คู่มือการปฏิบัติงาน
การประชาสัมพันธ์ภายใน
ผ่านช่องทาง Digital Signage

งานสื่อสารองค์กร กองกลาง สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

สารบัญ

03 บทนำ

04 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

05 วัตถุประสงค์

05 ขอบเขต

06 โครงสร้างองค์กร

07 คณะดำเนินงาน

08 ความหมายของ Digital Signage

08 องค์ประกอบของ Digital Signage

09 คุณสมบัติของ Digital Signage

10 ประเภทสื่อที่เผยแพร่ผ่าน Digital Signage

11 ขนาดและรูปแบบของสื่อที่เผยแพร่ผ่าน Digital Signage

12 ขั้นตอนการผลิตสื่อเผยแพร่ผ่าน Digital Signage

14 ตัวอย่างสื่อเผยแพร่ผ่าน Digital Signage

บทนำ

การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (Digital PR) เป็นการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือออนไลน์ในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารหรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร หรือการบริการ ซึ่งการประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบันนี้ไม่ได้จำกัดการใช้สื่อในรูปแบบเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือโทรทัศน์ แต่สามารถขยายโอกาสไปยังช่องทางออนไลน์ที่หลากหลาย เช่น โซเชียลมีเดีย(Social Media) เว็บไซต์(Website) และบล็อก(Blog)

ปัจจุบันการพัฒนาของอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์สื่อสารได้เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของมนุษย์ไปอย่างสิ้นเชิง การเชื่อมต่อที่รวดเร็วขึ้นช่วยให้สามารถเข้าถึงการทำงาน เรียนรู้ และสื่อสารได้สะดวกขึ้น ในขณะเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลจึงเป็นการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมาย ช่วยให้การประชาสัมพันธ์มีความแม่นยำ ทันสมัย และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล สามารถสร้างความได้เปรียบในการสื่อสารและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร (Internal Communication) คือ การสื่อสารข้อมูลข่าวสาร หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร เพื่อให้บุคลากรทุกคนได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงตามเวลา และวัตถุประสงค์ขององค์กร การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสำคัญในหลายๆ ด้าน เช่น การเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากร การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การสร้างความเข้าใจร่วมกันในองค์กร ลดค่าใช้จ่ายในการใช้กระดาษ หมึกพิมพ์เอกสารและติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์แบบเดิม สามารถอัปเดตปรับเปลี่ยนข้อมูลหรือเนื้อหาต่าง ๆ ได้ทันทีผ่านระบบดิจิตอลโดยไม่ต้องพิมพ์เอกสารใหม่ การแสดงผลด้วยภาพและเสียงช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ชม ทำให้ข้อมูลที่นำเสนอได้รับการรับรู้และจดจำได้ดียิ่งขึ้น

งานสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา จึงได้เล็งเห็นประโยชน์และทำการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านช่องทาง Digital Signage อย่างมีประสิทธิภาพและทันสมัย ให้กับบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยและบุคคลภายนอกที่มาติดต่อราชการ

วัตถุประสงค์

1.เพื่อเพิ่มช่องทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Digital Signage ให้กับบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยและบุคคลภายนอกที่มาติดต่อราชการ

2.เพื่อนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในสร้างความเข้าใจร่วมกันในองค์กรภายในองค์กร

3.เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการใช้กระดาษ หมึกพิมพ์เอกสารและติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์แบบเดิม

