

คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual)

กระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์
เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนและระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์
ของงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยบูรพา

โดย
นางนลินรัตน์ อ่ำช้าง
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

งานประชาสัมพันธ์
กองกลาง มหาวิทยาลัยบูรพา
ตุลาคม ๒๕๖๗

คำนำ

คู่มือปฏิบัติงานกระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนและระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้มีขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างมาตรฐานและลดข้อผิดพลาดในขั้นตอนการดำเนินงาน อีกทั้งใช้เป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้องและต้องการศึกษางานด้านการประชาสัมพันธ์

คู่มือกระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนและระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ จะประกอบด้วยขั้นตอนการและกระบวนการการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยบูรพาผ่านสื่อมวลชน และระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่การเริ่มปฏิบัติงาน จนถึงการประเมินผลการดำเนินงาน

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ขององค์กรได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ เพื่อเป็นการปรับปรุงกระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนและระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงเพื่อใช้ในการถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้ปฏิบัติงานใหม่ ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยบูรพาอีกทางหนึ่งด้วย

นลินรัตน์ อ่ำช้าง
ผู้จัดทำ
ตุลาคม ๒๕๖๗

สารบัญ

		หน้า
คำนำ		ก
สารบัญ		ข
สารบัญภาพ		ค
สารบัญตาราง		จ
บทที่ ๑	บทนำ	๑
	๑.๑ ขอบเขตของงานตามคู่มือ	๑
	๑.๒ วัตถุประสงค์	๑
	๑.๓ คำจำกัดความหรือนิยามศัพท์เฉพาะ	๑
	๑.๔ โครงสร้างผู้เกี่ยวข้อง หน้าที่ และอำนาจ	๓
บทที่ ๒	บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ	๔
	๒.๑ โครงสร้างหน่วยงานและภาระหน้าที่ของหน่วยงาน	๔
	๒.๒ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ	๑๑
บทที่ ๓	กระบวนการปฏิบัติงาน	๑๒
	๓.๑ ผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)	๑๓
	๓.๒ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	๒๑
	๓.๓ หลักการ หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติงาน	๕๐
	๓.๔ แนวทางในการปฏิบัติงาน	๕๐
	๓.๕ มาตรฐานคุณภาพงาน	๕๒
	๓.๖ ระบบติดตามและประเมินผล	๕๓
	ข้อควรระวัง/สิ่งที่ควรคำนึงในการปฏิบัติงาน	๗๒
บทที่ ๔	ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขและพัฒนางาน	๗๔
	๔.๑ ปัญหา อุปสรรค การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน	๗๔
	๔.๒ แนวทางการแก้ไขปัญหาในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน	๗๔
	๔.๓ ปัญหา อุปสรรค การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)	๗๖
	๔.๔ แนวทางการแก้ปัญหาและพัฒนางาน	๗๖
บรรณานุกรม		๗๘
ภาคผนวก		
	ก. ทำเนียบสื่อมวลชน	๗๙
	ตัวอย่างแบบฟอร์ม	๘๑
	ข. ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๒	๘๖
ประวัติผู้เขียน		๘๙

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ ๑	๓
ภาพที่ ๒	๗
ภาพที่ ๓	๘
ภาพที่ ๔	๑๐
ภาพที่ ๕	๑๒
ภาพที่ ๖	๑๓
ภาพที่ ๗	๑๔
ภาพที่ ๘	๒๒
ภาพที่ ๙	๒๓
ภาพที่ ๑๐	๒๕
ภาพที่ ๑๑	๒๗
ภาพที่ ๑๒	๒๙
ภาพที่ ๑๓	๓๑
ภาพที่ ๑๔	๓๓
ภาพที่ ๑๕	๓๔
ภาพที่ ๑๖	๓๕
ภาพที่ ๑๗	๓๗
ภาพที่ ๑๘	๓๘
ภาพที่ ๑๙	๓๙
ภาพที่ ๒๐	๔๐
ภาพที่ ๒๑	๔๑
ภาพที่ ๒๒	๔๒
ภาพที่ ๒๓	๔๓
ภาพที่ ๒๔	๔๔
ภาพที่ ๒๕	๔๕
ภาพที่ ๒๖	๔๖
ภาพที่ ๒๗	๔๗
ภาพที่ ๒๘	๔๘
ภาพที่ ๒๙	๔๙
ภาพที่ ๓๐	๕๓
ภาพที่ ๓๑	๕๔
ภาพที่ ๓๒	๕๕

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ ๓๓	ช่องทางการสื่อสารผ่านกลุ่มไลน์ (line) ของเครือข่าย PR. อว.	๕๖
ภาพที่ ๓๔	ช่องทางการสื่อสารผ่านกลุ่มไลน์ (line) ของเครือข่าย PR. Network	๕๗
ภาพที่ ๓๕	เพจสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดชลบุรี - Chonburi PR	๕๘
ภาพที่ ๓๖	เพจสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดชลบุรี FM 99.75 MHz	๕๘
ภาพที่ ๓๗	เพจชลบุรีซาเนล	๕๙
ภาพที่ ๓๘	เพจสมาคมผู้สื่อข่าว - ช่างภาพสายเจาะจังหวัดชลบุรี	๕๙
ภาพที่ ๓๙	เพจชลบุรีฮอทนิวส์	๖๐
ภาพที่ ๔๐	เพจสนามข่าวชลบุรี	๖๐
ภาพที่ ๔๑	เพจชลชัดนิวส์	๖๑
ภาพที่ ๔๒	เพจ Nakwaiyimchonburi	๖๑
ภาพที่ ๔๓	เพจข่าวสารชลบุรีวันนี้	๖๒
ภาพที่ ๔๔	เพจข่าวทั่วไทย	๖๒
ภาพที่ ๔๕	เพจชลนิวส์ออนไลน์	๖๓
ภาพที่ ๔๖	เพจซี.เอช.โพสต์ชลบุรี	๖๓
ภาพที่ ๔๗	เพจเพื่อนข่าวเรารักกันชลบุรี	๖๔
ภาพที่ ๔๘	เพจบูรพานิวส์ดอทคอม	๖๔
ภาพที่ ๔๙	เพจสำนักข่าวเดอะไทยเพรส	๖๕
ภาพที่ ๕๐	เพจสยามรัฐ	๖๕
ภาพที่ ๕๑	เพจข่าวชลออนไลน์	๖๖
ภาพที่ ๕๒	เพจMGR Online ภาคกลาง-ตะวันออก	๖๖
ภาพที่ ๕๓	เพจผู้จัดการออนไลน์	๖๗
ภาพที่ ๕๔	หนังสือพิมพ์สยามนิวส์ชลบุรี	๖๗
ภาพที่ ๕๕	เพจ YES ข่าวศรีราชา	๖๘
ภาพที่ ๕๖	เพจข่าวศรีราชาท้องถิ่น	๖๘
ภาพที่ ๕๗	เพจข่าวสุรศักดิ์ท้องถิ่น	๖๙
ภาพที่ ๕๘	เพจข่าวชลบุรีออนไลน์	๖๙
ภาพที่ ๕๙	เพจแจ้งข่าวชลบุรี	๗๐
ภาพที่ ๖๐	เพจชลบุรีออนไลน์	๗๐
ภาพที่ ๖๑	เพจ NBT	๗๑

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ ๑	ตารางผู้ปฏิบัติงานสังกัดงานประชาสัมพันธ์	๑๐
ตารางที่ ๒	แสดงผังกระบวนการการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน	๑๕
ตารางที่ ๓	แสดงผังกระบวนการการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ของงานประชาสัมพันธ์	๑๘
ตารางที่ ๔	ขั้นตอนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน	๒๑
ตารางที่ ๕	ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) คณะกรรมการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ สื่อสารองค์กรและเสริมสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพา	๒๔
ตารางที่ ๖	ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) สื่อมวลชนที่อยู่ในชลบุรี และศรีราชา	๒๖
ตารางที่ ๗	ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) สื่อกรุงเทพฯ สื่อจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)	๒๘
ตารางที่ ๘	ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) สื่อเครือข่าย OHEC PR Network	๓๐
ตารางที่ ๙	ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) สื่อเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงการ อุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อว.)	๓๒
ตารางที่ ๑๐	ขั้นตอนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)	๓๖

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ขอบเขตของงานตามคู่มือ

ขอบเขตการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน และระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ฉบับนี้ จะทำการรวบรวมความรู้จากการปฏิบัติงานด้านการผลิต และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีกระบวนการวางแผนและกำหนดประเด็นเนื้อหาในการผลิตสื่อ การออกแบบจัดทำสื่อ การตรวจสอบความถูกต้อง และการเผยแพร่การกำหนดลำดับขั้นตอนการปฏิบัติงาน Flowchart เทคนิคการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จของการปฏิบัติงานในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด

๑.๒ วัตถุประสงค์

๑.๒.๑ เพื่อเป็นแนวทางการให้ผู้ปฏิบัติงานทราบรายละเอียด ขั้นตอนการทำงาน และเทคนิค การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนและระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างถูกต้อง

๑.๒.๒ เพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้ผู้ปฏิบัติงาน หรือเจ้าหน้าที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อมวลชนและระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ทำแทนกันได้ หากมีการปรับเปลี่ยนหน้าที่การทำงาน ได้อย่างถูกต้อง

๑.๒.๓ เพื่อใช้เป็นเอกสารอ้างอิงในการทำงานการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน และระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

๑.๓ คำจำกัดความ หรือนิยามศัพท์เฉพาะ

๑.๓.๑ การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารและเผยแพร่ข่าวสาร ในการจัดกิจกรรมของ หน่วยงาน คณะ และมหาวิทยาลัย ให้กับผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยบูรพา รวมถึงนิสิตและประชาชนทั่วไป ให้ได้รับทราบถึงข้อเท็จจริง รายละเอียดต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจอันจะก่อให้เกิดความร่วมมือให้การสนับสนุนต่าง ๆ ระหว่างมหาวิทยาลัยกับหน่วยงานภายนอกองค์กร สถาบัน และสาธารณชน ทั่วไป อีกทั้งยังนำมาซึ่งความนิยมเลื่อมใส และศรัทธาต่อมหาวิทยาลัย ตลอดจนสร้างความสำเร็จ ในการดำเนินงานของหน่วยงาน รวมทั้งมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรอีกด้วย

๑.๓.๒ การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำเสนอและถ่ายทอดเรื่องราว ข้อเท็จจริงของกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีแผนในการลำดับประเด็นสำคัญของกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยบูรพา และบุคคลทั่วไป ได้รับทราบโดยทั่วกันซึ่งการเขียนข่าวเพื่อ การประชาสัมพันธ์นี้ สามารถพิจารณาได้จาก "วัตถุประสงค์ของการเขียน" เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจต่อสถาบัน ให้เกิดแก่กลุ่มบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอันจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีนำไปสู่ ความร่วมมือ และการสนับสนุนภารกิจของมหาวิทยาลัยต่อไป

๑.๓.๓ การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการดำเนินงาน ตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ หรือโครงการสำคัญของมหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งข้อมูลในการจัดทำข่าวได้มาจากการรับ เรื่องจากหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย หนังสือสั่งการจากผู้บังคับบัญชา เอกสารจากหนังสือแจ้งข่าว

จากหน่วยงานโดยตรง จากการประสานทางโทรศัพท์ หรือการติดต่อโดยตรงจากเจ้าของเรื่อง การจัดโครงการ กิจกรรม การประชุม การแถลงข่าว ซีอาร์เอของประชาชนและสื่อมวลชน โดยมีแหล่งข่าวเป็นผู้บริหาร บุคลากร นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา และสื่อมวลชน

๑.๓.๔ การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำข่าวประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น เผยแพร่สู่สาธารณชน โดยตรงผ่านทางเว็บไซต์มหาวิทยาลัยบูรพา (www.buu.ac.th) และผ่านสื่อมวลชนทางช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) คู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนและระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และผ่านทางเครือข่ายสื่อมวลชนจังหวัดชลบุรี

๑.๓.๕ สื่อมวลชน หมายถึง บุคคลผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน หรือบุคคล หรือคณะบุคคล ไม่ว่าจะ เป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ตามที่ประกอบกิจการสื่อมวลชน ซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำเสนอข่าวสาร เนื้อหาสาระทุกประเภท ไปสู่มวลชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัลหรือในรูปแบบอื่นใดที่สามารถสื่อความหมายให้ประชาชนทราบได้อย่างทั่วถึง

๑.๓.๖ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-mail address หมายถึง การสื่อสารหรือการส่งข้อความ ข่าวสารกิจกรรมของมหาวิทยาลัยบูรพา ไปทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) โดยออกจากคอมพิวเตอร์ เครื่องหนึ่ง ผ่านไปเข้าเครื่องปลายทาง (terminal) หรือเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์อีกเครื่องหนึ่งโดยส่งผ่านทางระบบเครือข่าย (network) ผู้ส่งจะต้องมีเลขที่อยู่ (e-mail address) ของผู้รับข่าวสาร อีกทั้งสามารถเปิดคอมพิวเตอร์เรียกข่าวสารนั้นออกมาดูเมื่อใดก็ได้ ในที่นี้หมายถึง Corporate Communication (corpcomm@go.buu.ac.th) ซึ่งเป็น e-mail address ของมหาวิทยาลัยบูรพา ที่ส่งไปยังผู้ปฏิบัติงานและนิสิตของมหาวิทยาลัยบูรพา

๑.๓.๗ มหาวิทยาลัย หมายถึง มหาวิทยาลัยบูรพา

๑.๓.๘ อธิการบดี หมายถึง อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา

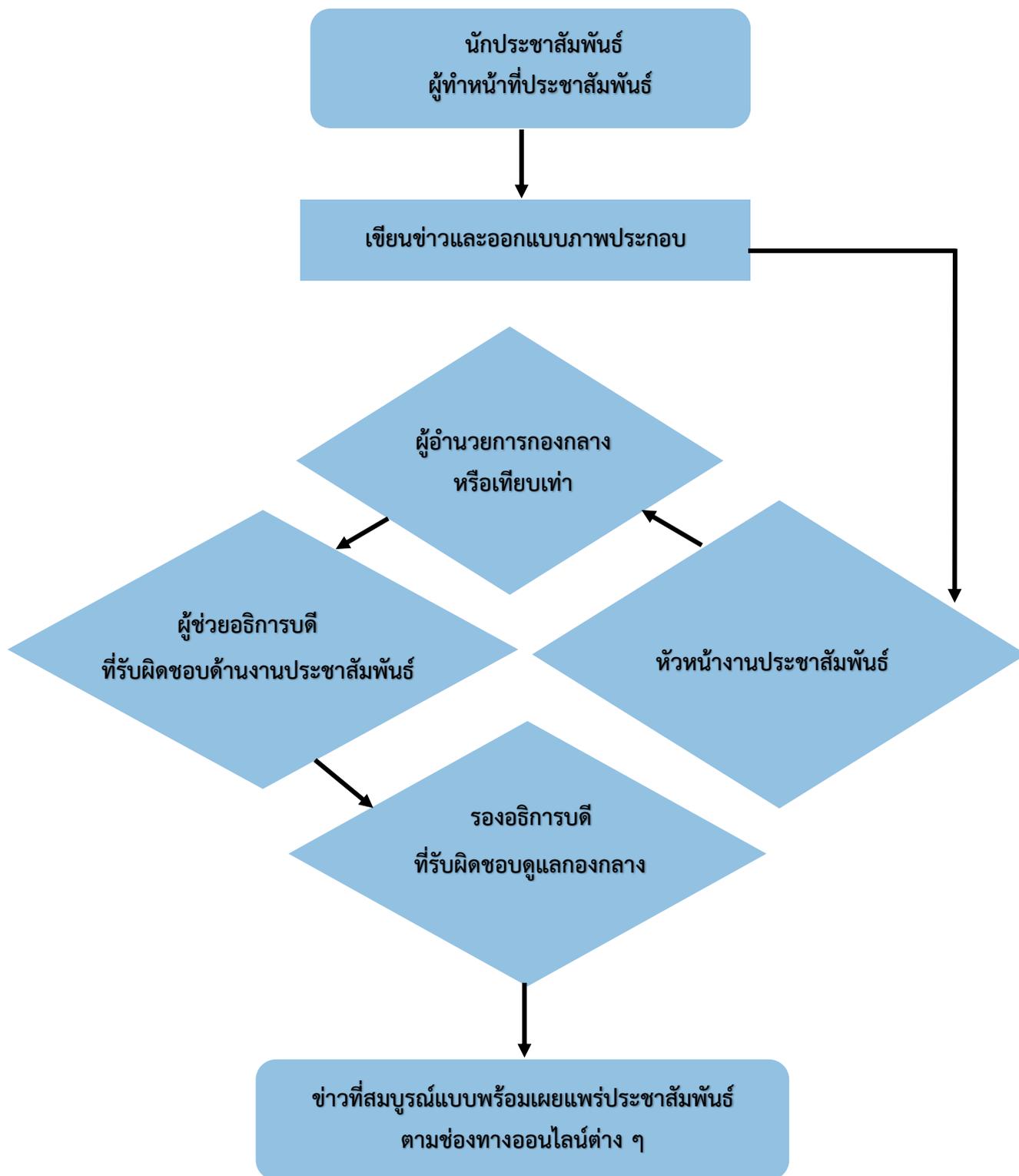
๑.๓.๙ ข่าวของมหาวิทยาลัย หมายถึง ข่าวหรือข้อเท็จจริงของมหาวิทยาลัย หรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย

๑.๓.๑๐ การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย หมายถึง การแจกจ่าย เผยแพร่ แถลงชี้แจงข่าวของมหาวิทยาลัย และให้หมายความรวมถึงการให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน และพูดออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และการนำข่าวของมหาวิทยาลัยเข้าสู่ระบบสารสนเทศ หรือสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เป็นความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย นิสิต และประชาชนทั่วไปอันก่อให้เกิดผลดีต่อมหาวิทยาลัยและประเทศชาติ

๑.๓.๑๑ หัวหน้าหน่วยงาน หมายถึง อธิการบดี รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี คณบดี ผู้อำนวยการสถาบัน ผู้อำนวยการสำนัก ผู้อำนวยการวิทยาลัย ผู้อำนวยการกอง หรือหัวหน้าส่วนราชการ หรือส่วนงานภายในที่จัดตั้งขึ้นตามข้อบังคับ หรือมติสภามหาวิทยาลัยที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าคณะหรือกอง

๑.๓.๑๒ นักประชาสัมพันธ์ หมายถึง ผู้ได้รับมอบหมายจากอธิการบดีให้ดำเนินงานในการให้ข่าว บริการข่าวสาร และวางแผนดำเนินการทางด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างมหาวิทยาลัยกับผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย นิสิต ประชาชนทั่วไป และสื่อมวลชนรวมทั้งการเสนอแนะ และให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์

๑.๔ โครงสร้างผู้เกี่ยวข้อง หน้าที่ และอำนาจ



ภาพที่ ๑ โครงสร้างผู้เกี่ยวข้อง หน้าที่และอำนาจ
ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน

บทที่ ๒

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ

๒.๑ โครงสร้างหน่วยงานและภาระหน้าที่ของหน่วยงาน

มหาวิทยาลัยบูรพาเปลี่ยนฐานะจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน เมื่อวันที่ ๓๐ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๓๓ ตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ ๑๐๗ ตอนที่ ๑๓๑ ประกาศวันที่ ๒๙ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๓๓ โดยทำหน้าที่ในการผลิตบัณฑิต วิจัย ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และด้านบริการวิชาการแก่สังคม

กองกลางเป็นหน่วยงานระดับกอง สังกัดสำนักงานอธิการบดี จัดตั้งตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๓๓ และคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนในมหาวิทยาลัย (ก.ม.) ได้อนุมัติแบ่งส่วนราชการออกเป็น ๗ หน่วยงาน ดังนี้

๑. งานสารบรรณ
๒. งานการประชุมและพิธีการ
๓. งานประชาสัมพันธ์
๔. งานการเจ้าหน้าที่
๕. งานคลังและพัสดุ
๖. งานอาคารสถานที่
๗. งานสภาอาจารย์

ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๓๘ กองกลางได้เสนอขออนุมัติจัดตั้งหน่วยงานเป็นการภายในเพิ่มขึ้นอีก

๓ หน่วยงาน คือ

๑. งานเลขานุการผู้บริหาร
๒. งานประสานงานมหาวิทยาลัย
๓. งานบริหารและบริการศูนย์กีฬา

ในปี พ.ศ. ๒๕๓๙ ได้เปลี่ยนชื่องานเลขานุการผู้บริหารเป็นงานช่วยอำนวยการผู้บริหาร เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการตั้งหน่วยงานของทบวงมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยบูรพาได้มีการพัฒนามหาวิทยาลัยในทุกด้านอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ในปี พ.ศ. ๒๕๔๕ ได้มีการปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงานกองกลางของสำนักงานอธิการบดี โดยสภามหาวิทยาลัยเห็นชอบให้มีการปรับหน่วยงานภายในกองกลาง เป็นหน่วยงานระดับกอง ๓ กอง คือ กองการเจ้าหน้าที่กองคลังและทรัพย์สิน และกองอาคารสถานที่ ตามมติที่ประชุมสภามหาวิทยาลัย ในการประชุม ครั้งที่ ๑/๒๕๔๕ เมื่อวันที่ ๑๑ มกราคม พ.ศ. ๒๕๔๕

จากการปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงานระดับกองภายในสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัย จึงได้จัดโครงสร้างภายในของกองกลางใหม่ โดยสภามหาวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่ ๓/๒๕๔๕ เมื่อวันที่ ๘ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๔๕ ได้ให้ความเห็นชอบการจัดโครงสร้างภายในกองกลาง ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงาน ๖ หน่วยงาน คือ งานสารบรรณ งานการประชุมและพิธีการ งานประชาสัมพันธ์ งานสภาอาจารย์ งานช่วยอำนวยการผู้บริหาร และงานเอกชนสัมพันธ์

ต่อมามหาวิทยาลัยบูรพาได้มีการปรับเปลี่ยนเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๕ ตอนที่ ๕ ก เมื่อวันที่ ๙ มกราคม ๒๕๕๑ และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๑๐ มกราคม พ.ศ. ๒๕๕๑ จากมาตรา ๙ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ มหาวิทยาลัยมีการแบ่งส่วนงานออกเป็น ๔ ส่วนงาน ซึ่งสำนักงานอธิการบดีเป็นส่วนงานหนึ่งของมหาวิทยาลัย โดยมีกองกลางเป็นหน่วยงานภายในหน่วยงานหนึ่งของสำนักงานอธิการบดี สำหรับงานสภาอาจารย์ให้ปรับเปลี่ยนเป็นงานสภาพนักงาน เนื่องจากพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ มาตรา ๓๘ ได้บัญญัติให้มีสภาพนักงาน จึงทำให้สภาอาจารย์ยุติบทบาทลงและเป็นงานสภาพนักงานตามพระราชบัญญัติดังกล่าว

โครงสร้างปัจจุบันของกองกลาง

๑. งานสารบรรณ
๒. งานการประชุมและพิธีการ
๓. งานประชาสัมพันธ์
๔. งานสภาพนักงาน
๕. งานช่วยอำนวยความสะดวกผู้บริหาร

ปณิธาน

มุ่งบริการ ประสานงาน เพื่อให้การอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล เพื่อสนับสนุนภารกิจของมหาวิทยาลัย

ปรัชญา

สร้างเสริมปัญญาด้วยการพัฒนาบุคลากร นำไปสู่การบริการที่มีคุณภาพและความพึงพอใจของผู้รับบริการ

วิสัยทัศน์

กองกลางมุ่งสนับสนุนภารกิจหลักของมหาวิทยาลัย โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการอย่างมีระบบ และเป็นที่พึงพอใจของผู้รับบริการ

เป้าหมายการดำเนินงาน

๑. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการอำนวยความสะดวกด้านงานเอกสาร ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการบริการต่าง ๆ ตามนโยบายของมหาวิทยาลัยให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
๒. เพื่อสนับสนุนภารกิจหลักของมหาวิทยาลัย

พันธกิจ

๑. ดำเนินงานด้านการบริหารงานสารบรรณของมหาวิทยาลัย
๒. ดำเนินการเกี่ยวกับการประชุมคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยบูรพา คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย คณะกรรมการประสานงานสำนักงานอธิการบดี คณะกรรมการประสานงานกองกลาง และการประชุมอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

๓. ดำเนินการเกี่ยวกับการให้บริการข่าวสารที่รวดเร็ว ถูกต้อง สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่มหาวิทยาลัย
๔. ดำเนินการและประสานงานเกี่ยวกับการบริหารงานของสภาพนักงาน
๕. ดำเนินการเกี่ยวกับการอำนวยการและเลขานุการของผู้บริหารมหาวิทยาลัย
๖. ดำเนินการและประสานงานเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมงานพิธีของมหาวิทยาลัย
๗. ประสานงานเกี่ยวกับการเผยแพร่การดำเนินงานของศิษย์เก่ามหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์การจัดตั้งกองกลาง

๑. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการอำนวยการดำเนินงานเอกสารของมหาวิทยาลัยอย่างมีประสิทธิภาพ
๒. เพื่อสนับสนุนภารกิจหลักทั้ง ๔ ด้านของมหาวิทยาลัย ได้แก่ การเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการแก่ชุมชนและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

หน้าที่ของกองกลาง

๑. ดำเนินการเกี่ยวกับงานสารบรรณของมหาวิทยาลัยอย่างเป็นระบบ
๒. ดำเนินการเกี่ยวกับการสรรหา แต่งตั้งผู้บริหารมหาวิทยาลัย
๓. ดำเนินการเกี่ยวกับการประชุมที่สำคัญ ๆ ต่อการบริหารมหาวิทยาลัย
๔. ดำเนินการรองรับการประชุมของผู้บริหารมหาวิทยาลัย
๕. ให้บริการและอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของผู้บริหารมหาวิทยาลัย
๖. ดำเนินการเกี่ยวกับงานอำนวยการและเลขานุการของผู้บริหารมหาวิทยาลัย
๗. ให้บริการข่าวสารที่รวดเร็ว ถูกต้อง สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร
๘. ดำเนินการและประสานงานเกี่ยวกับงานพิธีการ และการจัดงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย
๙. ปฏิบัติงานร่วมกัน หรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

๑๐. ดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับภาคเอกชน ศิษย์เก่า และประสานงานด้านองค์กร
ประชาชาติไทย

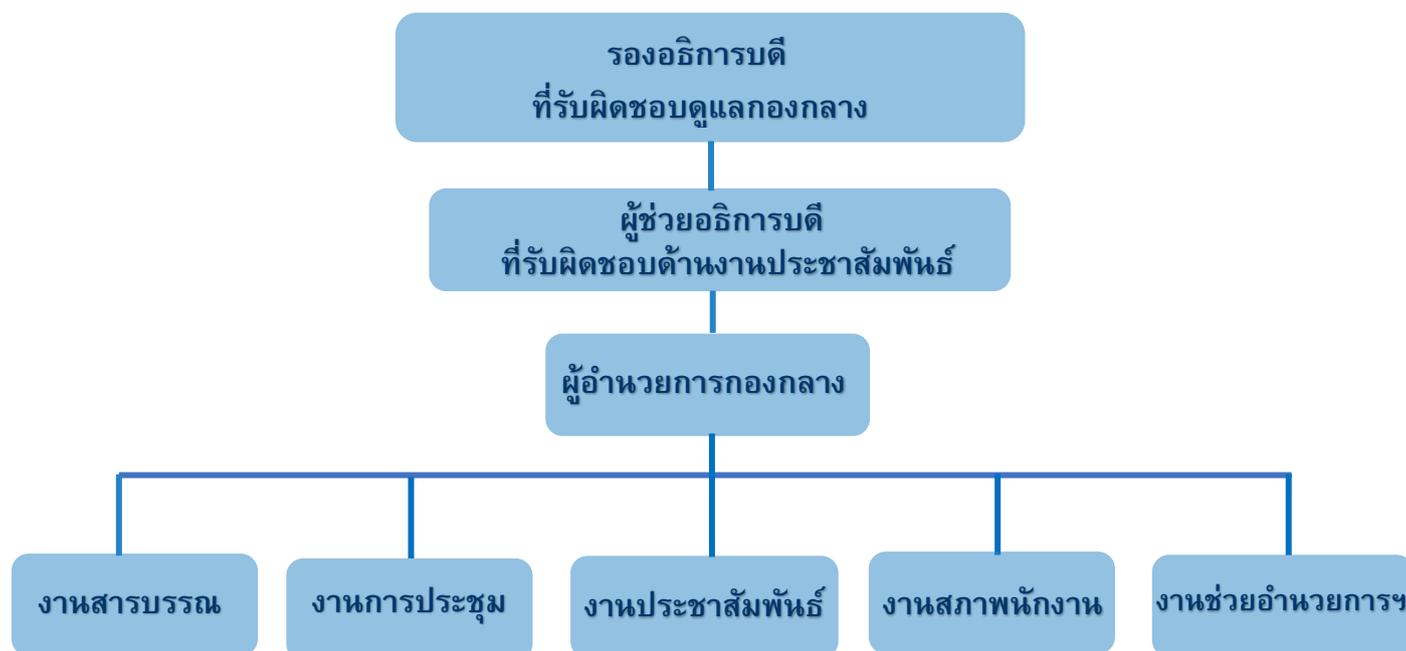
๑๑. ประสานงานและให้บริการแก่สภาอาจารย์ และชมรมข้าราชการและลูกจ้างประจำ
มหาวิทยาลัยบูรพา

