

## บทที่ 1

### ความหมายและหลักการประชาสัมพันธ์

#### ความหมายของการประชาสัมพันธ์

คำว่า "การประชาสัมพันธ์" มาจากคำว่า "ประชา" กับ "สัมพันธ์" ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Public Relation" หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า "PR" ตามคำศัพท์คำนี้หมายถึง การมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชน ซึ่งขยายความหมายให้เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น จะหมายถึง "การพยายามที่มีการวางแผนและเป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่มีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยการกระทำสิ่งที่ดี มีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรม และบริการ หรือสินค้าของหน่วยงานนี้ และเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว"

ได้มีผู้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เสรี วงษ์มณฑา ให้ความหมายว่า "การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยกระทำสิ่งที่ดี ที่มีคุณค่ากับสังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อย ๆ"

สุพิน ปัญญาภักดิ์ อธิบายไว้ว่า "ความพยายามที่จะมีแผนที่มีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติของประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน"

จอห์น อี. มาร์สตัน (John E. Marston) เขียนไว้ว่า "Public relations is planned, persuasive communication designed to influence significant publics" (การประชาสัมพันธ์เป็นการวางแผนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ)

จากตัวอย่างความหมายของการประชาสัมพันธ์ที่ได้กล่าวมานั้น ถึงแม้จะมีความแตกต่างกัน แต่ก็พอสรุปในความหมายได้ 7 ประเด็น คือ

1. มีสถาบัน หมายถึง องค์กร หน่วยงาน สมาคม มูลนิธิ รัฐบาล กระทรวง ทบวง กรม จังหวัด อำเภอ เทศบาล โรงเรียน บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ ที่ก่อตั้งขึ้นโดยมีความมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ระบุไว้แน่นอน มีกฎเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับ วิธีการทำงานอย่างมีระบบระเบียบ ถูกต้องตามกฎหมายและวัฒนธรรมสังคม

## 2. มีการวางแผน

การประชุมสัมพันธไมตรีไม่ใช่เป็นการกระทำที่จะทำเมื่อมีงานเกิดขึ้นแล้วจึงต้องทำ หรือจะทำการประชุมสัมพันธไมตรีเมื่อมีความต้องการจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บังคับบัญชาสั่งให้ทำ แต่ที่ถุ่กนั้นการประชุมสัมพันธไมตรีเป็นการทำงานที่มีแผนการเตรียมไว้อย่างรอบคอบ ตรงตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้อย่างชัดเจน มีลำดับขั้นตอนในการทำงาน โดยประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่ประสานและสอดคล้องกันเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายนั้น

## 3. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว

การประชุมสัมพันธไมตรีนั้นจะต้องเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องไม่มีวันจบสิ้น ทั้งนี้เพราะประชาชนจำเป็นต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้องอยู่อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง การขาดการรับรู้เกี่ยวกับข่าวสารและกิจกรรมนาน ๆ จะเป็นสาเหตุของการเกิดความรู้ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน และจะเป็นบ่อเกิดของความรู้สึกที่ไม่ดี ซึ่งยังผลต่อปฏิภรียาในทิศทางที่เป็นผลเสียต่อหน่วยงานได้ นอกจากนี้แล้ว การประชุมสัมพันธไมตรีจะให้ผลที่เห็นเป็นรูปธรรมได้ จะต้องใช้เวลาระยะหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของการประชุมสัมพันธไมตรีและกลวิธีในการประชุมสัมพันธไมตรีด้วย

## 4. มีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติ

จุดมุ่งหมายของการประชุมสัมพันธไมตรีคือ การโน้มน้าวจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรม และบริการหรือสินค้าของหน่วยงาน การที่จะมีทัศนคติที่ดีนั้น หมายถึงการมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องที่จะส่งผลให้มีความรู้สึกที่ดี และมีพฤติกรรมที่เป็นการสนับสนุนหรือร่วมมือ

## 5. มีความสัมพันธ์กับประชาชน

ถ้าหากไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนแล้ว ก็จะไม่มีการประชุมสัมพันธไมตรีเกิดขึ้นได้ ความสัมพันธ์นี้เป็นความเข้าใจที่ถูกต้องและจริงใจซึ่งกันและกัน หน่วยงานต้องให้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่ถูกต้องและมีคุณค่าแก่ประชาชน และขณะเดียวกันหน่วยงานก็ยินดีที่จะรับฟังความคิดเห็นและให้ความสำคัญต่อปฏิภรียาโต้ตอบของประชาชนด้วย

6. มีการสื่อสารสัมพันธ์แบบทางคู่ ในการดำเนินการประชุมสัมพันธไมตรีนั้น มิใช่เพียงเผยแพร่ประกาศมุ่งเรียกร้องความสนใจ หรือสื่อสารออกจากสถาบันไปยังประชาชนฝ่ายเดียวเท่านั้น แต่สถาบันจะต้องรับฟัง สังเกต ความรู้สึก หรือความต้องการของประชาชน เพื่อประพฤติปฏิบัติแก้ไข หน่วยงานให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ทั้งนี้เพื่อรักษาสัมพันธภาพและการบริการของสถาบันให้ตรงกับความต้องการของประชาชน เป็นที่พอใจของประชาชน คือต้องมีการส่งออกไปรับเข้ามาเปลี่ยนแปลงและส่งออกไปแล้วรับเข้ามาอีก

7. มีประชามติเป็นบรรทัดฐาน ในการพิจารณาดำเนินการประชุมสัมพันธไมตรีนั้นจะมีสถาบัน องค์กร กลุ่มประชาชนต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง และยอมเป็นธรรมดาที่กลุ่มคนย่อมมีทัศนคติ

พฤติกรรม ความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันออกไป จะมีทั้งการสนับสนุนและการโต้แย้ง ไม่เห็นด้วย แต่ส่วนมากกระแสประชาตติที่ออกมาจากคนส่วนใหญ่มักจะถูกต้องและเหมาะสมตามสมควร ฉะนั้น กระแสประชาตติจึงนับว่าเป็นความต้องการของประชาชนที่หน่วยงานจะต้องใช้เป็น ส่วนประกอบสำคัญในการพิจารณาดำเนินการ

#### ความหมายของการประชาสัมพันธ์รัฐบาล

การประชาสัมพันธ์รัฐบาล (Governmental PR) หมายถึงการประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานราชการ ซึ่งอาจจะเป็นกระทรวง ทบวง กรม และหน่วยราชการในส่วนภูมิภาค ซึ่งการ ดำเนินงานดังกล่าว จะใช้วิธีการกระจายข่าวสาร การเผยแพร่ชี้แจงเกี่ยวกับนโยบาย การดำเนินงาน ผลงานต่าง ๆ ตลอดจนโดยวิธีอื่นใดที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี และชื่อเสียงเกียรติยศของ หน่วยงานนั้นสู่ประชาชน เพื่อให้ได้รับความร่วมมือร่วมใจและความนิยมจากประชาชนกลุ่ม ต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์ผลสำเร็จแก่งานของหน่วยงานนั้น และของประเทศชาติโดยส่วนรวม

#### ความมุ่งหมายโดยทั่วไปของการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อสร้างให้เกิดความนิยม โดยการแสดงออกให้ประชาชนได้เห็นเผยแพร่ให้รู้ ชี้แจงให้เข้าใจ อันจะเป็นแนวทางให้ประชาชนเกิดความนิยมเลื่อมใสในนโยบาย การดำเนินงาน และ ผลงาน ลักษณะของการสร้างความนิยม ต้องประกอบด้วย การแสดงออกทั้งข้อเท็จจริง และความมี มนุษยธรรม
2. เพื่อป้องกันชื่อเสียง โดยการส่องกระจกดูเงาตัวเอง พิจารณาข้อบกพร่องของ สถาบันตัวเองแล้วหาทางปรับปรุงแก้ไข ทั้งระเบียบและวิธีการต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดความไม่พอใจ หรือไม่สะดวกแก่ประชาชน หรือสิ่งทีอาจทำให้ประชาชนเข้าใจผิด หมั่นตรวจหรือพิจารณาว่า ประชาชนกำลังเข้าใจผิดต่อสถาบันอย่างไร เพื่อจะได้หาทางแก้ไข ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง
3. เพื่อเป็นการเผยแพร่บอกกล่าว ขอร้อง เล่าเรื่องราวและข่าวสารของสถาบันหรือ หน่วยงาน ให้ประชาชนได้ทราบ เช่น นโยบาย วัตถุประสงค์ การบริการ การดำเนินการ ขอบเขต หน้าที่ความรับผิดชอบ การช่วยเหลือทำประโยชน์ให้แก่สังคม
4. เพื่อเป็นการให้ความรู้ และเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีที่ถูกต้องให้เกิดขึ้นแก่ ประชาชน เป็นการลบล้างความเข้าใจผิดความซุนซ่องหมองใจที่จะเป็นสิ่งที่สร้างความขัดแย้งและ เป็นศัตรูกัน ให้กลายเป็นการสร้างความเป็นมิตร และความร่วมมือขึ้นในหมู่ของประชาชน เพราะ ประชาชนที่แสดงความคิดเห็นยังมีผู้ที่ขาดความรู้ ความเข้าใจ ขาดการศึกษา ตลอดจนประสบการณ์ ในเรื่องนั้น ๆ น้อยมาก

## วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน โดยทั่วไปมักจะแบ่งวัตถุประสงค์ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 3 ด้านด้วยกัน คือ

### 1. วัตถุประสงค์ทั่วไป (General Objective) มีดังนี้

- 1.1 เพื่ออธิบายชี้แจง ให้ประชาชนทราบเรื่องราวความเป็นจริง
- 1.2 เพื่อเป็นการบอกกล่าว แลกเปลี่ยน เล่าเรื่องความเป็นไปให้ประชาชนทราบ
- 1.3 เพื่อเผยแพร่แจ้งความหรือประกาศ
- 1.4 เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง
- 1.5 เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเรื่องที่ประชาชนยังเคลือบแคลงสงสัย เพื่อเป็นสื่อสัมพันธ์กัน
- 1.6 เพื่อเป็นการให้การศึกษา แก่ประชาชนเกิดความเฉลียวฉลาด เป็นการยกระดับความรู้ความเข้าใจให้สูงขึ้น
- 1.7 เพื่อการชักจูงให้สนับสนุนการดำเนินงาน
- 1.8 เพื่อให้หน่วยงานได้บริการ โดยตระหนักในภาระหน้าที่และความถูกต้อง บริการแก่สังคมได้ถูกต้องเหมาะสมตามความมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ของหน่วยงานตามความต้องการของสังคมและประชาชน ตลอดจนอยู่ในจริยธรรม คุณธรรม กฎหมาย ประเพณี ฯลฯ
- 1.9 เพื่อให้เกิดความเชื่อถือไว้วางใจ เพื่อขจัดความเคลือบแคลงสงสัย ไม่รู้ เพื่อให้เกิดความราบรื่นของการดำเนินการของหน่วยงาน
- 1.10 เพื่อให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใสศรัทธาในสถาบัน ในเรื่องของจริยธรรม ศีลธรรม ความถูกต้อง ไม่หลอกลวง ไม่ฉวยโอกาส

การดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์ทั่วไปนี้อาจเผยแพร่ในเรื่องของ

- นโยบาย
- วัตถุประสงค์
- วิธีการดำเนินการ
- ความประพฤติปฏิบัติของหน่วยงาน
- ผลงานและบริการต่าง ๆ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ การปฏิบัติ ตลอดจนความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน

### 2. วัตถุประสงค์เฉพาะงานหรือเฉพาะกิจ (Specific Objective)

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นอกจากจะมีวัตถุประสงค์ทั่วไปแล้ว ยังมีวัตถุประสงค์เฉพาะงานด้วย เพราะงานแต่ละงานย่อมมีวัตถุประสงค์เฉพาะแตกต่างกันออกไป เพื่อให้เหมาะสมตรงตามลักษณะวัตถุประสงค์หรือชนิดของงาน เช่น งานประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม

วันเด็ก การซ่อมรถของทหาร การจำหน่ายบัตรเพื่อหารายได้เข้าองค์กรสาธารณกุศล เป็นต้น วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจโดยทั่วไปมักจะมีดังนี้

2.1 เพื่อเป็นการก่อ หรือสร้างสรรค์ ความรู้ ความเข้าใจให้เกิดกับประชาชน เฉพาะเรื่อง โดยรีบเร่ง รีบด่วน ตามความจำเป็น

2.2 เพื่อกระตุ้น ปลุกเร้า จูงใจให้ประชาชน ร่วมมือกับกิจกรรมที่จะดำเนินการ ที่อาจมีปัญหาในเรื่องการดำเนินการ หรือเมื่อเกิดความเข้าใจผิดขึ้นแล้ว

2.3 เพื่อส่งเสริม เพิ่มพูน ในการชักจูงใจกลุ่มชนให้มีความร่วมมือสูงขึ้น

2.4 เพื่อเป็นการป้องกัน แก้ไขความเข้าใจผิด และมีความสัมพันธ์ไปในทางที่ดี

2.5 เพื่อเป็นการเสริมสร้างชื่อเสียง และเกียรติคุณให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางออกไป และได้รับความเชื่อถือเลื่อมใสยิ่งขึ้น

2.6 เพื่อเป็นการรักษาชื่อเสียง ความสัมพันธ์มิให้เปลี่ยนแปลง

2.7 เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ ได้มีส่วนช่วยให้เกิดความราบรื่นหล่อเลี้ยงความสัมพันธ์ให้การดำเนินงานเกิดความสำเร็จ

2.8 เพื่อให้มีลักษณะของการดำเนินการสื่อสารทั้งภายนอกและภายใน ให้เกิดความรวดเร็ว รวมทั้งการจัดตั้งหน่วยเคลื่อนที่เร็วด้วย

### 3. วัตถุประสงค์เพื่อการบริหาร (Administrative Objective)

เป็นวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ที่พิจารณาหรือใช้ในแง่ของการที่จะเป็นส่วนช่วยในการบริหารดังนี้ คือ

3.1 เพื่อเรียกร้องความร่วมมือร่วมใจสนับสนุน เกิดความนิยมเลื่อมใส เชื่อถือศรัทธาจากผู้ร่วมงาน เจ้าหน้าที่ พนักงาน ประชาชน เพื่อจะได้แก้ไขปรับปรุงการบริหาร และบริการแก่ชุมชนให้ถูกต้องและดียิ่งขึ้น

3.2 เพื่อสร้างและรักษาสัมพันธภาพอันดี การยกย่องนับถือตามลำดับชั้นของตำแหน่งอาวุโส ฯลฯ ระหว่างฝ่ายบริหารและพนักงาน เจ้าหน้าที่และประชาชน เพื่อส่งเสริมพัฒนาทัศนคติในการทำงานที่ดีและถูกต้องของเจ้าหน้าที่ พนักงาน การรู้จักให้เกียรติ เคารพนับถือ ยกย่องศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ซึ่งกันและกัน

3.3 เพื่อเพียรพยายามที่จะลดความตึงเครียด ความขัดแย้ง ความไม่เข้าใจในบรรยากาศของการทำงาน ตลอดจนให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานกับการพักผ่อนหย่อนใจบันเทิง เพื่อให้การบริหาร บริการ และดำเนินงานเป็นไปด้วยความราบรื่น

3.4 เพื่อเป็นการให้ข่าวสารความรู้ความเข้าใจแก่หมู่พนักงาน เจ้าหน้าที่ จะได้รับความรู้ ความเข้าใจในนโยบาย วัตถุประสงค์ ระเบียบปฏิบัติ และเรียกร้องให้เกิดกำลังใจ ได้นำใจสนับสนุนการปฏิบัติตามระเบียบด้วยความร่วมมือ เต็มใจ ลดการบังคับ เกรงครัตตอกฎ ระเบียบ

เพื่อช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้ในเรื่องความเป็นมา และเรื่องราวต่าง ๆ ของหน่วยงาน ทั้งที่เป็นส่วน  
ของตนเองและส่วนงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

3.5 เพื่อพัฒนาและรักษาคุณภาพของระดับการติดต่อสื่อสารภายในองค์การให้  
ทั่วถึงอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการให้ได้มาซึ่งข่าวสารเหตุผลและคำอธิบาย การสนองตอบต่อ  
ความคิดเห็น ปฏิกริยา ปัญหา และความรู้ในด้านต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน

3.6 เพื่อเป็นการผดุงรักษาไว้ซึ่งมาตรฐาน คุณภาพ ผลผลิต ปริมาณและ  
คุณภาพที่ดี ความประพฤติ จรรยาบรรณที่ดีต่อประชาชน เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาจัดรูปร่างงานใน  
การบริหารใช้กำลังคน เครื่องจักร วัสดุ การเงินอย่างยุติธรรม เป็นการสร้างและบำรุงขวัญของการ  
ทำงาน ทำให้เกิดความราบรื่นในการบริหาร