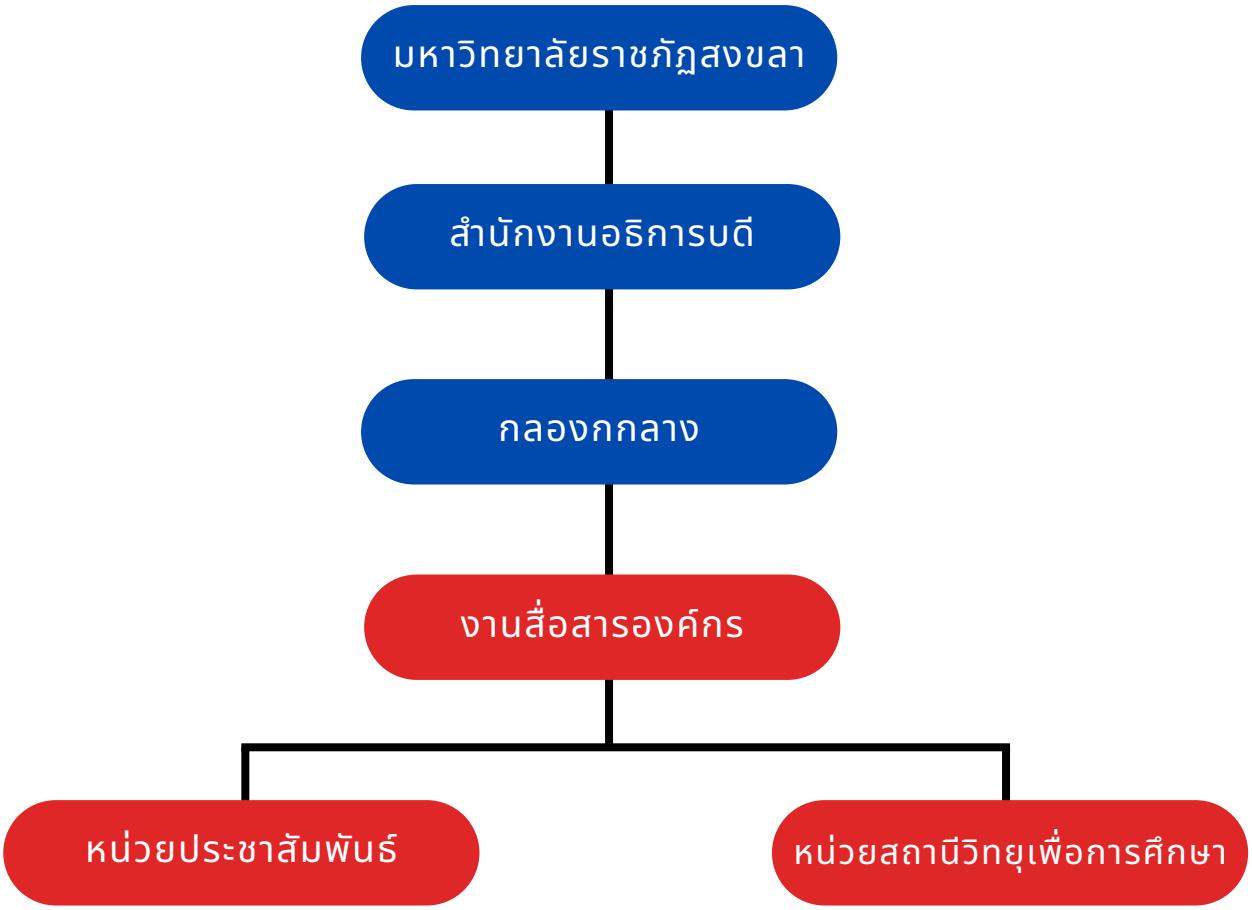
ขอบเขต

ขอบเขตของคู่มือปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ภายในผ่านช่องทาง Digital Signage เล่มนี้ เป็นวิธีการแนะนำและการออกแบบผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา 10 จุด ได้แก่

1. คณะวิทยาการจัดการ
2. คณะศิลปกรรมศาสตร์
3. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
4. คณะครุศาสตร์
5. คณะเทคโนโลยีการเกษตร
6. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
7. ศูนย์คอมพิวเตอร์
8. สำนักงานอธิการบดี ชั้น 1
9. สำนักงานอธิการบดี ชั้น 2
10. สำนักงานอธิการบดี ชั้น 8