คำนิยาม

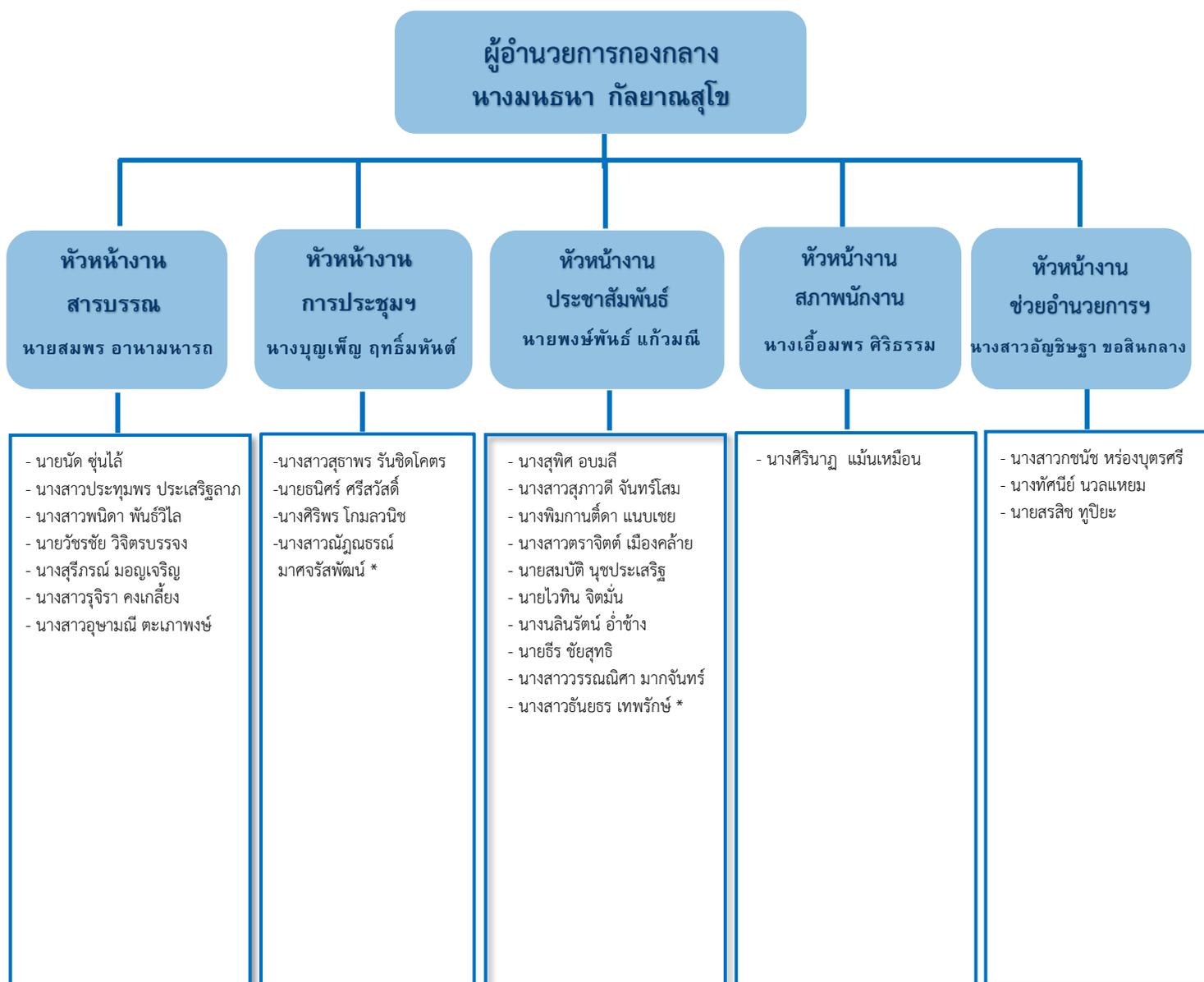
S (Smile)	ยิ้มแย้ม
E (Excellence service)	การบริหารที่เป็นเลิศ
R (Rule)	ทำตามกติกา
V (Vision Focus)	มุ่งสู่วิสัยทัศน์
I (Integrity)	มีคุณธรรม ยึดหลักคุณธรรม
C (Collaborative)	ประสานงานกับทุกคนได้
E (Effectiveness)	ประสิทธิผล

กองกลางดำเนินงานภายใต้ค่านิยมหลักของสำนักงานอธิการบดี “SERVICE ”

สมรรถนะหลัก : การปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา รายละเอียดโครงสร้างการบริหารงานของกองกลาง ดังภาพที่ ๒ และรายละเอียดโครงการดังภาพที่ ๓



ภาพที่ ๒ โครงสร้างองค์กรของกองกลาง
ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน



* อยู่ระหว่างการทดลองการปฏิบัติงาน

ภาพที่ ๓ โครงสร้างการบริหารงานของกองกลาง
ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน

งานประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา มีหน้าที่รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย โดยการเผยแพร่ข่าวสาร และเกียรติคุณของมหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างมหาวิทยาลัยกับบุคลากรทุกฝ่าย ได้แก่ นิสิต คณาจารย์ ข้าราชการ พนักงาน เจ้าหน้าที่ ศิษย์เก่า ผู้มีอุปการคุณ ผู้เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไป มีหน้าที่ในการรายงานถึงแนวโน้มของประชาคมตีให้ฝ่ายบริหารทราบในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะมีผลกระทบต่อชื่อเสียงของสถาบัน โดยใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์เข้าแก้ไขปัญหาหรือวิกฤติต่าง ๆ ที่อาจมีผลเสียหายต่อชื่อเสียงของสถาบัน

ในปัจจุบันเป็นยุคของการแข่งขันการดำเนินงานกิจการของสถาบันหรือองค์กรในยุคนี้ จึงต้องอาศัยแนวคิดในทางธุรกิจเข้ามาปรับใช้การวิเคราะห์สถานะแล้วกำหนดเป้าหมายขององค์กร โดยนำเอาปัจจัย ทั้งภายในและภายนอก ตลอดจนโอกาส ปัญหา อุปสรรค และจุดเด่นจุดด้อย รวมทั้งวิเคราะห์ความต้องการ ที่แท้จริงของตลาดมาเป็นองค์ประกอบในการกำหนดเป้าหมาย และพัฒนากลยุทธ์ เพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน

ดังนั้น ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ขององค์กรยุคใหม่จำเป็นต้องมีการวางแผนการสื่อสารให้ตอบสนองวัตถุประสงค์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ท่ามกลางกระแสของข้อมูลข่าวสาร กระแสสังคมต่าง ๆ ที่มีการแข่งขันรุนแรงและแนวคิดทางการตลาดดังกล่าว รวมทั้งสนับสนุนให้มีบุคลากรและงบประมาณอย่างเพียงพอเพื่อให้สอดคล้องกับภาระหน้าที่ การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยในปัจจุบัน จึงต้องปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานทั้งรูปแบบ วิธีการ ตลอดจนการปรับแบบองค์กร โดยการนำวิธีการสื่อสารการตลาดมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับการพัฒนามหาวิทยาลัยในปัจจุบันและอนาคต

ขอบข่ายและภาระหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์

๑. หน้าที่ในการรายงานถึงแนวโน้มของประชาคมตีให้ฝ่ายบริหารทราบ รวมทั้งเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อชื่อเสียงของสถาบัน
๒. หน้าที่ในการให้คำแนะนำ คำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหารในด้านนโยบาย และการดำเนินงานของสถาบัน การสร้างความนิยมและการยอมรับจากประชาชน อันจะมีผลต่อการได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชนด้วย
๓. หน้าที่ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์เข้าแก้ไขปัญหา หรือวิกฤติต่าง ๆ ที่อาจมีผลเสียหายต่อชื่อเสียงขององค์กร รวมทั้งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อดำรงไว้ซึ่งความนิยมจากประชาชน
๔. หน้าที่ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ภายในองค์กร ผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร เอกสารข่าวภายใน เสียงตามสาย แผ่นพับ แผ่นปลิว โปสเตอร์ เอกสารแนะนำ วิทยุทัศน์ สารมหาวิทยาลัย รถโฆษณา ผืนผ้าประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ สื่อโซเชียลมีเดียในรูปแบบต่าง ๆ อีกทั้งการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนโดยการจัดกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ เป็นต้น
๕. เป็นตัวแทนสถาบัน เพื่อสร้างความประทับใจหรือความรู้สึกที่ดีงามต่อประชาชน

ลักษณะโดยรวมของกลุ่มงานประชาสัมพันธ์

ปัจจุบันงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา มีผู้ปฏิบัติงานจำนวนทั้งสิ้น ๑๐ คน โดยแบ่งตำแหน่งงานตามตารางผู้ปฏิบัติงานในสังกัดงานประชาสัมพันธ์ รายละเอียดตามตารางที่ ๑ โดยมีโครงสร้างการจัดหน่วยงานภายในงานประชาสัมพันธ์ รายละเอียดตามภาพที่ ๔ ดังนี้

ตารางผู้ปฏิบัติงานสังกัดงานประชาสัมพันธ์

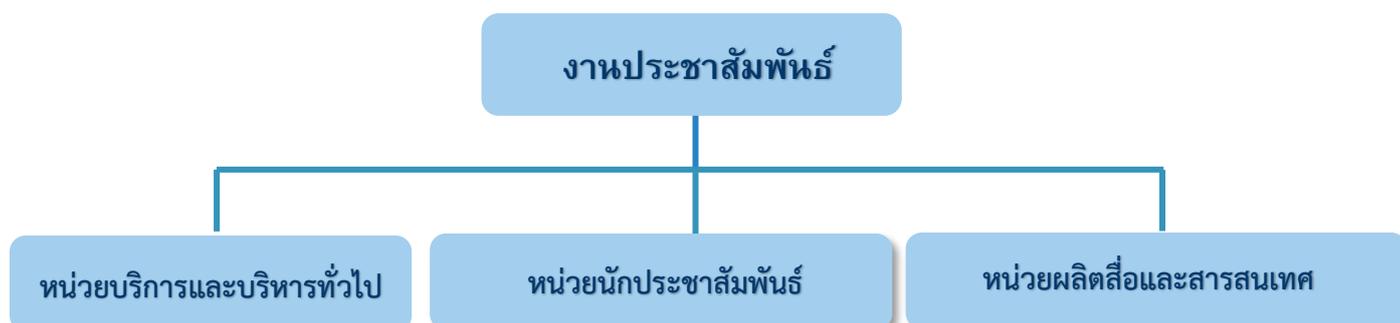
ตำแหน่งผู้ปฏิบัติงาน ในงานประชาสัมพันธ์	พนักงานมหาวิทยาลัย		ลูกจ้างประจำ
	เงินอุดหนุนรัฐบาล	เงินรายได้ส่วนงาน	
๑. นักวิชาการช่างศิลป์ปฏิบัติการ	๑		
๒. นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ		๑	
๓. นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ		๒ + ๑*	
๔. เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปปฏิบัติงาน	๒	๑	
๕. นักวิชาการโสตทัศนศึกษาปฏิบัติการ		๑	
๖. พนักงานธุรการ ระดับ ๓			๑
๗. พนักงานธุรการ ระดับ ๒			๑
	๓	๖	๒
รวม		๑๑	

(ข้อมูล ณ วันที่ ๒๕ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๗)

* อยู่ระหว่างการทดลองการปฏิบัติงาน

ตารางที่ ๑ ตารางผู้ปฏิบัติงานสังกัดงานประชาสัมพันธ์

ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน



ภาพที่ ๔ โครงสร้างการจัดหน่วยงานภายในงานประชาสัมพันธ์

ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน

ลักษณะงานที่ปฏิบัติ มีดังนี้

๑. ด้านการปฏิบัติการ

๑.๑ ปฏิบัติงานเกี่ยวกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ การผลิตและออกแบบสื่อประเภทต่าง ๆ ประมวลจัดทำข่าวสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์พร้อมทั้งเผยแพร่

๑.๒ ปรับปรุงแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ เพื่อให้การปฏิบัติงานในหน่วยงานสำเร็จลุล่วงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๑.๓ จัดทำเอกสารเกี่ยวกับการประชุมคณะกรรมการสื่อมวลชน พร้อมทั้งประสานงานกับคณะกรรมการพัฒนาการประชาสัมพันธ์สื่อสารองค์กร และเสริมสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพา ในวันและเวลาที่จัดประชุม

๑.๔ สร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับสื่อมวลชน นักข่าว และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีความง่าย และสะดวกมากขึ้น

๒. ด้านการประสานงาน

๒.๑ ประสานงานด้านประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายใน และภายนอก เพื่อสนับสนุนให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น

๒.๒ มีจิตบริการที่ดีกับผู้ที่มาติดต่อสอบถามกับงานประชาสัมพันธ์ด้วยรอยยิ้มที่แจ่มใส ตลอดเวลา

๓. ด้านการบริการ

๓.๑ จัดทำฐานข้อมูลและระบบสื่อมวลชนให้มีความทันสมัยและเป็นปัจจุบัน

๓.๒ เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และนำมาสรรค์สร้างปรับใช้กับงานประชาสัมพันธ์

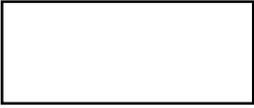
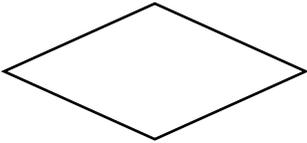
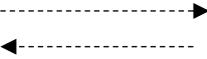
ผู้เขียนปฏิบัติงานอยู่ในส่วนหน่วยนักประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี โดยให้บริการด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยทั้งส่วนงานภายในและภายนอก พร้อมทั้งถ่ายภาพจัดทำใบบอกข่าวของคณะและส่วนงานภายในมหาวิทยาลัย โดยผ่านช่องทางการเผยแพร่ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ช่องทางสื่อออนไลน์ ได้แก่ Facebook ใบบอกข่าว (BUU NEWS) Instagram (IG) e-mail Staff-Student Website Tiktok และสื่อมวลชน อีกทั้งมีการเผยแพร่ข่าวหรือแชร์ข่าวสารกิจกรรมของส่วนงานและกิจกรรมของมหาวิทยาลัยบูรพา แบ่งช่องทางการเผยแพร่เป็น ๓ ช่องทาง ดังนี้ ช่องทาง Facebook BUU The one family Facebook มหาวิทยาลัยบูรพา Facebook กองกลาง เผยแพร่ผ่านช่องทางเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยบูรพา และการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงนิสิต และบุคลากรทั้งมหาวิทยาลัยและส่งสารอธิการบดี โดยมี 3 user ได้แก่ corpcomm@go.buu.ac.th corpcomm@buu.ac.th president@buu.ac.th จัดทำฐานข้อมูลสื่อมวลชน และเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ของสื่อมวลชนและปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา

บทที่ ๓

กระบวนการปฏิบัติงาน

๓.๑ ผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)

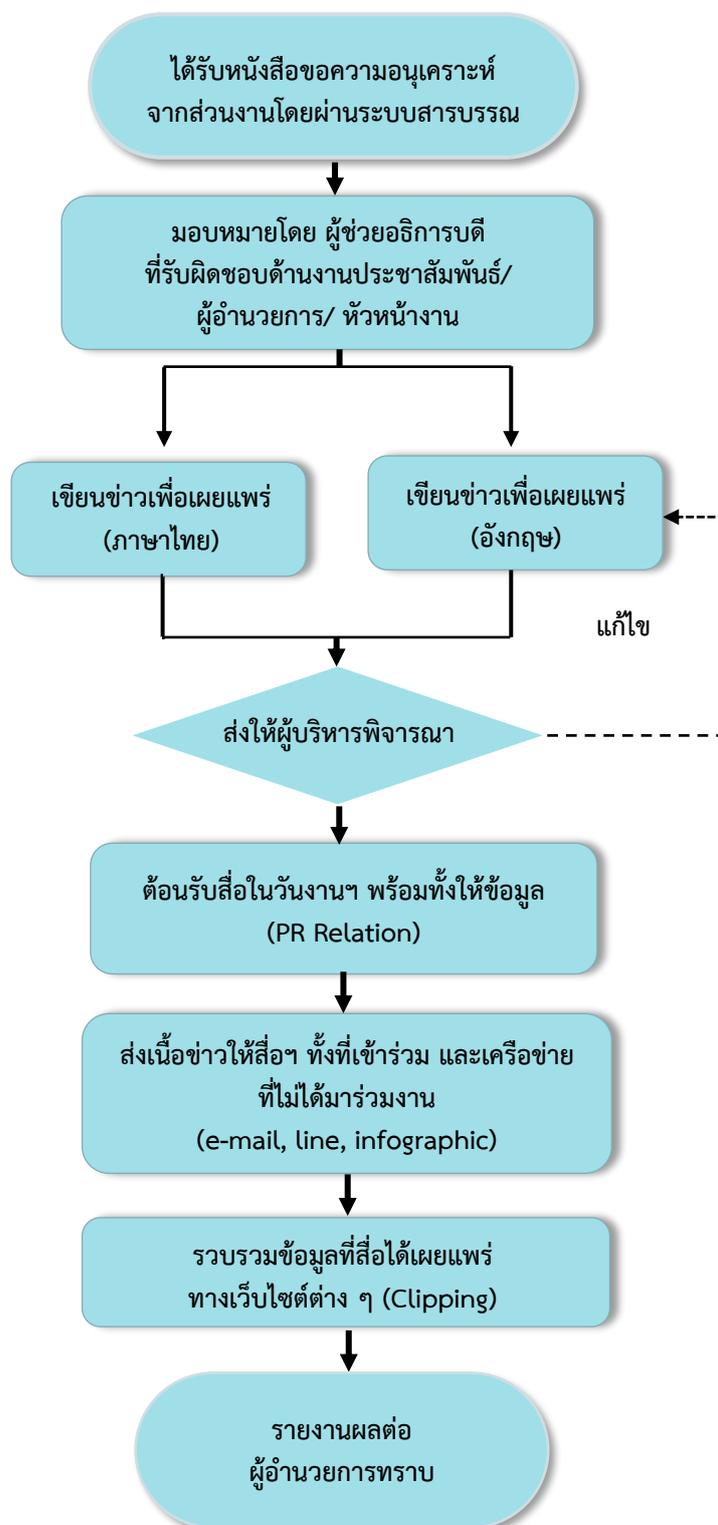
สัญลักษณ์ต่าง ๆ และความหมายของ Work Flow ตามที่แสดงในภาพที่ ๕

สัญลักษณ์	ความหมาย
	จุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของกระบวนการ
	กิจกรรมและการปฏิบัติงาน
	การตัดสินใจ เช่น การตรวจสอบ การอนุญาต/อนุมัติ และการเห็นชอบ เป็นต้น
	แสดงทิศทางหรือการเคลื่อนไหวของงาน
	จุดเชื่อมต่อระหว่างขั้นตอน เช่น กรณี การเขียนกระบวนการ ไม่สามารถจบได้ ภายในหนึ่งหน้า
	การส่งกลับ/แก้ไข

ภาพที่ ๕ : สัญลักษณ์ของ Work Flow

๓.๑.๑ ผังกระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

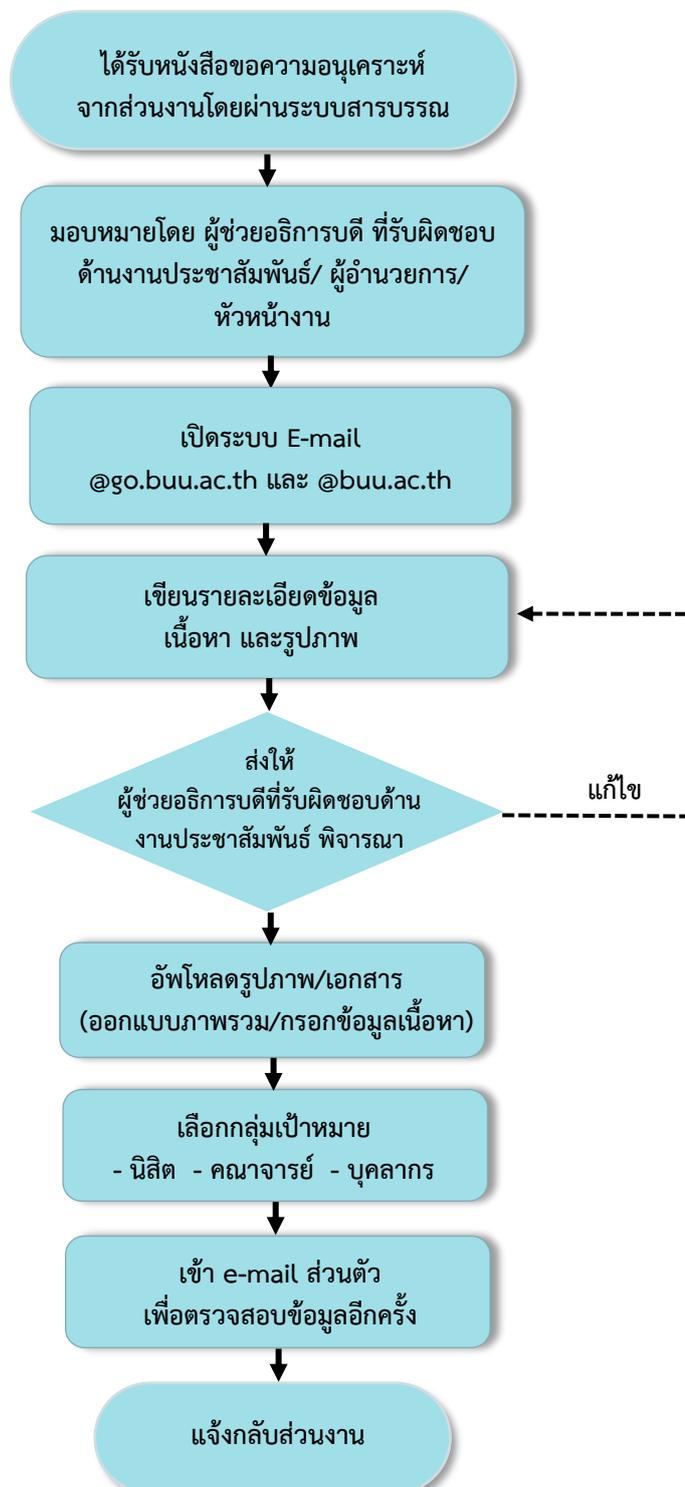
จากข้อมูลข้างต้นผู้เขียนได้สรุปผังกระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน โดยมีผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow) ตามที่แสดงในภาพที่ ๖ ดังนี้



ภาพที่ ๖ : ผังกระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน
ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน

๓.๑.๒ ผังกระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านกระบวนการระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

จากข้อมูลข้างต้นผู้เขียนได้สรุปผังกระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านกระบวนการระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow) ตามที่แสดงในภาพที่ ๗ ดังนี้



ภาพที่ ๗ : ผังกระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน

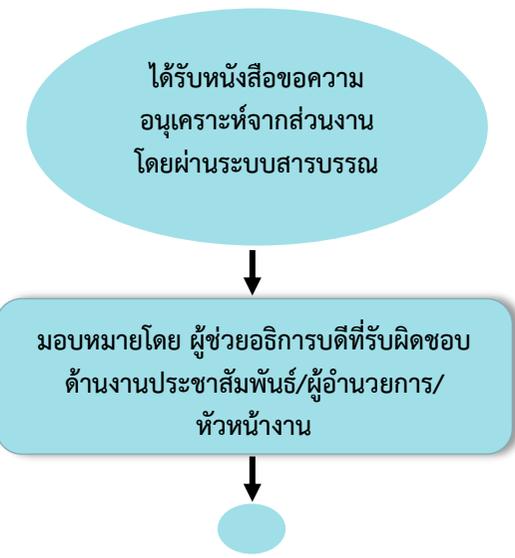
ผังกระบวนการ/งาน (Work Flow)

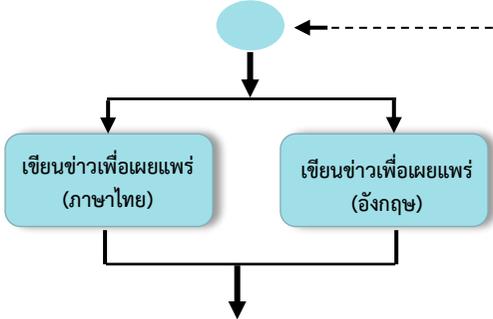
ชื่อผังกระบวนการ “กระบวนการดำเนินการเกี่ยวกับขั้นตอนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน
ของงานประชาสัมพันธ์ กองกลางสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา”

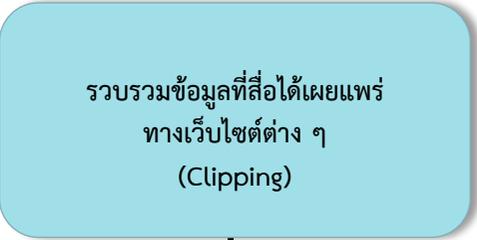
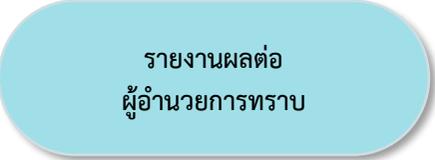
ข้อกำหนดสำคัญของกระบวนการ จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

ตัวชี้วัดสำคัญของกระบวนการ ความถูกต้องของการดำเนินการตามขั้นตอนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

ตารางที่ ๒ แสดงผังกระบวนการการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

ที่	ผังกระบวนการ 	ระยะ เวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	ผู้รับผิดชอบ
๑.		๑ ชั่วโมง	<p>รับเรื่องจากคณะ/ส่วนงาน โดยมีรายละเอียดของโครงการฯ ที่เผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อมวลชน</p> <p>โดยได้รับการมอบหมายจาก ผู้ช่วยอธิการบดีที่รับผิดชอบด้านงานประชาสัมพันธ์/ ผู้อำนวยการ/ หัวหน้างาน</p>	การกำหนดรายละเอียดของโครงการฯ ที่จะดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	รายละเอียดโครงการที่จะเผยแพร่	นักประชาสัมพันธ์

ที่	ผังกระบวนการ 	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	ผู้รับผิดชอบ
๒.		๓๐ นาที	เขียนข่าวเพื่อเผยแพร่ในโรงงานโดยผ่านการกลั่นกรองที่ถูกต้องโดยผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร	เอกสาร หรือข้อมูลที่ผ่านมา การตรวจสอบพร้อมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	ข้อมูลที่ต้องการ	นักประชาสัมพันธ์
๓.		๑ ชั่วโมง	เนื้อหาข่าวรายละเอียดที่จะเผยแพร่ เพื่อให้ผู้บริหารพิจารณา ก่อนประชาสัมพันธ์ออกไป	เอกสาร หรือข้อมูลที่ผ่านมา การตรวจสอบพร้อมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	ข้อมูลที่ต้องการ	นักประชาสัมพันธ์
๔.		๑ วัน	ต้อนรับสื่อมวลชนในโรงงาน พร้อมทั้งให้ข้อมูล ส่งเนื้อหาให้สื่อฯ ทั้งที่เข้าร่วมงาน และเครือข่ายที่ไม่ได้ร่วมงาน ผ่านช่องทางออนไลน์	เอกสารหรือข้อมูลที่ผ่านมา การตรวจสอบ พร้อมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	ข้อมูลที่ต้องการ	นักประชาสัมพันธ์

ที่	ผังกระบวนการ 	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	ผู้รับผิดชอบ
๕.		๑ วัน	ส่งเนื้อหาข่าวให้สื่อฯ ทั้งที่เข้าร่วมและเครือข่ายที่ไม่ได้มาร่วมงาน (e-mail, line, infographic)	เอกสารหรือข้อมูล ที่ผ่านการตรวจสอบพร้อมเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์	ข้อมูลที่ต้องการ	นักประชาสัมพันธ์
๖.		๑ วัน	รวบรวมแหล่งข่าวที่ได้เผยแพร่ทุกช่องทางจากสื่อมวลชน - เพจสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดชลบุรี - เพจสวท.ชลบุรี - เพจแจ้งข่าวชลบุรี - เพจข่าวสุรศักดิ์ - เพจข่าวบูรพานิวส์ต่อทคอมฯลฯ	ลิงก์ (link) ข่าวสาร ที่ได้รับการเผยแพร่	ลิงก์ (link) ข่าวที่ได้รับการเผยแพร่	นักประชาสัมพันธ์
๗.		๒ ชั่วโมง	รายงานผลโดยจัดทำบันทึกข้อความพร้อมเอกสารที่ได้รับการเผยแพร่ต่อผู้อำนวยการทราบ	บันทึกข้อความพร้อมเอกสารที่ได้รับการเผยแพร่	บันทึกข้อความพร้อมเอกสารที่ได้รับการเผยแพร่	นักประชาสัมพันธ์

ผังกระบวนการ/งาน (Work Flow)

ชื่อผังกระบวนการ “กระบวนการดำเนินการเกี่ยวกับขั้นตอนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

ของงานประชาสัมพันธ์ กองกลางสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา”

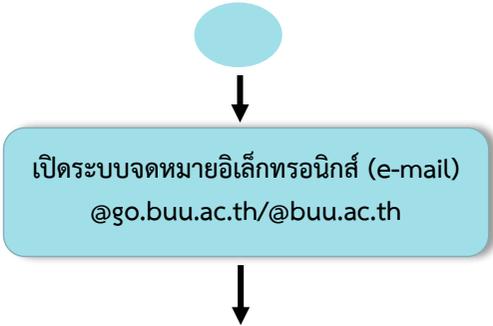
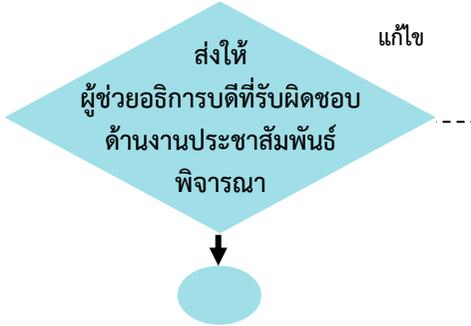
ข้อกำหนดสำคัญของกระบวนการ ระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ของงานประชาสัมพันธ์

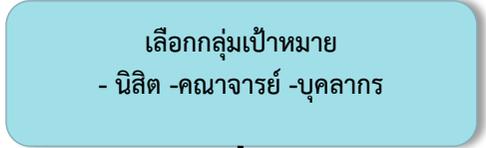
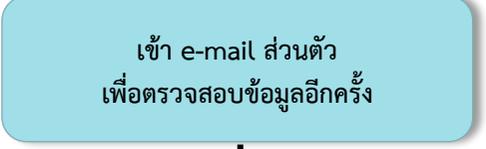
ตัวชี้วัดสำคัญของกระบวนการ ความถูกต้องของการดำเนินการตามขั้นตอนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

ของงานประชาสัมพันธ์

ตารางที่ ๓ แสดงผังกระบวนการการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ของงานประชาสัมพันธ์