3.7 เพื่อพัฒนาให้เกิดความสำนึกว่าองค์การนั้นเป็นศูนย์รวมของทุกคน ทุกคน  
ต้องเป็นตัวแทนที่ดีขององค์การในการประพฤติ ปฏิบัติ บริการต่อชุมชน ตลอดจนความรู้สึกร่วม  
ร่วมในการบริหาร ดำเนินการของหน่วยงานส่งเสริมให้ทุกคนได้มีโอกาสแสดงหรือเสนอความคิดเห็น  
ข้อเสนอแนะในการสร้างสรรค์ เพื่อปรับปรุงวิธีปฏิบัติงานและการดำเนินงาน ตลอดจนคอยสังเกตให้  
ทราบถึงความต้องการของประชาชน พนักงาน เจ้าหน้าที่ และพยายามที่จะสนองความต้องการนั้น  
อย่างเป็นธรรมและรวดเร็ว

3.8 เพื่อเป็นการสร้างเสริม ช่วยเหลือ แนะนำแก้ไข ปรับปรุงการดำเนินงานของ  
หน่วยงาน ในกรณีที่หน่วยงานยังมีข้อบกพร่องในเชิงบริหาร บางจุด บางตอน เกี่ยวกับการประพฤติ  
ปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ กฎหมาย ศีลธรรม วัฒนธรรม มารยาท อันดีงามของสังคม  
หรือกระแสประชามติของบุคคลที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคอยสดับรับฟังกระแสประชามติ คำแนะนำ  
ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาปรับปรุงและปฏิบัติต่อไป

3.9 เพื่อแสวงหาช่องทางเปิดหรือหาโอกาสให้เจ้าหน้าที่ ประชาชน ได้เสนอแนะ  
แสดงความคิดเห็น หรือสะท้อนการประพฤติปฏิบัติของหน่วยงานให้ฝ่ายบริหารทราบ เพื่อการแก้ไข  
ปรับปรุงการบริการ การดำเนินงานของหน่วยงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงานอย่างมี  
ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3.10 เพื่อการติดตามและประเมินการบริหารงาน ในแง่ของทัศนคติความรู้สึกล  
นึกคิดและประชามติของพนักงานและประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อทราบถึงอุปสรรคและแนวทางแก้ไข  
เพื่อใช้และประสานประโยชน์จากแนวความคิด ทัศนคติ พฤติกรรม ชัดแย้ง ราบรื่นของบุคคลอันจะ  
เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน

3.11 เพื่อพัฒนาการระมัดระวังภัยอันตรายต่าง ๆ อันเกิดจากกระแสประชามติที่  
จะคุกคามหน่วยงานและเสถียรภาพของหน่วยงานอันเกิดจากความขัดแย้ง ความไม่พึงพอใจ ความ  
ไม่ยุติธรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น แต่ฝ่ายบริหารอาจมองไม่เห็นหรือไม่เกิดความรู้สึกล

3.12 เพื่อให้สามารถมองหาทางเลือกในการดำเนินการ โดยการศึกษาและสำรวจประชามติตามแนวความคิดใหม่ ๆ เพื่อนำหน่วยงานให้รู้ตงหน้าได้ดีกว่าผู้อื่น โดยที่ผู้อื่นมองไม่เห็นหรือเห็นช้ากว่า

การตั้งวัตถุประสงค์นั้นควรจะพิจารณาร่วมกัน ระหว่างผู้มีส่วนบริหารหลาย ๆ ฝ่าย การตั้งวัตถุประสงค์อย่าให้สูงหรือต่ำกว่า กว้างหรือแคบจนปฏิบัติไม่ได้ และอย่าให้มีลักษณะของความผันเกินไป แต่ควรมีลักษณะที่จะเป็นจริงได้ คือสามารถปฏิบัติได้ผลจริง และควรพิจารณาภาวะแวดล้อมอื่น ๆ ที่อาจจะกระทบต่อวัตถุประสงค์ เช่น เหตุการณ์ ภาวะการณ์ ที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างกระทันหัน ด้านภาวะเศรษฐกิจ บรรยากาศทางการเมือง สังคม ประชาคม รัฐบาล ควรอยู่ในความคิดคำนึงของผู้วางแผนเสมอ

#### วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน

1. เพื่อกระตุ้นและเรียกร้องความสนใจหน่วยงานจากประชาชน และสนับสนุนสิ่งที่หน่วยงานต้องการ
2. เพื่อเป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ร้องขอ และให้เกิดการยอมรับอย่างกว้างขวางในหมู่ประชาชนเกี่ยวกับปรัชญา นโยบาย วัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมาย วิธีการดำเนินงาน ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ ฯลฯ ตลอดจนแผนงานในอนาคต อุปสรรค ภัยอันตรายและการแก้ปัญหา เป็นต้น
3. เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ ความนิยม เลื่อมใสศรัทธา เชื่อมั่น สร้างความหวัง กำลังใจ ที่จะแก้ไขปรับปรุงสถานการณ์ สภาพการณ์ ให้เจริญก้าวหน้า ความหวังที่จะสร้างเหล่านี้ ต้องมีวิธีดำเนินการ หลักการเหตุผลที่เป็นรูปธรรมยืนยันความมั่นคง มีใ้การชี้แจงอย่างเลือนลอย ทั้งนี้เพื่อให้คนส่วนใหญ่ตระหนัก เชื่อมั่น ตามความเป็นจริง ทั้งยังต้องเรียกร้องให้ทุกคนมีจิตสำนึก เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมในเรื่องของความรักใคร่ สามัคคี ประองคอง ชยัน อดทน เสียสละ รับผิดชอบ มีเหตุผล เพื่อให้เกิดการสมานฉันท์ เอกภาพการเข้ามามีส่วนร่วม ความรู้สึกเป็นเจ้าของจนสามารถปรับตัวเข้าสู่สังคมรอบตัวได้
4. ให้ความรู้ความเข้าใจในสภาพปัญหา แนวความคิด หลักวิชา กระบวนการ แก้ปัญหาสรุปและประเมินสถานการณ์รวมทั้งการดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงาน ความก้าวหน้า การเสริมเพิ่มการชักจูง สร้างภาพพจน์ อย่างกว้างขวาง ทั้งถึงและต่อเนื่องในหมู่ประชาชน พนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง
5. สร้างบรรยากาศของการระดมความคิด ข่าวสาร ตลอดจนข้อเสนอแนะอันมีคุณค่าจากสาธารณชน ให้สามารถสร้างความคิดเห็น ความต้องการ เพื่อให้หน่วยงานสามารถปรับแผนดำเนินการโครงการ หรือการตัดสินใจใหม่ ให้เป็นที่ยอมรับของคนส่วนใหญ่ และรับความเห็น เหตุผลของคนส่วนน้อยไว้พิจารณา

6. การปฏิบัติการ การดำเนินงาน งานทั้งหลายทั้งปวง จะต้องตั้งมั่นอยู่บนรากฐานของความเป็นจริง ชื่อสัตย์สุจริต ซัดและป้องกันกาทุจริต โทหกหลอกลวง โฆษณาชวนเชื่อ เอาธัดเอาเปรียบประชาชน

## หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีหลักใหญ่ ๆ สำคัญอยู่ 3 ประการด้วยกันคือ

### 1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ

การบอกกล่าวชี้แจงหรือเผยแพร่ให้ทราบนี้ คือการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและผลงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ประชาชนและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวองค์การสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จักเข้าใจ และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การสถาบัน การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้ จึงมุ่งหมายไปในด้านการแจ้งให้ทราบ (to inform) และในด้านการให้ข่าวสารความรู้ (to educate) แก่ประชาชนรวมทั้งการเรียกร้องความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่การโฆษณา (advertising) หรือการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) ดังที่มีผู้เข้าใจผิดอยู่เป็นจำนวนไม่น้อยในปัจจุบัน

### 2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

การป้องกันความเข้าใจผิดนี้ ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (Preventive Public Relations) ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้นการป้องกันความเข้าใจผิด จึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่มีความเกี่ยวข้องกับสถาบันบังเกิดความเข้าใจผิดในสถาบันได้ ความเข้าใจผิดอาจเกิดขึ้นได้เสมอและเกิดขึ้นได้ในหลายกรณี เช่น ความเข้าใจผิดในนโยบาย วัตถุประสงค์ หรือการดำเนินงานของสถาบัน การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นงานในหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ สถาบันจะต้องพยายามค้นหาถึงสาเหตุที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดนั้น ๆ เกิดขึ้น เพื่อจะได้หาสู่ทางป้องกันไว้เสียก่อน

### 3. การสำรวจประชามติ

หลักการที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่งคือ จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะองค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่าประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่ประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งไหน ตลอดจนทำที่ต่าง ๆ ที่ประชาชน



มีต่อองค์การสถาบันของเรา ซึ่งจะทราบได้จากการสำรวจประชามติ เพื่อองค์การสถาบันจะสามารถตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน

### ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในวงราชการ

ในปัจจุบันการบริหารงานของราชการ ก็มีการขยายตัวของกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น เพื่อสนองความต้องการของประชาชนในทุกพื้นที่ของประเทศ การที่มีประชากรเพิ่มมากขึ้น กิจกรรมที่รัฐบาลจะต้องให้บริการก็มีมากขึ้น การทำความรู้ความเข้าใจกับข้าราชการอาจจะไม่มีปัญหา เพราะข้าราชการมีจำนวนไม่มากนัก การติดต่อสื่อสารก็ทำได้สะดวก แต่ในส่วนของประชาชน ที่มีจำนวนหลายสิบล้านนี้ จะต้องมียุทธศาสตร์ที่หลากหลาย เพื่อให้ประชาชนได้รับข่าวสารอย่างทั่วถึง ได้รับทราบข่าวสารบ้านเมืองอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการเสนอผลงานของทางราชการที่ได้ดำเนินการไปให้ประชาชนได้รับทราบ โดยเฉพาะในระบอบประชาธิปไตยย่อมรับประกันว่าการประชาสัมพันธ์มีฐานะเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของการบริหารราชการ ไม่ว่าจะเป็ฝ่ายบริหาร ฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายตุลาการ โดยมีเหตุผลสำคัญอยู่ 2 ประการคือ

1. รัฐบาลในระบอบประชาธิปไตยจะชอบที่จะรายงานผลการปฏิบัติงานต่อประชาชน เพื่อให้เป็นไปตามหลักการที่ว่า รัฐบาลของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน ทั้งนี้จะเป็นมาตรการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

2. การบริหารราชการแผ่นดินที่ดีต้องอาศัยความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน ฉะนั้น การบริหารงานของรัฐจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกระทำทุกวิถีทางเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน การสร้างความเข้าใจด้วยผลงานหรือโดยการรายงานผลการปฏิบัติงาน จะเกิดประโยชน์ 2 ประการคือ

1. ชี้ให้เห็นถึงความสัมฤทธิ์ผลในนโยบาย และประสิทธิภาพของงานว่ามีอยู่มากน้อยเพียงใด

2. ผลงานของรัฐบาลจะโน้มน้าและสร้างให้เกิดความร่วมมือร่วมใจและได้รับเสียงสนับสนุนจากประชาชน ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยอันสำคัญยิ่งในการปกครองระบอบประชาธิปไตย

#### วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์รัฐบาล

การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลมีวัตถุประสงค์ หรือความมุ่งหมายทั่วไปดังต่อไปนี้

1. เพื่อให้ประชาชนได้ทราบถึงบริการหรือหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาล เพื่อประชาชนจะได้เข้าร่วมมือ หรือได้รับผลประโยชน์จากหน่วยงานนั้น ๆ ได้สมบูรณ์เต็มที่
2. เพื่อเรียกร้องความเห็นชอบสำหรับการออกกฎหมายใหม่ หรือเพื่อการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายใหม่ หรือที่ต้องเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์หรือตามเหตุผลอื่น ๆ
3. เพื่อเอาชนะข้อขัดแย้งต่าง ๆ ที่จะบังเกิดขึ้นกับงานใหม่ ๆ ของรัฐบาล

4. เพื่อให้ประชาชนได้มีช่องทางหรือโอกาสเสนอความคิดเห็นแก่ฝ่ายบริหาร
  5. เพื่ออธิบายหรือชี้แจงสภาพประชาคมต่อนักบริหารราชการต่าง ๆ เพื่อให้หน่วยงานดังกล่าวดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชน
  6. เพื่อสร้างพลังสนับสนุนจากประชาคมติ และความร่วมมือด้วยดีจากประชาชน ด้วยการชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงความจำเป็นและความเข้าใจในกฎ ระเบียบต่าง ๆ ของฝ่ายบริหาร
  7. เพื่อสร้างความนิยม หรือความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนผู้เป็นเจ้าของประเทศ
  8. เพื่อเรียกร้องความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชนในการพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ
  9. เพื่อเรียกร้องความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชนทั้งด้านการเมือง การทหาร เศรษฐกิจ และสังคม
  10. เพื่อเผยแพร่ผลงานความก้าวหน้าด้านต่าง ๆ ในด้านการปกครอง และการบริหารประเทศของรัฐบาล
-

## บทที่ 2

### การวางแผนและการดำเนินการประชาสัมพันธ์

- หลักการโดยทั่วไปของการวางแผน
- ความสำคัญของการวางแผนประชาสัมพันธ์
- หลักการวางแผนการประชาสัมพันธ์
- ขั้นตอนการวางแผนประชาสัมพันธ์
- ประเภทของแผนงานประชาสัมพันธ์
- กรรมวิธีดำเนินงานประชาสัมพันธ์
- การประเมินผลการประชาสัมพันธ์

## บทที่ 2

### การวางแผนและการดำเนินการประชาสัมพันธ์

#### หลักการโดยทั่วไปของการวางแผน

การวางแผนถือเป็นกระบวนการหนึ่งของการบริหาร ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะการวางแผนเป็นการใช้ความรู้ทางวิชาการ และวิจารณ์กำหนดสิ่งที่จะต้องกระทำในอนาคต ประเมินผลของสิ่งที่กำหนดว่าจะต้องทำ ตลอดจนกำหนดวิธีการที่จะนำมาใช้ในการปฏิบัติ การวางแผนมีหลักการดังนี้

#### 1. การกำหนดแนวทาง

1.1 กำหนดวัตถุประสงค์และความสำคัญของเรื่องที่จะวางแผน ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่าเราต้องการอะไร และจะทำมากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด มีขอบเขตของงานแค่ไหน ใช้เวลานานเท่าใด และต้องคำนึงถึงนโยบาย เพื่อให้รู้ว่าจะถือแนวทางปฏิบัติอย่างไร จึงจะเป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้

1.2 ปัจจัยต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้เป็นอุปกรณ์ในการวางแผน ได้แก่ คน เงิน วัสดุ สถานที่ เวลา สถานการณ์ และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง

1.3 วิธีการปฏิบัติ หรือวิธีการที่จะนำมาใช้และกำหนดลงในแผน จะใช้วิธีการใดที่เหมาะสม วิธีใดควรจะเป็นวิธีหลัก และวิธีใดควรจะเป็นรองลงมา หรือเป็นวิธีเมื่อเลือก

1.4 วิธีการสำหรับตรวจสอบและควบคุมให้เป็นไปตามแผน เป็นเรื่องสำคัญที่จะละเลยเสียมิได้ เพราะหลักสำคัญมีอยู่ว่า แผนจะไร้ประโยชน์หากปราศจากการควบคุมให้เป็นไปตามแผน

1.5 หน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการวางแผนและปฏิบัติให้เป็นไปตามแผน

1.6 รูปแบบของแผน ควรจะใช้รูปแบบใด จะเป็นแผนระยะสั้น ระยะยาว หรือระยะปานกลาง หรือควรเป็นแผนพิเศษ เป็นต้น

#### 2. กำหนดผู้รับผิดชอบในการวางแผน

โดยที่การวางแผนนั้นถือเป็นกระบวนการบริหารงานชั้นหนึ่งซึ่งจำเป็นต้องปฏิบัติสำหรับการบริหารงานทุกประเภท ผู้รับผิดชอบในการวางแผนจึงมีอยู่ทั่วไปทุกระดับ ตั้งแต่ชั้นต่ำสุดถึงสูงสุด แต่โดยทั่วไปแล้วถือว่าการวางแผนนั้นเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานทุกคน ซึ่งอาจแยกออกเป็น 2 กรณี คือ

2.1 หัวหน้างานมีหน้าที่ในการบริหารที่อยู่ในความรับผิดชอบให้เป็นไปตามแผนและนโยบายที่กำหนดไว้

2.2 หัวหน้างานจะต้องรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงานของตนเอง และของผู้ใต้บังคับบัญชา

### 3.กำหนดประเภทของแผน

แผนงานนั้นมีอยู่มากมายหลายประเภท กล่าวคือมีทั้งแผนระยะสั้นระยะปานกลาง ระยะยาว แผนหลัก แผนรอง จะมีการวางแผนประเภทใดต้องพิจารณาถึงวัตถุประสงค์และลักษณะของงาน ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ด้วย

