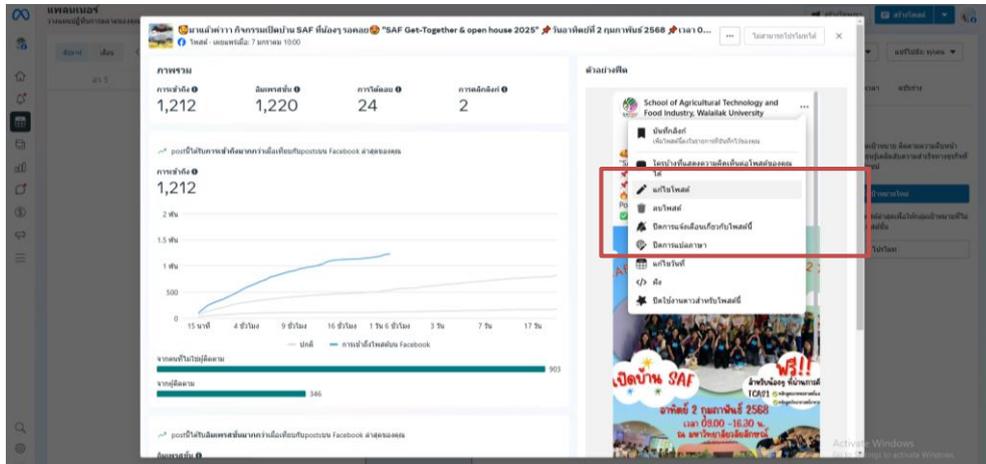
ภาพที่ 34 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการสร้างโพสต์ล่วงหน้าใน Meta Business Suite (2)

4.4) ตั้งวันและเวลาโพสต์ล่วงหน้า เลือกวันและเวลาที่คุณต้องการให้โพสต์เผยแพร่ กด “บันทึก”



ภาพที่ 35 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการสร้างโพสต์ล่วงหน้าใน Meta Business Suite (3)

4.5) หากต้องการแก้ไขโพสต์ ไปที่ “โพสต์ที่กำหนดเวลา” ใน Meta Business Suite เลือกโพสต์ที่ต้องการแก้ไข เปลี่ยนวันเวลา หรือยกเลิกการโพสต์ หลังจากนั้นกด “บันทึก”

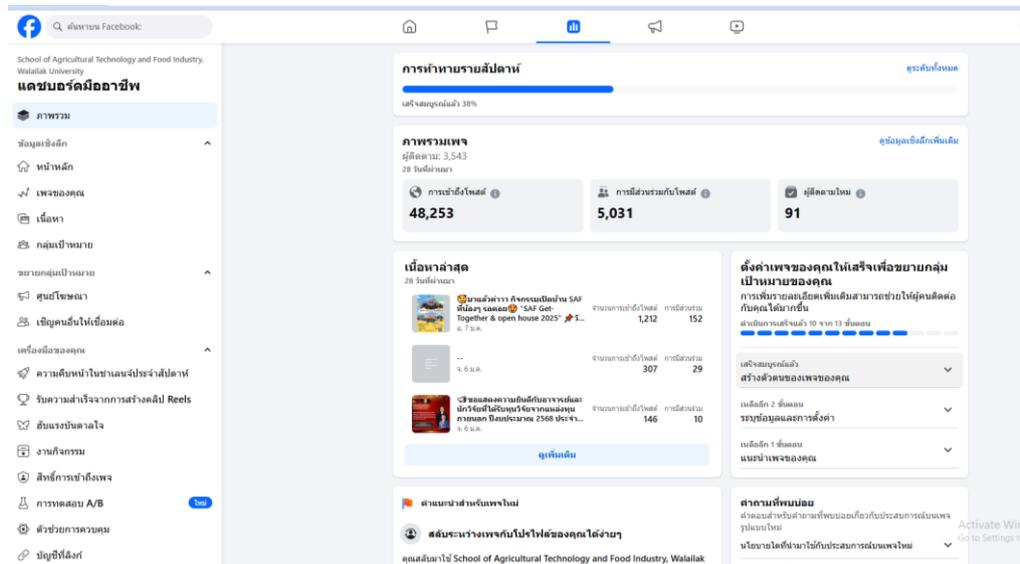


ภาพที่ 36 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการแก้ไขโพสต์ใน Meta Business Suite