ที่	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	ผู้รับผิดชอบ
๑.		๓๐ นาที	เตรียมข้อมูลต้นฉบับ	ทำตามขั้นตอนอย่างถูกต้องเป็นระบบ	เอกสารแนบในการประชาสัมพันธ์	นักประชาสัมพันธ์
๒.		๑ วัน	บันทึกข้อความผ่านการกลั่นกรองจากผู้บังคับบัญชาการที่ได้รับมอบหมาย	ทำตามขั้นตอนอย่างถูกต้องเป็นระบบ	เอกสารแนบในการประชาสัมพันธ์	นักประชาสัมพันธ์

ที่	ผังกระบวนการ 	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	ผู้รับผิดชอบ
๓.		๓๐ นาที	เข้าสู่ระบบระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) มหาวิทยาลัย โดยกรอก Username และ Password	ทำตามขั้นตอนอย่างถูกต้องเป็นระบบ	เอกสารที่จะแนบในการประชาสัมพันธ์	นักประชาสัมพันธ์
๔.		๑๕ นาที	การกรอกข้อมูลตามช่องต่าง ๆ ครบถ้วนและปรับตกแต่งให้สวยงามน่าอ่าน	ทำตามขั้นตอนอย่างถูกต้องเป็นระบบ	เอกสารที่จะแนบในการประชาสัมพันธ์	นักประชาสัมพันธ์
๕.		๓๐ นาที	เนื้อหาข่าวรายละเอียดที่จะเผยแพร่ให้ผู้บริหารพิจารณาก่อนที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์ออกไป	ทำตามขั้นตอนอย่างถูกต้องเป็นระบบ	เอกสารที่จะแนบในการส่งระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	นักประชาสัมพันธ์

ที่	ผังกระบวนการ 	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	ผู้รับผิดชอบ
๖.		๓๐ นาที	เข้าสู่ระบบอีเมลมหาวิทยาลัย อัพโหลดรูปภาพ และเนื้อหา ให้ถูกต้องสวยงาม	ทำตามขั้นตอนอย่าง ถูกต้องเป็นระบบ	เอกสารที่จะแนบ ในการ ประชาสัมพันธ์	นักประชาสัมพันธ์
๗.		๕ นาที	เข้าสู่ระบบอีเมลมหาวิทยาลัย โดยการกรอก Username และ Password	ทำตามขั้นตอนอย่าง ถูกต้องเป็นระบบ	เอกสารที่จะแนบ ในการส่งจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์	นักประชาสัมพันธ์
๘.		๕ นาที	เข้าระบบ e-mail ส่วนตัว เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง	ทำตามขั้นตอนอย่าง ถูกต้องเป็นระบบ	เอกสารที่จะแนบ ในการส่งจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์	นักประชาสัมพันธ์
๙.		๑๐ นาที	แจ้งกลับส่วนงาน ว่าได้ดำเนินการ ส่ง e-mail ให้ส่วนงานแล้ว	ทำตามขั้นตอนอย่าง ถูกต้องเป็นระบบ	เอกสารที่จะแนบ ในการส่งจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์	นักประชาสัมพันธ์

๓.๒ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

กระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนและระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ของงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา มีขั้นตอน ตามที่แสดงในตารางที่ ๔ ดังนี้

๑. ขั้นตอนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

ขั้นตอน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา
๑. รับโครงการ และประชุมเพื่อสรุปเนื้อหาและแนวทางในการจัดทำข่าวจากหัวหน้า หรือผู้บังคับบัญชา	นักประชาสัมพันธ์	๑ ชั่วโมง
๒. เขียนข่าวให้เหมาะสม ตามวัตถุประสงค์พร้อมเผยแพร่ในวันงาน	นักประชาสัมพันธ์	๓๐ นาที
๓. เผยแพร่ให้สื่อมวลชน ทุกแพลตฟอร์ม	นักประชาสัมพันธ์	๓๐ นาที
๔. หาแหล่งข้อมูลที่สื่อมวลชนได้นำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยนำลิงก์ (link) ของข่าวดังกล่าวมาเขียนรายงานผู้บังคับบัญชา	นักประชาสัมพันธ์	๒ ชั่วโมง
๕. ทำบันทึกข้อความรายงานกิจกรรมที่สื่อได้เผยแพร่ให้ผู้บังคับบัญชาทราบ	นักประชาสัมพันธ์	๒ ชั่วโมง

ตารางที่ ๔ ขั้นตอนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๒. เขียนข่าวให้เหมาะสม ตามวัตถุประสงค์พร้อมเผยแพร่

มีการพาดหัวข่าวที่น่าสนใจ ถูกต้อง อีกทั้งเนื้อหาของข่าวต้องผ่านการตรวจสอบจากผู้บังคับบัญชาก่อนเผยแพร่ ตามที่แสดงในภาพที่ ๙ ดังนี้

BUU NEWS
BURAPHA UNIVERSITY
WISDOM OF THE EAST
ฉบับที่ 22 มิถุนายน 2567

PRESS RELEASES

ม.บุรพา...เป็นเจ้าภาพจัดการประชุมระดับประเทศ (ทปอ.)
พร้อมนำเสนอผลงานและผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและงานวิจัย
สู่ผลงานนวัตกรรมใหม่แห่งภาคตะวันออก

มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมสามัญที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย (ทปอ.) และสมาคมที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย ครั้งที่ ๓/๒๕๖๗ เมื่อวันที่ ๒๑ - ๒๒ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๗ ณ ห้องประชุมเทาทอง ๑ ชั้น ๒ ศูนย์ปฏิบัติการโรงแรมมหาวิทยาลัยบูรพา ตามที่ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย กำหนดจัดประชุมสามัญ ทปอ. และสมาคม ทปอ.ปีละ ๖ ครั้ง โดยมีการแลกเปลี่ยนหมุนเวียนกันเป็นเจ้าภาพในการจัดการประชุมฯ ดังกล่าว ทั้งนี้มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมฯ และถือเป็นการให้เกียรติมหาวิทยาลัยบูรพา ได้มีโอกาสเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมระดับประเทศในครั้งนี้ โดยการประชุมเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกันพิจารณาประเด็นปัญหาในประเด็นต่าง ๆ รวมถึงรายงานผลการดำเนินงานของคณะกรรมการตามโครงสร้างของ ทปอ. อีกทั้ง เพื่อเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันที่เป็นสมาชิก ทปอ. ซึ่งโครงการจัดประชุมนี้ ยังมีความสอดคล้องต่อนโยบายและยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา ในเรื่องของการยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่มาตรฐานสากล และการสร้างบุคลากรคุณภาพสนองต่อความต้องการของพื้นที่ภาคตะวันออก และการนำมหาวิทยาลัยสู่การเป็นที่ยอมรับในระดับสากลอีกด้วย

ทั้งนี้ รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ กาสลัก อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา กล่าวต้อนรับสมาชิก ทปอ. ที่เข้าร่วมประชุม พร้อมทั้งกล่าวแนะนำมหาวิทยาลัย และแนะนำผู้บริหารมหาวิทยาลัยบูรพา จากนั้นได้มีการประชุมสามัญที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย และสมาคมที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย ครั้งที่ ๓/๒๕๖๗

ภายหลังการประชุมฯ ได้มีการนำเสนอผลงานและผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและงานวิจัยสู่ผลงานนวัตกรรมใหม่แห่งภาคตะวันออก เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผลงานและผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ได้เป็นที่รู้จักในวงกว้างอันจะส่งผลในระยะยาวจากระดับภาค สู่ระดับประเทศและระดับสากลต่อไป

www.buu.ac.th มหาวิทยาลัยบูรพา @theonebuu BuraphaUniversity @buuofficial

ภาพที่ ๙ การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๓. เผยแพร่ให้สื่อมวลชน ทุกแพลตฟอร์ม

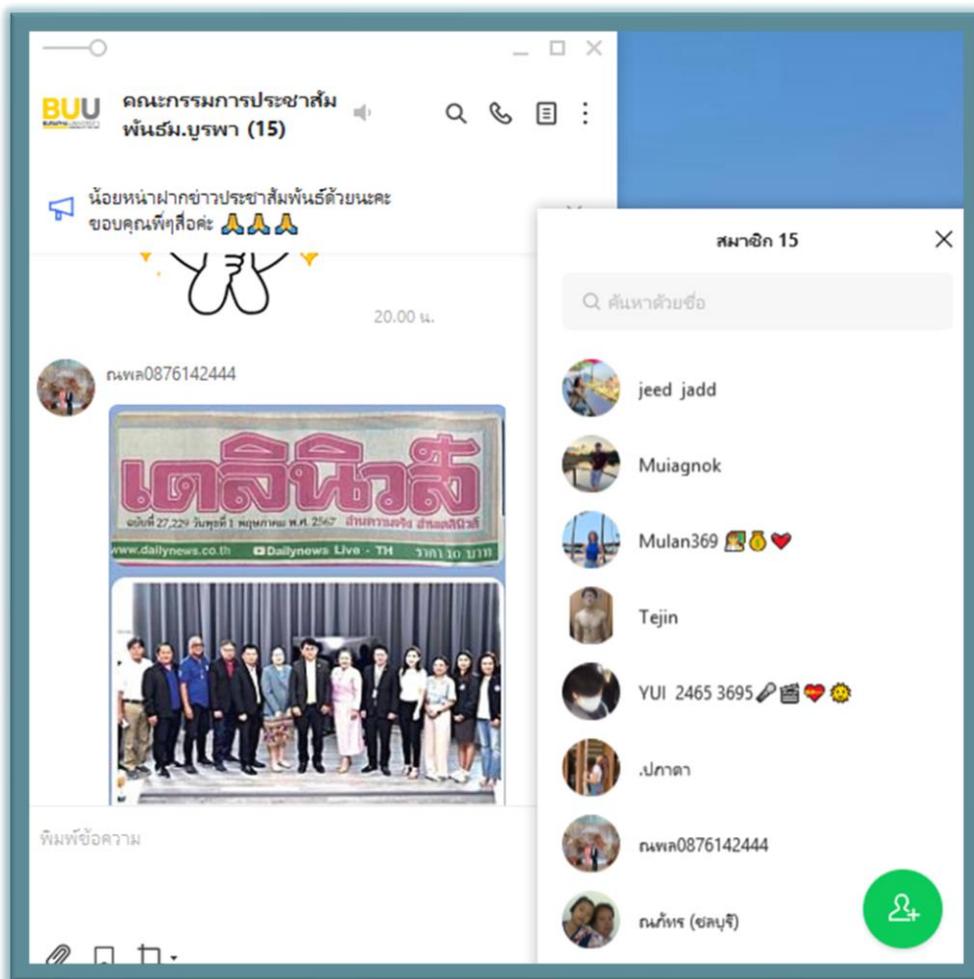
เผยแพร่ให้สื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์ (line) โดยผู้วิเคราะห์ ได้สร้างกลุ่มไลน์ (line) ของทีมสื่อมวลชนในกรุงเทพและจังหวัดชลบุรี จากนั้นส่งผ่านช่องทางอีเมล ช่องทางไลน์ (line) ส่วนตัวให้กับสื่อมวลชน โดยการสร้างกลุ่มไลน์ (line) มี ๕ กลุ่ม ด้วยกันดังนี้

๓.๑ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) คณะกรรมการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ สื่อสารองค์กร และเสริมสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพา ประกอบด้วยสมาชิกทั้งหมด ๑๕ คน ตามที่แสดงในตาราง ที่ ๕ ดังนี้

๓.๑ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) คณะกรรมการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ สื่อสารองค์กรและเสริมสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพา	
ลำดับที่	รายชื่อเพจ
๑.	เพจชอบจิงบางแสน
๒.	เพจMGR Online ภาคกลาง-ตะวันออก
๓.	เพจ EEC News Online
๔.	เพจสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดชลบุรี - Chonburi PR
๕.	เพจสวท. สถาบันวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดชลบุรี
๖.	เพจสนามข่าวชลบุรี
๗.	เพจเดลินิวส์
๘.	เพจข่าวทั่วไทย
๙.	เพจชลนิวส์ออนไลน์
๑๐.	เพจมติชนออนไลน์
๑๑.	เพจข่าวดังทั่วทิศ
๑๒.	เพจชลทีวีออนไลน์
๑๓.	เพจข่าวชลบุรีออนไลน์
๑๔.	เพจแจ้งข่าวชลบุรี
๑๕.	เพจหนังสือพิมพ์ ซี.เอช.โพสต์
๑๖.	เพจเพื่อนข่าวเรารักกันชลบุรี
๑๗.	เพจสมาคมผู้สื่อข่าว-ช่างภาพสายเจาะจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ ๕ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) คณะกรรมการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ สื่อสารองค์กร และเสริมสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพา
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

กลุ่มไลน์ (line) คณะกรรมการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ ตามที่แสดงในภาพที่ ๑๐ ดังนี้



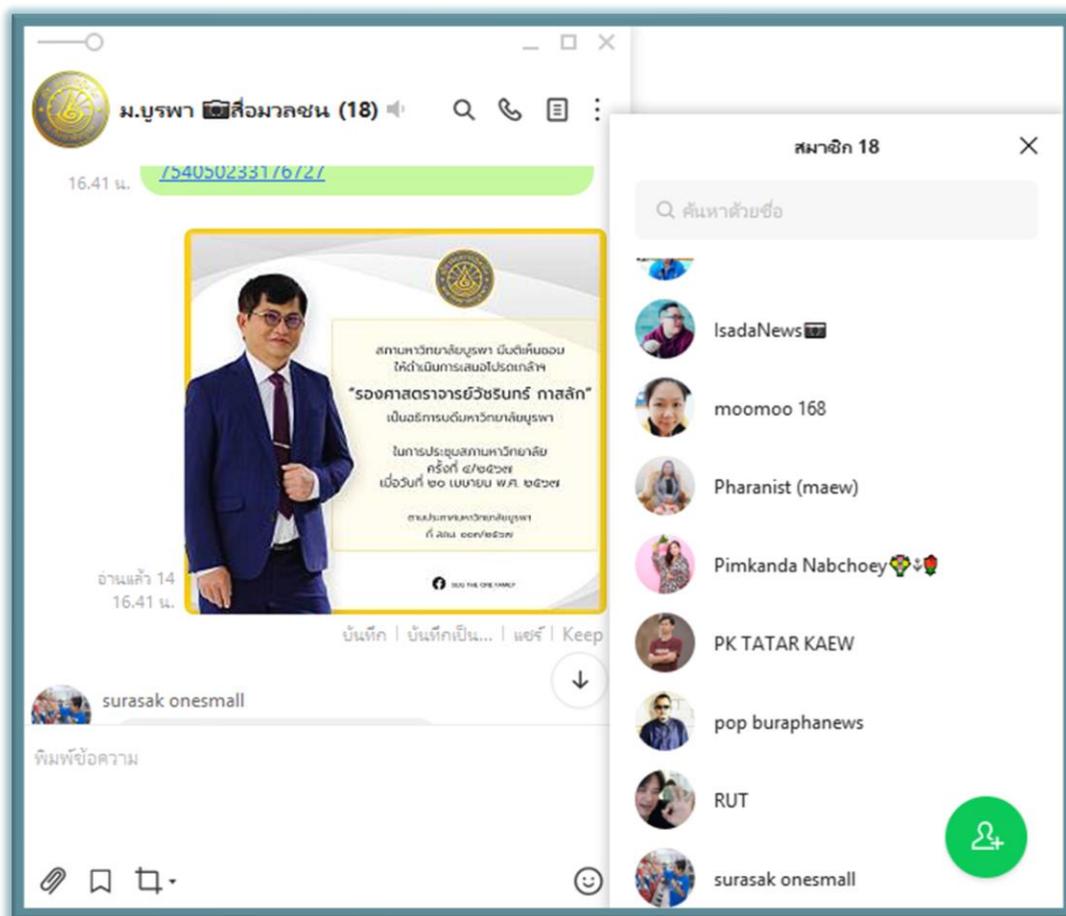
ภาพที่ ๑๐ กลุ่มไลน์ (line) คณะกรรมการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ (ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๓.๒ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) สื่อมวลชนที่อยู่ในชลบุรี และศรีราชา ประกอบด้วยสมาชิกทั้งหมด ๒๐ คน ตามที่แสดงในตารางที่ ๖ ดังนี้

๓.๒ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) สื่อมวลชนที่อยู่ในชลบุรี และศรีราชา	
ลำดับที่	รายชื่อเพจ
๑.	เพจชลบุรีวันนี้
๒.	เพจบูรพานิวส์ดอทคอม
๓.	เพจข่าวข่าวศรีราชาท้องถิ่น
๔.	หนังสือพิมพ์สยามนิวส์
๕.	เพจข่าว Yes ข่าวศรีราชา
๖.	เพจข่าวสุรศักดิ์ท้องถิ่น
๗.	เพจข่าวชลบุรีออนไลน์
๘.	เพจอินไซด์ชลบุรี
๙.	เพจชลบุรีชาแนล
๑๐.	เพจช่างน้อยนักข่าว
๑๑.	เพจ Nakwaiyimchonburi
๑๒.	ChonBuri wannee
๑๓.	หนังสือพิมพ์ซี.เอส.โพสต์ชลบุรี
๑๔.	เวิร์คพอยท์
๑๕.	เพจท็อปนิวส์
๑๖.	เพจอีจัน
๑๗.	เพจข่าวชล
๑๘.	เพจชลบุรีโพสต์
๑๙.	เพจไทยโพสต์
๒๐.	เพจตะวันใหม่นิวส์ (เจาะข่าวเด็ด)

ตารางที่ ๖ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) สื่อมวลชนที่อยู่ในชลบุรี และศรีราชา
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

กลุ่มไลน์ (line) สื่อมวลชนที่อยู่ในชลบุรี และศรีราชา ตามที่แสดงในภาพที่ ๑๑ ดังนี้



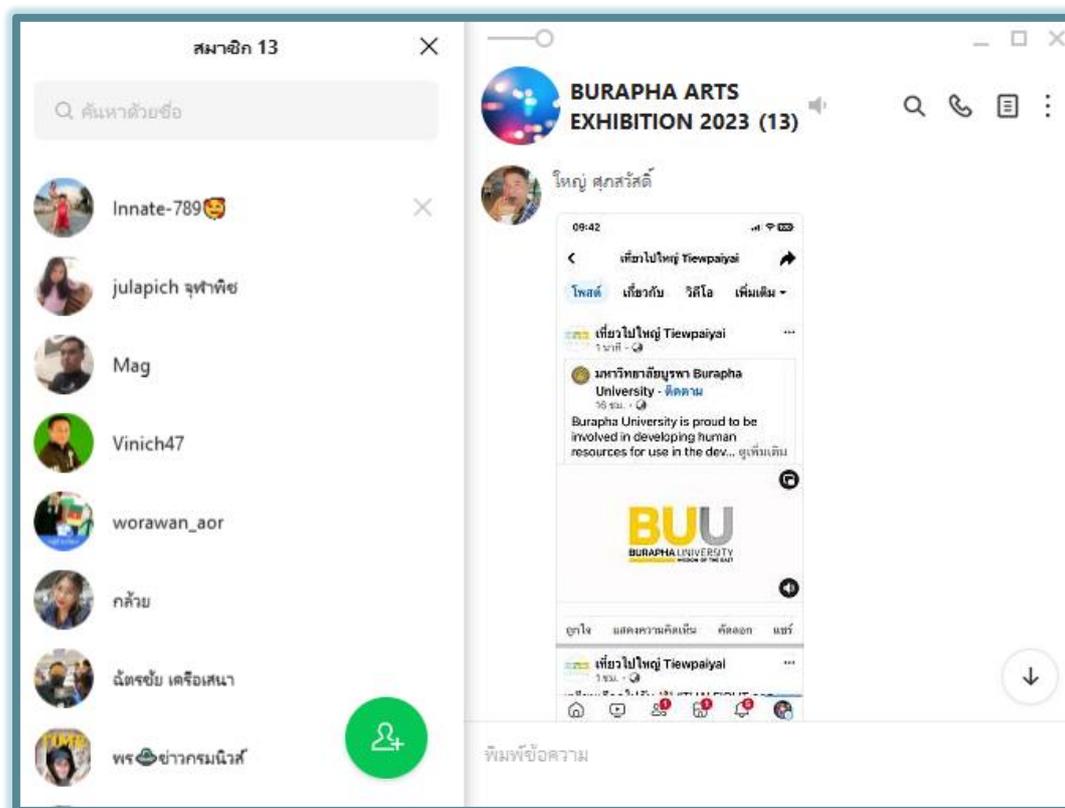
ภาพที่ ๑๑ การสร้างกลุ่ม line ของทีมสื่อมวลชนในจังหวัดชลบุรี และศรีราชา
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๓.๓ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) ของสื่อกรุงเทพฯ สื่อจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ประกอบด้วย สมาชิกทั้งหมด ๑๓ สื่อ ตามที่แสดงในตารางที่ ๗ ดังนี้

๓.๓ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) ของสื่อกรุงเทพฯ สื่อจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)	
ลำดับที่	รายชื่อเพจ
๑.	เพจinnewsthailand
๒.	๑๐๘newstravel
๓.	เพจพิมพ์ไทยออนไลน์นิวส์ www.facebook.com/pimthai.net
๔.	www.pimthai.net
๕.	www.khaokromnews.com
๖.	สถานีวิทยุกรมการพลังงานทหาร สถานีวิทยุกรมการขนส่งทางบก
๗.	หนังสือพิมพ์พิมพ์ไทย
๘.	เพจเวทีข่าวหนังสือพิมพ์เวทีสื่อ
๙.	หนังสือพิมพ์ ๕ เหล่าทัพ
๑๐.	เพจไทยคู่ฟ้า
๑๑.	เพจทัวฟ้าเมืองไทย http://www.tourfamuangthai.com/
๑๒.	เพจแชร์ข่าวเล่ากระแส
๑๓.	เพจสำนักข่าวความมั่นคง
๑๔.	เพจvnnthailand
๑๕.	เพจข่าวกรรมนิวส์
๑๖.	เพจsociallifebusiness

ตารางที่ ๗ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) ของสื่อกรุงเทพฯ สื่อจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

กลุ่มไลน์ (line) ของสื่อกรุงเทพฯ สื่อจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
ตาม que แสดงในภาพที่ ๑๒ ดังนี้



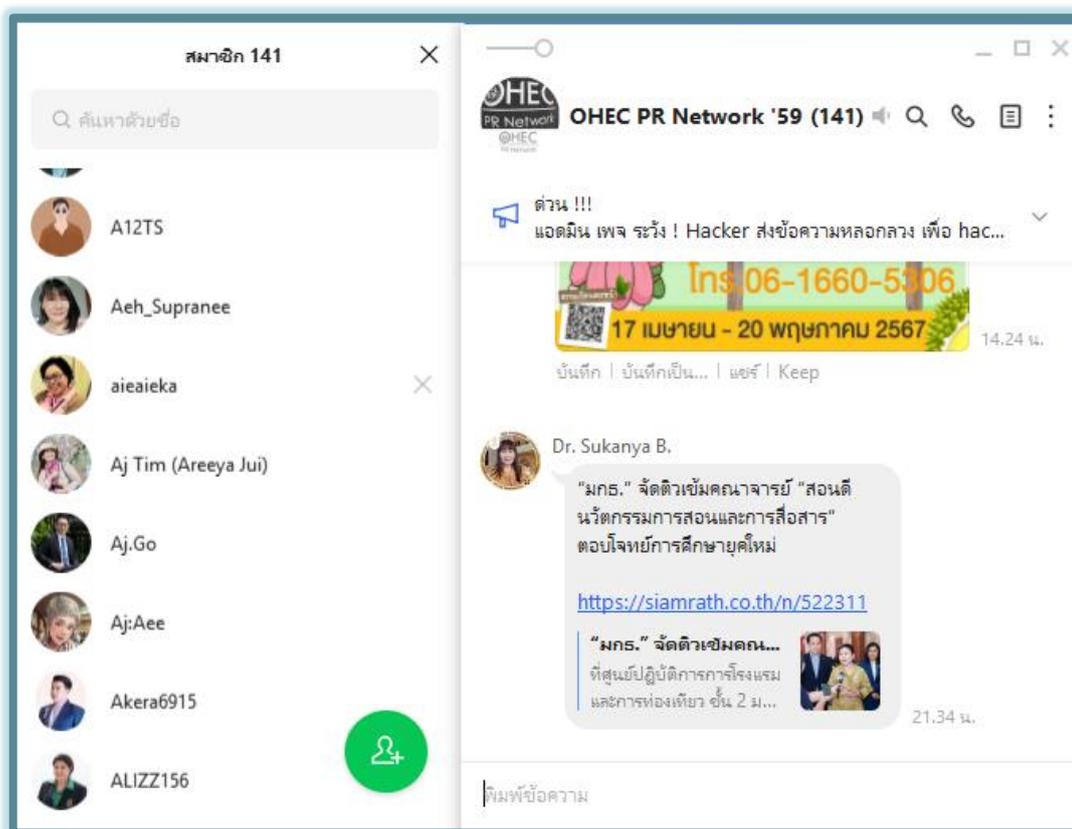
ภาพที่ ๑๒ กลุ่มไลน์ (line) ของสื่อกรุงเทพฯ สื่อจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๓.๔ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) เครือข่าย OHEC PR Network ประกอบด้วย สมาชิกทั้งหมด ๑๔๑ สื่อ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นเครือข่ายของทุกมหาวิทยาลัย จึงขอยกตัวอย่างตามตารางที่ ๘ ดังนี้

๓.๔ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) เครือข่าย OHEC PR Network	
ลำดับที่	รายชื่อประชาสัมพันธ์ทุกมหาวิทยาลัย
๑.	ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๒.	ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น
๓.	ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา
๔.	ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
๕.	ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
๖.	ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
๗.	ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมรภ.บุรีรัมย์
๘.	ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๙.	ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น
๑๐.	ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๑.	กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ตารางที่ ๘ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) เครือข่าย OHEC PR Network
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

กลุ่มไลน์ (line) เครือข่าย OHEC PR Network ตามที่แสดงในภาพที่ ๑๓ ดังนี้



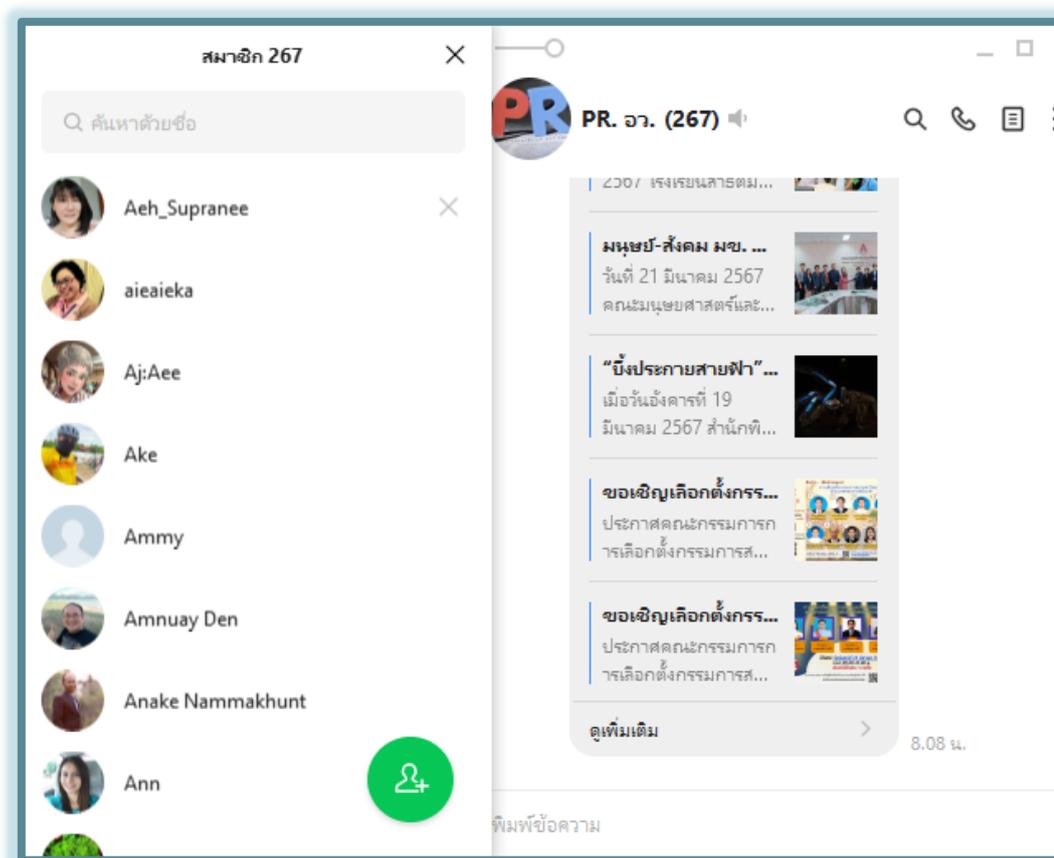
ภาพที่ ๑๓ กลุ่มไลน์ (line) เครือข่าย OHEC PR Network
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๓.๕ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) สื่อเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อว.) ประกอบด้วยสมาชิกทั้งหมด ๒๖๗ คน ตามที่แสดงในตารางที่ ๙ ดังนี้

๓.๕ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) สื่อเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อว.)	
ลำดับที่	รายชื่อเครือข่ายประชาสัมพันธ์ทุกมหาวิทยาลัย
๑.	เครือข่ายประชาสัมพันธ์ทุกมหาวิทยาลัย
๒.	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
๓.	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
๔.	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
๕.	มหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ
๖.	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
๗.	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
๘.	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๙.	เครือข่ายประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
๑๐.	มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ตารางที่ ๙ ตารางรายชื่อสื่อในกลุ่มไลน์ (line) สื่อเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อว.)
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