### 4.กำหนดเวลาการวางแผน

การบริหารงานที่ดีนั้น ถือเป็นหลักว่าต้องมีการวางแผนไว้ทุกเรื่อง นอกจากนี้ผู้บังคับบัญชาก็ควรจัดให้มีการวางแผนในโอกาสต่อไปนี้ด้วยคือ

- 4.1 เมื่อเข้ารับหน้าที่ใหม่ หรือริเริ่มงานใหม่
- 4.2 ยามฉุกเฉิน
- 4.3 เมื่อมีการปรับปรุงงานในหน่วยงานนั้น ๆ
- 4.4 เมื่อมีปัญหาว่าองค์การบริหารงานไม่เกิดผลดีเท่าที่ควร
- 4.5 งานที่รับผิดชอบมีความสลับซับซ้อน และกระทำการติดต่อกันเป็นเวลานาน

## ความสำคัญของการวางแผนประชาสัมพันธ์

การวางแผนดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะแผนจะกำหนดแนวทาง วิธีปฏิบัติ กำหนดตัวเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ตลอดจนเครื่องมือเครื่องใช้ไว้เป็นการล่วงหน้า งานประชาสัมพันธ์จะเดินไปสู่จุดหมายอย่างราบรื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์งานที่สลับซับซ้อน การวางแผนจะอำนวยความสะดวกมากที่สุด ในการพิจารณาวางแผนดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น สิ่งที่พึงพิจารณาลำดับแรกคือจะต้องทราบปัญหาว่ามีอยู่อย่างไรบ้าง ปัญหาการประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นแก่องค์การนั้นมักจะมีหรือมองเห็นได้ดังต่อไปนี้

1. เมื่อกลุ่มประชาชนมีท่าทีที่ไม่เป็นมิตร ไม่สนับสนุน และไม่เห็นชอบหรือไม่ให้ความสนใจในการบริหารงานขององค์การทั้งในด้านการตรงและทางอ้อม
2. เมื่อกลุ่มประชาชนมีท่าทีหรือแสดงปฏิกิริยาต่อต้านต่อนโยบาย หรือการดำเนินงานขององค์การ
3. เมื่อกลุ่มประชาชนเกิดความเข้าใจผิด หรือไม่เข้าใจในนโยบาย หรือไม่แสดงท่าทีความรู้สึกใด ๆ ต่องค์การ
4. เมื่อประชาชนทั่วไปวิพากษ์วิจารณ์องค์การในแง่ร้าย เช่นองค์การไม่มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ องค์การเอาเปรียบประชาชน และองค์การไม่ช่วยเหลือกิจการส่วนรวม หรือสาธารณกุศล เป็นต้น

ปัญหาดังกล่าวนี้อาจเกิดขึ้นหรือมีท่าทีที่จะเกิดขึ้น ผู้บริหารงานองค์การจะต้องรีบแก้ไขให้ทันทั่วทั้งที่ ทั้งในรูปเฉพาะหน้า และการวางแผนดำเนินงานอย่างรัดกุม

## หลักการของการวางแผนประชาสัมพันธ์

การพิจารณาการวางแผนดำเนินการประชาสัมพันธ์ มีหลักการสำคัญกำหนดให้แน่ชัดอยู่ 8 ประการดังนี้ คือ

1. กำหนดความมุ่งหมาย การกำหนดความมุ่งหมายหรือเป้าหมาย ถือว่าเป็นกระบวนการหนึ่งของการบริหาร ความมุ่งหมายจะแสดงออกให้เห็นจุดหมายของกิจกรรมที่มีลักษณะชัดเจน และในขณะเดียวกันจะแสดงให้เห็นผลงานที่คาดว่าจะพึงเกิดขึ้น

2. กำหนดวัตถุประสงค์ ความมุ่งหมายมีลักษณะเป็นอุดมการณ์ ซึ่งมักจะมีขอบเขตกว้างขวาง และยังไม่มีความชัดเจนลงไปว่าจะปฏิบัติการในเรื่องหนึ่งเรื่องใดอย่างไร เพื่อให้ความมุ่งหมายบังเกิดผล จึงต้องจำแนกรายละเอียดออกเป็นวัตถุประสงค์ในลักษณะต่าง ๆ

3. กำหนดกลุ่มชนเป้าหมาย การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นยอมรับกันว่ากลุ่มชนเป้าหมายมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ถ้าเรากำหนดกลุ่มชนเป้าหมายไม่ได้ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะไม่บรรลุเป้าหมายอย่างแท้จริง ฉะนั้น จะต้องกำหนดกลุ่มชนเป้าหมายให้ได้ว่าคือใคร หรือประกอบด้วยใครบ้างที่มีลักษณะสำคัญอย่างไร จำนวนเท่าใด อยู่ที่ไหน วิธีการกำหนดอาจจะเลือกกำหนดบุคคลที่เป็นตัวแทนของกลุ่มชนเป้าหมายเพียงบางคนก็ได้ โดยการให้หลักการเลือกตัวแทนซึ่งเห็นได้ว่าเป็นตัวแทนของบุคคลนั้นทั้งกลุ่ม วิธีนี้ในการโฆษณาชวนเชื่อนำมาใช้กันเสมอ เพราะการที่จะไปทำความรู้จัก หรือทำความเข้าใจกับบุคคลเป็นจำนวนหมื่นจำนวนแสน ย่อมเป็นการทุ่มเทเวลาและแรงงานไปโดยไม่คุ้ม การให้หลักเลือกบุคคลที่เหมาะสมเราก็สามารถให้ความรู้ สร้างความเข้าใจได้ผลเท่ากัน

4. กำหนดแนวเรื่องที่จะประชาสัมพันธ์ ข้อนี้นับว่ามีความสำคัญเป็นอันมาก เพราะการประชาสัมพันธ์หรือบอกกล่าวเผยแพร่ถ้าไม่มีแนวเรื่องกำหนดไว้เป็นการแน่นอนก่อน กลุ่มชนเป้าหมายอาจจะไม่เข้าใจ หรือเข้าใจสับสน การประชาสัมพันธ์ก็จะไร้ผล แนวเรื่องประชาสัมพันธ์นี้อาจจะใช้คำพูด การเขียนหรือภาพก็ได้ โดยถือหลักการว่าต้องชัดเจน กินใจ ประทับใจ ทั้งการฟังและการเห็นด้วยตา

5. กำหนดจังหวะเวลา การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น กาลเวลาเป็นเรื่องสำคัญมากหากทำไม่ถูกจังหวะและเวลาแทนที่จะได้ผลกลับไร้ผล ในการวางแผนจึงต้องพิจารณาจังหวะและเวลาอย่างรอบคอบ โดยเลือกจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการดำเนินงานทุกขั้นตอน จะเลือกกำหนดเวลาอย่างไรแล้วแต่สถานการณ์ และวัตถุประสงค์ เช่น อาจจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าเพื่อปูพื้นฐานเรียกความสนใจก่อนลงมือปฏิบัติจริง ๆ หรือเมื่อลงมือปฏิบัติสัก

ระยะหนึ่งแล้วดำเนินการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจะเป็นการกำหนดจังหวะเวลาการให้สื่อแต่ละชนิด เช่น ช่วงเวลานี้ให้หนังสือพิมพ์ อีกช่วงหนึ่งพิมพ์เอกสารเผยแพร่ หรืออีกจังหวะหนึ่งใช้วิทยุกระจายเสียง ดังนี้ เป็นต้น การกำหนดจังหวะเวลานี้ต้องกำหนดไว้ในแผนด้วย

6. กำหนดสื่อ สื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีอยู่เป็นอันมาก แต่ถ้าเลือกใช้ไม่ถูกต้องเหมาะสมก็ไร้ประโยชน์ ฉะนั้นจะต้องพิจารณากำหนดไว้ในแผนด้วยว่า จะใช้อะไร เป็นเครื่องมือติดต่อหรือเผยแพร่ และจะใช้อย่างไร เช่น ถ้าใช้วิทยุกระจายเสียง จะใช้เวลาใด นานเท่าใด หรือถ้าจะใช้หนังสือพิมพ์ จะใช้โฆษณากี่วัน โฆษณาหน้าใดของหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

7. กำหนดตัวเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ เจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์นั้น โดยหลักแล้วเจ้าหน้าที่ทุกคนขององค์การจะต้องเป็นผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขององค์การ แต่ในการปฏิบัติงานตามแผนควรกำหนดตัวเจ้าหน้าที่รับผิดชอบไว้เป็นกิจลักษณะ ว่าให้ผู้ใดมีหน้าที่ทำอะไร ทำอย่างไร ทำที่ไหนและร่วมกับใคร ทั้งนี้เพื่อการดำเนินงานเป็นไปตามขั้นตอน และบังเกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

8. กำหนดค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์จะต้องกำหนดเป็นวงเงินไว้ในแต่ละโครงการว่าเป็นจำนวนเงินเท่าใด ใช้จ่ายในเรื่องอะไรบ้าง ทั้งนี้ต้องกำหนดให้เพียงพอและมีความคล่องตัวในการใช้ให้มากที่สุด

### ขั้นตอนของการวางแผนประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างจากงานอื่น ๆ อยู่มากพอสมควรคือเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ มีความละเอียดและขั้นตอนที่สลับซับซ้อน เป็นงานเกี่ยวกับความคิดและพฤติกรรมของมนุษย์ เหตุการณ์และขั้นตอนของการปฏิบัติต่าง ๆ จึงต้องปฏิบัติให้ตรงตามแผนงานและให้ถูกต้องตามเวลาสถานที่และบุคคลที่กำหนดขึ้นอย่างเหมาะสมนั้นด้วย โดยทั่วไปการวางแผนประชาสัมพันธ์จะมีขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดนโยบาย (policy) และวัตถุประสงค์ (objective)
2. การเผยแพร่แนวความคิดเบื้องต้น (diffusion of idea) ต้องรีบเผยแพร่ออกไปเพื่อสังเกตท่าที ปฏิกริยา การวิจารณ์เพื่อปรับปรุงแก้ไขในการวางแผนอย่าดำเนินการโดยไม่เผยแพร่ออกไป
3. การศึกษาสำรวจวิจัย (study, survey & research) เมื่อเผยแพร่ไปแล้วต้องศึกษาวิจัยผลสะท้อนกลับ ต้องตั้งวัตถุประสงค์เฉพาะทำการศึกษาวิจัยกันเฉพาะเรื่อง เฉพาะกรณีหรือเฉพาะโครงการไปอยู่ตลอดเวลา
4. รวบรวมข้อมูล (collect data and classify) รวบรวมแนวความคิดแล้วจัดแยก

เป็นหมวดหมู่ เพื่อสะดวกในการแบ่งลำดับและแบ่งประเภท เพื่อวางแผนดำเนินการแก้ปัญหาและป้องกันการตกหล่นผิดพลาด

5. พิจารณา วิเคราะห์ปัญหา เป้าหมาย (identify problems) สถานการณ์กับวัตถุประสงค์ รวมทั้งกำลังความสามารถทางการเงิน เครื่องมือ คน อุปกรณ์ของหน่วยงาน ส่วนมากมักจะนำเข้าไปประชุมเพื่อให้หลาย ๆ ฝ่ายได้แสดงความคิดเห็น

6. เริ่มมองหาแนวทางปรับปรุงวัตถุประสงค์อีกครั้ง โดยเลือกทางเลือกที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์ไว้หลาย ๆ ทาง อย่าปิดทางเลือกหรือแนวความคิดต่าง ๆ โดยคิดว่าทำไม่ได้ ทางเลือกที่ดีต้องมุ่งไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์

7. วางแผนโครงการ (planning program) เมื่อเลือกแนวทางและแนวความคิดแล้วจึงเริ่มสร้างแผนการดำเนินงาน โดยกำหนดสิ่งเหล่านี้คือ

7.1 กำหนดหลักการ ทฤษฎี ที่จะใช้ดำเนินการ

7.2 กำหนดกลุ่มชนเป้าหมาย

7.3 กำหนดโครงร่าง เช่น วิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ หัวข้อ เนื้อเรื่อง คำขวัญ เครื่องหมาย เป็นต้น

7.4 กำหนดเวลา โดยการกำหนดตารางจะเริ่มเมื่อใด เวลาใด ดำเนินการอะไรบ้าง

7.5 กำหนดสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ชาว เป็นต้น

7.6 กำหนดกำลังคนตลอดจนค่าใช้จ่ายที่จะต้องให้

8. กำหนดยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์ หรือกลวิธีเพื่อให้บรรลุความสำเร็จ ได้แก่การดำเนินการใช้ศาสตร์และศิลป์ของการใช้ทรัพยากรเท่าที่มีอยู่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้แต่ละครั้งด้วย

9. ประเมินความถูกต้องของโครงการ (evaluate program) หมายถึงตรวจสอบความสำเร็จ ความเที่ยงตรงถูกต้องของข้อมูล กฎเกณฑ์ที่นำมาใช้ ตลอดจนตรวจสอบความแน่นอนของสื่อที่จะใช้ในพื้นที่ต่าง ๆ จนถึงผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ

10. ทบทวน คิดคำนึงถึงเหตุการณ์ภาวะแวดล้อม เมื่อมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดจากสิ่งแวดล้อมมากระทบ ก็มองหาวิธีการหรือทางเลือกใหม่อีกครั้ง เพื่อหาทางป้องกันในสิ่งที่สามารถทำได้

11. ตั้งปัญหาตามโครงการในบางจุด หรือทั้งหมดที่ยังมีความสงสัยพยายามหาคำตอบและวิธีการดำเนินการให้ได้ โดยพยายามมุ่งความสนใจไปยังเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ติดต่อสื่อสารที่ได้ผลและขจัดความขัดแย้ง ควรถามในหัวข้อเหล่านี้คือ ทำไม ที่ไหน ใคร อะไร อย่างไร



12. กำหนดแผนเสริมแผนหรือเปลี่ยนแผน (implement program or change program) คือคิดหาทางออกหรือทางเลือกในการดำเนินการในลักษณะของแผนเสริมแผน อาจจะมีแผนที่ 2,3 ให้เลือกหาวิธีการและสิ่งสอดแทรกที่ถูกต้องและเหมาะสมเพื่อบรรลุผลตามเป้าหมาย

13. ตัดสินใจดำเนินการตามแผน (execution or communication)

14. ประเมินผล (evaluation) ตรวจสอบตลอดเวลาและทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้นโดยประเมินความถูกต้องตามเกณฑ์ที่มี และสอบถามว่าเป็นที่พอใจหรือไม่ เกิดผลดีผลเสียอย่างไร จะได้ใช้วางแผนในปีต่อไปหรือในครั้งต่อไป

#### ข้อควรคำนึงถึงสำหรับผู้วางแผนการประชาสัมพันธ์

1. คนและสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้แก่ ภาวะทางเศรษฐกิจ บรรยากาศทางการเมือง สังคม ค่านิยม วัฒนธรรม ศาสนา ประชาชน ความเชื่อถือ เป็นต้น

2. ปัญหาทั้งในหน่วยงานและภายนอกที่เกิดขึ้นต้องได้รับการแก้ไขให้สิ้นไป

3. ตรวจสอบเกณฑ์หรือดัชนีของความสำเร็จ ที่ตั้งไว้ว่าเหมาะสมหรือไม่ มากหรือน้อยเกินไปหรือไม่

4. วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ยังมีสภาพหรือได้ผลดีหรือไม่

5. การดำเนินการไปถึงประชาชน เป้าหมาย วัตถุประสงค์หรือไม่อย่างไร

6. การดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ทำอยู่ มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบ้างหรือไม่ หรือมีผลอย่างไรบ้าง

#### การกำหนดกฎเกณฑ์ที่ไม่ถูกต้องในการประชาสัมพันธ์

1. หวังผลในการวางแผนและการดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยต้องการเห็นผลทันทีทันใด

2. หลักเกณฑ์ในการดำเนินการไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือนโยบายระดับสูง

3. วางแผนไว้สูงหรือต่ำหรือกว้างเกินไปจนดำเนินการไม่ได้หรือไม่ได้ผล

4. ขาดการคำนึงถึงผลสะท้อนหรือผลกระทบที่มีจากทางอ้อมและคาดไม่ถึง

5. ขาดการคำนึงถึงหลักการ ปริมาณค่าใช้จ่ายทั้งหมดกับปริมาณงานที่จะได้รับ

6. การวัดผลงานประชาสัมพันธ์ ไม่สามารถวัดเป็นหน่วยเหมือนกับโรงงานที่ผลิต

สินค้าซึ่งอาจจะวัดได้เป็นจำนวนชิ้น แต่ผลงานการประชาสัมพันธ์คือปริมาณของความสัมพันธ์กับประชาชน เกียรติยศ ความเชื่อถือศรัทธา ความนิยมรักใคร่ ความซาบซึ้ง ความซื่อสัตย์สุจริตและฐานะอันสูงเด่นของหน่วยงานซึ่งวัดได้ยาก