โครงสร้างองค์กร

งานสื่อสารองค์กร เป็นหน่วยงานกลางมีหน้าที่ประสานงานกับทุกหน่วยงานทุกพื้นที่ของสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา รวมถึงหน่วยงานภายนอกในการสื่อสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร สนับสนุนการเรียนการสอนการสื่อสารภายในมหาวิทยาลัย เพื่อให้บุคลากรทุกระดับได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็ว เกิดความเข้าใจตรงกัน ตลอดจนการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด อันจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อมหาวิทยาลัย



คณะดำเนินงาน

นายมานพ อ่อนแก้ว (นพ) นักวิชาการศึกษาชำนาญการ
หัวหน้างานสื่อสารองค์กร

นายสุพัฒน์ สุวรรณโณ (พัฒน์) นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
รองหัวหน้างานสื่อสารองค์กร

นางสาวลัดดา เอ้งเถี้ยว (แอล) นักประชาสัมพันธ์
หัวหน้าหน่วยประชาสัมพันธ์

นางสาวกัญญาพัชร เซ่งเอียง (เปิ้ล) นักประชาสัมพันธ์
หัวหน้าหน่วยสถานีวิทยุเพื่อการศึกษา

นางสาวปริญภรณ์ ชุมมณี (แป๋ว)
นักประชาสัมพันธ์

นายธีรภัทร์ มณีเกษร (ตาล)
นักประชาสัมพันธ์

นายเอกมาศ สงสว่าง (นัท)
นักประชาสัมพันธ์

นางสาวอภิญญา สุธาประดิษฐ์ (แตง)
นักประชาสัมพันธ์

นางสาวอมลรดา ชูประสิทธิ์ (ส้มโอ)
นักวิชาการโสตทัศนศึกษา

นายซักรียา แกสมาน (ซัก)
นักวิชาการโสตทัศนศึกษา

ความหมายของ Digital Signage

โดยคำว่า Digital Signage สามารถแยกเป็นคำได้ 2 คำประกอบด้วย

1. Digital ซึ่งหมายถึงเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์อิเลคทรอนิคส์ ที่ทำงานได้รวดเร็วแม่นยำและมีความถูกต้องสูง

2.Signage ซึ่งหมายถึงป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ที่ใช้ทำประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อความจากผู้ที่ต้องการสื่อสารไปยังบุคคลจำนวนมากเพื่อให้รับรู้ข่าวสาร พร้อมๆ กัน

Digital Signage จึงหมายถึงการนำเสนอสื่อโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบดิจิตอล (ดิจิทัล / Digital)โดยส่วนมากมักจะถูกใช้งานบนจอแสดงผล (จอทีวี, LED) โดยเราสามารถนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ได้ในรูปแบบมัลติมีเดีย จึงทำให้ Digital Signage มีความน่าสนใจ มากกว่าป้ายประชาสัมพันธ์รูปแบบเก่าหรือผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ทั่ว ๆ ไป

องค์ประกอบของ Digital Signage

1.* ส่วนแสดงผล *(Display) การแสดงผลของ ดิจิตอลไซเนจ (Digital Signage)สามารถแสดงผลได้หลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์

2.* ส่วนความคุมการทำงาน *(MCU = Main control Unit) ส่วนนี้เป็นอุปกรณ์คุมการทำงานร่วมกันระหว่างส่วนแสดงผลและซอร์ฟแวร์ (Software) ส่วนควบคุมการทำงานถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้เพราะจะเป็นส่วนที่ควบคุมการทำงานของระบบ

3.* ชุดคำสั่งควบคุมการทำงาน *(Software) เป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งที่ทำงานร่วมกับส่วนควบคุมการทำงาน (MCU) และมนุษย์ หรือผู้ใช้งาน (User) ซอร์ฟแวร์ ถือเป็นองค์ประกอบที่ทำหน้าที่ประสานงานให้ MCU ทำงานตามความต้องการของผู้ใช้งาน (User)