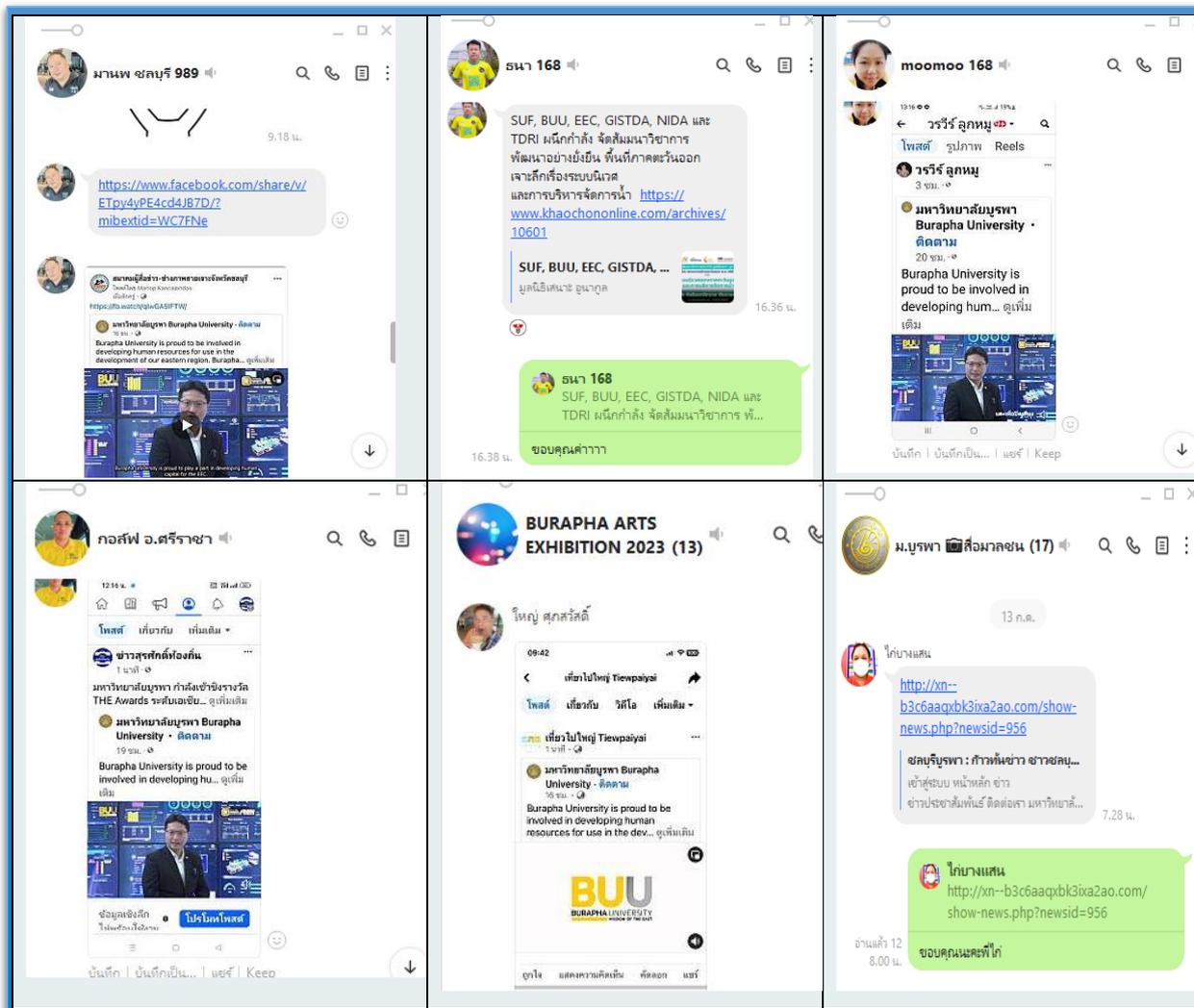
กลุ่มไลน์ (line) เครือข่ายประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อว.) ตามที่แสดงในภาพที่ ๑๔ ดังนี้



ภาพที่ ๑๔ กลุ่มไลน์ (line) เครือข่ายประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อว.)
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๔. แหล่งข้อมูลที่สื่อมวลชนได้นำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ได้คัดลอกมาเขียนรายงานผู้บังคับบัญชา ซึ่งได้แก่ เพจต่าง ๆ โดยนำลิงก์ (link) ที่ได้คัดลอกและทำการรายงานให้ผู้บังคับบัญชาทราบต่อไป ตามที่แสดงในภาพที่ ๑๕ ดังนี้



ภาพที่ ๑๕ แหล่งข้อมูลที่สื่อมวลชนได้นำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๕. ทำบันทึกข้อความกิจกรรมที่สื่อได้เผยแพร่ให้ผู้บังคับบัญชาทราบ

ได้รับความอนุเคราะห์จากสื่อได้บ้าง จำนวนที่สื่อ ตัวอย่างเช่น ข่าวมหาวิทยาลัยบูรพากำลังเข้าชิงรางวัล THE Awards ระดับเอเชีย เพื่อเพิ่มการรับรู้และการมองเห็นให้กับมหาวิทยาลัยบูรพาในระดับประเทศ และระดับสากล ตามที่แสดงในภาพที่ ๑๖ ดังนี้

 <p style="text-align: center;">บันทึกข้อความ</p> <p>ส่วนงาน สำนักงานอธิการบดี กองกลาง งานประชาสัมพันธ์ โทร. ๒๑๒๑ ที่ วันที่ ๒๒ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๗ เรื่อง ขอรายงานการเผยแพร่ข่าวออนไลน์</p> <p>เรียน ผู้อำนวยการกองกลาง</p> <p>ตามที่มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับการคัดเลือกให้เข้าชิงรางวัล THE Awards 2024 นั้น งานประชาสัมพันธ์กองกลาง ได้จัดทำข่าวและส่งไปสื่อมวลชนเรียบร้อยแล้ว โดยได้มีการเผยแพร่ผลการแข่งขันทางช่องทางออนไลน์ (ตามเอกสารแนบ) ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. เพจ Leaderstoday online อีเมลที่ : https://vt.tiktok.com/ZSFr2yFML/ ๒. เพจเที่ยวใหญ่ Tiewpaaiyai อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๓. สมาคมผู้สื่อข่าว-ช่างภาพสายทะเลจังหวัดชลบุรี อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๔. เพจข่าวสารชลบุรีวันนี้ อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๕. เพจ ชลบุรี ชานนถ อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๖. เพจ บูรพานิวส์ดอทคอม อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๗. เพจนักวิจัย อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๘. เพจ Boonsong Kamsa-and อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๙. เพจ Thaiscimagepub อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๑๐. เพจ Yes ข่าวศรีราชา อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 	<ol style="list-style-type: none"> ๑๑. เพจ Manop Kancajondas อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๑๒. เพจ Panpan Ya อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๑๓. เพจ วรวิทย์ อุทกญ อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๑๔. เพจ ข่าวสุรศักดิ์ห้องเย็น อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๑๕. ข่าวศรีราชาท้องถิ่น อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๑๖. เพจ カーオチョンシラチャ オンライン อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 ๑๗. เพจ ข่าวชลบุรีออนไลน์ อีเมลที่ : https://www.facebook.com/buu.ac.th/videos/905464601270929 <p style="text-align: center;">จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ</p> <p style="text-align: right;">  (นางนลินรัตน์ อ่ำคำง) นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ </p>
---	--

ภาพที่ ๑๖ บันทึกข้อความกิจกรรมที่สื่อได้เผยแพร่ให้ผู้บังคับบัญชาทราบ
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๒. ขั้นตอนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ตามที่แสดงในตารางที่ ๑๐ ดังนี้

ขั้นตอน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา
๑. รับข้อมูล คำสั่งจากระบบ E-document โดยได้รับคำสั่งจากรองอธิการบดี/ผู้อำนวยการ	นักประชาสัมพันธ์	๑ วัน
๒. ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาที่จะทำการเผยแพร่ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)	นักประชาสัมพันธ์	๑ วัน
๓. เปิดระบบอีเมลของมหาวิทยาลัย โดยใช้อีเมล @go.buu.ac.th และ@buu.ac.th	นักประชาสัมพันธ์	๑๕ นาที
๔. วางรายละเอียดเนื้อหา พร้อมแนบตัวเอกสาร หรือลิงก์ (link) เนื้อหาที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์	นักประชาสัมพันธ์	๑๕ นาที
๕. กดส่งถึงผู้ต้องการให้ข่าวสารนั้นถึง ได้แก่ นิสิต บุคลากร และอาจารย์ (สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้)	นักประชาสัมพันธ์	๕ นาที

ตารางที่ ๑๐ ขั้นตอนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๑. รับข้อมูลคำสั่งจากระบบ E-document โดยได้รับคำสั่งจากรองอธิการบดี/ผู้อำนวยการ ตัวอย่างเช่น การให้ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) การสำรวจความคิดเห็นของนิสิตต่อการจัดการเรียนการสอน ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา ๒๕๖๗ ระหว่างวันที่ ๑ มีนาคม - ๑ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๗ ตามที่แสดงในภาพที่ ๑๗ ดังนี้

ส่วนงาน สำนักงานอธิการบดี กองบริหารการศึกษ งานพัฒนาคุณภาพ โทร. ๒๗๑๖
 ที่ อว ๘๑๐๐/๐๑๗๑๙ วันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๗
 เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์เชิญชวนนิสิตทำการประเมินการจัดการเรียนการสอน ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา ๒๕๖๖

เรียน รองอธิการบดีฝ่ายแผนยุทธศาสตร์และนโยบาย

ตามที่มหาวิทยาลัยบูรพา กำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นของนิสิตต่อการจัดการเรียนการสอน ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา ๒๕๖๖ ระหว่างวันที่ ๑ มีนาคม - ๑ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๗ นั้น ฝ่ายวิชาการ โดยกองบริหารการศึกษ งานพัฒนาคุณภาพ ขอความอนุเคราะห์ให้กองกลาง งานประชาสัมพันธ์ แจ้งผ่านอีเมลของนิสิตทำการประเมินการจัดการเรียนการสอน ระหว่างวันที่ ๑ มีนาคม - ๑ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๗ (ยกเว้นวิทยาลัยนานาชาติ) โดยสามารถดาวน์โหลดไฟล์เอกสารประชาสัมพันธ์ได้ที่ <https://bit.ly/PRBUUAssessment>

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์และดำเนินการต่อไป จะขอบคุณยิ่ง


 (รองศาสตราจารย์สมถวิล จริตควร)
 รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

คำสั่งการมอบหมาย
งานจากรอง

ทราบ/ดำเนินการตามเสนอ


 ๒๐ ก.พ. ๒๕๖๗

เรียน รองอธิการบดีฝ่ายแผนยุทธศาสตร์และนโยบาย
 ๑. เพื่อประชาสัมพันธ์
 ๒. นางอัญญา...
 ดำเนินการต่อไป


 ๒๐ ก.พ. ๒๕๖๗
 ๒๖ ๕๕๕


 ๒๐ ก.พ. ๒๕๖๗

คำสั่งการ ที่ รองอธิการบดีฯ มอบหมายให้ นักประชาสัมพันธ์ ดำเนินการจัดส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มเป้าหมาย คือ ถึงนิสิตทุกชั้นปี

ภาพที่ ๑๗ การรับข้อมูล คำสั่งจากระบบ E-document
 (ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๒. ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาที่จะทำการเผยแพร่ผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

โดยทางคณะ/ส่วนงาน ได้ดำเนินการออกแบบเอกสารที่เผยแพร่ถึงนิสิตแนบมาในระบบ E-document ตามที่แสดงในภาพที่ ๑๘ ดังนี้

BUU QD
KUBANGPAH UNIVERSITY Quality Development

**ข้อเสนอนิสิตทำแบบประเมินการเรียนการสอน
ภาคปลาย ปีการศึกษา 2566**
ระหว่าง 1 มีนาคม - 1 เมษายน 2567

URL: <https://assess.buu.ac.th>

ออกใบวักยาลิขณชาติ

นิสิตทุกคน

- ★ ประเมินอาจารย์ผู้สอน (รายวิชา)
- ★ ให้ความเห็นต่อหลักสูตร

นิสิตชั้นปีสุดท้าย ระหว่างพจนมัตติจบ

- ๑ ประเมินการบรรลุ PLOs* ของหลักสูตร

*PLOs คือ สิ่งนิสิตทำได้เมื่อสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

กองบริหารการศึกษานามบัณฑิตวิทยาลัย 2716 2640

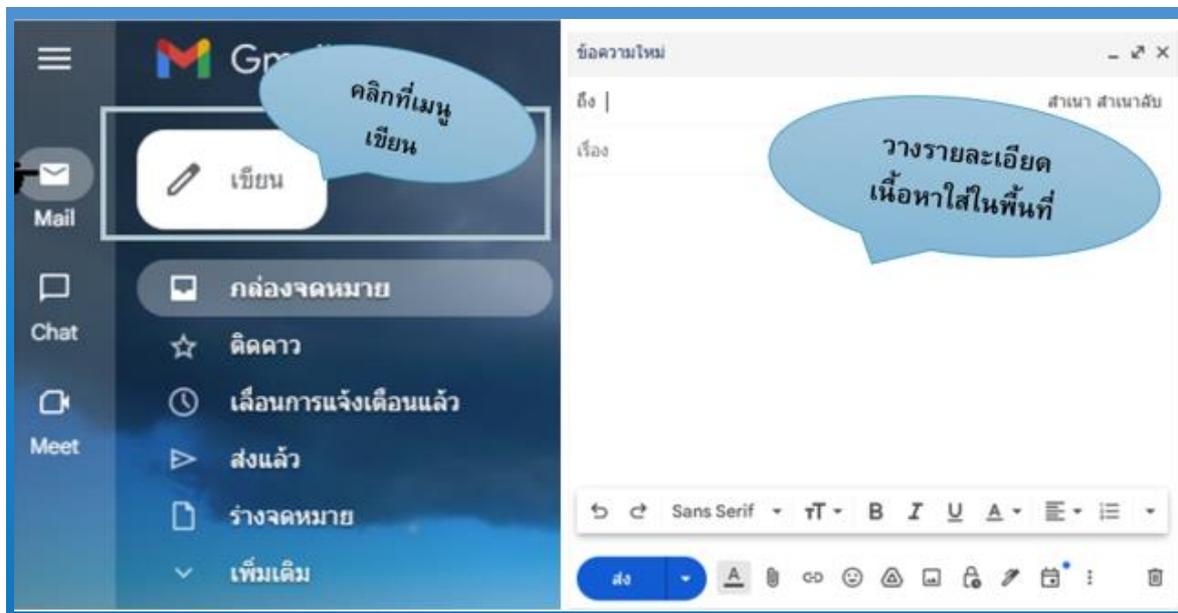
ภาพที่ ๑๘ ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๓. การเปิดระบบอีเมล (e-mail) ของมหาวิทยาลัย โดยใช้อีเมล @go.buu.ac.th และ@buu.ac.th จากนั้น เข้าสู่ระบบการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เข้าไปที่หน้าเว็บมหาวิทยาลัย www.buu.ac.th ของมหาวิทยาลัยการเข้าสู่ระบบ <https://accounts.google.com/> ตามที่แสดงในภาพที่ ๑๘ ดังนี้



ภาพที่ ๑๘ การเปิดระบบอีเมล (e-mail) ของมหาวิทยาลัย (ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๔. วางรายละเอียดเนื้อหา พร้อมแนบตัวเอกสาร หรือลิงก์ (link) เนื้อหาที่จะดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ การเข้าสู่หน้าต่างของระบบการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ตามที่แสดง ในภาพที่ ๒๐ ดังนี้



ภาพที่ ๒๐ วางรายละเอียดเนื้อหา พร้อมแนบตัวเอกสาร หรือลิงก์ (link)
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

การนำรายละเอียดมาวางก่อนเผยแพร่ เพื่อให้หัวหน้าตรวจสอบความถูกต้องก่อนเผยแพร่ตามที่แสดงในภาพที่ ๒๑ ดังนี้

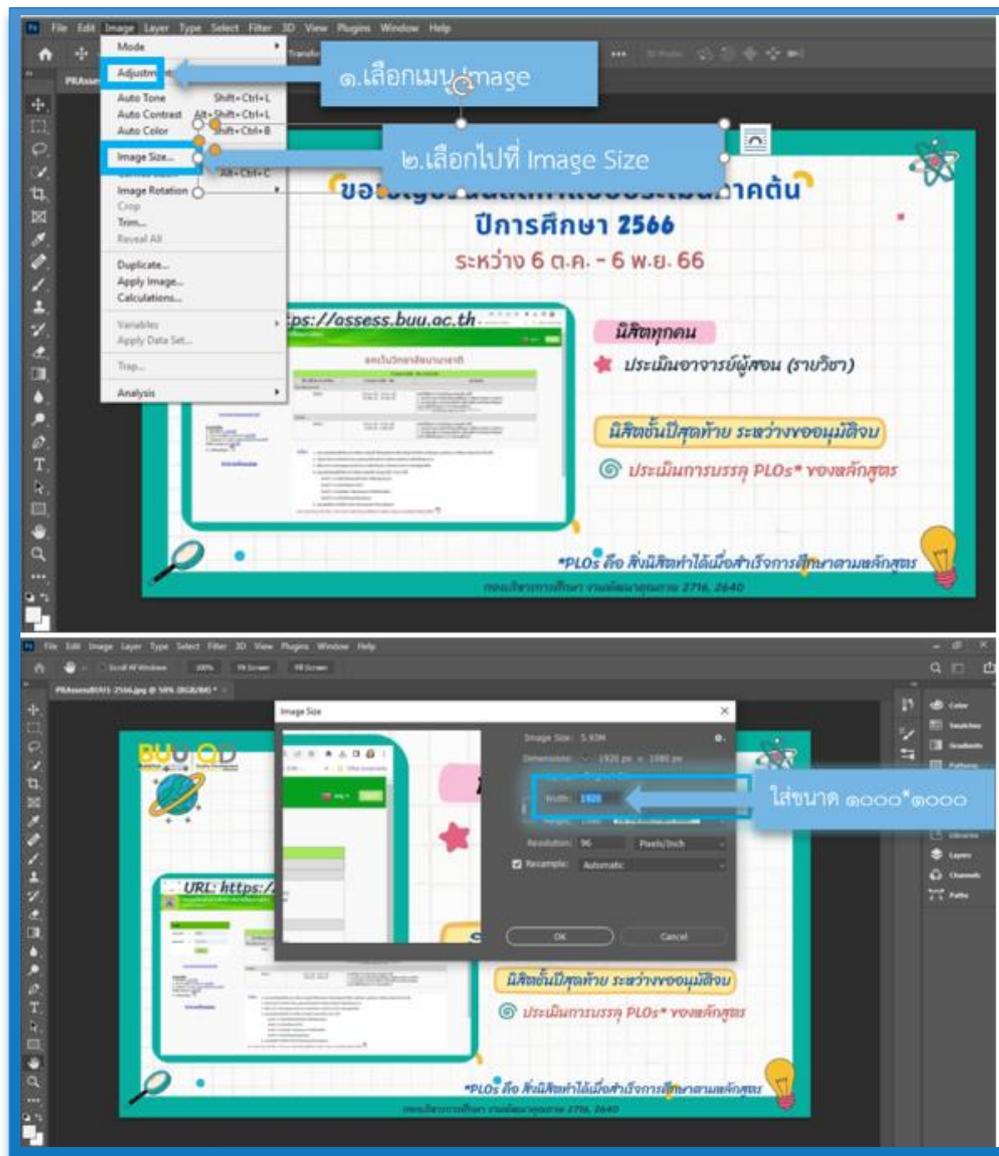
เรื่อง การสำรวจความคิดเห็นของนิสิตต่อการจัดการเรียนการสอน ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา ๒๕๖๖
เรียน นิสิตทุกท่าน

มหาวิทยาลัยบูรพา กำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นของนิสิตต่อการจัดการเรียนการสอน ภาคการศึกษา
ปลาย ปีการศึกษา ๒๕๖๖ ระหว่างวันที่ ๑ มีนาคม - ๑ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๗ รายละเอียดดังเอกสารแนบ
สามารถเข้าระบบได้ที่ <https://assess.buu.ac.th/new/>

งานประชาสัมพันธ์
มหาวิทยาลัยบูรพา

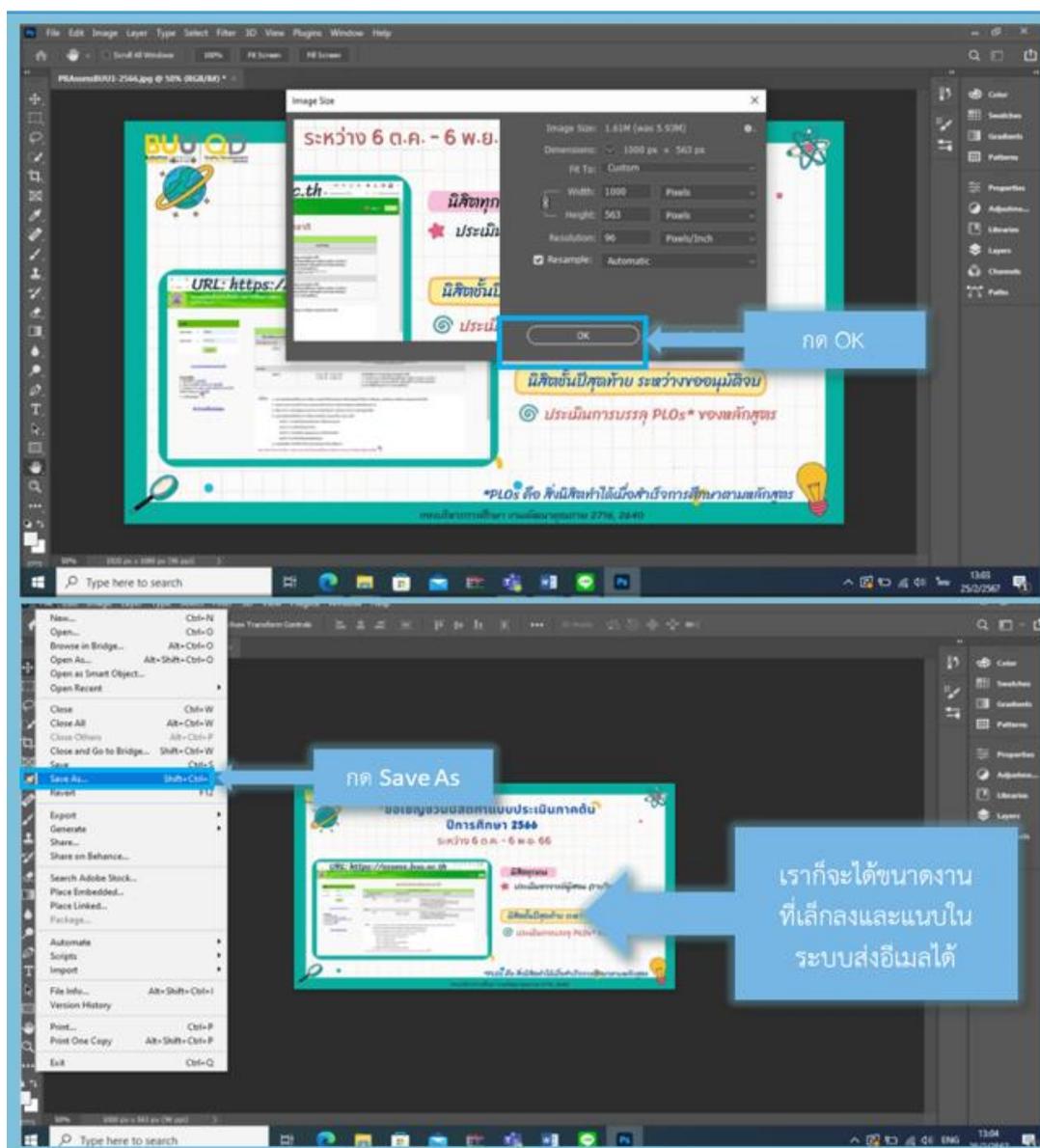
ภาพที่ ๒๑ การนำรายละเอียดมาวางก่อนเผยแพร่
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

การปรับขนาดเอกสารให้เล็กลง ควรนำเอกสารไปปรับขนาดให้เล็กลง โดยนักประชาสัมพันธ์ ได้ดำเนินการปรับขนาดของงานด้วยโปรแกรม Photoshop ตามที่แสดงในภาพที่ ๒๒ ดังนี้



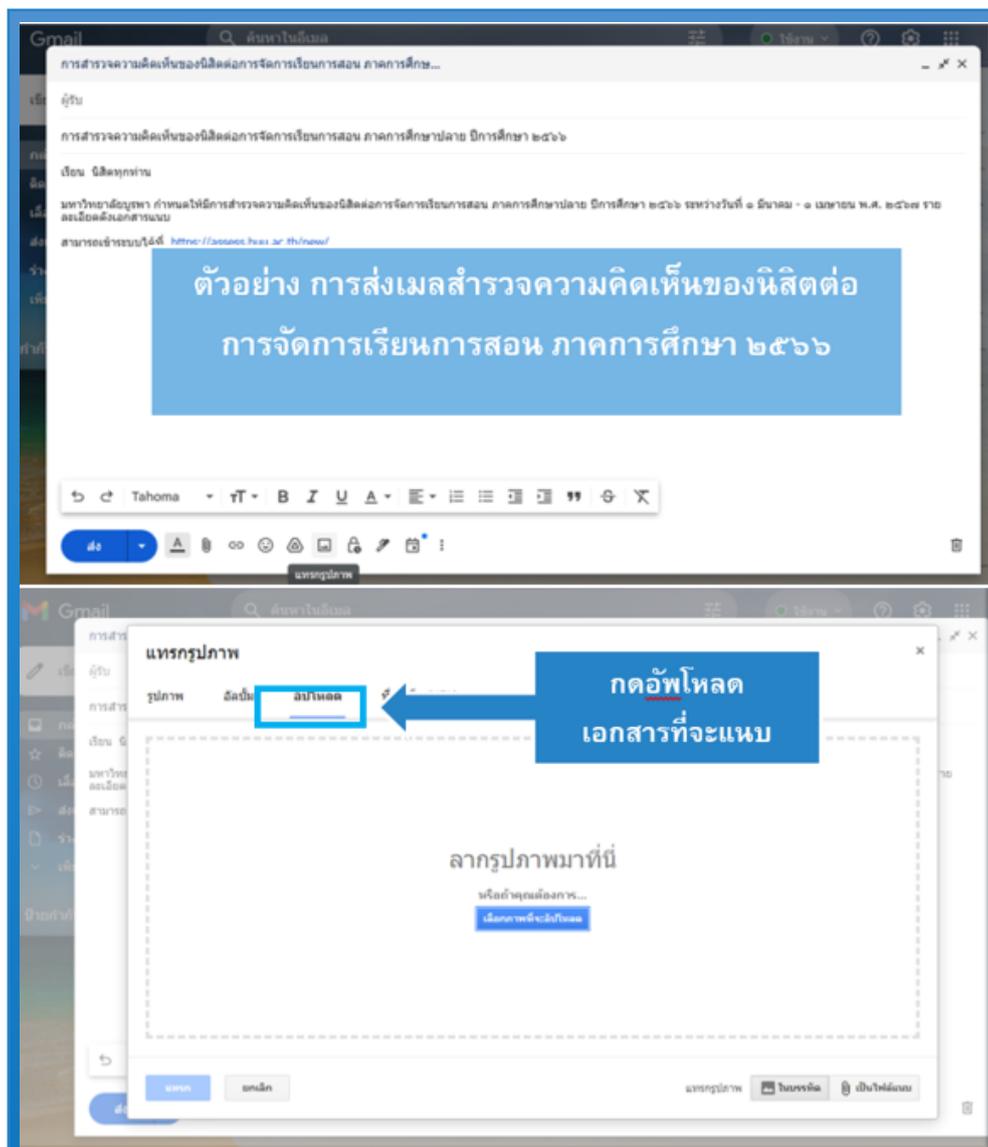
ภาพที่ ๒๒ การปรับขนาดเอกสารให้เล็กลง
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

กดบันทึก (Save As) งานก็จะได้ขนาดที่เล็กลง สามารถแนบในระบบจดหมาย
จากนั้นปิดหน้าต่างโปรแกรม Photoshop ตามที่แสดงในภาพที่ ๒๓ ดังนี้



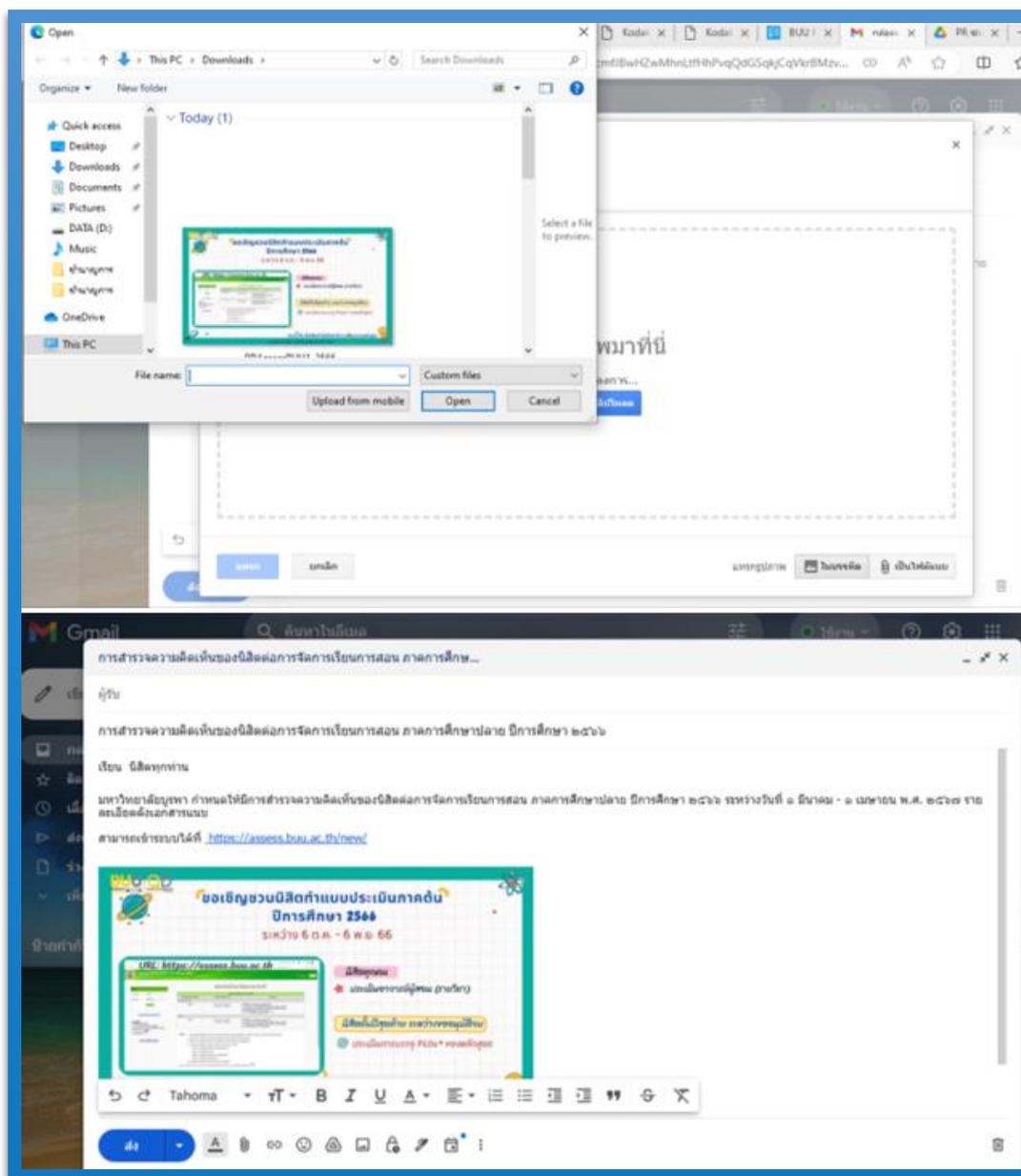
ภาพที่ ๒๓ กดบันทึก (Save As)
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