## ประเภทของแผนงานประชาสัมพันธ์

การวางแผนประชาสัมพันธ์ นิยมแบ่งกันอยู่ 2 แบบคือ

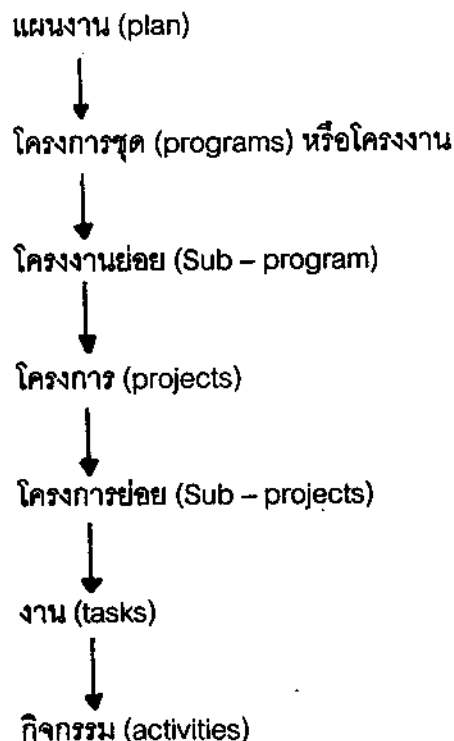
### 1. แบ่งโดยยึดเวลาในการดำเนินงานตามแผนเป็นหลัก (time dimension) ดังนี้

1.1 แผนระยะสั้น (short – range plan) ได้แก่พวกแผนงานประจำปี (annual plan) แผนปฏิบัติการ 2-3 ปี (operational plan) และแผนชั่วคราว (Ad – Hoc plan) ซึ่งอาจใช้เวลาอันสั้นเพียงไม่กี่วันก็เดือนก็ได้ หรืออาจเป็นแผนงานประชาสัมพันธ์กรณีฉุกเฉินพิเศษ บางกรณีด้วยก็ได้ ซึ่งแผนงานประชาสัมพันธ์เหล่านี้ มักจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการ งบประมาณ การใช้ทรัพยากรและสื่อต่าง ๆ รวมทั้งมีการกำหนดระยะเวลาการปฏิบัติงานระบุไว้ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทั้งนี้ยกเว้นกรณีการประชาสัมพันธ์กรณีฉุกเฉินพิเศษ อาจมีรายละเอียดให้ไม่ครบ

1.2 แผนระยะกลาง (medium-range plan) มักจะเป็นแผนการประชาสัมพันธ์ให้แก่งานบางประเภท ซึ่งมีความมั่นคงและต้องดำเนินการอย่างแน่นอนอยู่แล้ว อาจเป็นแผนที่ต้องทำในระยะ 5-10 ปี แผนเหล่านี้จะกำหนดนโยบายและแนวทางดำเนินการเพื่อที่จะให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้แน่นอนอย่างละเอียดนัก แต่ก็พอเป็นแนวทางให้ดำเนินงานได้ชัดเจนพอสมควร แผนนี้ยังมีการปรับปรุงขั้นตอนรายละเอียดให้เหมาะสมต่อสภาพแวดล้อมในอนาคตอันใกล้ได้

1.3 แผนระยะยาว (long – range plan) ใช้เวลาดำเนินการประมาณ 10 ปีขึ้นไป จึงจำเป็นต้องทำเป็นแผนกว้าง ๆ กำหนดเป้าหมายใหญ่ ๆ บางอย่างก็พอจะกำหนดล่วงหน้าได้ สำหรับแผนระยะยาวของการประชาสัมพันธ์ยังไม่มีดำเนินการกันแพร่หลายนัก

### 2. แบ่งโดยยึดหลักระดับของแผนตามขนาดและความสำคัญเป็นหลัก ดังนี้



### ประโยชน์ของการวางแผนประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ก็เพื่อเป็นการเตรียมอย่างรอบคอบเพื่อการดำเนินงานต่าง ๆ ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือนโยบายที่ถูกต้อง การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ยังมีประโยชน์อีกหลายประการ เช่น

1. ช่วยให้ทราบล่วงหน้าว่า การดำเนินงานนั้นมีอะไรจะต้องทำบ้าง ซึ่งจะช่วยให้ดำเนินงานได้รวดเร็วขึ้น ด้วยไม่ต้องมัวลังเลให้เสียเวลาอีกเลย
2. ทั้งบุคลากรและหน่วยงานที่จะจัดอยู่ในแผนงานนั้น ทุกคนและทุกหน่วยจะต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินงานอย่างเต็มที่การมีแผนงานจะช่วยกำหนดแนวทางดำเนินงาน การควบคุมและการนิเทศงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ดียิ่งขึ้น
3. ช่วยให้มีการแบ่งกระจายงาน ให้ทุกฝ่ายได้ร่วมช่วยกันทำอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทุกคนที่ร่วมงานจะมีส่วนร่วมรับผิดชอบในหน้าที่เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของงานนั้น ๆ ได้ดียิ่งขึ้น ด้วยงานไม่ไปหนักอยู่ที่ใครคนใดคนหนึ่งมากเกินไป
4. ช่วยให้รู้ว่าจะใช้วิธีการอย่างไร ใช้เครื่องมืออะไร ใช้เงินสักเท่าใดได้ล่วงหน้า ทำให้งานนั้นดำเนินไปอย่างรัดกุมและประหยัด ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ได้ดียิ่งขึ้น
5. ช่วยให้ทำการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น ประหยัดเวลาในการบริหารงาน และจะทำให้เกิดการประสานงานสนับสนุนซึ่งกันและกันได้กระชับแน่นยิ่งขึ้น
6. ช่วยให้ประชาชนได้มีโอกาสทราบแผนงานหรือโครงการต่อเนื่องในอนาคต ล่วงหน้า สร้างความเข้าใจที่ดีให้เกิดขึ้นแก่ทุกฝ่าย จะช่วยให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ได้รับความสำเร็จที่ดี มีปัญหาที่จะต้องให้แก้ไขน้อยลงมาก

### กรรมวิธีดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ อาจแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นการวิจัย - การรับฟัง (research - listening) เป็นขั้นแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยสำรวจค้นหาปัญหาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความคิดเห็น ปฏิกริยา อคติทำที่ความรู้สึกและอื่น ๆ ของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง
2. ขั้นการวางแผนตัดสินใจ - เตรียมปฏิบัติการ (planning - discision making) เป็นขั้นของการนำเอาข้อมูลที่ได้จากขั้นที่หนึ่งมาเป็นแนวกำหนดนโยบายและโครงการของหน่วยงานเพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย
3. ขั้นการติดการสื่อสาร - การปฏิบัติการ (communication - action) เป็นขั้นตอนการเผยแพร่ข่าวสาร นโยบาย ทำที่ตลอดจนความรู้และข้อเท็จจริงต่างๆ ไปยังกลุ่มประชาชน

4. **ขั้นประเมินผล (evaluation)** เป็นการประเมินผลงานต่าง ๆ ตลอดจนเทคนิคทั้งหลายที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อปรับปรุงแก้ไข

ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ข้อมีความสำคัญทัดเทียมกันจนเป็นที่ยอมรับกันว่าขั้นตอนทั้ง 4 นี้ก็คือหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์นั่นเอง กล่าวคือนักประชาสัมพันธ์จะมีหน้าที่สำคัญในการดำเนินการ 4 อย่างด้วยกันคือ

1. เป็นผู้ฟังและผู้ค้นหา (Listener – researcher)
2. เป็นผู้ให้คำแนะนำปรึกษาหารือ (advisor)
3. เป็นผู้ติดต่อสื่อสารเผยแพร่ (communicator)
4. เป็นผู้ประเมินผล (evaluator)

### การประเมินผลประชาสัมพันธ์

Dr. Boyle แห่งมหาวิทยาลัย Wisconsin ได้ให้ความหมายของการประเมินผลคือ กระบวนการที่พิจารณาว่าได้มีการทำอะไรสำเร็จไปบ้างในสิ่งที่กำหนดไว้ว่าจะทำให้สำเร็จผลที่ได้รับดีหรือไม่คืออย่างไร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นกระบวนการเปรียบเทียบระหว่างวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้กับผลที่ปรากฏ จากการปฏิบัติงานตามแผนโดยมีการกำหนดเกณฑ์เป็นเครื่องตัดสิน

การประเมินผลงานเป็นระยะ ๆ แล้วรวบรวมให้ต่อเนื่องกันไป มีความจำเป็นสำหรับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เทคนิคของการประเมินผลก็เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานว่า บรรลุสำเร็จตามเป้าหมายหรือไม่ โดยทั่วไปการประเมินผลมักจะต้องนำวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการดำเนินงานมาเป็นบรรทัดฐานในการประเมินผล ซึ่งอาจจะดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

1. เลือกสาเหตุหรือปรัชญาในการประเมินผล
2. กำหนดจุดมุ่งหมายในการประเมินผล ว่าต้องการประเมินผลอะไรบ้าง เช่น ต้องการทราบว่าความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนดีหรือไม่ หรือการดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายนอกภายในมีผลอย่างไร ภาพพจน์ของหน่วยงานเป็นอย่างไร เป็นต้น
3. หามาตรการหรือกำหนดเกณฑ์ในการวัดผลงาน เช่น ว่าจะจัดว่าดีมาก ขนาดไหนจัดว่าดี เนื่องจากปริมาณงานการประชาสัมพันธ์ไม่สามารถจะวัดออกเป็นมาตราต่าง ๆ ได้ แต่งานการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มองไม่เห็น เช่น เกียรติยศ ชื่อเสียง ความสัมพันธ์ ฯลฯ จึงมักใช้การสังเกตและแปลค่าสภาวะต่าง ๆ เช่น การวิจารณ์ คำนิยม ออกมาเป็นระดับต่าง ๆ เช่น ดีมาก ดีปานกลาง ยังไม่ดี บกพร่อง ต้องแก้ไข เป็นต้น

4. รวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผล ตลอดจนปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อการแปลผลและประเมินค่า การรวบรวมข้อมูลอาจทำได้หลายวิธี เช่น การสังเกตการณ์ ใช้แบบสอบถาม รายงานประจำเดือน การสัมภาษณ์และวิธีอื่น ๆ ตามความเหมาะสม

5. การวิเคราะห์และแปลข้อมูลและปรากฏการณ์ต่าง ๆ ให้ตรงกับความจริงและถูกต้อง เพื่อใช้ในการดำเนินการและแก้ไขข้อบกพร่อง

6. นำผลสรุปที่ได้จากการประเมินผลเผยแพร่ให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทราบ และนำไปใช้ในการตัดสินใจเพื่อการวางแผนและดำเนินงานครั้งต่อไป

#### ลักษณะของการประเมินผลประชาสัมพันธ์

การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ทำได้ใน 4 ลักษณะดังนี้

1. การวัดปริมาณผู้รับที่โครงการนั้นครอบคลุมไปถึง เพื่อศึกษาดูว่าการเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์นั้นได้เข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

2. ศึกษาปฏิกิริยาของผู้รับ เพื่อศึกษาดูว่าผู้รับมีปฏิกิริยาอย่างไร เป็นทางบวกหรือทางลบ หรือผู้รับมีความสนใจติดตามข่าวสารและให้ความร่วมมือมากน้อยเพียงใด

3. ความมั่นคงของข่าวสาร เป็นการตรวจสอบดูว่าภายหลังจากการติดต่อสื่อสารเผยแพร่ไปแล้ว ผู้รับหรือกลุ่มประชาชนเป้าหมายเกิดปฏิกิริยาตามต้องการแล้ว ผลนั้นจะอยู่นานมากน้อยเพียงใด

4. ตรวจสอบเกี่ยวกับวิธีการที่ก่อให้เกิดอิทธิพล หมายถึงการตรวจสอบถึงกระบวนการต่าง ๆ ในการติดต่อสื่อสารเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นั้น มีอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมายหรือไม่ อย่างไร หมายถึงถึงวิธีการจูงใจที่จะก่อให้เกิดผลต่อผู้รับและประสิทธิภาพของโครงการด้วย

โดยทั่วไปการประเมินผลมักทำตอนสุดท้ายของการดำเนินการประชาสัมพันธ์ แต่ในหลักการของการประเมินผล จะต้องมีการประเมินผลตั้งแต่ก่อนเริ่มโครงการ เมื่อเริ่มโครงการ และในระหว่างที่กำลังดำเนินงานตามโครงการด้วย เพื่อจะได้ทราบปัญหาข้อบกพร่องต่าง ๆ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อได้เริ่มงานไปแล้วก็สามารถแก้ไข หรือปรับแนวทางการดำเนินงานได้ทัน่วงที การประเมินผลไม่จำเป็นต้องทำเป็นระเบียบโดยการออกแบบสอบถาม หรือการสัมภาษณ์เสมอไปทุกครั้ง การออกไปสังเกตพูดคุยกับบุคคลต่าง ๆ แล้วมีการบันทึกรวบรวมข้อมูลไว้เพื่อเปรียบเทียบความก้าวหน้าต่าง ๆ ก็ถือว่าเป็นการประเมินผล

---

## บทที่ 3

### สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

#### ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์

ในการประชาสัมพันธ์ การส่งข่าวสาร หรือการให้การศึกษา ต้องอาศัยสื่อกลางเป็นเครื่องมือช่วยในการดำเนินการ เพื่อยังผลให้ผู้รับได้รับทราบ เกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน ถูกต้อง รวดเร็วแต่การจะใช้สื่ออย่างไรจึงจะบังเกิดผลตามความต้องการนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย เราจะต้องทำความเข้าใจกับสื่อเหล่านั้นเสียก่อน จึงจำเป็นที่ต้องมีการเรียนรู้ถึงธรรมชาติและหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิดซึ่งแตกต่างกัน โดยต้องคำนึงถึงส่วนประกอบอื่น ๆ มาร่วมพิจารณาด้วย ในปัจจุบันนี้สื่อต่าง ๆ ได้รับการพัฒนาทั้งด้านการผลิตและการใช้งานในระดับที่ก้าวล้ำนำหน้า ซึ่งอยู่ในระดับสูงทั้งด้านคุณภาพ และราคา

ประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. สื่อบุคคล นับเป็นสื่อที่สำคัญที่สุด สื่อบุคคลสามารถเป็นตัวนำที่ดี หรือตัวนำที่เลวก็ได้ ซึ่งย่อมขึ้นอยู่กับเพศ อายุ ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ตลอดจนการเอาใจใส่ ไม่เอาใจใส่ในหน้าที่ของตัวสื่อบุคคลเหล่านั้น สื่อบุคคลจะผูกพันกับสื่อประเภทอื่น ๆ ที่แยกกันไม่ออกมีข้อดีที่สามารถบอกกล่าวเผยแพร่ได้อย่างฉับพลันทันทีกลุ่มประชาชนเป้าหมายสามารถสอบถามซักถามได้ และไม่ต้องบำรุงรักษา หรือซ่อมแซมเหมือนสื่ออื่น ๆ แต่มีข้อเสียคือ สื่อบุคคล มีชีวิต มีความรู้สึกร้อนหนาว อิมหิว รัก โกรธ สบาย เจ็บป่วย มีชีวิต และตาย

2. สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ที่สามารถส่งไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมายได้รวดเร็ว มีปฏิกริยาย้อนกลับช้ากว่าสื่อบุคคล แต่ก็จัดอยู่ในประเภทย้อนกลับได้รวดเร็วเหมือนกันแต่มีข้อเสียคือ หากสื่อมวลชนรวมหัวกันต่อต้านหรือบิดเบือนความจริง ก็จะทำให้ความเสียหายความล้มเหลว มาสู่หน่วยงานหรือบุคคลที่อยู่ตรงข้ามกับสื่อมวลชนเหล่านั้น

3. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ วัสดุที่นำมาใช้เขียนหรือพิมพ์ หรือทำข้อความสัญลักษณ์ให้เกิดความหมาย ความเข้าใจของผู้อ่าน ผู้ดู สื่อสิ่งพิมพ์มีหลายประเภท เช่น จดหมายข่าว หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อนุสาร และหนังสือเล่มประเภทต่าง ๆ แม้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์จะช้ากว่าสื่อประเภทอื่นอยู่บ้าง แต่สื่อสิ่งพิมพ์ก็เป็นสื่อประเภทเป็นหลักฐานที่สามารถใช้อ้างอิง และมีอิทธิพลต่อผู้รับได้เป็นอย่างดี

4. สื่อโสตทัศนีย์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

4.1 ประเภทใช้ฟังอย่างเดียว เช่น วิทยุ เครื่องกระจายเสียง แผ่นเสียงและเครื่องบันทึกเสียง

4.2 ประเภทใช้ดูอย่างเดียวน เช่น ภาพถ่ายประเภทต่างๆ ภาพวาด แผนภูมิ แผนที่ แผนที่ และสิ่งอื่นใดที่สามารถดูด้วยตาได้