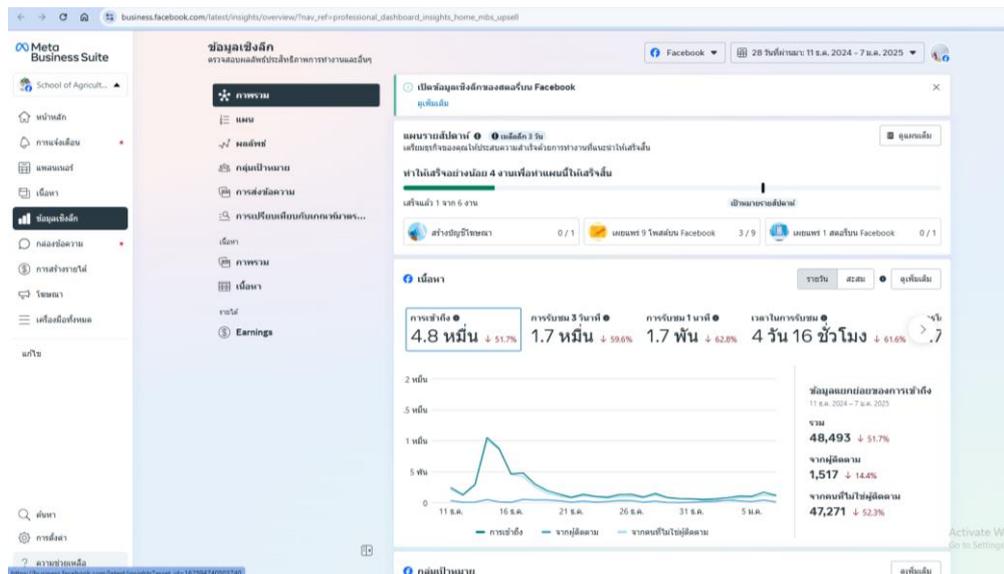
ภาคผนวก 7
เครื่องมือวิเคราะห์ของเฟซบุ๊ก (Facebook Insights)

เครื่องมือวิเคราะห์ของเฟซบุ๊ก (Facebook Insights)

เครื่องมือวิเคราะห์ของเฟซบุ๊ก (Facebook Insights) ตรวจสอบจำนวนผู้ที่เห็นโพสต์ วัตถุประสงค์ การกดไลค์ แสดงความคิดเห็น และการแชร์ ดูข้อมูลเกี่ยวกับอายุ เพศ และสถานที่ของผู้ติดตาม

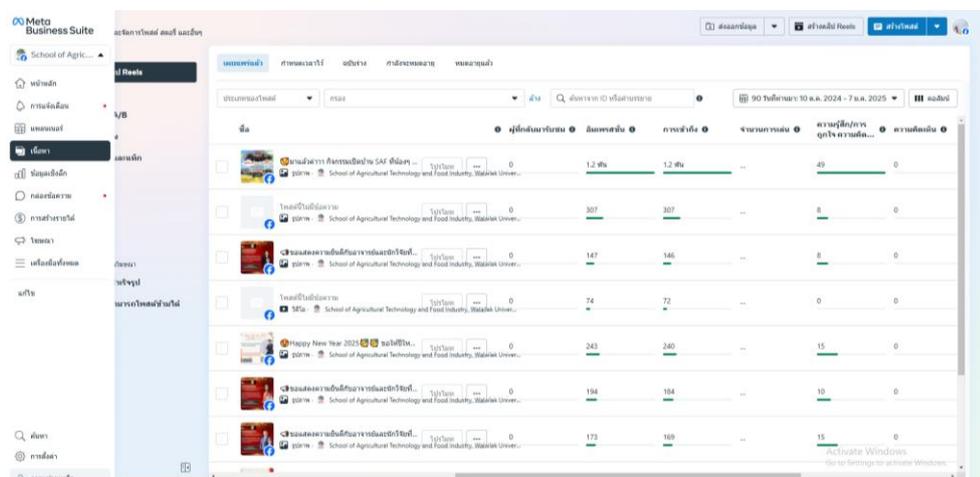


ภาพที่ 37 ตัวอย่างหน้าจอแสดงการวิเคราะห์สถิติของโพสต์เฟซบุ๊ก (Facebook)



ภาพที่ 38 ตัวอย่างหน้าจอแสดงภาพรวมสถิติของโพสต์เฟซบุ๊ก (Facebook)

วิเคราะห์เนื้อหาและเวลาโพสต์ ดูว่าเนื้อหาใดได้รับการตอบรับดี และเนื้อหาใดที่ควรปรับปรุง และตรวจสอบว่าเวลาใดที่ผู้ติดตามมีการตอบสนองมากที่สุด เพื่อปรับเวลาโพสต์ให้เหมาะสม



ภาพที่ 39 ตัวอย่างหน้าจอแสดงสถิติของโพสต์เฟซบุ๊ก (Facebook)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย)	นางสาวคอซีหมีะ มาแมง
(ภาษาอังกฤษ)	Miss.Khorseemah Mamaeng
วัน เดือนปี เกิด	วันที่ 18 เดือนมีนาคม พ.ศ.2531
อายุ	37 ปี
ตำแหน่ง	นักวิชาการ สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร
สถานที่ทำงาน	สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช
ที่อยู่ปัจจุบัน	50/2 ม.1 ซ.บ้านน้ำรอบ ต.โมคลาน อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ ปี พ.ศ.2554 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
วันเริ่มปฏิบัติงาน	วันที่ 7 เดือนมีนาคม พ.ศ.2561
e-Mail	Khorseemah.ma@wu.ac.th
ผลงานทางวิชาชีพ	Proceeding บทความวิจัย (รหัส NCR2R10) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจยืนยันสิทธิ์เข้าศึกษาระดับปริญญาตรี ในหลักสูตรวิทยา ศาสตร์บัณฑิต สาขาเกษตรศาสตร์และนวัตกรรม มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์ ภายใต้ระบบที่แคส ระหว่างปีการศึกษา 2563-2565 จากการ ประชุม The National Conference on Routine to Research (R2R) for High Performance Organization 2024 เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2567