เข้าสู่ระบบการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) พิมพ์ชื่อเรื่อง เนื้อหาที่จะทำการส่งลิงก์ (link) ที่จะแนบ พร้อมรายละเอียดของข้อมูลที่จะให้นิสิตได้รับตัวอย่าง ตามที่แสดงในภาพที่ ๒๔ ดังนี้



ภาพที่ ๒๔ การแนบเอกสารลงในระบบ
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

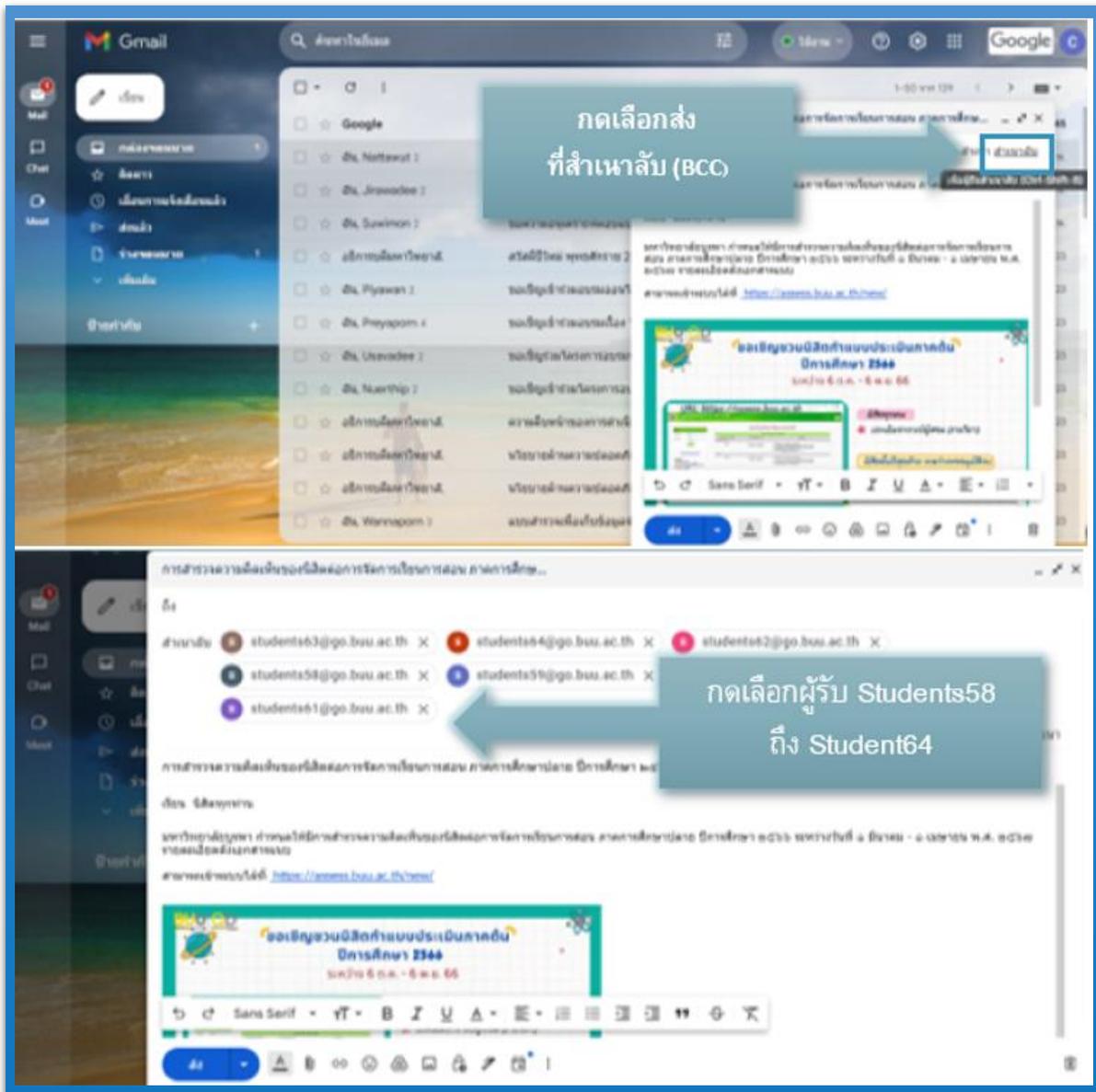
เข้าสู่ระบบการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) พิมพ์ชื่อเรื่อง เนื้อหาที่จะทำการส่งลิงก์ (link) แนบ และรายละเอียดของข้อมูลที่จะให้บัณฑิตได้รับ ตามที่แสดงในภาพที่ ๒๕ ดังนี้



ภาพที่ ๒๕ เข้าสู่การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

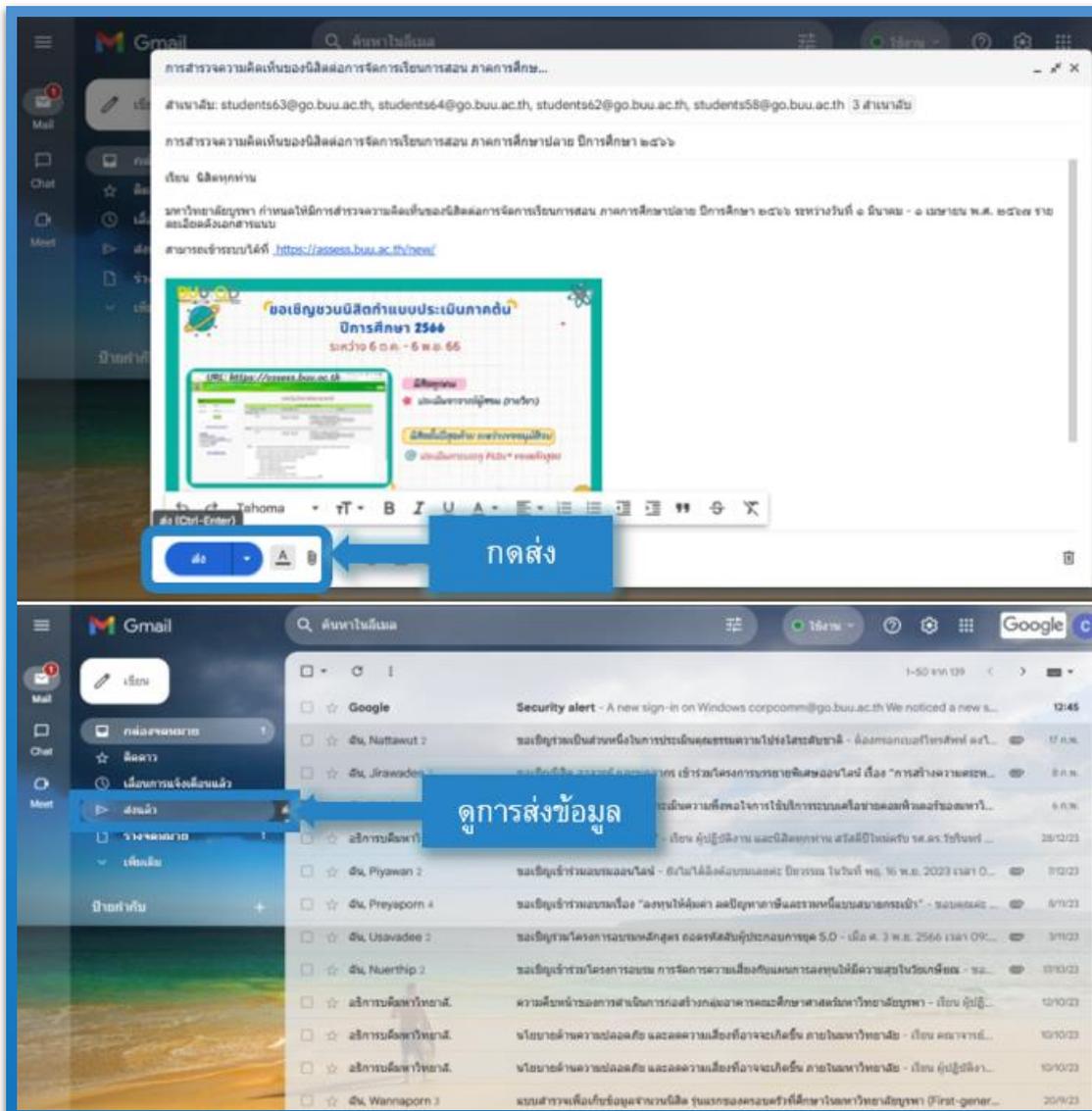
๕. เลือกกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเผยแพร่ข่าวสาร

ได้แก่ นิสิต บุคลากร และอาจารย์ (สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้) โดยดำเนินการกดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่จะส่ง ตัวอย่าง คือ นิสิตทุกชั้นปี จากนั้นไปที่สำเนาลับ (BCC) เพื่อเลือกรหัสนิสิต และดำเนินการส่งตามที่แสดงในภาพที่ ๒๖ ดังนี้



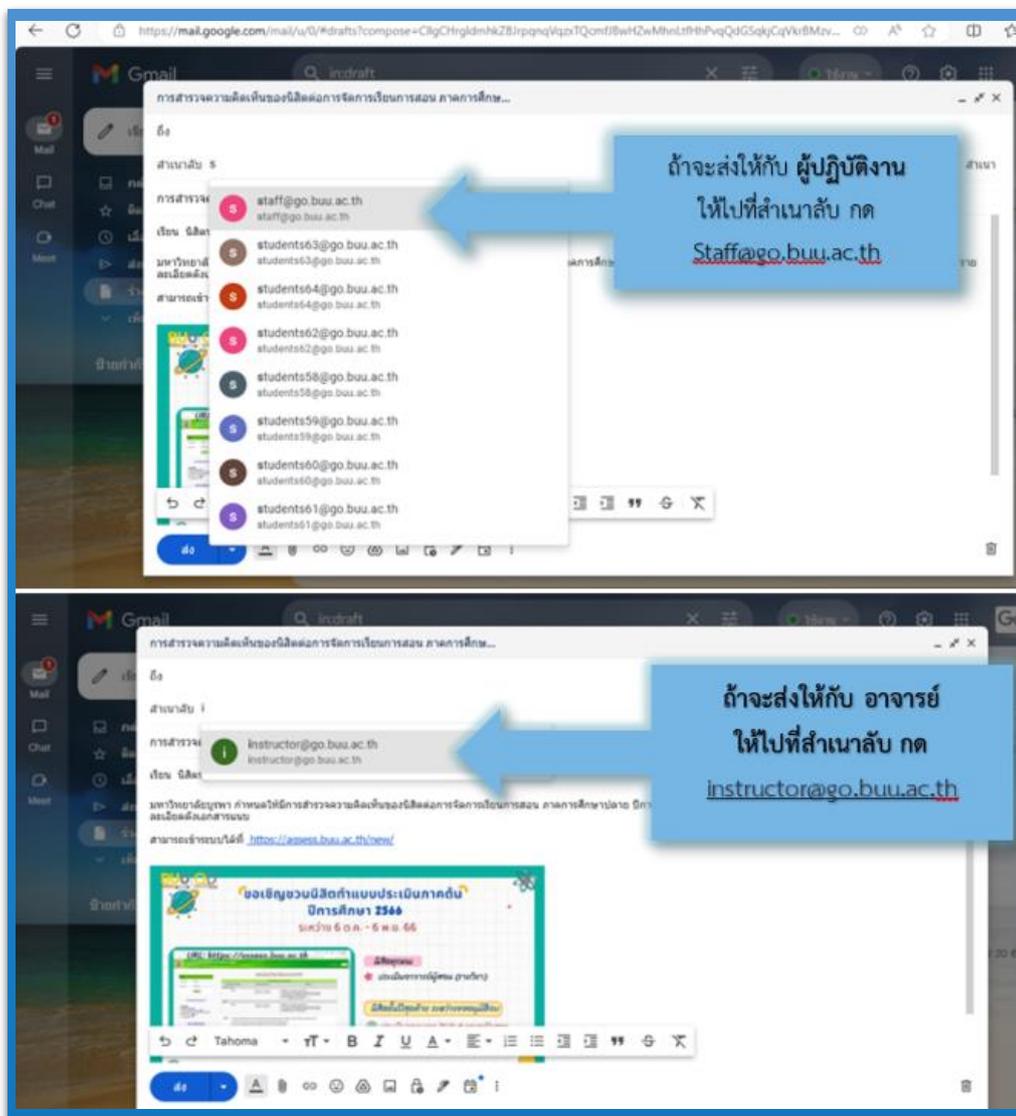
ภาพที่ ๒๖ เลือกกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเผยแพร่ข่าวสาร
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

ขั้นตอนการส่งและตรวจทานรายละเอียด การส่งจะสามารถเข้าไปเช็คได้ที่เมนูการส่งแล้วเป็นอันเสร็จสิ้นการส่งระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ตามที่แสดงในภาพที่ ๒๗ ดังนี้



ภาพที่ ๒๗ ขั้นตอนการส่งและตรวจทานรายละเอียด (ที่มา : วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

รายละเอียดการเลือกส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) สามารถเข้าไปใช้ครรายละเอียดการส่งได้ ในส่วนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ปฏิบัติงาน และคณาจารย์ สามารถเลือกไปที่สำเนาลับ (BCC) โดยกตคำว่า staff@go.buu.ac.th และส่วนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคณาจารย์ ให้กตคำว่า “instructor@go.buu.ac.th” ตามที่แสดงในภาพที่ ๒๘ ดังนี้



ภาพที่ ๒๘ รายละเอียดการเลือกส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

ลักษณะหน้าจอกการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ของผู้ได้รับจะมีรายละเอียดของหน้าจอลักษณะนี้ ตามที่แสดงในภาพที่ ๒๙ ดังนี้



รูปภาพที่ ๒๙ ลักษณะหน้าจอกการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๓.๓ หลักการ หลักเกณฑ์ และวิธีปฏิบัติงาน

ให้ยึดตามประกาศหลักเกณฑ์ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔ โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๘ อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ ประกอบกับมติคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุม ครั้งที่ ๓/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ สภามหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุม ครั้งที่ ๒/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๒๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ จึงออกข้อบังคับไว้ และให้ยึดตามประกาศหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยและประกาศที่แก้ไขเพิ่มเติม

๓.๔ แนวทางในการปฏิบัติงาน

ในการจัดทำคู่มือกระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนและระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ของงานประชาสัมพันธ์ กองกลางสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา ฉบับนี้ ผู้เขียนได้จัดทำแนวทางการปฏิบัติงานเพื่อให้มีกระบวนการและมีมาตรฐานในการจัดทำคู่มือปฏิบัติงานเป็นสิ่งสำคัญ โดยกำหนดกระบวนการขั้นตอนดังนี้

กระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน มีขั้นตอนดังนี้

๑. สืบค้นข้อมูลเริ่มต้นสำรวจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือเรื่องที่ต้องการจัดทำข่าวสามารถใช้วิธีการสำรวจแบบต่าง ๆ เช่น การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง การสืบค้นข้อมูลในแหล่งที่มาต่าง ๆ หรือการวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลออนไลน์

๒. แนวคิดและเนื้อหา หลังจากได้ข้อมูลแล้ว ต้องทำการเลือกแนวคิดหรือเรื่องที่ต้องการประชาสัมพันธ์ และกำหนดเนื้อหาของข่าวที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดหรือเรื่องนั้น รวมถึงการตัดสินใจว่าจะใช้รูปแบบสื่อใด เช่น ข่าวพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสื่อออนไลน์

๓. การเขียนข่าวเป็นขั้นตอนที่จัดทำเนื้อหาข่าวให้เป็นรูปแบบที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจ เขียนข่าวให้เหมาะสมกับสื่อมวลชน ข่าวต้องมีความน่าสนใจ เนื้อหาหลักที่สร้างความตื่นเต้นหรือน่าสนใจ และสรุปข้อมูลให้กระชับและสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน

๔. การเตรียมภาพควรเตรียมภาพเพื่อประกอบข่าว ภาพสามารถสร้างความสนใจและเป็นหลักฐานที่ยืนยันข่าวได้ สามารถใช้ภาพถ่าย ภาพประกอบ หรือแผนผังเพื่อช่วยให้ผู้อ่านหรือผู้ชมเข้าใจข่าวได้ดียิ่งขึ้น

๕. การเผยแพร่ข่าวโดยผ่านทางสื่อมวลชน สามารถใช้วิธีการส่งข่าวต่อสื่อมวลชน การจัดการเว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์ การสร้างโพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์

๖. การติดตามผลหลังจากมีการเผยแพร่ข่าวสาร ควรติดตามผลการประชาสัมพันธ์ เช่น การวิเคราะห์ผลการเผยแพร่ ประเมินผลความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ และปรับปรุงกระบวนการในครั้งต่อไป

กระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) มีขั้นตอน ดังนี้

๑. กำหนดเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมายของงานประชาสัมพันธ์ และกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เช่น นิสิตปัจจุบัน (สามารถระบุรหัส) ผู้ปฏิบัติการหรืออาจารย์ทั้งหมดของมหาวิทยาลัยบูรพา
๒. วางแผนเนื้อหาเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ให้เหมาะสมและน่าสนใจ รวมถึงการกำหนดรูปแบบของเนื้อหา เช่น ข่าวสาร บทความ และข้อมูลสำคัญอื่น ๆ
๓. เขียนเนื้อหาที่เป็นข่าวสารหรือข้อมูลที่ต้องการสื่อสารผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ให้ชัดเจน อ่านง่าย และน่าสนใจ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและถูกต้อง ควรใช้ข้อความสื่อสารที่มีคุณค่าและประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย
๔. ออกแบบและจัดรูปแบบการเสนอข่าวสารในรูปแบบที่น่าสนใจ ใช้รูปภาพ สี สัน และตัวอักษรที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการอ่าน สร้างหัวข้อที่ชัดเจนและสรุปความสำคัญของเนื้อหา
๕. สร้างและส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) โดยใช้โปรแกรมสร้างอีเมลเพื่อสร้างเนื้อหาและออกแบบอีเมลใส่ข้อมูลผู้รับ หัวข้ออีเมลที่น่าสนใจและดึงดูดความสนใจ และส่งอีเมลไปยังกลุ่มเป้าหมาย
๖. ติดตามผลการส่งอีเมล อัตราการคลิกลิงก์ (link) การมีปฏิสัมพันธ์ การตอบโต้และประเมินผลการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) จากนั้นปรับปรุงและปรับแผนการประชาสัมพันธ์ต่อไปตามผลการวิเคราะห์ที่ได้

กระบวนการจัดทำข่าวเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนมีขั้นตอนดังนี้

เทคนิคการเขียนข่าวให้ได้รับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน การเขียนข่าวเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ มีความยืดหยุ่น ไม่ยึดติดกับรูปแบบ เขียนอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ ความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ส่วนหนึ่ง คือการได้รับการเผยแพร่ข่าวของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อมวลชน ปัจจุบันการเขียนข่าว เพื่อเผยแพร่ทำได้ยากขึ้น เนื่องจากมีองค์กรและสถาบันต่าง ๆ ล้วนส่งข่าวไปยังสื่อมวลชนแทบทั้งสิ้น ดังนั้น การเขียนข่าวให้ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ทางสื่อมวลชนต้องคำนึงถึงเทคนิคดังนี้

๑. นักประชาสัมพันธ์ต้องศึกษารายละเอียดของสื่อให้เข้าใจ เช่น ชื่อของบรรณาธิการ เนื้อหาของสื่อ เพื่อที่จะดำเนินการส่งข่าวได้อย่างน่าสนใจ และได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่
๒. นักประชาสัมพันธ์ต้องเลือกประเด็นข่าวและมีเนื้อหาข่าวที่น่าสนใจรวมทั้งต้องมีความครบถ้วนในตัวเอง และต้องไม่ผิดพลาดทั้งในด้านเนื้อหา วัน เวลา สถานที่ และชื่อบุคคล เพราะหากมีความผิดพลาดสื่อมวลชนจะจำความผิดพลาดนั้นไปตลอด
๓. นักประชาสัมพันธ์ต้องนำเสนอข่าวที่มีคุณภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์ ถูกต้อง
๔. นักประชาสัมพันธ์ควรมีความรวดเร็วทันเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ควรรายงานข่าวทันทีเมื่อมีเหตุการณ์ คุณค่าของข่าวจะมีมากขึ้น เพราะการรายงานข่าวสด ๆ ร้อน ๆ ผู้อ่านมักชื่นชอบและให้ความสนใจ
๕. นักประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงเสมอว่า การส่งข่าวต้องถูกคน ถูกหน้า ถูกฉบับ ถูกเวลา เพราะโอกาสได้รับการตีพิมพ์จะมีสูง และควรทราบกำหนดของการปิดต้นฉบับของแต่ละสื่อ เพื่อกำหนดเวลาในการส่งข่าวได้อย่างถูกต้อง

๖. นักประชาสัมพันธ์ต้องมีกลยุทธ์ในการพาดหัวข่าว เพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจของผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการ โดยทั่วไปสื่อมวลชนมีความต้องการข่าวจากหน่วยงานต่าง ๆ ดังนั้นการเขียนข่าวต้องสร้างความน่าสนใจเพื่อดึงดูดใจ

๗. ข่าวที่ส่งไปควรมีข้อมูลเพียงพอ และเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน

๘. ไม่เขียนยกย่องจนออกนอกหน้า เพราะหากหนังสือพิมพ์เขียนข่าวยกย่องมากเกินไป อาจถูกเพ่งเล็งว่าได้รับผลประโยชน์

๙. ต้องมีกระดาดหัวข่าว ซึ่งมีที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ รวมทั้งผู้ให้ข่าว ที่พร้อมจะให้สื่อมวลชนติดตามหรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา

๑๐. เลือกสื่อให้ตรงกับเนื้อหาข่าว ต้องพิจารณาว่า เขียนไปลงหนังสือพิมพ์อะไร การเขียนข่าวของหนังสือพิมพ์นั้นเป็นอย่างไร ควรรู้นโยบายและการทำงานของหนังสือพิมพ์ ว่านำเสนอข่าวแนวไหนทำข่าวประเภทใด ทำให้ข่าวที่เขียนส่งไปมีโอกาสดีพิมพ์เผยแพร่มากขึ้น เช่น ข่าวเรื่องสิ่งแวดล้อมต้องเชิญมาทำข่าวหรือ ส่งให้สื่อหรือนักข่าวในสายนี้เพื่อจะได้สื่อตรงกลุ่มเป้าหมาย

๑๑. เนื้อข่าวไม่จำเป็นต้องเขียนยาวมาก ควรพิมพ์จบในกระดาด A4 หน้าเดียวการเขียนข่าวสารที่จะประชาสัมพันธ์ หรือสารที่จะสื่อออกไปยังสื่อมวลชน ควรมีสาระสำคัญหรือองค์ประกอบที่เรียกว่า "5W1H" ดังนี้

Who (ใคร)	ใครคือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับข่าว
What (ทำอะไร)	เกิดอะไรขึ้น การกระทำหรือเหตุการณ์ใดที่สำคัญ
Where (ที่ไหน)	การกระทำหรือเหตุการณ์นั้น ๆ เกิดขึ้นที่ไหน
When (เมื่อไร)	การกระทำหรือเหตุการณ์นั้น ๆ เกิดขึ้นวัน เวลาใด
Why (ทำไม)	ทำไมเหตุการณ์นั้นจึงเกิด
How (อย่างไร)	เกิดขึ้นได้อย่างไร

จากการปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชนนั้น ถือเป็น การสร้างและรักษา มิตรภาพในแวดวงของสื่อสารมวลชนเป็นอย่างมาก ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องมีความสัมพันธ์ และต้องพึ่งพาสื่อมวลชนอยู่เสมอ โดยเฉพาะนักข่าวแขนงต่าง ๆ ดังนั้นการรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับสื่อมวลชนหรือนักข่าว จึงเป็นสิ่งที่ควรใส่ใจและควรรักษามิตรภาพที่ดีไว้ จะทำให้การประสานงานต่าง ๆ ประสบความสำเร็จได้ง่ายแล้วยังช่วยลดช่องว่างระหว่างนักประชาสัมพันธ์และนักข่าวอีกด้วย

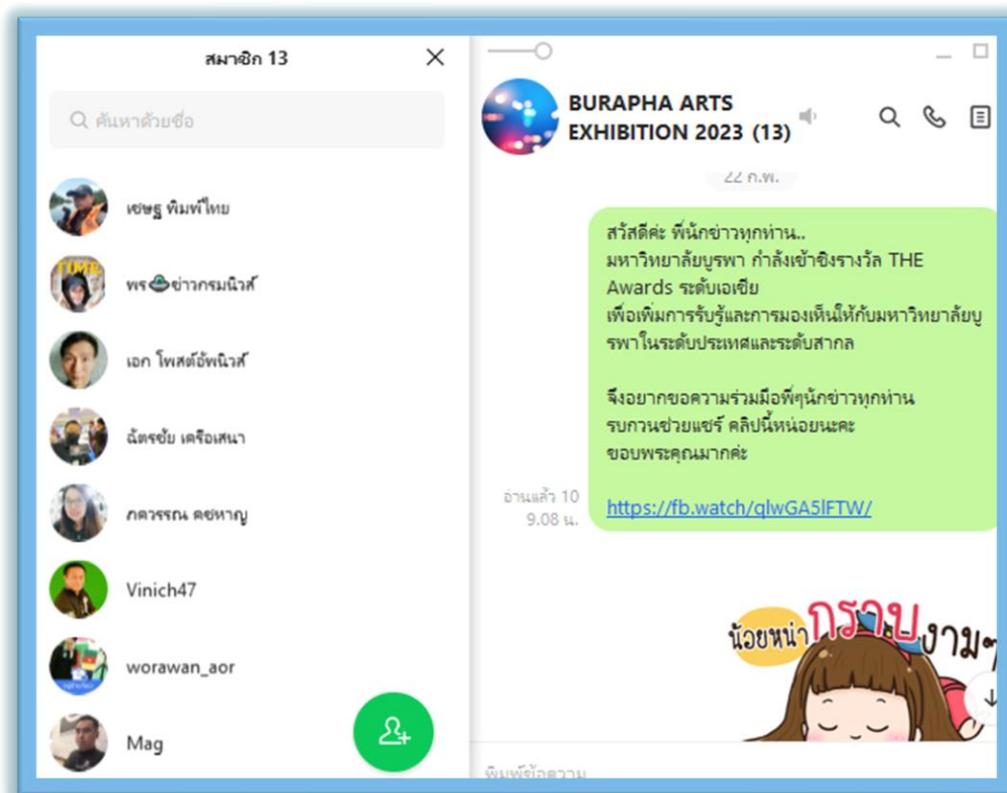
๓.๕ มาตรฐานคุณภาพงาน

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ.๒๕๖๔ โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าว ของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๘ อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ ประกอบกับมติคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุม ครั้งที่ ๓/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ สภามหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุม ครั้งที่ ๒/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๒๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ จึงออกข้อบังคับไว้ เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปด้วยความเรียบร้อย บุคลากรและประชาชนทั่วไปได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และถูกต้องตรงกัน อารงไว้ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีต่อมหาวิทยาลัย สร้างความเชื่อมั่นและเชื่อถือศรัทธาแก่ประชาชนในการให้ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย และเพื่อให้การบริหารงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงจำเป็นต้องออกข้อบังคับนี้