คุณสมบัติของ Digital Signage

- ปรับเปลี่ยนเนื้อหา ข้อมูล ภาพที่ต้องการโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ได้ตลอดเวลา และทำที่ไหนก็ได้
- สามารถแสดงเนื้อหาได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง Slideshow และวิดีโอ
- สามารถลดการใช้กระดาษ หมึก พิมพ์ต่างๆ จากการทำงานพิมพ์สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเดิมๆที่ต้องใช้กระดาษจำนวนมาก ป้ายดิจิตอล จะช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษและสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สามารถสร้างความน่าสนใจได้มากกว่าป้ายประชาสัมพันธ์ทั่วไป
- มีสีสันและความน่าสนใจของเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ ทำให้เข้าถึงความสนใจของบุคคลากร หรือนักศึกษาได้ดี
- ออกแบบเนื้อหาบนหน้าจอได้หลายส่วน ไม่ว่าจะเป็นการใส่รูปภาพ วิดีโอ หรือทำตัวอักษรเคลื่อนไหว
- สร้างคอนเทนต์ได้อย่างหลากหลาย รวมถึงสามารถสร้างตาราง และปฏิทินล่วงหน้าได้ด้วย
- จัดการคอนเทนต์ผ่านระบบ Network Cloud หรือ Local ได้ง่ายๆ โดยมีกล่องควบคุมจอแสดงผล Bright Sign เป็นส่วนกลาง
- สามารถกระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และสั่งการได้ในแต่ละจุดตามความต้องการ
- สามารถตั้งเวลา เปิด-ปิด ได้อัตโนมัติ

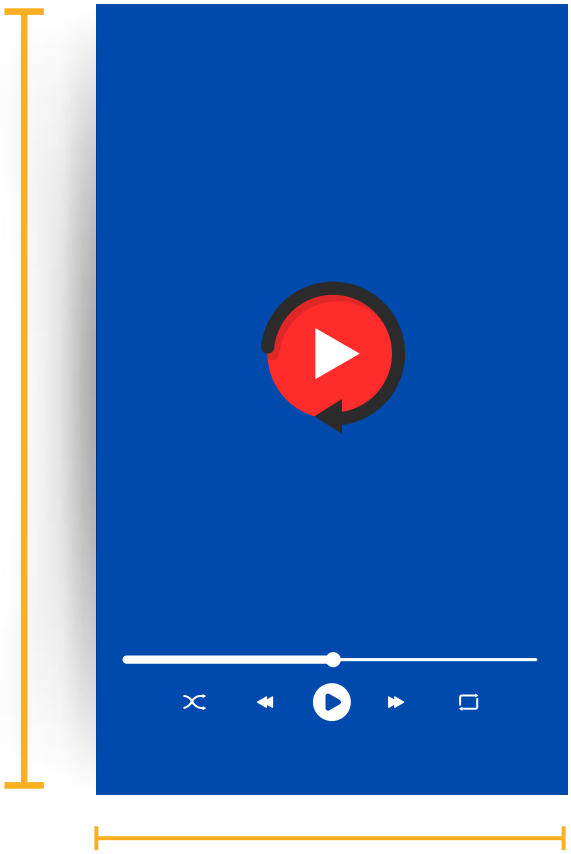
ประเภทสื่อที่เผยแพร่ผ่าน Digital Signage

***1.* ภาพนิ่ง** เป็นสื่อที่ไม่มีการเคลื่อนไหว ใช้ภาพ ข้อความในการสื่อความหมาย และสื่อถึงสิ่งที่ต้องการนำเสนอหรือประชาสัมพันธ์ เช่น แบนเนอร์ประชาสัมพันธ์กิจกรรม โครงการ หรือแสดงความยินดีเนื่องในโอกาสต่างๆ