4.3 ประเภทที่ทั้งฟังและดู ได้แก่ ภาพยนตร์ ภาพสไลด์ ชุดประกอบเสียง ภาพโทรทัศน์ สื่อโสตทัศนศึกษาส่วนมากมีลักษณะที่จะต้องผลิตแล้วมีกรรมวิธีในการใช้ เช่น ต้องเดินเครื่องเปิดเครื่อง ตลอดถึงการดูแลและหยุดเครื่อง ปิดเครื่องเมื่อเลิกใช้

5. สื่อพิเศษหรือสื่อกิจกรรม เป็นสื่ออีกจำพวกหนึ่งที่ไม่สามารถจัดเข้ากับลักษณะของสื่อประเภทอื่น ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ก็ยังเป็นสื่อที่สามารถเป็นตัวนำตัวการที่ใช้เผยแพร่ไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมายได้เป็นอย่างดีเหมือนกัน เช่น การจัดนิทรรศการด้วยทั้งแสง เสียง และภาพ การจัดประชุมเพื่อแนะนำหรือเผยแพร่สินค้า การจัดการแสดงข่าวเผยแพร่ผลงาน การจัดอภิปราย การปาฐกถา หรือการจัดงานแสดงสินค้า

### แนววิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. การทำซ้ำหรือซ้ำบ่อย ๆ (repeating) การซ้ำหรือซ้ำบ่อย ๆ ติดต่อกันไปจะช่วยให้เกิดความน่าสนใจยิ่งขึ้น คงทนถาวรมากขึ้น แต่การใช้วิธีซ้ำนี้มีข้อควรระวังอยู่ว่าถ้าซ้ำบ่อย ๆ และกระทำต่อเนื่องกันนานอาจถึงจุดอิ่มตัวผลอาจลดลงทันที เพราะผู้รับจะเริ่มเบื่อหน่ายหรือชินชา เพราะฉะนั้นการซ้ำนี้ถ้าจะทำอยู่เรื่อย ๆ ควรให้มีทั้งการกระทำต่อเนื่องและช่องว่าง

2. การให้ผู้รับมีส่วนร่วม (participation) เช่น ให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วมได้แสดงความคิดเห็นในรายการโทรทัศน์หรือวิทยุ ย่อมมีอิทธิพลดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าที่ผู้จัดรายการจะให้อะไรอย่างเดียวน โดยเฉพาะในปัจจุบันสื่อทางวิทยุและโทรทัศน์สามารถจัดเป็นรายการสด สามารถให้ผู้รับได้ตอบโต้ทันทีทั้งภายในและนอกประเทศจึงสามารถดึงดูดผู้ชมให้มีความสนใจได้เป็นอย่างดี

#### หลักในการพิจารณาเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. ด้านเนื้อที่ - เวลา การเลือกสื่อให้เหมาะสมนั้น สื่อบางชนิดจะต้องใช้เนื้อที่ในการดำเนินการ เช่น สิ่งพิมพ์ รูปภาพ โปสเตอร์ นิทรรศการ เป็นต้น

2. การมีส่วนร่วมของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย สื่อต่างชนิดก็ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้แสดงถึงการมีส่วนร่วมได้แตกต่างกัน หากหน่วยงานต้องการให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นหรือมีส่วนร่วมก็ต้องพิจารณาใช้สื่อให้เหมาะสม

3. ด้านความเร็ว สื่อที่มีความเร็วมากที่สุดคือ วิทยุและโทรทัศน์ ใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์ที่เป็นเรื่องเร่งด่วนและต้องการความเร็วสูง แต่ถ้าหากต้องการให้ประชาชนเป้าหมายได้ศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียดก็ต้องใช้สื่อประเภทความเร็วต่ำเช่น หนังสือ สิ่งตีพิมพ์ เป็นต้น

4. ด้านความคงทน หนังสือจัดว่าเป็นสื่อที่มีความคงทนมากกว่าสื่ออื่น วิทยุและโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความคงทนน้อยที่สุด

## ลักษณะของสื่อประเภทต่าง ๆ

**วิทยุ** เมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่นแล้ว วิทยุเป็นสื่อที่แพร่หลายมากในหมู่ประชาชนทุกระดับ สามารถกระจายเสียงไปยังประชาชนที่อยู่ห่างไกล หรือในท้องถิ่นทุรกันดารได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว แม้ในเขตที่ห่างไกล การคมนาคมไม่สะดวกที่สื่อประเภทอื่นเข้าไม่ถึงแต่วิทยุสามารถเข้าไปถึงได้

### ข้อดีของสื่อวิทยุ

1. มีอาณาเขตครอบคลุมกว้างขวาง สามารถกระจายเสียงมีกำลังรัศมีกว้างไกล แม้ในเขตป่าเขาลำเนาไพรหรือท้องที่ทุรกันดาร
2. วิทยุเสนอข่าวได้รวดเร็ว รายงานข่าวต่าง ๆ ได้อย่างทันทั่วถึง
3. สะดวกในการใช้ สามารถยกไปฟังได้ในทุกที่ ราคาถูก สามารถใช้กับถ่านไฟฉายและไฟฟ้า
4. สามารถใช้กับผู้ฟังที่ไม่รู้หนังสือ หรือผู้มีความพิการทางสายตาได้
5. สามารถบันทึกเสียงวิทยากร หรือผู้ต้องการประชาสัมพันธ์ไปเผยแพร่ได้โดยตรง
6. ผู้ฟังมีความรู้สึกใกล้ชิดเหมือนพูดคุยอยู่ตรงหน้า
7. สามารถเข้าถึงประชาชนอย่างกว้างขวาง เปิดเครื่องรับฟังได้ทั้งครัวเรือน ออกอากาศที่เดียวฟังพร้อมกันได้หมด

### ข้อจำกัดของวิทยุ

1. เลื่อนลอย ไม่เป็นหลักฐานถาวรได้
2. ถ้าทางด้านเทคนิคมีข้อจำกัด ก็เป็นการจำกัดผู้ฟังไปด้วย คือถ้าเทคนิคไปไม่ถึงก็รับฟังไม่ได้
3. ใช้แต่ประสาทหู ซึ่งเป็นอวัยวะสัมผัสที่จดจำยาก ไม่เหมือนเห็นด้วยตาไม่ประทับใจเท่าการได้เห็น
4. ต้องสร้างภาพพจน์ให้ติดสมองเอาเอง ภาพพจน์ของแต่ละคนที่สร้างขึ้นจึงไม่เหมือนกัน มีความคลาดเคลื่อน บิดเบือนได้ง่าย

**ภาพยนตร์ – โทรทัศน์** นับเป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ได้รับการนิยม โดยเฉพาะในปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีความทันสมัยมากขึ้น สามารถส่งสัญญาณได้กว้างไกลมีเครือข่ายสถานีทุกภูมิภาค มีการใช้ระบบดาวเทียม เกิดการแข่งขันของการจัดทำรายการให้มีคุณภาพมากขึ้น

### ข้อดีของภาพยนตร์และโทรทัศน์

1. เห็นจริงเห็นจัง ทำให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธา ชักจูงให้คล้อยตามได้ง่ายกว่าสื่อ

เลขที่เอกสาร	12.05.6
เลขที่เอกสาร	24210
เลขทะเบียน	534
วันที่	21 ธ.ค. 2543



อื่น เพราะเห็นทั้งภาพ และได้ยินทั้งเสียงพร้อม ๆ กัน

2. ลักษณะและเทคนิคของสื่อ ทำให้สามารถลำดับขั้นตอนได้ชัดเจน ผู้รับจะเข้าใจง่ายและถูกต้องชัดเจน

3. เป็นสื่อที่สามารถเอาชนะอุปสรรคหลายประการ เพราะสามารถที่จะเสนอความคิดที่สำคัญ ทักษะคิดต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นที่ผู้รับจะต้องเป็นผู้มีความรู้ความสามารถทางภาษาสูงหรือต้องอยู่ในเหตุการณ์นั้น

4. ทำให้เกิดความทรงจำติดตามได้นาน ประทับใจ ลืมยาก

5. ไปได้กว้างไกล รวดเร็ว โดยเฉพาะปัจจุบันเทคโนโลยีสมัยใหม่จะช่วยให้ได้มาก

6. สามารถสื่อได้หลายรูปแบบ ทั้งเป็นข่าวสาร ถ่ายจากเหตุการณ์จริง สร้างเป็นสารคดี ละคร ให้ทั้งความรู้และความบันเทิง

7. มีสีสันเหมือนจริง ช่วยให้เกิดภาพพจน์ได้ชัดเจนขึ้น

8. สามารถสื่อให้ผู้พิการทางหูได้ และบางสถานีได้ใช้ภาษามือช่วยในการสื่อสาร

ข้อจำกัดของภาพยนตร์ – โทรทัศน์

1. มีขั้นตอนการผลิตยาก ซับซ้อนหลายขั้นตอนตั้งแต่การเขียนบท ถ่ายทำ การสร้างตัดต่อ พากย์เสียง หรืออัดเสียงในฟิล์ม ต้องอาศัยความรู้และเทคนิคเป็นพิเศษ ถ้าภาพไม่ตีเสียงไม่ดีก็ไม่จูงใจ

3. จำกัดผู้รับ ผู้รับจะรับได้เฉพาะผู้มีเครื่องรับ และความสามารถในการแพร่ภาพของสถานี

3. มีราคาแพงกว่าวิทยุ ผู้รับบางกลุ่มอาจไม่มีกำลังในการซื้อเครื่องรับ

4. ไม่สามารถรับการโต้ตอบได้ทันที ต้องอาศัยระยะเวลาพอสมควร

**เอกสารสิ่งพิมพ์** เป็นเครื่องมือสำคัญของการประชาสัมพันธ์เพราะเป็นเอกสารอ้างอิงให้ความรู้ความเข้าใจกับประชาชนและสามารถเก็บไว้ได้นาน เป็นหลักฐานได้ การจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์นับเป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมและแพร่หลาย มีการจัดทำในหลาย ๆ รูปแบบ ทั้งในด้านเนื้อหาสาระและการจัดพิมพ์ทำรูปเล่ม

ข้อดีของเอกสารสิ่งพิมพ์

1. เป็นวิธีการเรียนรู้ที่ดีที่สุดตามความสามารถของแต่ละบุคคล ผู้อ่านสามารถควบคุมการรับข่าวสารได้ตามความพอใจ คือจะอ่านเมื่อไร จะอ่านตอนไหน หรือไม่อยากจะอ่านตอนไหนก็เลือกได้ตามใจ

2. เหมาะแก่การอ้างอิงและทบทวน ผู้อ่านจะอ่านซ้ำก็หนจะทบทวนก็เที่ยวเพื่อจดจำ เพื่อความเพลิดเพลิน หรือเพื่อพิจารณาให้ถ่วงถี่ก็ได้

3. สื่อสิ่งพิมพ์นี้มีโอกาสเตรียมการ สามารถจัดทำได้อย่างเต็มที่ จะใช้เวลานานในการจัดทำ จัดพิมพ์ หรือเรียบเรียง ให้มีความสั้นยาวแค่ไหนก็ได้ตามต้องการ
4. เหมาะสำหรับการผลิตเป็นจำนวนมาก และสะดวกในการแก้ไข
5. เป็นสื่อง่ายต่อการดึงดูดความสนใจ และเผยแพร่แนวความคิดได้อย่างดี โดยอาศัยศิลปะการจัดและพิมพ์เป็นสำคัญ
6. สร้างความเชื่อถือและศรัทธาได้ง่าย เพราะสื่อชนิดนี้มีลักษณะความมั่นคงถาวรเป็นหลัก ไม่เลือนลหาย ผู้อ่านมักเกิดความเชื่อถือในเนื้อหา เรื่องราว และจดจำได้ง่าย

#### ข้อจำกัดของสิ่งพิมพ์

1. ต้นทุนสูง ต้องลงทุนมาก สิ่งพิมพ์ยิ่งประณีต ยิ่งหลากหลายสีสรร ยิ่งแพง
2. บางครั้งข้อมูลจะล้าสมัย ไม่ทันเหตุการณ์ โดยเฉพาะเป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ข่าวสาร จะผู้สื่อโทรทัศน์ไม่ได้
3. มีข้อจำกัดที่ต้องอาศัยองค์ประกอบอื่น เช่น การคมนาคม ถนนหนทางที่สะดวก การไปรษณีย์ ผู้อ่านต้องรู้หนังสือ เป็นต้น

#### ประเภทของเอกสารสิ่งพิมพ์

เอกสารสิ่งพิมพ์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่รวบรวมและบรรจุไว้ด้วยข่าวสาร บทความ การวิจารณ์ ภาพข่าว การ์ตูน สารคดี ฯลฯ จึงนับว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สำคัญอย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังเป็นเครื่องมือที่ทรงอิทธิพลในการสร้างกระแสประชาธิปไตยอีกด้วย เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้มาก มีการเสนอข่าวอย่างสม่าเสมอและต่อเนื่อง เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป และยังมีเนื้อหาข่าวสารหลายประเภท จึงได้รับความสนใจจากคนหลายระดับ สามารถใช้อ่านได้ทุกเวลา ราคาไม่แพง แต่หนังสือพิมพ์ก็มีข้อจำกัดในเรื่องความสนใจของประชาชนเพราะจะเลือกอ่านเฉพาะสิ่งที่สนใจ ดังนั้นจึงไม่อาจสรุปได้ว่าทุกสิ่งที่เผยแพร่จะเข้าถึงประชาชนได้ทั้งหมด
2. นิตยสาร เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นรูปเล่ม มีสีสันสวยงาม อาจจะมีเนื้อหาที่เฉพาะเจาะจงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือมีหลากหลายเนื้อหาก็ได้ แล้วแต่การกำหนดแนวเรื่องและกลุ่มเป้าหมาย มีทั้งรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน และอื่น ๆ ผู้อ่านสามารถอ่านได้ตามความสะดวกในยามว่าง ไม่ต้องเร่งรัดอ่านเหมือนหนังสือพิมพ์ ทำให้มีโอกาสทบทวน สามารถเสนอเนื้อหาสาระได้ละเอียดลึกซึ้ง และมีแนวโน้มที่จะเสนอเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ แต่ก็มีข้อจำกัดในการการลงทุนค่อนข้างสูง มีการแข่งขันกันมาก อาจจะเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายไม่ได้ทุกระดับ

3. เอกสารประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นมาเพื่อเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในนโยบาย จุดมุ่งหมาย บริการ วิธีการดำเนินการ ผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับสถาบันไปสู่ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ เอกสารประชาสัมพันธ์เป็นสื่อที่มีลักษณะเป็นการเผยแพร่ที่มุ่งตรงไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

#### ประเภทของเอกสารประชาสัมพันธ์

1. เอกสารประชาสัมพันธ์ทั่วไป จะให้ความรู้โดยทั่วไปของหน่วยงาน เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อแจกหรือเผยแพร่เป็นครั้งคราว เช่น

1.1 แผ่นโฆษณา (poster) หรือป้ายประกาศ ส่วนใหญ่เป็นกระดาษแข็งขนาดใหญ่ พิมพ์หน้าเดียว เป็นภาพหรือข้อความที่เขียนขึ้นเพื่อบอกข่าวประกาศ ประชาสัมพันธ์เชิญชวนร่วมกิจกรรมในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ไม่ใช่เพียงเพื่อขายสินค้าหรือบริการเท่านั้น ต้องเป็นการเรียกร้องความสนับสนุนและความนิยม สามารถใช้เป็นสื่อที่ดึงดูดความสนใจของประชาชนได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าทำให้มีสีสันสวยงาม ขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ในทำเลที่เด่น การเขียนข้อความควรสั้นเข้าใจง่าย สะดุดตาผู้พบเห็น มองเห็นได้แต่ไกล โดยติดไว้ในที่ต่าง ๆ อย่างเปิดเผย จะเป็นการช่วยย้ำเตือนความคิดเห็นบางอย่างแก่ประชาชนเป้าหมายได้อีกด้วย ในปัจจุบันได้พัฒนาใช้เป็นป้ายไม้อัดขนาดใหญ่ติดตามริมถนนที่มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมาก

1.2 แผ่นปลิว (leaflet) เป็นเครื่องมือง่าย ๆ ที่ใช้ในการติดต่อกับประชาชน เป็นกระดาษแผ่นเดียว ไม่มีรอยพับ พิมพ์หน้าเดียวหรือสองหน้า อาจมีภาพถ่ายประกอบ เพื่อดึงดูดความสนใจ และให้สะดุดตา ข้อความควรเป็นคำพูดง่าย ๆ ตัวหนังสือมีขนาดพอเหมาะ อ่านง่าย มีศิลปะในการเขียน วัตถุประสงค์ก็เพื่อเผยแพร่ข่าวสารแก่ประชาชนอย่างรวดเร็ว มักใช้ในเชิญชวนให้ประชาชนมาร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ขบวนการแสดงสินค้า กิจกรรมเปิดใหม่ การลดราคาสินค้า แนะนำสินค้าใหม่ ๆ เป็นต้น ปัจจุบันมักแจกจ่ายโดยการแทรกไปตามหนังสือพิมพ์ ติดไว้ตามที่สาธารณะ หรือให้คนเดินแจกตามสถานที่ต่าง ๆ