๓.๖ ระบบติดตามและประเมินผล

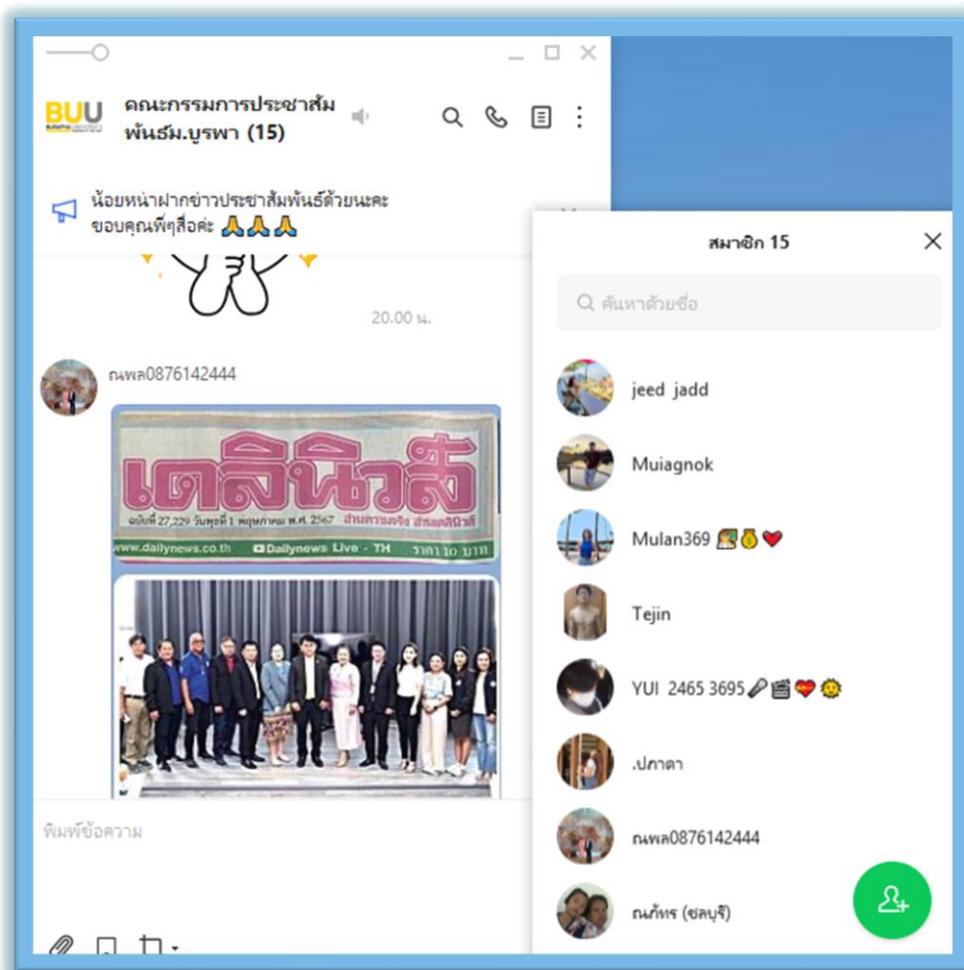
ในการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน ที่เกิดจากการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) นั้น มีช่องทางการติดตามการสื่อสารต่าง ๆ ผ่านกลุ่มไลน์ (line) ของทีมสื่อมวลชนกรุงเทพฯ และชลบุรี ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (line) ช่องทางเว็บเพจ เว็บไซต์ต่าง ๆ จากสื่อออนไลน์ในจังหวัดชลบุรี ดังตัวอย่างต่อไปนี้

๑. ช่องทางการสื่อสารผ่านกลุ่มไลน์ (line) ของสื่อมวลชน กรุงเทพฯ โดยมีสมาชิกจำนวนทั้งสิ้น ๑๓ คน ตามที่แสดงในภาพที่ ๓๐ ดังนี้



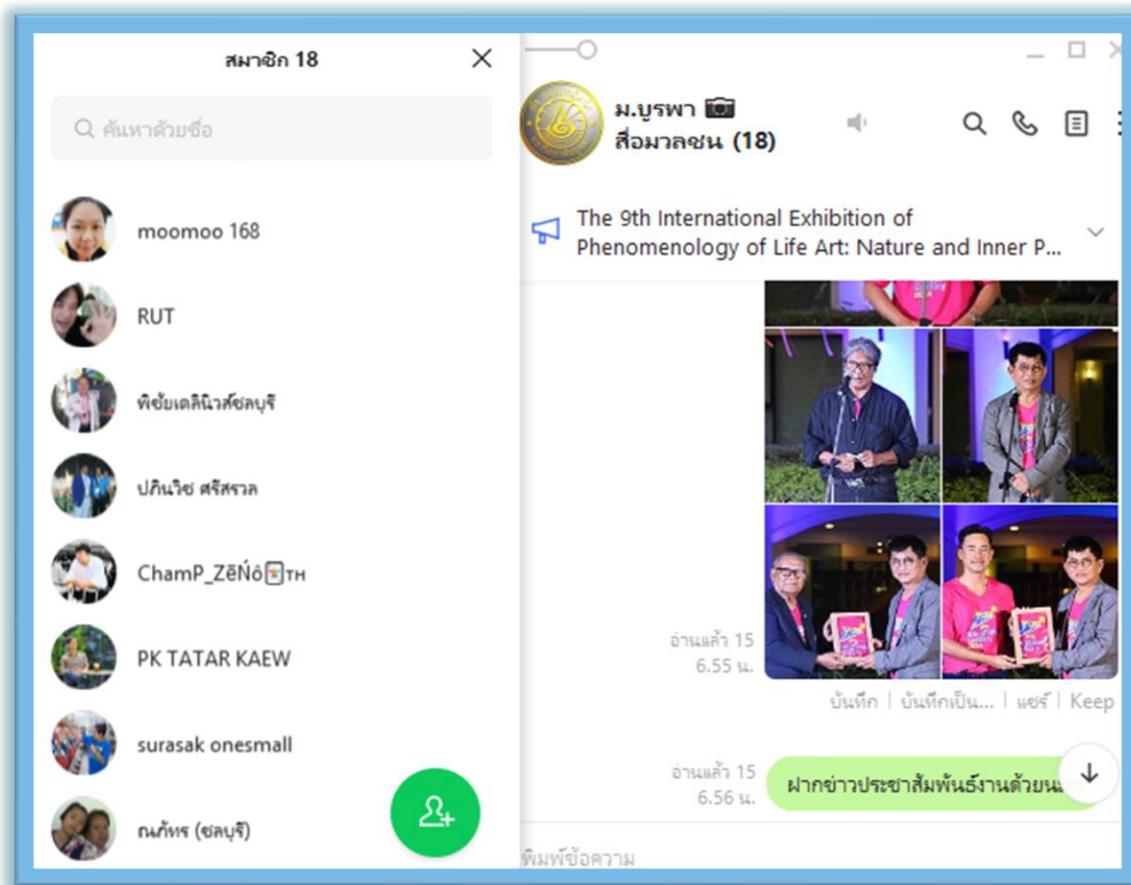
ภาพที่ ๓๐ ช่องทางการสื่อสารผ่านกลุ่มไลน์ (line) ของสื่อมวลชน กรุงเทพฯ
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๒. ช่องทางการสื่อสารผ่านกลุ่มไลน์ (line) ของสื่อมวลชนที่เป็นคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ฯ โดยมีสมาชิกจำนวนทั้งสิ้น ๑๕ คน ตามที่แสดงในภาพที่ ๓๑ ดังนี้



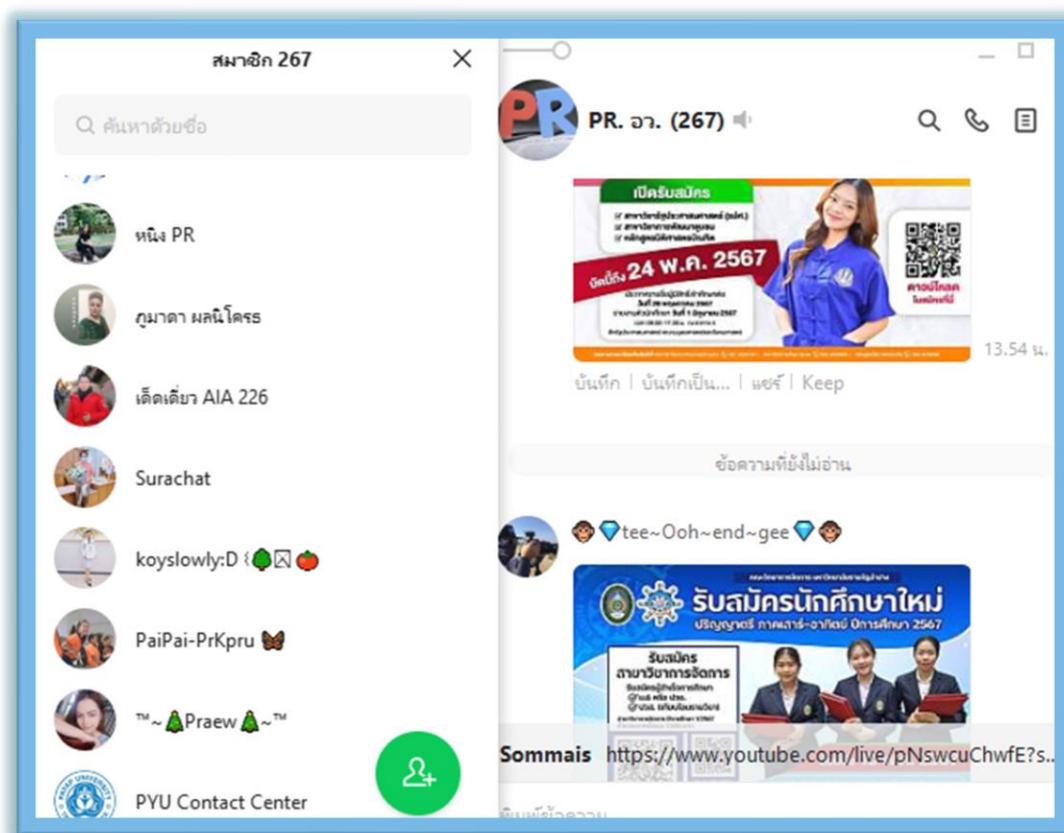
ภาพที่ ๓๑ ช่องทางการสื่อสารผ่านกลุ่มไลน์ (line) ของสื่อมวลชนที่เป็นคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ฯ (ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๓. ช่องทางการสื่อสารผ่านกลุ่มไลน์ (line) ของสื่อมวลชน ศรีราชา และชลบุรี โดยมีสมาชิกจำนวนทั้งสิ้น ๑๘ คน ตามที่แสดงในภาพที่ ๓๒ ดังนี้



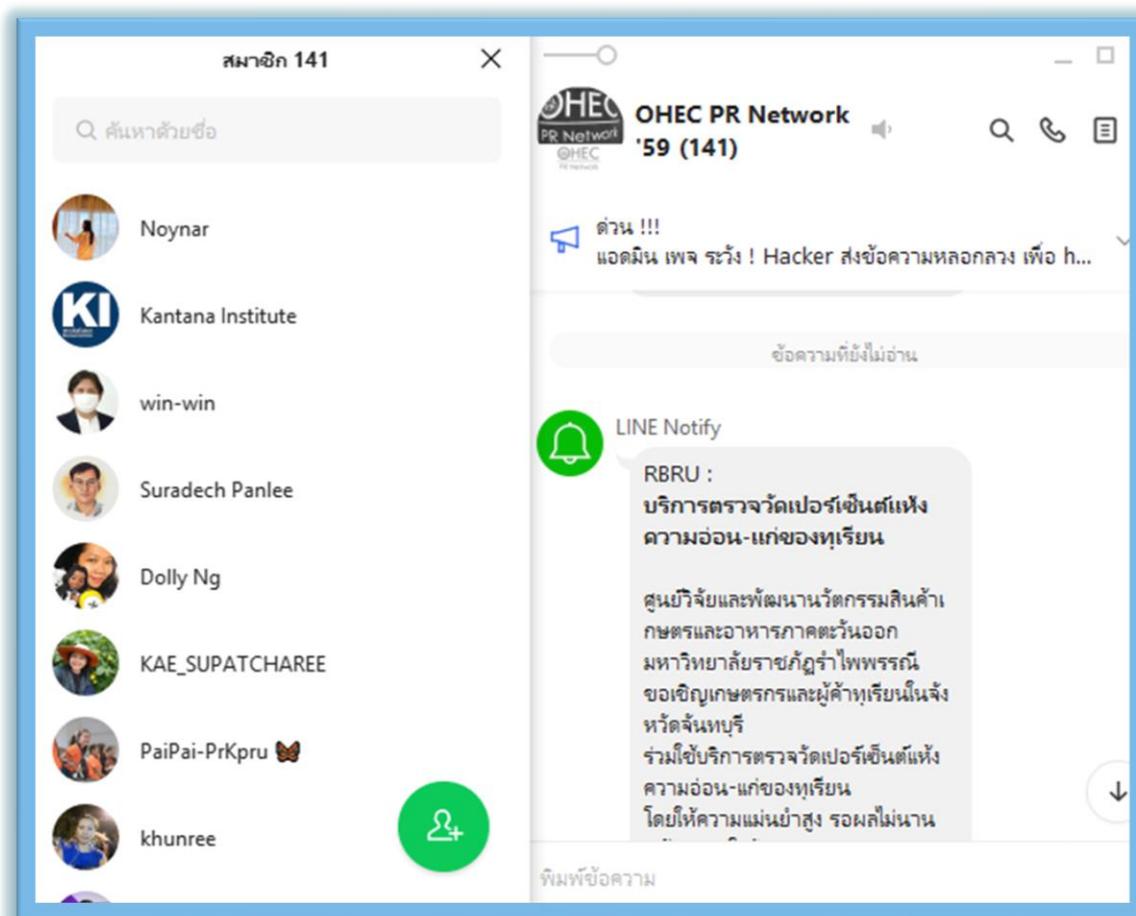
ภาพที่ ๓๒ ช่องทางการสื่อสารผ่านกลุ่มไลน์ (line) ของสื่อมวลชน ศรีราชา และชลบุรี
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๔. ช่องทางการสื่อสารผ่านกลุ่มไลน์ (line) ของเครือข่าย PR. อว. โดยมีสมาชิกจำนวนทั้งสิ้น ๒๖๗ คน ตามที่แสดงในภาพที่ ๓๓ ดังนี้



ภาพที่ ๓๓ ช่องทางการสื่อสารผ่านกลุ่มไลน์ (line) ของเครือข่าย PR. อว.
(ที่มา : วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๕. ช่องทางการสื่อสารผ่านกลุ่มไลน์ (line) ของเครือข่าย PR. Network โดยมีสมาชิกจำนวนทั้งสิ้น ๑๔๑ คน ตามที่แสดงในภาพที่ ๓๔ ดังนี้



ภาพที่ ๓๔ ช่องทางการสื่อสารผ่านกลุ่มไลน์ (line) ของเครือข่าย PR. Network (ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖. ช่องทางเพจข่าวออนไลน์ต่าง ๆ ที่ให้ความอนุเคราะห์ข่าวประชาสัมพันธ์แก่มหาวิทยาลัย โดยนักประชาสัมพันธ์ส่งข่าวให้ ได้แก่ เพจข่าวทีวีออนไลน์ที่อยู่ในจังหวัดชลบุรี และเครือข่ายศรีราชา ประกอบไปด้วย

๖.๑ เพจสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดชลบุรี - Chonburi PR

<https://www.facebook.com/ChonburiPr/>



ภาพที่ ๓๕ เพจสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดชลบุรี - Chonburi PR
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๒ เพจสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดชลบุรี FM 99.75 MHz

<https://www.facebook.com/radiochon>



ภาพที่ ๓๖ เพจสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดชลบุรี FM 99.75 MHz
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๓ เพจชลบุรีชาแนล <https://www.facebook.com/chonburichannel>



ภาพที่ ๓๗ เพจชลบุรีชาแนล
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๔ เพจสมาคมผู้สื่อข่าว-ช่างภาพสายเจาะจังหวัดชลบุรี
<https://www.facebook.com/profile.php?id=๖๑๕๕๓๙๘๘๓๘๓๗๕๕>



ภาพที่ ๓๘ เพจสมาคมผู้สื่อข่าว-ช่างภาพสายเจาะจังหวัดชลบุรี
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๕ เพจชลบุรีฮอตนิวส์

<http://www.chonburihotnews.com/shownews.php?shownewsid=๑๙๕๗>



ภาพที่ ๓๙ เพจชลบุรีฮอตนิวส์
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๖ เพจสนามข่าวชลบุรี

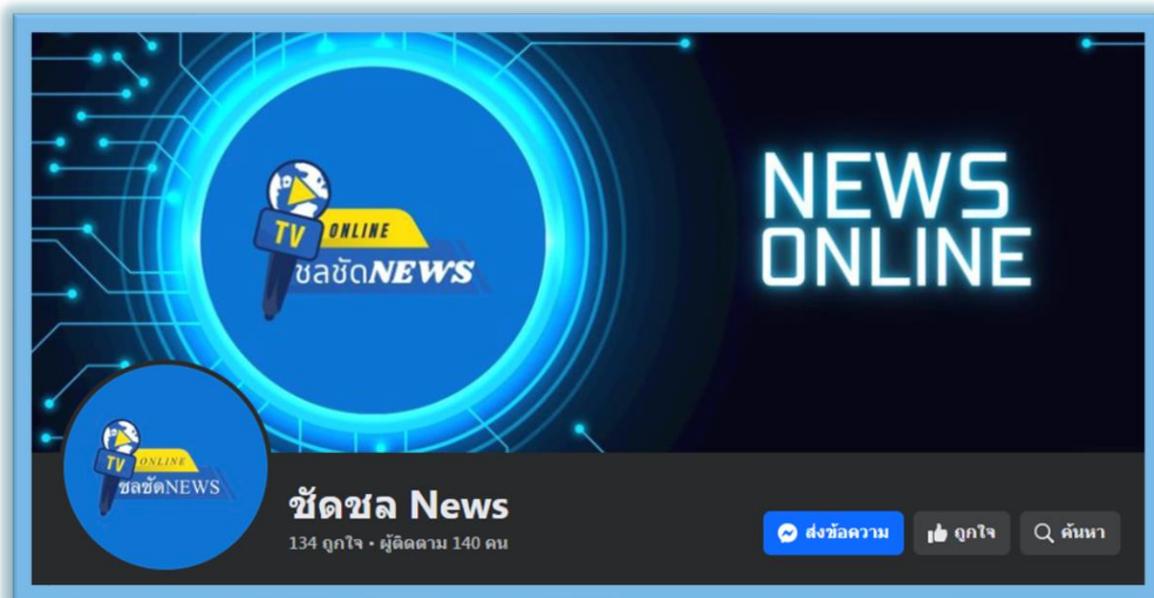
<https://www.facebook.com/profile.php?id=๑๐๐๐๖๓๖๓๔๕๙๖๐๐๑>



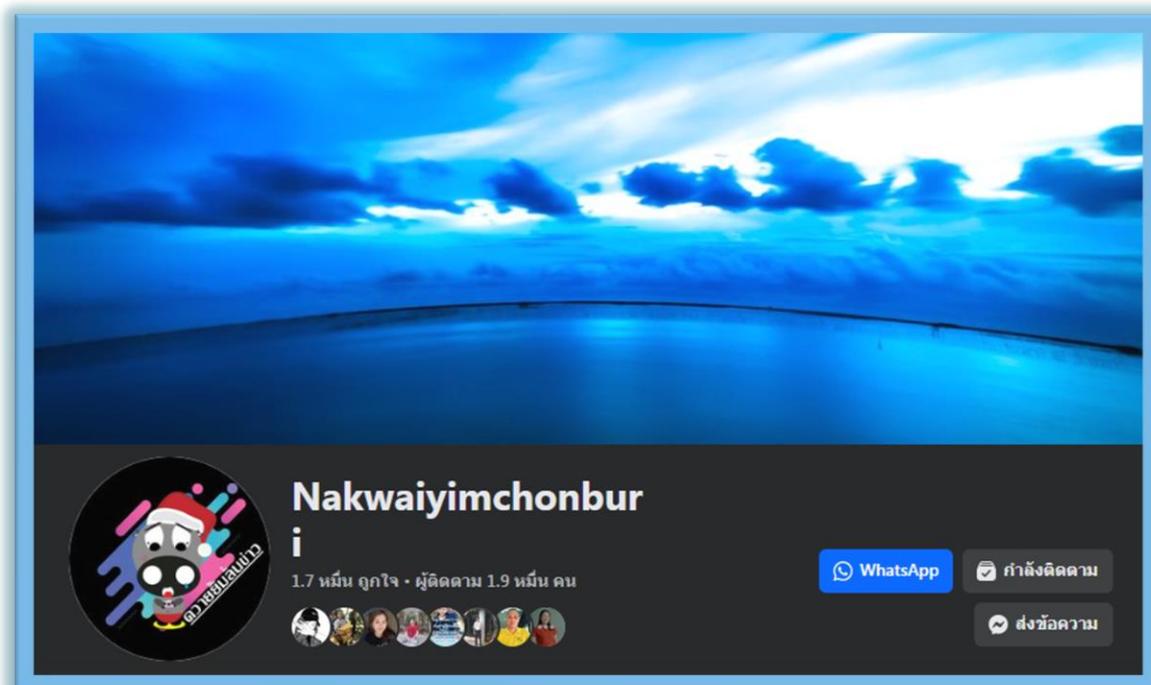
ภาพที่ ๔๐ เพจสนามข่าวชลบุรี
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๗ เพจชลชัตนิวส์

<https://www.facebook.com/profile.php?id=๑๐๐๐๖๔๐๕๐๕๗๕๑๑๒>



ภาพที่ ๔๑ เพจชลชัตนิวส์
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๘ เพจ Nakwaiyimchonburi <https://www.facebook.com/mungyimrunkao>

ภาพที่ ๔๒ เพจ Nakwaiyimchonburi
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๙ เพจข่าวสารชลบุรีวันนี้ <https://www.facebook.com/chonburiwannee>



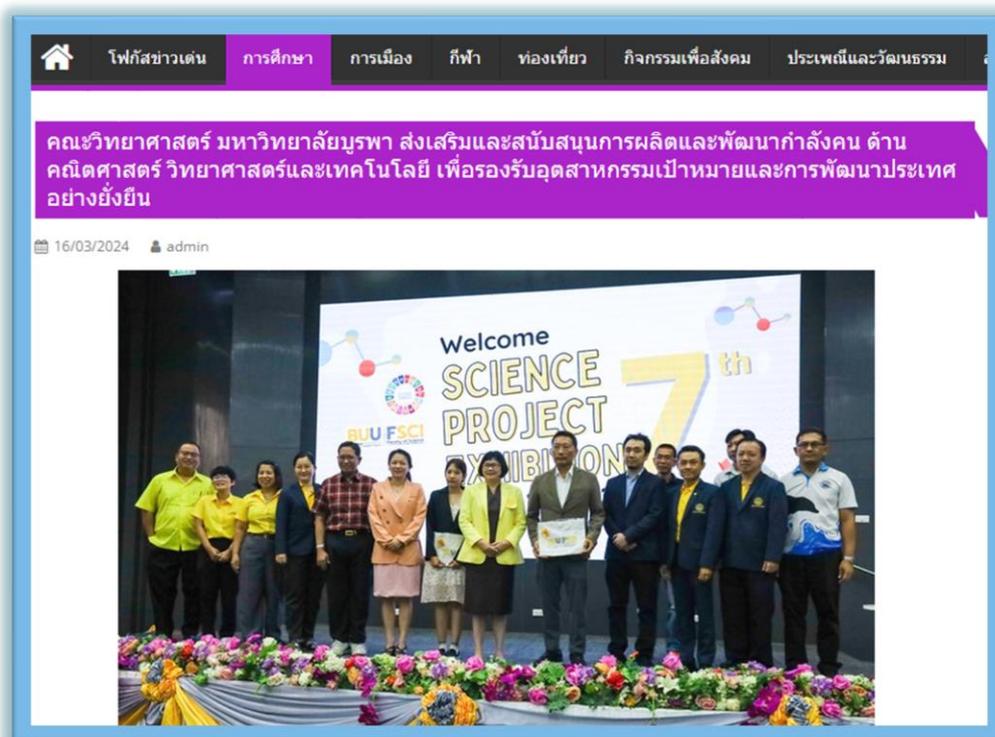
ภาพที่ ๔๓ เพจข่าวสารชลบุรีวันนี้
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๑๐ เพจข่าวทั่วไทย <https://www.khaotuathai.com/>



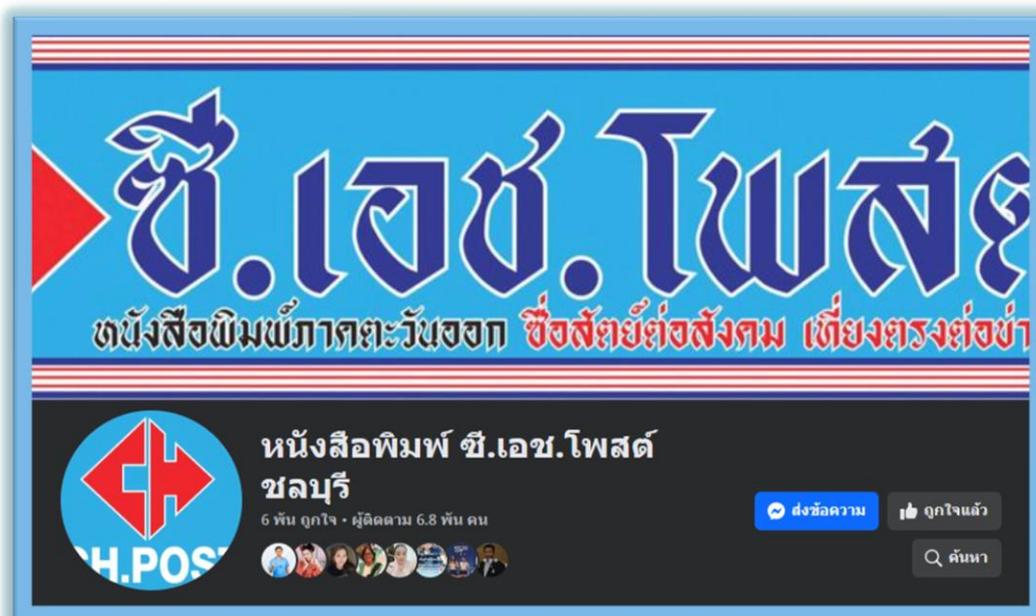
ภาพที่ ๔๔ เพจข่าวทั่วไทย
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๑๑ เพจชวลนิวส์ออนไลน์ <https://www.chonnewstv.com/>



ภาพที่ ๔๕ เพจชวลนิวส์ออนไลน์
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๑๒ เพจซี.เอช.โพสต์ชลบุรี <https://www.facebook.com/C.H.Post.Chonburi>



ภาพที่ ๔๖ เพจซี.เอช.โพสต์ชลบุรี
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๑๓ เพจเพื่อนข่าวเรารักกันชลบุรี

<https://www.facebook.com/profile.php?id=๑๐๐๐๕๗๑๓๖๙๖๕๓๐๕>



ภาพที่ ๔๗ เพจเพื่อนข่าวเรารักกันชลบุรี
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๑๔ เพจบูรพานิวส์ดอทคอม

<https://www.facebook.com/profile.php?id=๑๐๐๐๕๗๕๗๘๔๓๓๙๙๖>



ภาพที่ ๔๘ เพจบูรพานิวส์ดอทคอม
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๑๕ เพจสำนักข่าวเดอะไทยเพรส <https://www.thethaipress.com>



ภาพที่ ๔๙ เพจสำนักข่าวเดอะไทยเพรส (ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๑๖ เพจสยามรัฐ <https://siamrath.co.th/n/๔๘๑๑๙๖>



ม.บูรพา เปิดโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตฮอยจ๊อบูม่า

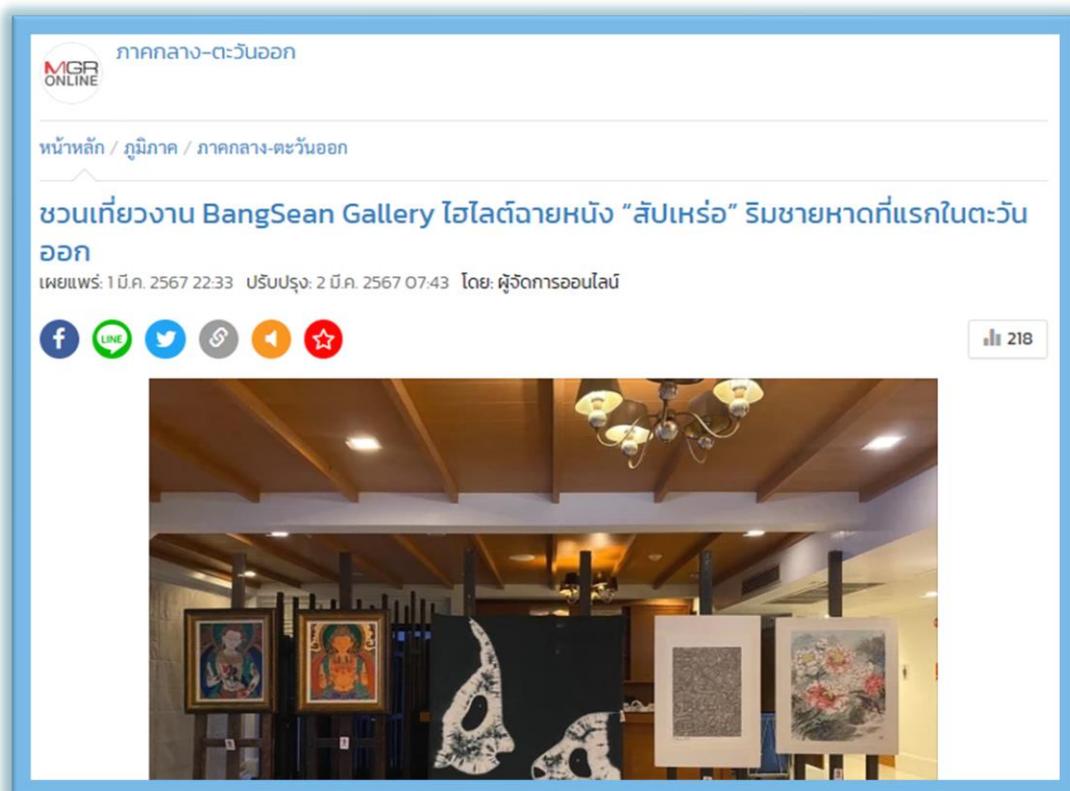
ภาพที่ ๕๐ เพจสยามรัฐ (ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๑๗ เพจข่าวชลอนไลน์ <https://www.khaochononline.com/archives/๑๐๖๗๓>