***2.* โมชั่นกราฟิก** เป็นงานกราฟิกที่มีระบบการทำงานในรูปแบบ *Animation* หรืออธิบายให้เข้าใจได้ง่าย ๆ *Motion Graphic Design* หรือ *Motion Graphic* เป็นการสร้างภาพเคลื่อนไหวที่ดูมีมิติเสมือนจริงให้ปรากฏบนจอภาพ นอกจากภาพกราฟิกที่ขยับและเคลื่อนไหวได้แล้วยังมีใส่เสียง และใส่ *Effect* ต่าง ๆ เข้าไปเพื่อให้งานประชาสัมพันธ์ชิ้นนี้ดูสนุกชวนติดตามขณะที่ผู้ชมก็เข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารได้ง่ายและชัดเจนมากขึ้น

***3.* วิดีโอ** การนำเสนอวิดีโอคลิปยังเป็นสื่อที่ได้รับความนิยม เพราะสามารถสื่อสารกับผู้ชมให้เข้าใจได้ง่ายมากที่สุด เช่น วิดีโอการประมวลกิจกรรมในมหาวิทยาลัย วิดีโอสกู๊ปสรุปเนื้อหาโครงการหรือกิจกรรม

ขนาดและรูปแบบของสื่อที่เผยแพร่ผ่าน Digital Signage



1080x1920 px

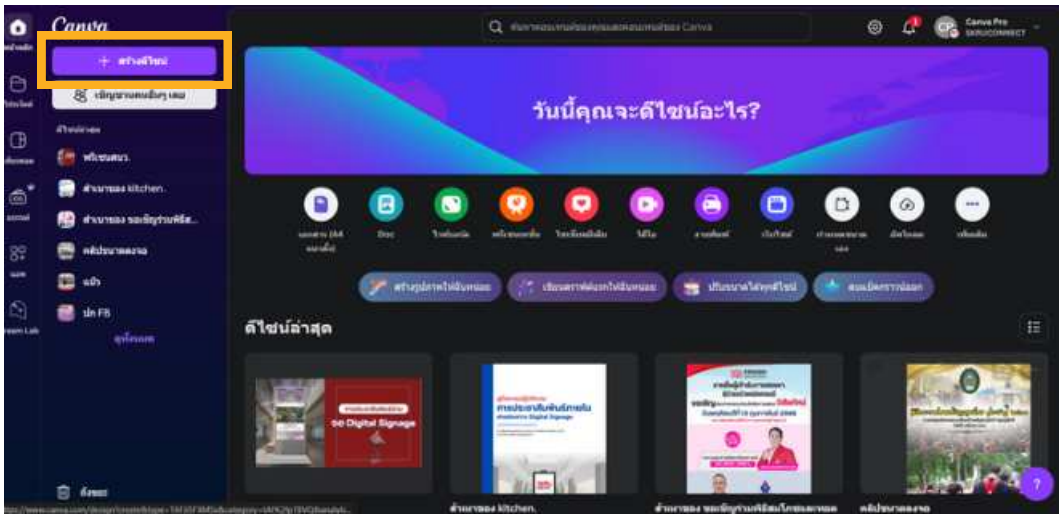
คุณภาพ ไม่เกิน
200 MB

กรณีเป็นสื่อวิดีโอ
ความยาว
ไม่ควรเกิน 3 นาที

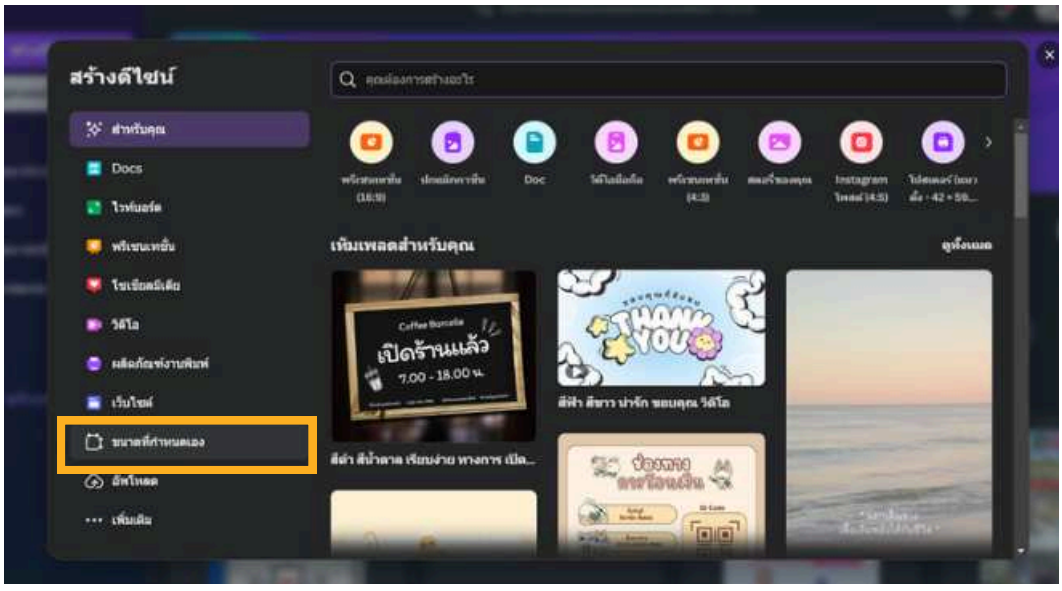
ขั้นตอนการผลิตสื่อเผยแพร่ผ่าน Digital Signage

ผ่านโปรแกรม canva

1.เลือกเมนู “สร้างดีไซน์”



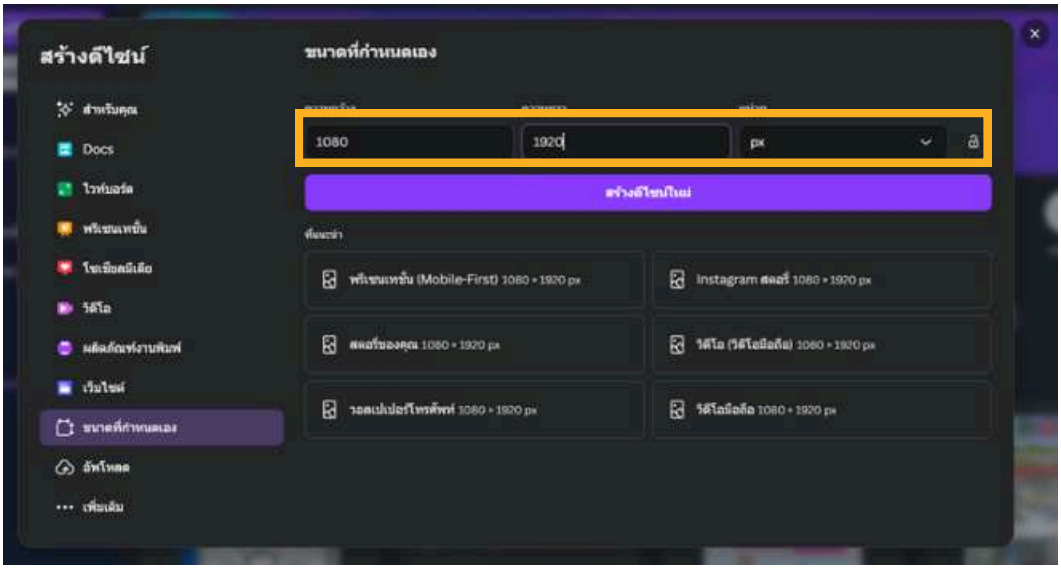
2.เลือกเมนู “ขนาดที่กำหนดเอง”