1.3 แผ่นพับ (folder) มีลักษณะคล้ายแผ่นปลิว พิมพ์แผ่นเดียว หน้าเดียวหรือสองหน้าก็ได้ แต่พับไปพับมาอาจเป็นพับสองพับสามหรือพับสี่ก็ได้ เนื้อหาภายในจะละเอียดกว่าแผ่นปลิวมักจะมีเรื่องและรูปของหน่วยงานอย่างย่อ ๆ หรืออาจมีเนื้อหาอื่นแล้วแต่โอกาส เช่น อาจเป็นแผ่นพับเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปโดยไม่เกี่ยวกับหน่วยงานก็ได้ แผ่นพับมักนิยมใช้ในวาระที่หน่วยงานมีการแสดง หรือมีนิทรรศการ หรือแจกให้แก่ผู้มาเยี่ยมชมกิจการ โดยเหตุนี้แผ่นพับมีบทบาทมากในการสื่อสารติดต่อกับบุคคลภายนอก ดังนั้นจึงต้องทำให้สวยงาม น่าอ่าน ใช้กระดาษอย่างดีมีสีสันสวยงาม

1.4 จุลสาร (pamphlet brochure) เป็นหนังสือเล่มเล็ก ๆ ที่มีขนาดต่าง ๆ กัน มีลักษณะเป็นเล่มปกอ่อน แต่ละเล่มจะมีเรื่องเดียว เนื้อเรื่องจะเขียนอย่างสรุปและเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของคนทั่วไป มีตั้งแต่ 4 – 40 หน้า อาจมีภาพตาราง-แผนที่ แผนภูมิประกอบ จุลสารมีลักษณะคล้ายแผ่นปลิว แต่ควรใช้ศิลปะในการพิมพ์ที่ดี ง่ายๆ ผู้อ่าน เนื้อเรื่องต้องให้สอดคล้องและจัดลำดับให้เหมาะสม การจัดลำดับเรื่องควรเริ่มจากคำนำ เนื้อหาสำคัญ รายละเอียดที่น่าสนใจ และบทสรุป อาจเพิ่มเติมถึงประโยชน์ที่ให้แก่ประชาชนด้วย

1.5 อนุสาร (booklet) เป็นเอกสารเผยแพร่เช่นเดียวกับจุลสารแต่รูปเล่มใหญ่กว่า เป็นการแนะนำหรือสรุปเรื่องราวต่าง ๆ

2. วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นเอกสารที่มีรูปร่างเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร จดหมายข่าว เอกสารแจ้งข่าว วารสาร โดยออกเป็นระยะติดต่อกันไปเรื่อย ๆ อาจเป็นรายปักษ์ รายเดือน รายสามเดือน หรือรายครึ่งปี แล้วแต่ความต้องการของผู้จัดทำ วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ

2.1 วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน เป็นสื่อที่มุ่งสร้างความเข้าใจ และสร้างความสัมพันธ์ให้แก่ผู้ปฏิบัติงานภายในหน่วยงาน ใช้เป็นเครื่องมือในการชี้แจงข่าวคราว ความเคลื่อนไหว นโยบาย การปฏิบัติงาน หรือผลงาน ช่วยสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานทั้งยังช่วยเสริมให้พนักงานลูกจ้างมีความนิยมเลื่อมใสในหน่วยงาน นอกจากนี้ยังมีข่าวเกี่ยวกับพนักงานในหน่วยงาน เช่น ข่าวสังคม การโยกย้ายตำแหน่ง การพบปะสังสรรค์ ภาพการ์ตูนล้อเลียน ตลอดจนข่าวเกี่ยวกับผลประโยชน์และสิทธิประโยชน์ของพนักงานในองค์กรนั้น ๆ

2.2 วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก เป็นวารสารที่เป็นสื่อสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคลภายนอก เช่น ประชาชนทั่วไป ผู้นำความคิดเห็นหรือลูกค้า ใช้เป็นสื่อที่ช่วยสร้างภาพพจน์ของหน่วยงานในทางที่ดีต่อกลุ่มบุคคลภายนอกหน่วยงาน นอกจากนี้ยังเผยแพร่ให้ประชาชนเข้าใจและรับทราบเกี่ยวกับนโยบาย การดำเนินงาน การบริการสาธารณะ ที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมสถาบัน ขณะเดียวกันก็ให้ความรู้หรือเรื่องราวที่จะเป็นประโยชน์แก่บุคคลภายนอกทั่วๆ ไปด้วย

2.3 วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก เป็นวารสารที่หน่วยงานจัดทำขึ้นเพื่อมุ่งสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มคนทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานไปในฉบับเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกและประหยัดในการจัดทำ เนื้อหาภายในวารสารชนิดนี้จึงควรเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจ สำหรับกลุ่มคนทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน

#### ข้อได้เปรียบของวารสาร

1. เข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างเจาะจง
2. มีรูปเล่ม สีสันสวยงามน่าสนใจ

3. มีอายุการอ่านยาวนานกว่าหนังสือพิมพ์ ผู้อ่านอาจจะย้อนกลับมาอ่านซ้ำอีกได้

4. สามารถเสนอข่าวสารหรือเรื่องราวที่เป็นรายละเอียดได้คราวละมาก ๆ มีความสูญเสียเปลืองในการเผยแพร่ น้อยมาก เพราะคัดเลือกผู้รับไว้แล้วเป็นอย่างดีจึงจัดส่งไปให้

#### ข้อเสียเปรียบของวารสาร

1. การจัดทำวารสารมักจะใช้พนักงานในหน่วยงานจัดทำกันเอง ดังนั้นผู้จัดทำจึงไม่มีเวลาเพียงพอ เพราะมีภารกิจทำงานประจำอยู่แล้ว และพนักงานภายในเองบางคนก็ไม่เชี่ยวชาญในการทำวารสาร จึงทำให้วารสารที่ออกมามักขาดคุณภาพ

2. มีแนวโน้มที่จะยุบเลิกได้ง่ายเมื่อมีปัญหาด้านเศรษฐกิจ หรืออาจจะพบอุปสรรคในด้านงบประมาณ เพราะมีต้นทุนการจัดทำสูงพอสมควร

3. การจัดทำวารสารให้มีเนื้อหาสาระตอบสนองนโยบาย ของหน่วยงาน และตอบสนองความต้องการของกลุ่มประชาชนเป้าหมายไปในคราวเดียวกันนั้น เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก และหากทำไม่ได้ก็หมายความว่าวารสารฉบับนั้นไร้ประโยชน์

#### การจัดทำนิทรรศการ

การจัดนิทรรศการเป็นการประชาสัมพันธ์รูปแบบหนึ่ง ซึ่งนิยมจัดทำกันอย่างกว้างขวางทั้งในวงราชการและองค์กรธุรกิจ แต่ดูเหมือนว่าทางราชการจะสนใจเรื่องการจัดนิทรรศการมากกว่าองค์กรธุรกิจเล็กน้อย วัตถุประสงค์ในการจัดนิทรรศการของราชการเน้นหนักไปที่การเผยแพร่ แรงเร้าให้ประชาชนสนใจในเรื่องราวต่าง ๆ

การจัดนิทรรศการคือการรวบรวมวัสดุ สิ่งของ เอกสาร แผ่นภาพ แบบจำลอง หรืออุปกรณ์ต่าง ๆ นำออกแสดง เพื่อให้ประชาชนได้รู้ได้เห็น โดยมีความมุ่งหมายที่จะให้ความรู้ และแรงเร้าให้ประชาชนเกิดความสนใจในระหว่างที่จัดนิทรรศการนั้น การจัดนิทรรศการอาจจะมีการบรรยายประกอบการฉายสไลด์ หรือภาพยนตร์ ซึ่งมีเรื่องราวเกี่ยวข้องกัน ตลอดจนการจัดเจ้าหน้าที่คอยชี้แจงตอบข้อซักถามของผู้ที่มาชมเพื่อเสริมให้การจัดนิทรรศการสมบูรณ์และได้ผลดียิ่งขึ้น

#### การจัดนิทรรศการสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. นิทรรศการแบบถาวร คือการจัดแสดงเรื่องราวที่แน่นอน เช่น เรื่องราวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี หรือการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะสำคัญคือไม่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ทั้งนี้เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนผู้สนใจได้ศึกษาความรู้ตลอดไป

2. นิทรรศการแบบชั่วคราว คือการจัดนิทรรศการเป็นครั้งคราวชั่วคราวระยะเวลาหนึ่ง

หรือในโอกาสหนึ่ง ๆ ส่วนใหญ่มักมีความประสงค์ที่จะให้ความรู้ หรือเสนอเรื่องราวให้ประชาชนทราบในขณะนั้น เพื่อการจูงใจ ชักชวนให้คล้อยตาม หรือตระหนักในความสำคัญ เช่น การจัดนิทรรศการวัฒนธรรมท้องถิ่น การจัดนิทรรศการสินค้าราชทัณฑ์ เป็นต้น

3. นิทรรศการแบบเคลื่อนที่ หมายถึงการจัดนิทรรศการที่มีการเดินทางไปจัดในท้องถิ่นต่าง ๆ หรือการจัดนิทรรศการในหัวข้อเรื่องหัวข้อเรื่องเดียวกันในสถานที่หลาย ๆ แห่ง เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนในท้องถิ่นต่าง ๆ ได้ชมกันอย่างทั่วถึง การจัดนิทรรศการประเภทนี้เป็นการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมาก และไม่เป็นที่นิยมกัน เพราะไม่สะดวกในการเคลื่อนย้าย การติดตั้ง รื้อถอน

#### ขั้นตอนการดำเนินการจัดทำนิทรรศการ

1. วางโครงการ ต้องพิจารณาถึงแผนงานที่มีความมุ่งหมายอย่างไร เพื่ออะไร และใครคือกลุ่มเป้าหมาย เราต้องการให้เขาทำอะไรหลังจากดูนิทรรศการแล้ว

2. การเตรียมการและออกแบบ ขั้นแรกรวบรวมวัสดุ สิ่งของ รูปภาพหรือเอกสารต่าง ๆ ที่ต้องการจะนำออกแสดง จัดแบ่งประเภท หมวดหมู่ และลำดับความสำคัญ ทำคำบรรยายประกอบ จัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลและตอบข้อซักถาม ขั้นต่อไปต้องคำนวณปริมาณเนื้อที่ที่จะใช้ว่าเท่าใดจึงจะเพียงพอเหมาะสม

3. การติดตั้งและวางวัตถุประสงค์ ก่อนการติดตั้งและวางวัตถุประสงค์ต้องจัดทำแบบแปลนแผนผัง และดำเนินการจัดวางตามที่ได้กำหนดไว้ ติดตัวหนังสือข้อความหรือคำอธิบายให้ตรงกับสิ่งของนั้น ๆ จัดแสงสว่างตามจุดที่ต้องการ

4. การประชาสัมพันธ์ การจัดนิทรรศการแม้จะเป็นวิธีการประชาสัมพันธ์วิธีหนึ่ง แต่ในตัวของมันเองอาจจะไม่บังเกิดผลตามที่ต้องการได้ ในกรณีนี้จึงจำเป็นต้องใช้วิธีการประชาสัมพันธ์แบบอื่น ๆ ช่วยสนับสนุน เช่น เผยแพร่ข่าวการจัดนิทรรศการทางหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และพิมพ์เอกสารแจกจ่าย เป็นต้น

5. การประเมินผล การจัดนิทรรศการแต่ละครั้งควรมีเจ้าหน้าที่คอยเฝ้าสังเกตปฏิบัติการของผู้เข้าชมว่า เขามีความสนใจมากน้อยเพียงใด สนใจในสิ่งใดมากที่สุด จำนวนผู้เข้าชมในแต่ละวัน คำวิพากษ์วิจารณ์ของผู้เข้าชม เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการจัดนิทรรศการครั้งต่อไป

การจัดนิทรรศการในปัจจุบันมิได้มุ่งหมายเพื่อการประชาสัมพันธ์เพียงอย่างเดียว แต่มีความมุ่งหมายเพื่อความบันเทิง การสร้างสรรค์ การโฆษณาเผยแพร่ และเพื่อให้เกิดแนวความคิดการกระทำบางอย่างกับผู้ชมด้วย

#### การเขียนข่าวแจกเพื่อการประชาสัมพันธ์

ข่าวแจก ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า press Release หรือ News Release หมายถึง ข่าวสารซึ่งองค์การสถาบัน หรือหน่วยงานจัดทำขึ้น เพื่อจัดส่งให้หนังสือพิมพ์ หรือสื่อมวลชน

คนอื่น ๆ โดยจัดพิมพ์ในรูปแบบลักษณะของเอกสารข่าว โดยมีวัตถุประสงค์ให้หนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชน นำข่าวไปเผยแพร่ไปสู่ประชาชน ทำให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจในหน่วยงานหรือสถาบัน รวมทั้งก่อให้เกิดความรู้สึกหรือภาพพจน์ที่ดีแก่ประชาชน อันเป็นวิธีการประชาสัมพันธ์หน่วยงานอย่างหนึ่ง ข่าวแจกจึงมักจะเป็นข่าวหรือเรื่องราวเกี่ยวกับนโยบาย โครงการ หรือกิจกรรมการดำเนินงาน รวมทั้ง ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ และผลการปฏิบัติงานขององค์การสถาบัน

#### หลักการเขียนข่าวแจก

1. ต้องยึดหลักการเขียนข่าวว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม และอย่างไร (5W+1H) ซึ่งจะต้องโดยตอบคำถามดังกล่าวเหล่านี้ได้ในย่อหน้าแรกพร้อมด้วยรายละเอียดตามมา
2. การเขียนข่าวแจกควรพิมพ์ด้วยพิมพ์ดีด มีความประณีตสวยงามบนกระดาษ พิมพ์สี่ขา ขนาดกระดาษให้เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป
3. ใช้พิมพ์หน้าเดียวเท่านั้น ถ้าหากมีข่าวเกินกว่า 1 หน้า ก็ให้พิมพ์ใส่อีกแผ่นหนึ่ง ไม่ควรพิมพ์ 2 หน้า โดยใช้กระดาษแผ่นเดียว ในกรณีที่มีข่าวต่อหน้าต่อไปควรจะพิมพ์คำว่า "ยังมีต่อ" ไว้ที่ส่วนล่างของหน้ากระดาษ พร้อมทั้งอย่าลืมลงเลขที่หน้าเป็นอันขาด
4. ระบุแหล่งที่มา อันได้แก่ ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของผู้ส่งข่าวแจกหรือของหน่วยงานเพื่อประโยชน์ในการติดต่อให้สะดวกในกรณีมีสิ่งสงสัยหรือต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม
5. เนื้อข่าวไม่จำเป็นต้องเขียนให้ยาวมาก ควรเขียนสั้น ๆ กระชับรัด ได้ใจความ สมบูรณ์ชัดเจน

#### สาเหตุที่ข่าวไม่ได้รับการตีพิมพ์

1. เป็นเรื่องน่าสนใจเฉพาะในวงแคบ
2. ไม่น่าสนใจแก่ผู้อ่านแต่ประการใด
3. เป็นเรื่องของเหตุผลและนโยบายมากเกินไป
4. เป็นการโฆษณาสินค้า
5. ข่าวนั้นไม่มีมูลความจริง เป็นข่าวที่ยกเมขขึ้นเอง
6. ข่าวที่ผิดพลาดคลาดเคลื่อน ขาดความแน่นอน
7. ข่าวที่ส่งมาซ้ำซาก
8. ข่าวที่อ่อนเหตุผลมาก
9. เขียนข่าวไม่เป็นไม่น่าอ่าน

**เหตุการณ์พิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์** คือสื่อหรือเครื่องมือชนิดหนึ่ง ในการประชาสัมพันธ์ โดยสถาบันหรือหน่วยงานอาจจัดเหตุการณ์พิเศษขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการ สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชน การจัดเหตุการณ์พิเศษนี้เป็นวิธีที่ได้ผลมากวิธีหนึ่ง ถือเป็นวิธี

เผยแพร่ข่าวสาร กระจายข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงาน หรือเกี่ยวกับการเคลื่อนไหว และผลงานของหน่วยงาน สิ่งเหล่านี้จะสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจให้กับประชาชน และสร้างจิตภาพที่ดีงามให้แก่สถาบัน การจัดการเหตุการณ์พิเศษของหน่วยงานทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมเข้ามามีร่วมกับกิจกรรมของหน่วยงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในหน่วยงาน ทั้งประชาชนยังได้รับความประโยชน์ ความเพลิดเพลินสนุกสนานในการร่วมกิจกรรมด้วย