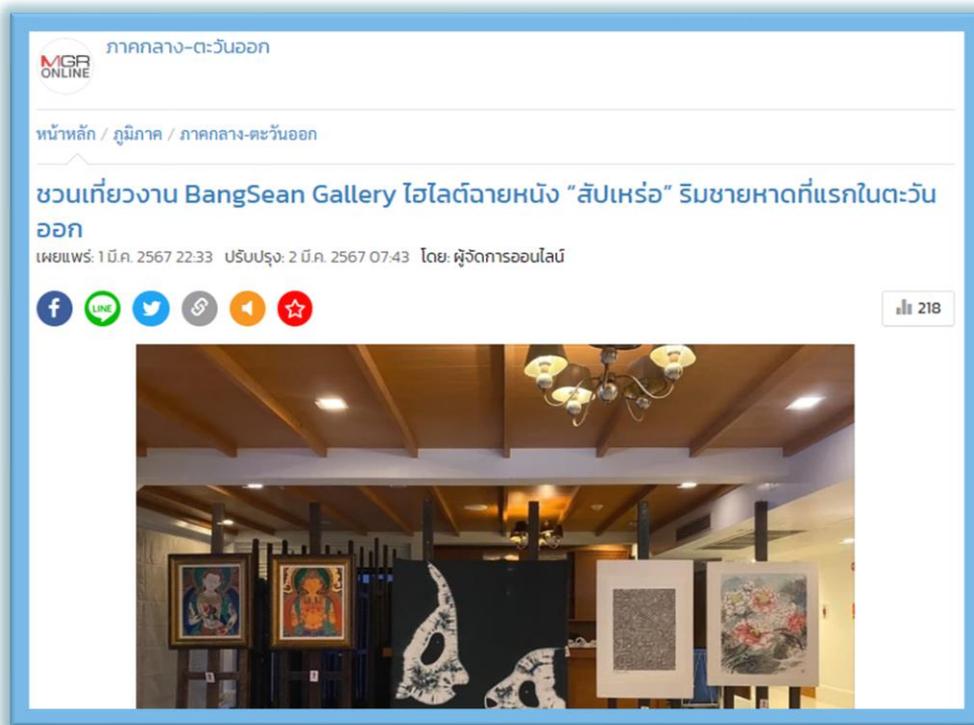
ภาพที่ ๕๑ เพจข่าวชลอนไลน์ (ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๑๘ เพจMGR Online ภาคกลาง-ตะวันออก
<https://www.facebook.com/mgronlineeastern>



ภาพที่ ๕๒ เพจMGR Online ภาคกลาง-ตะวันออก (ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๑๙ เพจผู้จัดการออนไลน์ <https://mgronline.com/local/detail/๙๖๓๐๐๐๐๑๘๘๘๙>



ภาพที่ ๕๓ เพจผู้จัดการออนไลน์ (ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๒๐ หนังสือพิมพ์สยามนิรส์ชลบุรี



ภาพที่ ๕๔ หนังสือพิมพ์สยามนิรส์ชลบุรี (ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

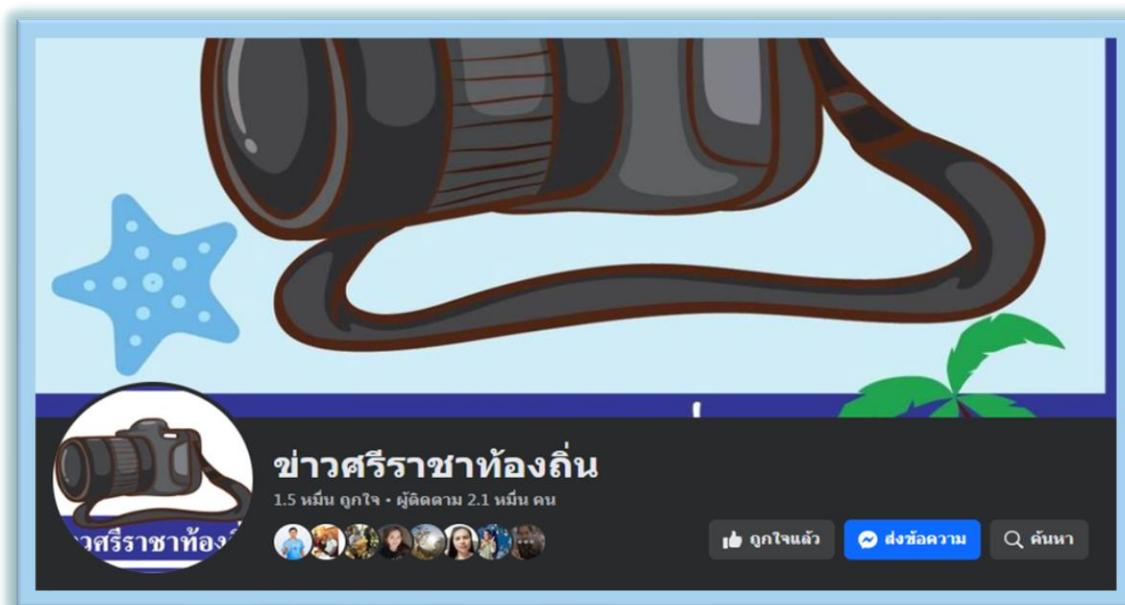
๖.๒๑ เพลง YES ชาวศรีราชา

<https://www.facebook.com/profile.php?id=๑๐๐๐๖๓๗๗๐๐๔๐๙๒๕>



ภาพที่ ๕๕ เพลง YES ชาวศรีราชา
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

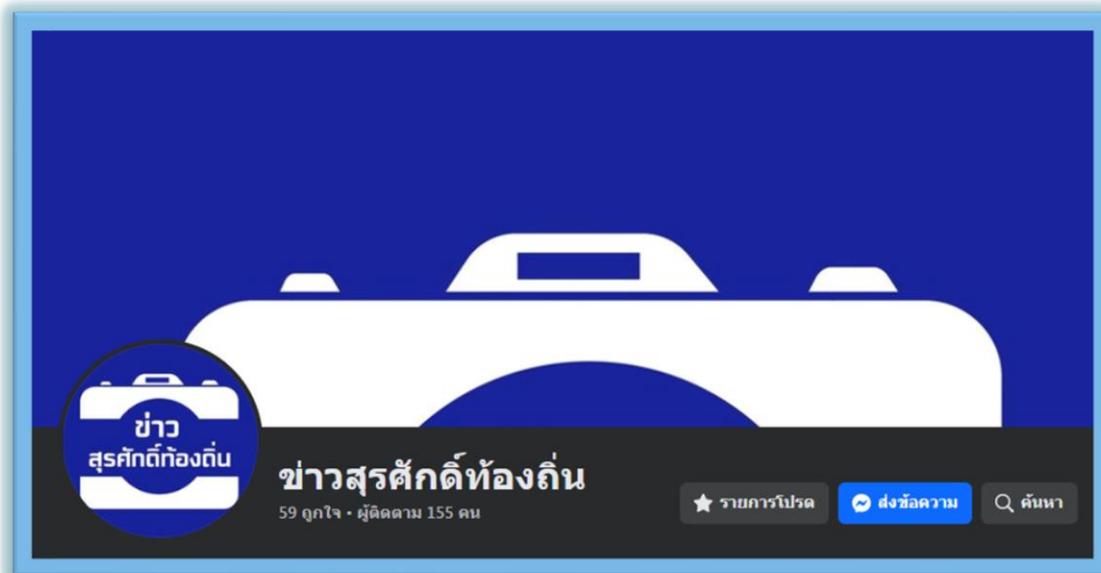
๖.๒๒ เพลงชาวศรีราชาท้องถิ่น <https://www.facebook.com/Aoygolfsurasa>



ภาพที่ ๕๖ เพลงชาวศรีราชาท้องถิ่น
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๒๓ เพจข่าวสุรศักดิ์ท้องถิ่น

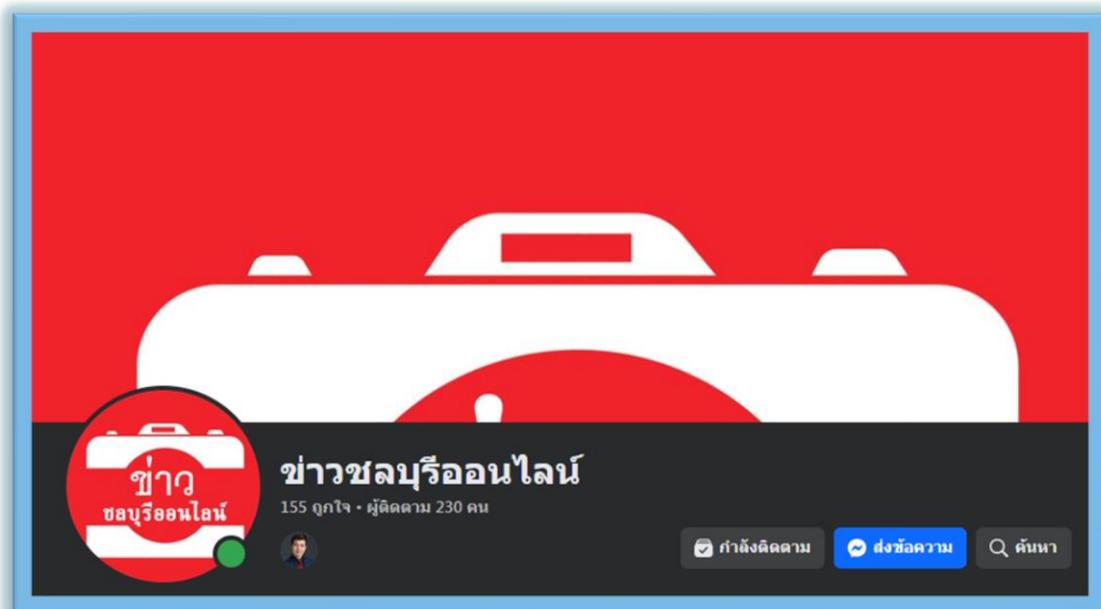
<https://www.facebook.com/profile.php?id=๑๐๐๐๙๑๕๘๑๓๔๓๖๕๖>



ภาพที่ ๕๗ เพจข่าวสุรศักดิ์ท้องถิ่น
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๒๔ เพจข่าวชลบุรีออนไลน์

<https://www.facebook.com/profile.php?id=๑๐๐๐๙๕๖๙๓๐๑๓๑๓๘>



ภาพที่ ๕๘ เพจข่าวชลบุรีออนไลน์
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๒๕ เพจแจ้ข่าชลบุรี <https://www.facebook.com/Jaengkhaow>



ภาพที่ ๕๙ เพจแจ้ข่าชลบุรี
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๒๖ เพจชลบุรีออนไลน์

<https://www.facebook.com/profile.php?id=๑๐๐๐๖๖๓๐๔๓๑๕๙๐๖>



ภาพที่ ๖๐ เพจชลบุรีออนไลน์
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

๖.๒๗ เฟจ NBT <https://thainews.prd.go.th/thainews/news/view/๑๖๕๘๘๘/?bid=๑>



ภาพที่ ๖๑ เฟจ NBT
(ที่มา: วิเคราะห์โดยผู้เขียน)

ผู้เขียนกล่าวโดยสรุป การประชาสัมพันธ์ผ่านกระบวนการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน ถือว่ามีบทบาทความสำคัญ และมีอิทธิพลอย่างยิ่ง สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือการสื่อสาร ด้วยคุณสมบัติอันโดดเด่นในเรื่องของการลดต้นทุน ช่วยลดค่าใช้จ่าย สามารถทำการสื่อสารได้ทุกที่ทุกเวลา โดยมีเนื้อหาทั้งการให้ข้อมูลข่าวสารให้ข้อเท็จจริงในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับสารหรือผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้เกิดการรับรู้เกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจ และยังการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ตลอดจนนำไปสู่สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างนักประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชนอีกด้วย

การเขียนคู่มือเล่มนี้มุ่งหวังในเรื่องการประสานงานกับเครือข่ายสื่อมวลชน ซึ่งการประชาสัมพันธ์ (PR) เป็นส่วนสำคัญ มุ่งหวังให้ผู้คนให้ความสนใจและเข้าใจในสิ่งที่ต้องการสื่อสารออกไป โดยเราสามารถทำให้ข้อมูลและข่าวสาร เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการทำประชาสัมพันธ์ ต้องอาศัยความร่วมมือและการสนับสนุนจากสื่อมวลชน ซึ่งเป้าหมายหลักของการทำ PR คือ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ โน้มน้าวใจ สร้างความน่าเชื่อถือ และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกิจกรรมและกลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น การจัดแถลงข่าวเพื่อเผยแพร่ข้อมูลกับสื่อมวลชน การเป็นสปอนเซอร์ การสนับสนุนกิจกรรมทางสังคม ฯลฯ

ข้อควรระวัง/สิ่งที่ควรคำนึงในการปฏิบัติงาน

ข้อมูลข่าวสารซึ่งงานประชาสัมพันธ์ กองกลางส่งไปเพื่อเผยแพร่ให้สื่อมวลชนนั้น จะได้รับการพิจารณานำเสนอในสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับดุลพินิจของสื่อมวลชนซึ่งมีวิธีการพิจารณา ดังนี้

๑. ข้อมูลข่าวสารที่ส่งไปเผยแพร่ต้องมีเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ ช่วงเวลา และระยะเวลาในการเผยแพร่เหมาะสมสอดคล้องกับสื่อมวลชนหรือไม่
๒. ข้อมูลข่าวสารที่ส่งไปเผยแพร่สามารถดึงดูดความน่าสนใจของสื่อมวลชนได้หรือไม่ และเนื้อหาสาระมีความสอดคล้องกับประเด็นที่นำเสนอหรือไม่
๓. ข้อมูลข่าวสารนั้นมีคุณค่าและความสำคัญสำหรับกลุ่มเป้าหมายของสื่อมวลชนหรือไม่
๔. ข้อมูลข่าวสารที่ส่งไปให้กับสื่อมวลชนเผยแพร่จำเป็นต้องมีความสดใหม่ ทันต่อสถานการณ์ต่าง ๆ
๕. มีการตรวจสอบความชัดเจนของข้อมูลข่าวสารและตรวจสอบซ้ำเพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูลก่อนส่งไปยังสื่อมวลชนหรือไม่
๖. ส่งข้อมูลข่าวสารทันเวลาที่สื่อมวลชนจะปิดฉบับปิดเล่มหรือออกอากาศหรือไม่ และสามารถนำเสนอในรูปแบบซึ่งสื่อมวลชนสามารถนำไปตีพิมพ์หรือนำเสนอได้เลยหรือไม่
๗. ระบุชื่อและเบอร์โทรศัพท์ของบุคคลที่สื่อมวลชนสามารถติดต่อกลับได้ในกรณีที่สื่อมวลชนมีข้อสงสัยหรือต้องการรายละเอียดต่าง ๆ เพิ่มเติมหรือไม่

กล่าวโดยสรุป คือ การสร้างและรักษามิตรภาพทั้งในที่ทำงาน และแวดวงขององค์กร สื่อสารมวลชนเป็นสิ่งที่ดีและมีความสำคัญมาก เพราะจะช่วยให้การทำงานประสบความสำเร็จแล้ว อาชีพประชาสัมพันธ์นั้นต้องมีความสัมพันธ์และมีความพึงพาทอาศัยกับผู้อื่นอยู่เสมอ โดยเฉพาะนักข่าวสายต่าง ๆ ซึ่งควรรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับนักข่าวสำคัญอย่างยิ่ง

ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) นั้น ควรพิจารณาการเขียนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

ในการเขียนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ไม่ควรใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ล้วนเพราะจะทำให้อ่านยาก การใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ให้ใช้ได้เฉพาะข้อความที่ต้องการเท่านั้นควรจากคำนำหน้าเชื่อมโยงอย่างระมัดระวังใช้ถ้อยคำที่เหมาะสมไม่หยابคายหรือทำให้ผู้อื่นได้รับความเสียหายเมื่อได้รับจดหมายแล้วควรพิจารณาเนื้อหาและความหมายของถ้อยคำอย่างรอบคอบเพื่อประโยชน์ในการรับสาร

องค์ประกอบภายในกล่องจดหมาย

การอ่านจดหมาย ภายในกล่องจดหมายเข้า (Inbox) จะแสดงจดหมายที่อยู่ภายในกล่องเก็บจดหมายนี้เมื่อคลิกเลือกที่ Inbox หรือ Check Mail จะปรากฏจดหมายที่มีอยู่

การตอบกลับ เมื่ออ่านจดหมายแล้วต้องการที่จะส่งจดหมายเพื่อตอบกลับไปยังผู้ส่งสามารถคลิกเลือกที่ Reply ไม่ต้องพิมพ์ชื่อผู้รับอีกเพราะอีเมลจะนำชื่อของผู้ส่ง (From) มาเป็นชื่อผู้รับ (To) พร้อมทั้งชื่อเรื่องก็จะเป็นชื่อเดิมเพียง Reply หน้าชื่อเรื่องของจดหมาย

การส่งต่อจดหมาย หมายความว่า เมื่อส่งจดหมายฉบับนี้ไปยังบุคคลอื่น ๆ คล้ายกับระบบจดหมายเวียนที่เราส่งต่อไปยังบุคคลอื่น ๆ ได้อีกจำนวนมากโดยไม่ต้องเสียเวลาที่เขียนจดหมายทีละฉบับเพื่อส่งให้แต่ละคนจะเป็นการช่วยลดเวลาในการเขียนจดหมาย

การลบบจดหมาย หมายถึง กระบวนการลบหรือกำจัดจดหมายออกจากระบบ เพื่อเคลียร์พื้นที่ลดความยุ่งเหยิง หรือป้องกันข้อมูลสำคัญจากการเข้าถึงโดยบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้อง

ประโยชน์ของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

ประโยชน์ของการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) คือ มีความรวดเร็วและสามารถส่งข้อความไปหาบุคคลใดก็ได้ทั่วโลก สามารถรับและส่งได้ทั้งข้อความ ไฟล์เอกสาร ไฟล์รูป ไฟล์วิดีโอ หรือลิงค์ข้อมูลต่าง ๆ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย ลดการใช้กระดาษและวัสดุสิ้นเปลืองได้เป็นอย่างดี จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นเทคโนโลยีที่มีการนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย เพราะมีทั้งความสะดวก ประหยัดทรัพยากรและยังสามารถใช้ยืนยันตัวตนของผู้ใช้งานได้อีกด้วย จึงถูกนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการทำธุรกรรมต่าง ๆ บนโลกเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเป็นเทคโนโลยีที่ยังคงอยู่ในปัจจุบัน

กล่าวโดยสรุป จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ยังคงมีบทบาทสำคัญในโลกการสื่อสาร เพราะช่วยให้การติดต่อเป็นไปอย่างรวดเร็ว ประหยัด และเข้าถึงง่ายจากทุกที่ อีกทั้งยังมีความยืดหยุ่น ปลอดภัย และสามารถแนบไฟล์ได้ ทำให้การจัดการข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล

บทที่ ๔

ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขและการพัฒนางาน

การปฏิบัติงานเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนและระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ของมหาวิทยาลัยบูรพา นั้น การควบคุมและการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน เป็นงานในหน้าที่อย่างหนึ่งซึ่งงานประชาสัมพันธ์เป็นผู้ดำเนินการ การทำประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดผลดีมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องให้ความสนใจทางด้านการเผยแพร่ข่าว อันเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เป็นพิเศษ ทั้งนี้ ก็พบปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้ปฏิบัติงานต้องแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้ถูกต้องตามระเบียบ (ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔)

๔.๑ ปัญหา อุปสรรค การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน

การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนมักเจอปัญหาและอุปสรรคหลายประการที่อาจทำให้การสื่อสารไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ดังนี้

๑. การแข่งขันสูง: ในยุคปัจจุบันมีจำนวนข่าวสารจำนวนมาก ทำให้ข่าวประชาสัมพันธ์อาจไม่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนหรือกลุ่มเป้าหมายตามที่คาดหวัง

๒. การคัดเลือกข่าว: สื่อมวลชนจะคัดกรองข่าวที่มีความน่าสนใจและมีคุณค่าต่อผู้อ่าน ดังนั้น ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ไม่มีเนื้อหาที่น่าสนใจหรือไม่ตรงกับประเด็นที่สื่อมวลชนสนใจอาจถูกละเลย

๓. ข้อจำกัดด้านเวลา: บางครั้งการเผยแพร่ข่าวอาจไม่สามารถดำเนินการได้ทันเวลา เนื่องจากสื่อมวลชนมีข้อจำกัดด้านเวลาหรือกำหนดการที่แน่นอน ทำให้ข่าวนั้นอาจล่าช้าหรือไม่ตรงจังหวะที่เหมาะสม

๔. ข้อจำกัดด้านเนื้อหา: การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมักถูกจำกัดเนื้อหา เช่น ความยาวหรือรูปแบบที่กำหนด ทำให้ไม่สามารถสื่อสารข้อมูลได้ครบถ้วนตามที่ต้องการ

๕. ความเปลี่ยนแปลงของสื่อ: สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลมากขึ้น ทำให้การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมอาจต้องปรับตัวให้เข้ากับสื่อใหม่และวิธีการสื่อสารที่เปลี่ยนไป

๖. ความน่าเชื่อถือของข่าว: หากข่าวประชาสัมพันธ์มีลักษณะที่ไม่ชัดเจน หรืออาจถูกมองว่าเป็นโฆษณาเกินจริง อาจทำให้สื่อมวลชนไม่ยอมรับและลดความน่าเชื่อถือของข่าว

๗. การจัดการวิกฤตข่าวลบ: หากมีข้อมูลเชิงลบที่เกี่ยวข้องกับองค์กร การประชาสัมพันธ์เชิงบวกอาจถูกบดบังด้วยข่าวลบ ทำให้ภาพลักษณ์องค์กรเสียหาย

การจัดการกับปัญหาเหล่านี้ต้องอาศัยการวางแผนที่ดี การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสื่อ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน

๔.๒ แนวทางการแก้ไขปัญหาในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน สามารถดำเนินการได้ตามขั้นตอนและกลยุทธ์ดังนี้

๑. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน

- การสร้างเครือข่ายกับผู้สื่อข่าว: องค์กรควรมีการติดต่อและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้สื่อข่าวและสำนักข่าว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในเนื้อหาข่าว

- การจัดกิจกรรมพบปะสื่อ: การจัดงานสัมมนาหรือพบปะเพื่อให้สื่อมวลชนเข้าใจถึงเป้าหมายและทิศทางขององค์กร จะช่วยสร้างความร่วมมือที่ดี

๒. เนื้อหาข่าวที่ชัดเจนและน่าสนใจ

- เน้นการเขียนข่าวที่กระชับและตรงประเด็น: การเขียนเนื้อหาที่กระชับ ชัดเจน มีข้อมูลสำคัญและเป็นประโยชน์ จะช่วยให้ข่าวมีโอกาสถูกเผยแพร่มากขึ้น
- ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และน่าติดตาม: ข่าวประชาสัมพันธ์ควรมีเรื่องราวหรือข้อมูลที่มีคุณค่าและน่าสนใจสำหรับผู้อ่านหรือลูกค้าของสื่อมวลชนนั้น

๓. การใช้เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มสื่อสารใหม่ ๆ

- ใช้ Social Media: การใช้แพลตฟอร์มสื่อสังคม เช่น Facebook, Twitter หรือ YouTube เพื่อเผยแพร่ข่าวสารเพิ่มเติมนอกเหนือจากการใช้สื่อมวลชน
- การใช้วิดีโอและภาพ: เพิ่มประสิทธิภาพของข่าวด้วยการแนบวิดีโอหรือภาพที่ดึงดูดความสนใจ ทำให้เนื้อหาสามารถเข้าถึงผู้อ่านได้ง่ายและมีความชัดเจนมากขึ้น

๔. จัดการกับปัญหาการสื่อสาร

- การประสานงานที่ดี: หากมีการส่งข่าวสารไปยังสื่อมวลชน ต้องมีการประสานงานที่ดีและแน่ใจว่าสื่อได้รับข้อมูลครบถ้วน และพร้อมนำเสนอข่าวได้ตามเวลาที่กำหนด
- การแก้ไขความเข้าใจผิด: หากสื่อมวลชนตีความข่าวสารผิดพลาด ควรมีการติดต่อเพื่อชี้แจงและปรับเนื้อหาทันทีเพื่อป้องกันการเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง

๕. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว

- ความพร้อมในการให้ข้อมูลเพิ่มเติม: องค์กรควรมีโฆษกหรือผู้ที่รับผิดชอบในเรื่องการตอบคำถาม หรือให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อสื่อมวลชนต้องการ
- จัดทำแถลงการณ์ให้พร้อมในกรณีฉุกเฉิน: หากมีเหตุการณ์สำคัญ ควรมีแถลงการณ์หรือข้อมูลพร้อมเผยแพร่ทันที เพื่อควบคุมเรื่องราวและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

๖. การติดตามและประเมินผล

- ติดตามผลการเผยแพร่ข่าว: ตรวจสอบว่าสื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวตามที่ต้องการหรือไม่ และประเมินการเข้าถึงผู้ชมจากการเผยแพร่
- ปรับปรุงการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง: ประเมินผลการเผยแพร่ในครั้งที่ผ่านมา ๆ มาเพื่อปรับปรุงการสื่อสารในอนาคต

จากปัญหาที่ผู้เขียนได้พบในการปฏิบัติงานจริง จึงได้วิเคราะห์ปัญหา และอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน และข้อเสนอแนะทางการแก้ไขปัญหาในหน่วยงานนั้น ผู้เขียนเป็นผู้ปฏิบัติงานจริงจึงเข้าใจปัญหาได้ดี ดังนั้น แนวทางการแก้ไขการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนที่ได้กล่าวไว้นั้น อาจเป็นเพียงข้อเสนอแนะของผู้เขียนเท่านั้น

๔.๓ ปัญหา อุปสรรค การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) มีข้อดีมากมาย เช่น ความสะดวกรวดเร็ว การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และต้นทุนที่ต่ำ อย่างไรก็ตาม ยังคงมีปัญหาและอุปสรรคที่พบได้บ่อย ดังนี้

๑. อีเมลเข้าสู่กล่องขยะ (Spam Folder)

- ปัญหาที่พบบ่อยคืออีเมล (e-mail) ประชาสัมพันธ์ถูกกรองเป็นอีเมล ขยะ หรือ "Spam" เนื่องจากระบบของผู้ให้บริการอีเมล (e-mail) (เช่น Gmail, Yahoo) ใช้ตัวกรองเพื่อแยกอีเมล (e-mail) ที่อาจเป็นสแปมหรือโฆษณาที่ไม่พึงประสงค์

- แนวทางแก้ไข พยายามทำให้อีเมล (e-mail) ดูน่าเชื่อถือ และหลีกเลี่ยงคำที่มักถูกใช้ในสแปม เช่น ฟรี ลดราคา และการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์เกินความจำเป็น

๒. อัตราการเปิดอ่านต่ำ (Low Open Rate)

- แม้จะส่งอีเมล (e-mail) ไปยังกลุ่มเป้าหมายแล้ว แต่อัตราการเปิดอ่านอีเมล (e-mail) มีการเปิดอ่านน้อยมาก ซึ่งอาจเกิดจากหัวข้อที่ไม่ดึงดูด หรือเวลาที่ส่งไม่เหมาะสม

- แนวทางแก้ไข ควรมีหัวข้อที่ชัดเจน สั้น และดึงดูดใจ ควรทำ A/B Testing เพื่อหาหัวข้อและเวลาที่เหมาะสม

๓. การออกแบบอีเมล (e-mail) ที่ไม่เหมาะสมกับอุปกรณ์มือถือ (Non-Responsive Design)

- ปัจจุบันการออกแบบอีเมล (e-mail) ที่ไม่เหมาะสมกับมือถือมักเกิดจากการไม่ปรับขนาดหน้าจอ ฟอนต์และปุ่มเล็กเกินไป การใช้หลายคอลัมน์ รูปภาพขนาดใหญ่เกิน และการวางข้อมูลสำคัญไว้ในตำแหน่งที่เลื่อนไปถึงยาก ทำให้ผู้อ่านรู้สึกไม่สะดวก จึงทำให้อีเมลนั้นไม่ได้รับการสนใจ

- แนวทางแก้ไข การออกแบบอีเมล (e-mail) ให้เหมาะกับมือถือจะช่วยให้ผู้อ่านได้รับข้อมูลและเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก ใช้งานง่ายขึ้นบนหน้าจอขนาดเล็ก และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๔.๔ แนวทางการแก้ปัญหาและพัฒนางาน การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความน่าสนใจและประสิทธิภาพในการสื่อสารกับผู้รับสาร ดังนี้ คือแนวทางที่สามารถใช้ได้

๑. การจัดการข้อมูลผู้รับอีเมล (e-mail)

- ปรับปรุงฐานข้อมูลผู้รับ ควรตรวจสอบและอัปเดตข้อมูลผู้รับเป็นระยะ เพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลที่มีถูกต้องและเป็นปัจจุบัน เช่น อีเมล (e-mail) ที่ใช้งานได้ และแยกกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

- สร้างระบบการยืนยันตัวตนผู้รับ (Double Opt-in) เพื่อป้องกันการส่งอีเมล (e-mail) ไปยังผู้ที่ไม่ต้องการรับข่าวสาร รวมถึงป้องกันการร้องเรียนเรื่องสแปม (Spam)

๒. การออกแบบเนื้อหาอีเมลให้ดึงดูด

- หัวเรื่อง (Subject Line) ที่ดึงดูด หัวเรื่องควรสั้น กระชับ ชัดเจน และน่าสนใจ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับแต่ละราย

- ออกแบบอีเมล (e-mail) ให้เหมาะสมกับทุกอุปกรณ์ การออกแบบอีเมล (e-mail) ให้สามารถแสดงผลได้ดีทั้งบนคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์พกพา เช่น มือถือ (Responsive Design)

- การใช้ภาพและวิดีโอ เพิ่มภาพหรือวิดีโอเพื่อดึงดูดความสนใจ โดยไม่ทำให้โหลดช้าเกินไป และเลือกขนาดไฟล์ที่เหมาะสม

๓. การใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือการวิเคราะห์

- การใช้เครื่องมือจัดการอีเมล (Email Automation Tools) ช่วยในการจัดการการส่งอีเมล (email) ที่มีประสิทธิภาพ เช่น การจัดตารางเวลาการส่ง และการติดตามผลการเปิดอ่านและอัตราการคลิก
- การวิเคราะห์และปรับปรุงจากข้อมูลเชิงลึก ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล เช่น อัตราการเปิดอ่าน (Open Rate) อัตราการคลิก (Click-through Rate) เพื่อปรับปรุงแคมเปญในอนาคต
- A/B Testing ทดลองหัวข้อและเนื้อหาอีเมล (e-mail) หลายรูปแบบเพื่อดูว่าสไตล์ไหนได้รับการตอบรับที่ดีที่สุด