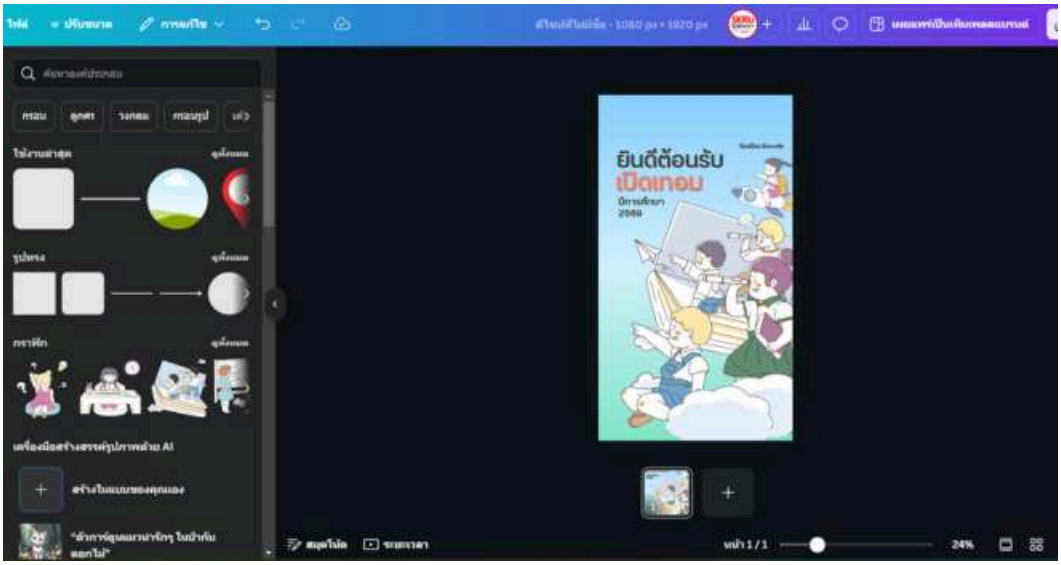
ขั้นตอนการผลิตสื่อเผยแพร่ผ่าน Digital Signage

ผ่านโปรแกรม canva

3.กำหนดขนาด “1080x1920 px”



4.ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์หรือคอนเทนต์ตามความต้องการ



ตัวอย่างสื่อเผยแพร่ผ่าน Digital Signage

สื่อภาพนิ่ง

ประชาสัมพันธ์เชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรม

ประชาสัมพันธ์อื่นๆ

เปิดรับนักศึกษา

ประกาศคณะผู้บริหาร

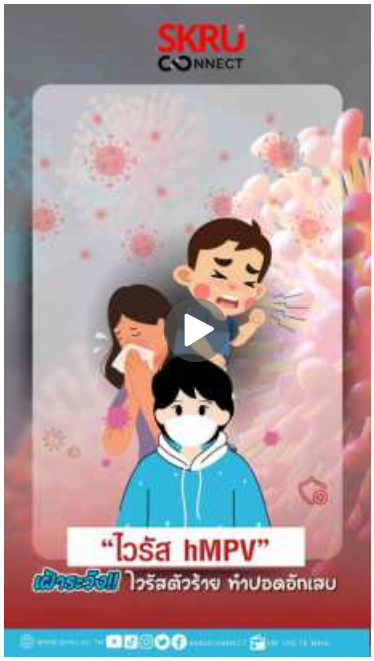
ยินดีต้อนรับ

ตัวอย่างสื่อเผยแพร่ผ่าน Digital Signage

โมชั่นกราฟิก

ประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวสาร

ให้ความรู้



ตัวอย่างสื่อเผยแพร่ผ่าน Digital Signage

สื่อวิดีโอ

วิดีโอประมวลกิจกรรม

วิดีโออวยพรปีใหม่

"เชื่อมโลกการสื่อสาร ไร้ขีดจำกัด"

WWW.SKRU.AC.TH SKRUCONNECT 0 7426 0200 - 4 FM. 105.75 MHz