#### นโยบายและวัตถุประสงค์ของการจัดการเหตุการณ์พิเศษ

1. เพื่อต้องการให้ประชาชนมีความเข้าใจในสถาบันหรือมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ความเจริญเติบโต และผลงานของหน่วยงาน
2. เพื่อต้องการส่งเสริมหน่วยงานให้มีบทบาทในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน ประชาชนที่มาร่วมงานได้รับความบันเทิงใจ
3. เพื่อต้องการเรียกร้องความสนใจจากประชาชนให้มีต่อหน่วยงาน เมื่อประชาชนมาร่วมกิจกรรมแล้ว ย่อมช่วยสนับสนุนในสิ่งที่หน่วยงานต้องการจะเผยแพร่
4. เพื่อต้องการเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณของหน่วยงานให้ประชาชนได้ยอมรับศรัทธา เชื่อถือและมีความนิยมในหน่วยงาน
5. เพื่อต้องการให้ประชาชนที่อยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถาบันได้เข้าร่วมตามที่ต้องการ

6. เพื่อต้องการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน

#### ประเภทของเหตุการณ์พิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

การจัดการเหตุการณ์พิเศษมีมากมายหลายแบบ หน่วยงานควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับนโยบาย วัตถุประสงค์ และลักษณะของสถาบัน เหตุการณ์พิเศษแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

1. การจัดงานวันครบรอบปี (Anniversaries) เป็นการจัดงานในวันครบรอบของการก่อตั้ง หรือครบรอบการสถาปนาองค์การหรือหน่วยงาน นิยมจัดกันในหน่วยงานและสถาบันต่าง ๆ เช่น สถาบันทางธุรกิจของภาคเอกชน บริษัท ห้างร้าน โรงงานอุตสาหกรรม สถาบันของรัฐ เช่น กระทรวง กรม กอง จังหวัด อำเภอ สถานีตำรวจ โรงพยาบาล สถาบันรัฐวิสาหกิจ เช่น องค์การโทรศัพท์ การไปรษณีย์โทรเลข การไฟฟ้า การประปา สถาบันสาธารณกุศล เช่น มูลนิธิ สมาคม เป็นต้น การจัดงานวันครบรอบปีช่วยให้หน่วยงานได้แสดงผลงาน แสดงความเจริญก้าวหน้า และแสดงให้เห็นว่าหน่วยงานได้ช่วยเหลือสร้างสรรคงานด้านสังคม และสาธารณกุศลอย่างไรบ้าง การจัดงานนี้เปิดโอกาสให้ประชาชนมาชมงานและร่วมกิจกรรมที่หน่วยงานจัด งานครบรอบอาจจัดเป็นระยะครบรอบ 1 ปี 5 ปี 10 ปี 20 ปี 50 ปี แล้วแต่และความต้องการ เช่น งานครบรอบวันคล้ายวันสถาปนากระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม จะจัดทุกวันที่ 23 กันยายนของทุกปี สำหรับในระดับชาติอาจจะเป็น 100 ปี 200 ปี ก็ได้ เช่น การจัดงานฉลองกรุงเทพฯ ครบรอบ 200 ปี กิจกรรมที่จัดในวัน



ครบรอบปีอาจมีทั้งการจัดนิทรรศการ ให้ประชาชนร่วมส่งคำขวัญ ประกวดวาดภาพชิงรางวัล บางแห่งก็นำอาหารไปเลี้ยงเด็กกำพร้า นำเสื้อผ้าไปแจกคนยากจน เป็นต้น

2. การเปิดให้เยี่ยมชมสถาบัน (Open Houses) เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปเข้าเยี่ยมชมกิจการ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนและสถาบันหรือหน่วยงาน จะใช้ในกรณีที่เป็นหน่วยงานขนาดใหญ่มีประชาชนกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มนักเรียน กลุ่มเกษตรกร กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มข้าราชการ ให้ความสนใจในการดำเนินงาน จะมีการให้เจ้าหน้าที่นำชมกิจการ ชมการสาธิตการทำงานแบบต่าง ๆ การใช้เครื่องมือที่ทันสมัย หรือมีการบรรยายสรุปในห้องประชุม มีภาพยนตร์หรือสไลด์ฉายประกอบ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้เข้าชมกิจการได้รับความรู้ ความเข้าใจ และรู้สึกประทับใจในบริการของหน่วยงาน ซึ่งเป็นแนวทางที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดี ซึ่งการเปิดให้ชมกิจการนี้ ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าชมได้ทุกกลุ่มทุกสาขาอาชีพ มิใช่เปิดให้ชมเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น จะทำให้เห็นว่าเป็นการลำเอียงและเกิดมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อหน่วยงานได้

3. การจัดงานวันและสัปดาห์พิเศษ (Special Days and Weeks) โดยเลือกกำหนดวันสำคัญหรือสัปดาห์สำคัญขึ้นเอง แล้วให้วันสำคัญหรือสัปดาห์สำคัญนั้นเป็นช่วงเวลาในการจัดเหตุการณ์พิเศษ งานที่จัดขึ้นมักเป็นงานที่ให้ประโยชน์แก่สังคมโดยส่วนรวม นอกจากนี้ยังมีการรณรงค์ในเรื่องต่าง ๆ ที่นิยมมาใช้ในการจัดงานพิเศษเช่น สัปดาห์ต่อต้านยาเสพติด สัปดาห์แห่งการออมทรัพย์ สัปดาห์ความปลอดภัยในการทำงาน เป็นต้น กิจกรรมในงานจะเผยแพร่ความรู้ จัดนิทรรศการ แจกเอกสาร ให้บริการที่เป็นประโยชน์เช่น ตรวจสุขภาพฟรี ดัดผมฟรี ฯลฯ

การเตรียมงานเหตุการณ์พิเศษ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก จึงต้องมีการเตรียมการและขั้นตอนในการจัดหลายขั้นตอนดังนี้

1. การตั้งชื่องาน ควรให้สอดคล้องกับงานนั้น แสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน และชื่อควรตั้งให้สอดคล้องกับแขกผู้มาร่วมงานด้วย

2. การเลือกวันจัดงาน ควรเลือกให้ตรงกับผู้ที่จะมาร่วมงาน เช่น งานนัดพบแรงงาน อาจจัดในวันหยุด เพราะผู้ใช้แรงงานที่ต้องการเปลี่ยนงานจะได้มีโอกาสมาเลือกงานใหม่ บางงานไม่ควรจัดในวันหยุด เพราะจะทำให้ผู้มาร่วมงานน้อยเนื่องจากต้องไปทำธุระส่วนตัว เป็นต้น

3. การเตรียมการโฆษณาเผยแพร่งาน อาจจะใช้เวลาในการเผยแพร่ล่วงหน้านานเป็นเดือน หรือ 2-3 เดือนแล้วแต่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้มาร่วมงาน โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ โปสเตอร์ แผ่นปลิว เสียงตามสาย ใช้ออกออกประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

4. การเชิญแขก ควรเชิญจากหลาย ๆ วงการ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์กระจายกว้างออกไป โดยเชิญผู้นำของแต่ละวงการมาร่วมงาน เป็นต้น

5. การเตรียมพาแขกเที่ยวในบริเวณงาน ถ้ามีการให้เยี่ยมชมหน่วยงานด้วย ผู้จัด

งานต้องเตรียมเจ้าหน้าที่พาแขกเที่ยวชมกิจการต่าง ๆ อย่างทั่วถึง มีการลำดับสถานที่ให้เข้าชมก่อน หลังให้ชัดเจน ถ้าสถานที่ใดมีอันตรายให้มีป้ายแขวนบอกเช่น "อันตรายอย่าเข้าใกล้" เจ้าหน้าที่ผู้พาแขกเข้าชมต้องฝึกฝนมาอย่างดีเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าชม

6. การจัดสถานที่จอดรถและจัดรถรับส่ง มีป้ายบอกทางเข้าออก พร้อมจัดเจ้าหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวก หากเป็นงานที่มีบุคคลสำคัญมาร่วมงานอาจต้องขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ตำรวจช่วยในเรื่องการจราจรด้วย

7. การต้อนรับ ควรเตรียมเจ้าหน้าที่ให้พร้อม ถ้ามีการแจกเอกสาร ก็กำหนดเวลาสถานที่ในการแจก

8. การเตรียมเครื่องดื่มและของที่ระลึก ในการจัดกิจกรรมพิเศษที่ใช้เวลานานต้องเตรียมน้ำดื่มหรืออาหารว่างไว้ด้วย การมีของที่ระลึกก็เป็นสิ่งดี เพราะจะเป็นเครื่องเตือนความจำ อาจเขียนชื่องาน ชื่อหน่วยงานลงไปบนของที่ระลึกนั้น ของที่ระลึกที่นิยมแจกเช่น พวงกุญแจ ปากกาที่ทับกระดาษ แก้วน้ำ หมวก เป็นต้น

9. หน่วยแพทย์และเวชภัณฑ์ การจัดงานที่ใหญ่ ๆ และมีคนมาก อาจต้องมีหน่วยแพทย์เคลื่อนที่และเวชภัณฑ์ มาคอยช่วยเหลือหากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเช่น คนเป็นลมหน้ามืด หกล้มขาแพลง เป็นต้น

10. ความร่วมมือจากชุมชน การจัดงานเหตุการณ์พิเศษควรได้รับความร่วมมือจากประชาชนแลบุคคลหลายวงการ งานจึงจะสำเร็จได้ด้วยดี โดยใช้วิธีการเชิญผู้นำของกลุ่มมาร่วมเป็นคณะกรรมการ

## บทที่ 4

### การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ ของ สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคม จังหวัดนครปฐม

- การวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน  
แรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม
- ขั้นตอนดำเนินการ
  1. การจัดทำคู่มือประชาชน
  2. การจัดทำวารสาร “กรส.นครปฐมสาร”
  3. การจัดนิทรรศการ
  4. การเขียนข่าวลงหนังสือพิมพ์
  5. การจัดเหตุการณ์พิเศษ

## บทที่ 4

### การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์

#### ของ สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม

#### การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม

ด้วยสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม ได้จัดตั้งเป็นส่วนราชการส่วนภูมิภาคสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2537 โดยมีบทบาทหน้าที่เป็นผู้แทนกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม งานด้านการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และภารกิจของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมจึงเป็นหน้าที่ที่สำคัญประการหนึ่งที่ต้องดำเนินการ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่และประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับในภาพรวม ก็จะทำให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจ และสามารถมาได้มารับบริการจากหน่วยงานของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดนครปฐม ได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ความเดือดร้อนที่ได้รับ และเมื่อได้รับการแก้ไข ปัญหา หรือช่วยเหลือให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ก็จะเกิดความเชื่อมั่น ศรัทธาต่อหน่วยงาน ตลอดจนให้ความร่วมมือในการดำเนินการต่าง ๆ ของกระทรวงแรงงานฯ ก็จะส่งผลให้การดำเนินงานในภาครัฐประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี

การวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐมนั้น ได้คำนึงถึงนโยบายของรัฐบาล โดยนำแนวนโยบายและแผนงานการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540 - 2544 ที่กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม จะต้องรับผิดชอบในแผนงานประชาสัมพันธ์ 3 แผนงาน ได้แก่ แผนงานประชาสัมพันธ์ด้านสังคม แผนงานประชาสัมพันธ์ด้านการศึกษา และแผนงานประชาสัมพันธ์ด้านพัฒนาชนบทและกระจายรายได้ความเจริญไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น ในส่วนนโยบายของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมนั้น ได้นำโครงสร้างแผนพัฒนาแรงงานและสวัสดิการสังคม ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2538 - 2544 มาพิจารณาดำเนินการ โดยได้ดำเนินการในระดับจังหวัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี มีขั้นตอนการวางแผนดำเนินงานดังนี้

#### 1. กำหนดประเภทของแผน

การกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม ส่วนมากจะกำหนดเป็นแผนระยะสั้น ได้แก่

##### 1.1 แผนงานประจำปี มีการวางแผนไว้เป็นประจำทุกปีทั้งในแผนความต้องการ

ของจังหวัด และแผนปฏิบัติการจังหวัด กิจกรรมที่ดำเนินการได้แก่ การจัดทำคู่มือประชาชน การจัดทำวารสาร การจัดทำโครงการเคลื่อนที่ เป็นต้น

1.2 แผนประชาสัมพันธ์กรณีฉุกเฉินหรือกรณีพิเศษ จะเป็นการเขียนข่าวเพื่อลงหนังสือพิมพ์ หรือออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียง ในกิจกรรมที่เกิดขึ้นเร่งด่วน เช่น การมาตรวจราชการของผู้บริหารระดับสูง โครงการจ้างบัณฑิตอาสาฯ เป็นต้น

## 2. กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคม จังหวัดนครปฐมนั้น ได้ตั้งวัตถุประสงค์ที่จะเผยแพร่บทบาทหน้าที่และภารกิจตลอดจนระเบียบ ข้อบังคับ และความเคลื่อนไหวของทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดนครปฐมโดยภาพรวม ที่ต้องการให้ประชาชนได้รับรู้ ได้รับความช่วยเหลือและให้ความร่วมมือในการดำเนินการของหน่วยงาน

## 3. กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์

3.1 ในสถาบันต่าง ๆ เช่นสถาบันครอบครัว ชุมชน สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา ภาครัฐการ ภาคธุรกิจเอกชน กลุ่มวิชาชีพ สื่อมวลชน

3.2 ในสถานประกอบการ นายจ้าง ผู้ใช้แรงงาน

3.3 กลุ่มผู้ด้อยโอกาสในสังคม

- เด็กที่อยู่ในภาวะยากลำบาก กลุ่มเด็กยากจน ไม่มีโอกาสศึกษาต่อ
- กลุ่มเด็ก และสตรีในธุรกิจบริการทางเพศ และถูกประทุษร้ายทารุณต่าง ๆ
- กลุ่มคนพิการและทุพพลภาพ
- กลุ่มผู้สูงอายุที่ยากจนไม่มีญาติหรือผู้เลี้ยงดู
- กลุ่มคนยากจนในชนบท
- กลุ่มผู้ถูกคุมประพฤติและผู้ต้องขัง
- กลุ่มคนไทยต่างวัฒนธรรม
- กลุ่มผู้ประสบสาธารณภัย
- กลุ่มผู้ติดเชื้อและผู้ได้รับผลกระทบจากโรคเอดส์
- กลุ่มผู้ติดยาเสพติด และกลุ่มผู้ประสบปัญหาสังคมอื่น ๆ

จากกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมาแล้วนั้น ในภาวะปกติก็มีเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว ยิ่งในช่วงภาวะเศรษฐกิจถดถอยก็ยิ่งทวีจำนวนมากขึ้น การประชาสัมพันธ์งานของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในแต่ละกิจกรรมนั้น จึงกำหนดในภาพรวม เพราะคนทุกกลุ่มที่เป็นเป้าหมายในการดำเนินการนั้นมีความสำคัญ และจะมีอยู่ปะปนในทุกสังคม ทุกชุมชนและองค์กร แต่อาจจะมีจำนวนแตกต่างกันบ้าง เช่น ในชุมชนเมือง จะมีผู้ประกอบการ ผู้ใช้แรงงาน ขอทาน เป็นจำนวน

มากกว่าในชุมชนชนบท และในชุมชนชนบทก็จะมียากจน คนว่างงานตามฤดูกาลมากกว่าในชุมชนเมือง หรือการประชาสัมพันธ์ในสถานประกอบการก็อาจจะแทรกเรื่องคนชรา ผู้ด้อยโอกาสไปด้วย เพราะในกลุ่มผู้ใช้แรงงานก็จะมีครอบครัวซึ่งมีคนชราและผู้ด้อยโอกาสรวมอยู่ด้วย เป็นต้น

4. กำหนดแนวเรื่องที่จะประชาสัมพันธ์ ว่าต้องการประชาสัมพันธ์ในเรื่องใด เช่น บทบาทหน้าที่ กิจกรรมที่ดำเนินการ แผนงานโครงการเร่งด่วน ระเบียบข้อบังคับที่ประชาชนต้องรู้ หรือมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ มติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

5. กำหนดสื่อที่จะใช้ เมื่อได้แนวเรื่องที่จะประชาสัมพันธ์แล้ว ก็กำหนดสื่อที่จะใช้ในการจัดทำเรื่องนั้น ๆ ให้เหมาะสม เช่น

- เรื่องบทบาทหน้าที่และภารกิจ หรือกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่ได้กำหนดไว้เฉพาะแล้ว เป็นเรื่องที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง การกำหนดสื่อก็ใช้สื่อที่คงทนถาวร สามารถนำมาอ่านเมื่อมีปัญหา หรือต้องการความช่วยเหลือได้ ก็จะกำหนดเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ วารสาร จุลสาร เป็นต้น