๔. การเพิ่มความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว

- ปฏิบัติตามกฎหมายการคุ้มครองข้อมูล เช่น GDPR หรือ PDPA เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลผู้รับ จะได้รับการคุ้มครอง
- เพิ่มระบบยกเลิกการรับข่าวสาร (Unsubscribe) ช่วยให้ผู้รับสามารถยกเลิกการรับข่าวสาร ได้ง่าย ๆ ซึ่งจะช่วยลดการร้องเรียนเรื่องการละเมิดความเป็นส่วนตัว

๕. การสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วม

- การปรับแต่งเนื้อหาเฉพาะบุคคล (Personalization) ส่งเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของแต่ละบุคคล เพื่อเพิ่มโอกาสในการตอบสนอง
- การส่งเนื้อหาที่มีคุณค่า ควรเน้นส่งข้อมูลที่มีประโยชน์และมีคุณค่าให้ผู้รับ เพื่อให้ผู้รับรู้สึกว่าการรับข่าวสารนั้นคุ้มค่า ไม่ใช่เป็นการสแปม
- การกระตุ้นการมีส่วนร่วม (Engagement) เพิ่มพีเจอร์แบบสอบถาม หรือโพลในอีเมล (e-mail) เพื่อให้ผู้รับมีส่วนร่วม

๖. การจัดการเวลาในการส่ง

- การวางแผนเวลาในการส่งอีเมล (email) ส่งในช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ผู้รับจะมีโอกาสเปิดอ่านสูงสุด เช่น ช่วงเช้าหรือช่วงบ่าย
- ไม่ส่งบ่อยเกินไป เพื่อหลีกเลี่ยงการรบกวนผู้รับ ควรเลือกส่งในจังหวะที่เหมาะสม และไม่ควรถูกส่งบ่อยจนเกินไป

๗. การวัดผลและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

- เก็บข้อมูลผลการทำงาน เช่น การตอบรับจากผู้รับ สถิติการเปิดอ่าน การคลิก และผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)
- การปรับปรุงตาม Feedback นำข้อเสนอแนะ หรือคำวิจารณ์จากผู้รับ

จากปัญหาที่ผู้เขียนพบในการปฏิบัติงานจริงจึงได้วิเคราะห์ถึงปัญหา และอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) และเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาไว้เพื่อให้หน่วยงานได้เข้าใจปัญหาและร่วมพัฒนาแนวทางแก้ไขปัญหาของผู้เขียนต่อไป ดังนั้น แนวทางการแก้ไขการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนนั้น อาจเป็นเพียงข้อเสนอแนะของผู้เขียนเท่านั้น

บรรณานุกรม

- กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา. (๒๕๖๒, ๑๕ มิถุนายน). *ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ค่าของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔*. <https://rb.gy/vocaq>
- จิตสวาท ปาละสิงห์. (๒๕๕๕). *การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในทัศนะของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี*. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๐(๓๓), ๗๕-๘๓.
- จิราภรณ์ สีขาว. (๒๕๓๖). *ภาพลักษณ์องค์กร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จเรวัฒน์ เทวรัตน์. (๒๕๕๖). *พฤติกรรมและความต้องการของผู้สมัครเรียนในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทยาพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นครศรีธรรมราช*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิราภรณ์ สีขาว. (๒๕๓๖). *ภาพลักษณ์องค์กร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ตราจิตต์ เมืองคล้าย. (๒๕๕๖). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๖ โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัตพร วรคุณพิเศษ. (๒๕๕๖). *การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัตพร วรคุณพิเศษ. (๒๕๕๖). *การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณิฉา เอสเคน. (๒๕๖๒). *การรับรู้ภาพลักษณ์เมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- นลินรัตน์ อ่ำช้าง. (๒๕๖๔). *การรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพาในมุมมองของนิสิต*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา). Burapha University Library

ภาคผนวก ก
ทำเนียบสื่อมวลชนท้องถิ่นชลบุรี

ลำดับ	ชื่อ หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	เว็บไซต์และลิงก์ทางโซเชียล
๑.	ประชาสัมพันธ์จังหวัดชลบุรี	๐๓๘ ๒๗๙๔๔๘	http://www.chonburipr.net/
๒.	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย	๐๓๘ ๒๗๘ ๑๖๗	https://radiochonburi.prd.go.th/
๓.	นายบัวภา เจริญภาค	๐๘๑-๘๖๓๘๓๔๐	เพจสนามข่าวชลบุรี
๔.	นายสัมพันธ์ บริบูรณ์	๐๘๑-๖๑๔๒๔๔๔	เดลินิวส์
๕.	นายณัฐพัชร์ ศรีสุวรรณ	๐๘๒-๕๒๔๙๗๘๓	ไทยรัฐทีวี
๖.	นายวิศาล แสงเจริญ	๐๙๙๐๕๓๘๔๖๖	เวิร์คพอยท์ ช่อง ๘ เพจอีจัน
๗.	นายพิชัย เขียวชาญปฏิบัติ	๐๘๙-๖๐๓๐๖๗๖	หนังสือพิมพ์สยามนิวส์
๘.	นายวิรัช หนูขาว	๐๘๑-๘๖๒๐๒๔๗	เพจไทยโพสต์
๙.	นายมานพ กานต์ขจรเดช	๐๘๑ - ๕๗๑๕๐๕๒	ไทยรัฐทีวี
๑๐.	นายณภัทร ชุนนากลัด	๐๘๑-๙๙๖๓๖๙๐	มติชนท้องถิ่นชล
๑๑.	นายธนา ธรรมวาจา	๐๘๑-๕๖๕๗๑๔๙	ข่าวชล
๑๒.	นางสาววรวีร์ สะหิ	๐๘๕๓๙๖๕๗๑๙	หนังสือพิมพ์ทีวี ซี.เอส.โพสต์
๑๓.	นายอิชญา ไรตี้ (น้องหมู)	๐๙๔-๘๕๖๙๙๙๔	เว็บไซต์ข่าวชลบุรีวันนี้
๑๔.	นายอำนาจ ลลิตลาวิทย์	๐๘๖-๘๑๕๓๒๓๒	ประเด็นเด็ด ๗ สี
ทำเนียบสื่อมวลชนศรีราชา			
๑๕.	นายไพบุลย์ เสริมศาสตร์ พิโตบางแค	๐๘๙-๙๓๑๒๐๖๘	เว็บไซต์ชลบุรีโพสต์
๑๖.	นายเจตศักดิ์ แสงทองเจริญ	๐๘๑-๕๗๖๗๖๐๒	ผู้จัดการรายวัน
๑๗.	นางสาวธนภัส สงวนทรัพย์	๐๘๑-๕๘๙๘๖๘๔	ผู้จัดการรายวัน
๑๘.	นายสุรศักดิ์ ศรีนนทวงศ์	๐๘๙-๙๓๙๗๕๓๙	เพจ YES ศรีราชา
๑๙.	นางสาวปภาดา ฤาชา	๐๘๑-๔๑๑๓๘๐๐	เพจแจ้งข่าวชลบุรี
๒๐.	นายภรภัทร์ ปะสิงชอบ	๐๘๘-๒๑๗-๗๖๙๘	ช่อง ๓
๒๑.	นายสมภพ มะลิลา	๐๘๐-๕๖๙๖๕๖๒	เพจบูรพานิวส์ต่อทคอม
๒๒.	นางสาวขวัญฤทัย พุ่มพันธชาติ	๐๘๑-๕๗๔๙๗๒๓	เว็บไซต์เมืองชลนิวส์

ทำเนียบสื่อมวลชนกรุงเทพ

ลำดับ	ชื่อ หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	เว็บไซต์และลิงก์ทางโซเชียล
๑.	นายศุภสวัสดิ์ เพียรธิญกรณ์	๐๘๙-๘๙๔๒๖๖๙	http://www.๑๐๘newstravel.com/
๒.	วินิจ นิมราศรี	๐๘๙-๔๕๖๔๗๔๗	www.vnonthailand.com
๓.	วรวรรณ มุกดา	๐๙๗-๒๕๒ ๒๔๙๓	www.innewsthailand.com
๔.	วริษนิษฐา วสุนทรไพศาล	๐๖๒-๖๕๒๐๗๖๙	www.khaokromnews.com
๕.	สุรเชษฐ ศิลานนท์	๐๘๓-๒๕๑๑๙๑๙	ผู้สื่อข่าว นสพ.พิมพ์ไทย
๖.	ฉัตรชัย เครือเสนา	๐๘๑-๔๔๖๖๐๘๖	www.researchworldthailand.com
๗.	จุฬาพิช มณีวงศ์	๐๘๙-๙๒๓๒๕๐๗	สถานีวิทยุกรมการพลังงานทหาร
๘.	ภาควรรณ คชหาญ	๐๙๙-๓๓๖๔๔๔๐	www.sociallifebusiness.com
๙.	อธินันท์ พรหมมีนไวก	๐๙๖-๙๐๙๙๙๘๖	www.vateekhao.com
๑๐.	อัฐุฒ เทลือองสอาด	๐๘๙-๘๙๗๖๘๖๒	www.mojothainews.com
๑๑.	สมใจลักษณ์ กลิ่นรูป	๐๙๐-๙๐๙๔๓๕๗	www.siamnewstime.com
๑๒.	คุณนิตยา ใจมีวงศ์	๐๘๙-๑๑๑๗๘๒๗	มติชน
๑๓.	คุณกวี อรุณษะนันท์	๐๘๑-๙๒๗๖๐๐๔	ข่าวการศึกษา

ตัวอย่างแบบฟอร์มบันทึกข้อความ ขอความอนุเคราะห์สื่อมวลชน

มหาวิทยาลัยบูรพา
 รับที่ 1123
 วันที่ - 8 มี.ค. 2567
 เวลา 15.40 น.



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน คณะวิทยาศาสตร์ งานคนบตี ฝ่ายวิจัย นวัตกรรม และบริการวิชาการ โทร. ๓๑๕๕
 ที่ อว ๘๑๑๔/๐๕๑๑ วันที่ ๖ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๗
 เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สื่อมวลชน

เรียน รองอธิการบดีฝ่ายแผนยุทธศาสตร์และนโยบาย

ตามที่ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มีกำหนดจัดโครงการนำเสนอผลงานวิจัย Science Project Exhibition ครั้งที่ ๗ ในวันเสาร์ที่ ๑๖ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๗ เพื่อเป็นเวทีให้นิสิตชั้นปีที่ ๔ ของคณะวิทยาศาสตร์ ได้นำเสนอผลงานวิจัย จากโครงการหรือวิชาปัญหาพิเศษของตัวเอง เป็นก้าวแรกในการนำเสนอผลงานทางวิชาการพร้อมทั้งเป็นการเตรียมความพร้อมของนิสิต ชั้นปีที่ ๔ ที่ทำวิจัยปัญหาพิเศษก่อนจบการศึกษา โดยมีการนำเสนอทั้งในรูปแบบบรรยายและการนำเสนอในรูปแบบโปสเตอร์ มีการนำเสนอในภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เพื่อให้นิสิตได้มีการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ให้เป็นไปตาม Learning outcome ของหลักสูตรฯ และสำเร็จการศึกษาไปเป็นบัณฑิตที่มีศักยภาพ ทั้งในการทำงานหรือการศึกษาต่อที่ต้องไปนำเสนอผลงานในระดับที่สูงขึ้นได้ นั้น

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์ จึงขอความอนุเคราะห์สื่อมวลชนของมหาวิทยาลัยเข้าถ่ายภาพ และขอความอนุเคราะห์ติดต่อบุคลากรร่วมทำข่าวประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑ สื่อ ในวันเสาร์ที่ ๑๖ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๗ เวลา ๐๘.๓๐ น. ณ ห้อง CL101 อาคารปฏิบัติการพื้นฐานและศูนย์เครื่องมือวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ รายละเอียดกำหนดการดังแนบ ทั้งนี้ หากท่านยินดีให้ความอนุเคราะห์ในเรื่องดังกล่าว ขอให้ท่านติดต่อที่ นางสาวศิวานันท์ ไทยวิชญ์เจริญ โทร ๓๑๕๕ หรือมือถือ ๐๖๕ ๓๒๖ ๑๔๕๔๔ เพื่อประสานงาน รายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์


 (รองศาสตราจารย์อุษาวดี ดันติวรานุกษ์)
 คณบดีคณะวิทยาศาสตร์

เขียน รองอธิการบดีฝ่ายแผนยุทธศาสตร์และนโยบาย

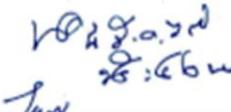
ว. เพื่อโปรดพิจารณา

ช. นายอนุเคราะห์ ๗ มีนาคม ๒๕๖๗

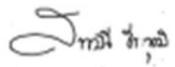
ตำแหน่ง (ชื่อ)

๗. เลขที่ ๘๕๖ ๗๗. ฝ่ายวิจัย นวัตกรรม และบริการวิชาการ

ททท


 ๗ มี.ค. ๒๕๖๗

อนุญาต/แจ้งผู้เกี่ยวข้อง



๐๘ มี.ค. ๒๕๖๗

กำหนดการ โครงการนำเสนอผลงานวิจัย Science Project Exhibition ครั้งที่ ๗



กำหนดการ

โครงการนำเสนอผลงานวิจัย Science Project Exhibition ครั้งที่ 7

The 7th Science Project Exhibition

วันเสาร์ที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2567

ณ อาคารปฏิบัติการพื้นฐานและศูนย์เครื่องมือวิทยาศาสตร์
คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

08.00 - 08.30 น.	ลงทะเบียนเข้าร่วมงาน และรับประทานอาหารว่าง
08.30 - 09.00 น.	พิธีเปิด
09.00 - 10.00 น.	การบรรยายพิเศษ โดย คุณเฉลิมพล ปุณโณทก
10.00 - 12.00 น.	การนำเสนอโครงการวิจัยแบบบรรยาย (รอบเช้า)
10.00 - 12.00 น.	การนำเสนอโครงการวิจัยแบบโปสเตอร์ (รอบเช้า)
12.00 - 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.00 - 15.00 น.	การนำเสนอโครงการวิจัยแบบบรรยาย (รอบบ่าย)
13.00 - 15.00 น.	การนำเสนอโครงการวิจัยแบบโปสเตอร์ (รอบบ่าย)
15.00 - 15.10 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
15.10 - 16.10 น.	การบรรยายพิเศษ โดย นางสาวจุฑิรา ผลกิจ
16.10 - 17.00 น.	การประกาศรางวัลผู้นำเสนอแบบโปสเตอร์ดีเด่น การประกาศรางวัล Poster popular vote การประกาศรางวัลผู้นำเสนอผลงานแบบบรรยายดีเด่น คณะวิทยาศาสตร์กล่าวให้โอวาทและปิดงาน

*พิธีเปิดเข้าร่วมพิธีเปิดจะมีพิธีได้รับรางวัล

**กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

ตัวอย่างแบบฟอร์ม บันทึกข้อความ ขอความอนุเคราะห์ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

	บันทึกข้อความ	<table border="1"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">มหาวิทยาลัยบูรพา</td> </tr> <tr> <td>รับที่</td> <td style="text-align: center;">3204</td> </tr> <tr> <td>วันที่</td> <td style="text-align: center;">- 6 ส.ค. 2567</td> </tr> <tr> <td>เวลา</td> <td style="text-align: center;">1๒.17 น.</td> </tr> </table>	มหาวิทยาลัยบูรพา		รับที่	3204	วันที่	- 6 ส.ค. 2567	เวลา	1๒.17 น.
มหาวิทยาลัยบูรพา										
รับที่	3204									
วันที่	- 6 ส.ค. 2567									
เวลา	1๒.17 น.									
<p>ส่วนงาน สำนักงานอธิการบดี กองบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล โทร. ๒๔๖๔ ที่ อว ๘๑๐๐ / ๐๙๙๓๘ วันที่ ๑ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๗</p>										
<p>เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เผยแพร่ข่าวสารผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และเฟซบุ๊ก ของมหาวิทยาลัยบูรพา</p>										
<p>เรียน ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร</p>										
<p>ด้วยกองบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล มีความประสงค์สำรวจความผูกพัน ของบุคลากรทุกระดับต่อมหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์การปรับปรุงระบบ การบริหารงานบุคคล และแนวทางการสร้างความผูกพันต่อองค์กรให้กับบุคลากร เพื่อให้ได้ข้อมูล ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการดังกล่าว จึงขอเชิญชวนบุคลากรทุกท่าน ร่วมตอบแบบสอบถาม ความผูกพันของบุคลากรต่อมหาวิทยาลัยบูรพา โดยสามารถตอบแบบสอบถามดังกล่าวได้ที่ https://shorturl.asia/BHW70 หรือสแกน QR Code ดังเอกสารประชาสัมพันธ์แนบ ตั้งแต่บัดนี้ จนถึงวันที่ ๓๑ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๗ กองบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล จึงขอความอนุเคราะห์ เผยแพร่ข่าวสารดังกล่าวไปยังบุคลากรของมหาวิทยาลัยบูรพา ผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเฟซบุ๊ก ของมหาวิทยาลัยบูรพา</p>										
<p>จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะขอบคุณยิ่ง</p>										
 (รองศาสตราจารย์ธวัฒน์ พิมลจินดา) รองอธิการบดีฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคลและกฎหมาย										
<p>เรียน ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร</p>										
<p>๑. เพื่อโปรดพิจารณา</p>										
<p>๒. หากอนุเคราะห์เห็นควรให้งานประชาสัมพันธ์ ดำเนินการต่อไป</p>										
<p>ทราบ/ดำเนินการตามเสนอ</p>	<p> ๖ ส.ค. ๒๕๖๗ ๑๙:๑๗ น. /ม. - ๖ ส.ค. ๒๕๖๗/๑๓:๑๕ น.</p>									

ตัวอย่างจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ที่ได้เผยแพร่ในระบบ



ตัวอย่าง แบบฟอร์ม BUU News Clipping



BUU NEWS
BURAPHA UNIVERSITY
WISDOM OF THE EAST

NEWS
CLIPPING

วันที่ 17 ธันวาคม 2566

ข่าวประชาสัมพันธ์

มหาวิทยาลัยบูรพา ร่วม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จัดพิธีมอบรางวัล "ลูกทุ่งสองนาง" เชื้อยชีวิตชุมชนดาวกระจายชุมชน เอื้อนบุรีพนาแสน

17 ธ.ค. 2566 10:27 | 17 ธ.ค. 2566 10:27 | 100 | ผู้เข้าชม 100

👍
👍
👍
👍



คุณจำนงค์วิภา: มหาวิทยาลัยบูรพา ร่วม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จัดพิธีมอบรางวัล "ลูกทุ่งสองนาง" เชื้อยชีวิตชุมชนดาวกระจายชุมชนเอื้อนบุรีพนาแสน สืบสานพลังชุมชนที่ผูกพันในชุมชนบ้าน

วันที่ (16 ธ.ค.) ชมการแสดงการขับร้องเพลงลูกทุ่ง ผสมผสานกับการแสดงนาฏศิลป์ โดยคณะลูกทุ่งมหาวิทยาลัยบูรพา และคณะลูกทุ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ได้ร่วมกันมอบรางวัลให้กับผู้ชนะเลิศในการประกวดร้องเพลงลูกทุ่ง ประจำปี 2566 โดยมีพิธีมอบรางวัลและเงินรางวัล ณ อาคารเรียนรวม มหาวิทยาลัยบูรพา

โดยมีพิธีมอบรางวัลและเงินรางวัลให้กับผู้ชนะเลิศในการประกวดร้องเพลงลูกทุ่ง ประจำปี 2566 โดยมีพิธีมอบรางวัลและเงินรางวัล ณ อาคารเรียนรวม มหาวิทยาลัยบูรพา และคณะลูกทุ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ได้ร่วมกันมอบรางวัลให้กับผู้ชนะเลิศในการประกวดร้องเพลงลูกทุ่ง ประจำปี 2566 โดยมีพิธีมอบรางวัลและเงินรางวัล ณ อาคารเรียนรวม มหาวิทยาลัยบูรพา








www.buu.ac.th
 มหาวิทยาลัยบูรพา
 @theonebuu
 BuraphaUniversity
 @buuofficial

ภาคผนวก ข.

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา
ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. ๒๕๖๔

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๘

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ ประกอบกับมติคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุม ครั้งที่ ๓/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ สภามหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุม ครั้งที่ ๒/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๒๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ จึงออกข้อบังคับไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิก ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๘

ข้อ ๔ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยบูรพา

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา

“หัวหน้าส่วนงาน” หมายความว่า หัวหน้าส่วนงานตามมาตรา ๙ (๓) และ (๔) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐

“เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์” หมายความว่า ผู้ได้รับมอบหมายจากอธิการบดีให้ดำเนินงานในการให้ข่าว บริการข่าวสาร และวางแผนดำเนินการทางด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างมหาวิทยาลัยกับผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย นิสิต ประชาชนทั่วไป และสื่อมวลชน รวมทั้งการเสนอแนะและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานทางด้านการประชาสัมพันธ์

“ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย” หมายความว่า พนักงานมหาวิทยาลัย ข้าราชการและลูกจ้างของส่วนราชการซึ่งปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย และให้หมายความรวมถึงพนักงานตามภารกิจ

“นิสิต” หมายความว่า นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา และหมายความรวมถึง นักเรียนโรงเรียนสาธิต “สิบลำเพ็ญ”

“ข่าวของมหาวิทยาลัย” หมายความว่า ข่าวหรือข้อเท็จจริงของมหาวิทยาลัย หรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย

- ๒ -

“การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย” หมายความว่า การแจกจ่าย เผยแพร่ แลงลงชี้แจงข่าวของมหาวิทยาลัย และให้หมายความรวมถึงการให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน และการพูดออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และการนำข่าวของมหาวิทยาลัยเข้าสู่ระบบสารสนเทศหรือสื่อสังคมออนไลน์ทุกประเภท เพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย นิสิต และประชาชนทั่วไป อันก่อให้เกิดผลดีต่อมหาวิทยาลัยและประเทศชาติ

“การบริการข่าวสาร” หมายความว่า การแจกจ่ายและเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลหรือข้อเท็จจริงของมหาวิทยาลัย ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ระบบสารสนเทศ หรือสื่อสังคมออนไลน์ทุกประเภท เพื่อให้เป็นความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย นิสิต และประชาชนทั่วไป อันก่อให้เกิดผลดีต่อมหาวิทยาลัยและประเทศชาติ

“สื่อมวลชน” หมายความว่า หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สำนักข่าว สำนักข่าวสารหรือสื่ออื่น ๆ ที่ไปถึงมวลชน โดยให้หมายรวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ทุกประเภทด้วย

“ผลงานทางวิชาการ” หมายความว่า เอกสารหรือหลักฐานใด ๆ ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้า รวบรวม เรียบเรียง วิเคราะห์หรือสังเคราะห์ ซึ่งแสดงถึงความชำนาญการหรือความเชี่ยวชาญในการสอนหรือการนิเทศ การทำวิจัย การบริการวิชาการ หรือการบริหารสถานศึกษาของผู้จัดทำผลงาน และได้นำไปใช้ในการแก้ปัญหา พัฒนางานในหน้าที่ พัฒนาคุณภาพจัดการศึกษา และเป็นประโยชน์ต่อความก้าวหน้าทางวิชาการ

ข้อ ๕ การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย ให้มีผู้รับผิดชอบ ดังนี้

(๑) ข่าวที่เกี่ยวกับการประชุม หรือข่าวที่เกี่ยวกับกรณีฉุกเฉินเร่งด่วน ให้ผู้ที่ได้รับมอบหมายจากอธิการบดีเป็นผู้ให้ข่าว

(๒) ข่าวที่เกี่ยวกับนโยบายของมหาวิทยาลัย ให้อธิการบดี หรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายเป็นผู้ให้ข่าว

(๓) ข่าวที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานประจำหรือภารกิจที่ได้รับมอบหมาย ให้อธิการบดีหรือหัวหน้าส่วนงานที่อธิการบดีมอบหมาย หรือเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของส่วนงานเป็นผู้ให้ข่าว

(๔) ข่าวในลักษณะวิชาการ ซึ่งสมควรเผยแพร่แก่ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย นิสิต และประชาชนทั่วไป ให้เจ้าของผลงานวิชาการ หรือหัวหน้าส่วนงาน เป็นผู้ให้ข่าว

(๕) ข่าวที่อาจกระทบต่อชื่อเสียง หรือที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อมหาวิทยาลัยและส่วนงานของมหาวิทยาลัย ให้อธิการบดีหรือหัวหน้าส่วนงานที่อธิการบดีมอบหมาย หรือเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของส่วนงานเป็นผู้ให้ข่าว

ห้ามมิให้ผู้ใดที่มีใจผู้รับผิดชอบตามวรรคหนึ่งให้ข่าวของมหาวิทยาลัยโดยเด็ดขาด และให้พึงระมัดระวังการกระทำใด ๆ ในการเผยแพร่ข้อความ ภาพถ่าย หรือภาพเคลื่อนไหว ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๖ การให้ข่าวต้องระมัดระวังการให้ข่าวในเรื่องที่เกี่ยวกับคำสั่งให้ปฏิบัติหน้าที่ อันเป็นระเบียบภายในและคำสั่งหรือระเบียบการใด ๆ ที่ถือเป็นความลับ และเพื่อให้เกิดความชัดเจน เป็นประโยชน์ในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนทุกแขนง และไม่เกิดความคลาดเคลื่อนของข่าวจากความจริง ควรจัดเตรียมเอกสารข่าวที่สามารถเปิดเผยได้ประกอบการให้ข่าวด้วย

ข้อ ๗ การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยนั้น ควรปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

- ๓ -

ข้อ ๘ การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย ต้องจัดทำอย่างมีแบบแผนและสอดคล้องกับระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยมีการมอบหมายให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์รับผิดชอบดำเนินงาน

ข้อ ๙ การเขียนข่าว บริการข่าวสาร หรือการเผยแพร่เนื้อหาที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัย สู่อาธารณะสามารถกระทำได้ โดยผู้เขียนที่มีหน้าที่รับผิดชอบ และการให้ข่าวและบริการข่าวสารของมหาวิทยาลัยจะต้องอยู่ในขอบเขตของกฎหมายหรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เนื้อหาที่ไม่น่าทำให้เกิดความเสียหายแก่มหาวิทยาลัย บุคคลใด หรือหน่วยงานใด

การดำเนินการตามวรรคหนึ่งให้หัวหน้าส่วนงานอื่นเรื่องพร้อมบท (Script) และเนื้อหาที่จะนำเสนอต่องานประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดีโดยตรง เพื่อพิจารณาและเสนอความเห็นต่อผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นจนถึงอธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ ทั้งนี้ให้คำนึงถึงภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของมหาวิทยาลัยเป็นสำคัญ และไม่ว่ากรณีใด ๆ เมื่อให้ข่าวหรือบริการข่าวสารแล้ว ให้รายงานอธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายทราบทันที เว้นแต่อธิการบดีจะสั่งเป็นอย่างอื่น

ข้อ ๑๐ เมื่อมีข่าวอันอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่มหาวิทยาลัยหรือทางราชการเกิดขึ้น ให้หัวหน้าส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับข่าวนั้น ๆ รับผิดชอบการสอบสวนข้อเท็จจริงทันที แล้วให้รายงานผลให้อธิการบดีทราบโดยเร็ว

ข้อ ๑๑ ให้ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบการให้ข่าวของมหาวิทยาลัย พิจารณาให้ข่าวรอบคอบ โดยเลือกใช้สื่อมวลชนตามความเหมาะสม ทั้งนี้เพื่ออำรงไว้ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือทางสังคมของมหาวิทยาลัยเป็นสำคัญ และเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด ชัดแย้งกับหน่วยงานอื่น หรือทัศนคติที่ไม่ดีต่อมหาวิทยาลัย

ในกรณีที่มีข่าวของมหาวิทยาลัยขัดแย้งกัน หรือขัดแย้งกับหน่วยงานอื่น ให้งานประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี พิจารณาประสานการปฏิบัติกับผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อยุติข้อขัดแย้ง แล้วให้รายงานอธิการบดีทราบโดยเร็ว พร้อมชี้แจงให้ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย นิสิต และประชาชนทั่วไปทราบ

ข้อ ๑๒ การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย ให้กระทำที่มหาวิทยาลัย หรือสถานที่อื่นที่เหมาะสม ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงผลที่จะได้รับเป็นสำคัญ

ข้อ ๑๓ การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย โดยคลาดเคลื่อนไปจากความจริง หรือไม่ถือปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ ซึ่งก่อให้เกิดหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่มหาวิทยาลัย เกิดความเข้าใจผิด หรือเกิดความแตกความสามัคคีในมหาวิทยาลัย ให้ถือว่าเป็นความผิดทางวินัย

ข้อ ๑๔ ให้อธิการบดีรักษาการตามข้อบังคับนี้ และให้มีอำนาจออกคำสั่ง หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติต่าง ๆ เพิ่มเติม เพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้

ในกรณีที่มีความในข้อบังคับนี้มีได้ระบุไว้หรือมีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ ให้อธิการบดีเป็นผู้มีอำนาจวินิจฉัยชี้ขาด และคำวินิจฉัยของอธิการบดีให้ถือเป็นที่สุด

ประกาศ ณ วันที่ ๒ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๔


(รองศาสตราจารย์สุมนต์ สกลไชย)
นายกสภามหาวิทยาลัยบูรพา

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย)	นางนลินรัตน์ อ่ำช้าง
ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ)	Mrs. Narinrud Amchang
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	๔๒/๓ หมู่ ๖ ตำบลห้วยกะปิ อําเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ๒๐๐๐๐
วัน เดือน ปี เกิด	๐๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๒๖
ตำแหน่งงานปัจจุบัน	นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	งานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี
ประวัติการศึกษา	ระดับปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต นวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและสังคม มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. ๒๕๖๖	ระดับปริญญาตรี การศึกษบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. ๒๕๕๐	
ประวัติการทำงาน	
วันที่เริ่มปฏิบัติงาน	๒๑ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๔๘
ประสบการณ์ทำงาน	๑ ธันวาคม ๒๕๕๓ – ปัจจุบัน ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์
E-mail	Narinrud@go.buu.ac.th