- เรื่องที่เกี่ยวกับแผนงานโครงการหรือกิจกรรมที่ต้องทำเร่งด่วน เช่น การแจ้งให้ประชาชนให้ความร่วมมือกับบัณฑิตอาสาในการสำรวจข้อมูล ก็ใช้สื่อทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ หอกระจายข่าวในหมู่บ้าน เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้อย่างรวดเร็ว และให้ความร่วมมือกับการดำเนินการตามกิจกรรม

6. กำหนดงบประมาณ วางแผนการใช้งบประมาณในด้านการประชาสัมพันธ์ในแต่ละปี โดยใช้งบประมาณจากงบประมาณปกติ ดังนี้

6.1 งบประมาณในส่วนของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดฯ ซึ่งใช้ในหมวดค่าตอบแทน วัสดุและวัสดุ โดยเบิกจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อวัสดุ เช่น ฟิล์มถ่ายรูป กระดาษโรเนียว หมึกโรเนียว กระดาษโปสเตอร์ สีโปสเตอร์ พู่กัน บอร์ดนิทรรศการ เป็นต้น และเบิกจ่ายเป็นค่าจ้างเหมา เช่น ล้าง-อัด-ขยายรูป เรียนป้ายผ้า พิมพ์เอกสารจัดทำรูปเล่ม เป็นต้น แล้วแต่กิจกรรมที่ดำเนินงาน

4.2 งบประมาณจากส่วนราชการสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม โดยจะนำเป็นรูปภาพ แผ่นโปสเตอร์ มาร่วมในการจัดกิจกรรม

นอกจากงบประมาณดังที่ได้กล่าวมาแล้ว สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม ยังได้ขอรับความอนุเคราะห์จากภาคเอกชนในการให้การสนับสนุนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น ขอรับความอนุเคราะห์ป้ายผ้าประชาสัมพันธ์จากบริษัทห้างร้านต่าง ๆ เป็นต้น

7. กำหนดผู้รับผิดชอบ

เนื่องจากมีการกำหนดกิจกรรมไว้หลายกิจกรรม จึงต้องกำหนดผู้รับผิดชอบ

ในการดำเนินการในแต่ละกิจกรรมด้วย และเกือบทุกกิจกรรมที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์จะเกี่ยวข้องกับทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดนครปฐม ฉะนั้นจึงต้องมีการแต่งตั้งให้เจ้าหน้าที่ของทุกหน่วยงานมาเป็นผู้รับผิดชอบร่วมกัน โดยบางกิจกรรมที่ทำเพียงครั้งเดียวก็ให้แต่ละส่วนราชการแจ้งชื่อเจ้าหน้าที่เข้ามาร่วมดำเนินการ สำหรับกิจกรรมที่ต้องทำต่อเนื่องเป็นระยะเวลาานาน ก็มีการแต่งตั้งเป็นคณะทำงานเพื่อร่วมกันดำเนินการตามกิจกรรมนั้น ในส่วนของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดฯ ส่วนมากจะให้เจ้าหน้าที่ทุกคนเป็นคณะทำงาน เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่ต้องประสานงานกับทุกหน่วยเพื่อนำมาปฏิบัติ ตั้งแต่การนำข้อมูลข่าวสารของทุกหน่วยงานมาเรียบเรียง จัดพิมพ์ จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ จัดทำ จัดส่ง และจัดเก็บเอกสาร ซึ่งเจ้าหน้าที่ทุกตำแหน่งจะต้องมีภารกิจร่วมดำเนินการด้วย

8. กำหนดจังหวัดเวลาในการประชาสัมพันธ์ ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มีระยะเวลาที่แตกต่างกัน การกำหนดเวลาให้เหมาะสมก็จะทำให้ประชาชนเกิดความสนใจและเข้าร่วมกิจกรรม แต่ถ้าเวลาไม่เหมาะสมประชาชนอาจลืม ไม่สนใจเพราะคิดว่าอีกนาน หรือถ้าเร็วเกินไปก็คิดว่าเตรียมตัวไม่ทัน ก็จะไม่มาร่วมกิจกรรม ในส่วนของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐมนั้น ส่วนมากจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า เช่นโครงการเคลื่อนที่ก็จะประชาสัมพันธ์ก่อนประมาณ 1 – 2 สัปดาห์ เพื่อให้ประชาชนมาร่วมกิจกรรม เป็นต้น

## ขั้นตอนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในแต่ละกิจกรรม

### การจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์

#### การจัดทำคู่มือประชาชน

เนื่องจากหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมมีหลายหน่วยงาน ซึ่งมีบทบาทหน้าที่แตกต่างกันอีกทั้งมีสถานที่ตั้งสำนักงานคนละแห่ง หากประชาชนไม่รู้บทบาทหน้าที่และภารกิจของแต่ละหน่วยงานที่จะให้บริการแก่ประชาชนได้แล้วนั้น จะทำให้ประชาชนไปรับบริการไม่ถูกที่ ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปโดยเปล่าประโยชน์ อีกทั้งจะก่อให้เกิดความเบื่อนายและมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อภาพพจน์ของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมได้ สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม จึงได้จัดทำเอกสาร "คู่มือประชาชน" ในการขอรับบริการของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดนครปฐมขึ้น โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการจัดทำ ดังนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดทำ เพื่อใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนที่ต้องการรับบริการจากหน่วยงานของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ให้มารับบริการได้ถูกต้อง
2. กำหนดเนื้อหาที่จะจัดพิมพ์ ว่าต้องการนำข้อความอะไรเผยแพร่บ้าง ขนาด

ความยาวของเนื้อหา ตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ การเน้นข้อความ การแบ่งหัวข้อใหญ่หัวข้อย่อย เป็นต้น ซึ่งในการจัดทำคู่มือประชาชนฯ ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม ได้กำหนดเนื้อหา ดังนี้

2.1 ความเป็นมาและวงจรการให้บริการ กล่าวถึงความเป็นมาตั้งแต่การก่อตั้งกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม และหน้าที่ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่สามารถให้ความช่วยเหลือและบริการประชาชน ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องและต่อเนื่องกันทุกหน่วยงานเป็นวงจรช่วยเหลือประชาชนตั้งแต่เกิดจนตาย

2.2 เป้าหมายของการดำเนินการตามบทบาทหน้าที่ที่ต้องการให้เกิดขึ้น

2.3 แนะนำชื่อหน่วยงาน ในสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมที่ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดนครปฐม

2.4 บอกรูปแบบหน้าที่และภารกิจของแต่ละหน่วยงาน พร้อมสถานที่ตั้งสำนักงาน เบอร์โทรศัพท์ โทรสารที่สามารถติดต่อได้

2.5 มีสัญลักษณ์ของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ตลอดจนคำขวัญของจังหวัดนครปฐม

3. กำหนดรูปแบบ เมื่อได้ปริมาณของเนื้อหาแล้วก็เลือกแบบประเภทของเอกสารสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสม โดยได้เลือกจัดทำเป็นจุลสาร ขนาด 10 x 20 เซนติเมตร มี 8 หน้า เพื่อให้สะดวกในการอ่านและพกพา เพราะมีขนาดกะทัดรัด และเพื่อให้เป็นที่สนใจและดึงดูดใจแก่ผู้อ่าน จึงจัดพิมพ์เป็นกระดาษมัน มีสีสันให้สะดุดตา

4. กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการ นอกสถานประกอบการ ในภาคเกษตร ผู้ด้อยโอกาส คนตกงาน นักเรียนนักศึกษาที่กำลังจะจบการศึกษา เป็นต้น ตลอดจนส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในจังหวัด อำเภอทุกอำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบล ศูนย์ส่งเสริมราษฎรประจำหมู่บ้าน

5. กำหนดจำนวนจัดพิมพ์ เมื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้แล้วก็คำนวณจำนวนการจัดพิมพ์ โดยนำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สำนักงานจะต้องดำเนินการและมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ควบคู่กันไปด้วยมาเป็นตัวช่วยกำหนด เช่น

(1) กิจกรรมที่ต้องร่วมกับจังหวัดนครปฐมดำเนินการ เช่น โครงการจังหวัดพบประชาชน งานวันข้าราชการพลเรือน งานเทศกาลอาหารและผลไม้จังหวัดนครปฐม ซึ่งจังหวัดนครปฐมได้ขอความร่วมมือให้ส่วนราชการได้จัดนิทรรศการและแจกเอกสารประชาสัมพันธ์ด้วย

(2) กิจกรรมที่สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม ต้องดำเนินการ เช่น งานวันสถาปนากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม โครงการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมเคลื่อนที่ การแนะนำผู้ที่มาติดต่อกานในสำนักงานฯ เป็นต้น



(3) กิจกรรมของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมของ จังหวัดนครปฐม เช่น งานวันนัดพบแรงงาน งานสัปดาห์ความปลอดภัยในการทำงาน งานวันสังคมสงเคราะห์ เป็นต้น

(4) กิจกรรมที่ต้องดำเนินการร่วมกับเอกชน เช่น การประชุมหอการค้าจังหวัด นครปฐม เป็นต้น

เมื่อได้ทราบจำนวนกิจกรรมที่สำนักงานฯ จะต้องดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปด้วยแล้ว เราก็จะสามารถกำหนดจำนวนพิมพ์ที่เราจะสามารถใช้ได้ทั้งปี ซึ่งสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม จะดำเนินการจัดพิมพ์ปีละประมาณ 3,000 - 5,000 ฉบับ

6. กำหนดงบประมาณ เมื่อได้จำนวนที่ต้องการพิมพ์แล้วก็สอบถามราคาจากโรงพิมพ์ต่าง ๆ ให้เสนอราคามาเพื่อตัดสินใจจัดจ้างเหมาะสม

7. กำหนดผู้รับผิดชอบ เช่น ผู้เขียนเนื้อเรื่อง ผู้จัดรูปเล่ม ผู้จัดพิมพ์แบบร่างก่อนส่งโรงพิมพ์ ผู้ตรวจทานร่าง ตลอดจนเจ้าหน้าที่พัสดุผู้ดำเนินการจัดจ้าง เป็นต้น

8. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามกิจกรรมที่ได้กำหนดไว้ โดยให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในแต่ละกิจกรรมเป็นผู้แจกไปยังกลุ่มเป้าหมาย

### การจัดทำ กรส.นครปฐมสาร

1. กำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดทำ

1.1 เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม

1.2 เป็นสื่อประสานสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ระหว่างหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดนครปฐม กับผู้ใช้แรงงาน ตลอดจนเจ้าของสถานประกอบการ และประชาชนทั่วไป ทั้งในระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล และหมู่บ้าน

1.3 เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการด้านต่าง ๆ ของทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ

1.4 เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน และบริการของหน่วยงานให้เป็นที่รู้จักทั่วไป

2. จัดประชุมส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาร่วมกันในรายละเอียดการจัดทำ

ดังนี้

2.1 กำหนดรูปแบบ ให้จัดทำเป็นวารสารรายเดือน ขนาดเอ 4 ความหนาประมาณ 4 - 8 หน้าแล้วแต่เนื้อหาในแต่ละฉบับ ซึ่งรูปแบบการจัดพิมพ์นั้นแล้วแต่งบประมาณที่ได้วางแผนไว้ในแต่ละปี ถ้าได้รับงบประมาณมากก็จะจ้างพิมพ์เพื่อให้มีความสวยงาม มีสีสัน

สะดวกตา น่าอ่าน สามารถมีรูปภาพประกอบได้เป็นอย่างดี แต่ถ้างบประมาณจำกัดจะใช้เวลาโรเนียว ซึ่งจะประหยัดกว่าแต่รูปลักษณะไม่ค่อยสวยงามดึงดูดใจ

2.2 กำหนดระยะเวลาการออกแต่ละฉบับให้เป็นรายเดือน และให้ออกทุกวันประชุมหัวหน้าส่วนราชการประจำจังหวัด

2.3 กลุ่มเป้าหมายว่าจะจัดส่งไปประชาสัมพันธ์ในที่ใดบ้าง เช่น ในสถานประกอบการ องค์การบริหารส่วนตำบล ศูนย์ส่งเสริมวิทยากรประจำหมู่บ้าน เป็นต้น

2.4 เนื้อหาที่จะจัดพิมพ์ว่าจะมีเนื้อหาใดบ้าง โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งไปให้ด้วย และให้มีเนื้อหาครอบคลุมถึงบทบาทหน้าที่ภารกิจของทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ตลอดจนแผนงานโครงการเร่งด่วนต่าง ๆ อีกทั้งกำหนดรายละเอียด เช่น คอลัมภ์ประจำ คอลัมภ์พิเศษ รูปภาพประกอบ เป็นต้น

2.5 กำหนดผู้รับผิดชอบในการเขียนเนื้อเรื่องในแต่ละคอลัมภ์

2.6 งบประมาณดำเนินการ ส่วนมากจะใช้ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม

2.7 กำหนดวิธีการจัดส่งให้กลุ่มเป้าหมาย เช่น การส่งให้ส่วนราชการในจังหวัดให้แจกในที่ประชุมประจำเดือน การส่งให้องค์การบริหารส่วนตำบลให้ส่งทางไปรษณีย์ โดยสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดฯ การส่งให้สถานประกอบการเป็นหน้าที่ของสำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดฯ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดฯ และสำนักงานจัดหางานจังหวัดฯ การส่งให้ศูนย์ส่งเสริมวิทยากรประจำหมู่บ้าน ให้เป็นหน้าที่ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดฯ เป็นต้น

### 3. ดำเนินการจัดทำ

3.1 การจัดทำแบบร่าง กำหนดเนื้อหา เนื้อเรื่อง รูปภาพประกอบ สัญลักษณ์ คำขวัญต่าง ๆ

3.2 จัดพิมพ์ โดยส่งให้โรงพิมพ์ หรือจัดพิมพ์เองแล้วเย็บเล่ม

4. ดำเนินการจัดส่งตามที่ได้ตกลงกันไว้ในการประชุมนอกจากนี้สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด ฯ ได้จัดส่งให้กระทรวงแรงงานฯ กรมทุกกรม กองทุกกองในสำนักงานปลัดกระทรวงฯ ด้วย

5. ประเมินผลการจัดทำโดยดูจากความสนใจ เสียงสะท้อนกลับของกลุ่มเป้าหมายที่ได้จัดส่งไปให้ โดยการสอบถาม และรับคำแนะนำในสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้ประชาสัมพันธ์ แล้วนำมาปรับปรุงในฉบับต่อไป

## การเขียนข่าวเพื่อส่งให้สื่อมวลชน

เมื่อสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม จะดำเนินการในโครงการต่าง ๆ หรือเมื่อมีกิจกรรมพิเศษ ก็จะเขียนข่าวเพื่อส่งให้สื่อมวลชนได้นำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุ เสียงตามสายหรือแจ้งในที่ประชุมต่าง ๆ เป็นต้น

### ขั้นตอนการดำเนินการ

1. ศึกษาความเป็นมาของโครงการหรือกิจกรรมพิเศษนั้น โดยดูวัตถุประสงค์ของการดำเนินการ
2. เขียนข่าวโดยให้เนื้อเรื่องน่าสนใจ ใช้คำพูดง่าย ๆ บอกถึงวัตถุประสงค์ รายละเอียดของกิจกรรม ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ทำไม ให้ครบถ้วนถูกต้อง
3. ถ้าต้องการให้มีรูปภาพประกอบข่าวก็จัดเตรียมด้วย
4. จัดพิมพ์ให้อ่านง่าย ตัวอักษรพอเหมาะ ย่อหน้า เว้นวรรคให้ถูกต้อง
5. จัดส่งให้สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดฯ สมาคมนักหนังสือพิมพ์ภูมิภาคแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุ เพื่อขอความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ

## การจัดนิทรรศการ

สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม ได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทนิทรรศการไว้เป็นการถาวร เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ในงานต่าง ๆ และด้วยบทบาทหน้าที่ที่ต้องเป็นตัวแทนกระทรวงแรงงานฯ ด้วยนั้น ในบางกิจกรรมก็จะเป็นผู้ประสานกับทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานฯ ในจังหวัดนครปฐม จัดนิทรรศการไปร่วมงานต่าง ๆ ในภาพรวม ได้แก่ งานวันข้าราชการพลเรือน งานเทศกาลอาหารและผลไม้จังหวัดนครปฐม งานวันเด็กแห่งชาติ สำหรับงานของสำนักงานแรงงานฯ ที่ได้ดำเนินนิทรรศการไปเผยแพร่ได้แก่ งานโครงการกระทรวงแรงงาน และสวัสดิการสังคมเคลื่อนที่ฯ นอกจากนี้ยังให้ความร่วมมือกับภาคเอกชนที่ขอความอนุเคราะห์ในการจัดนิทรรศการตามโอกาสต่าง ๆ เช่น การต้อนรับผู้มาดูงานของบริษัทห้างร้าน เป็นต้น

### ขั้นตอนการจัดทำ

1. ได้จัดซื้อบอร์ดสำเร็จรูปเพื่อใช้ในการจัดนิทรรศการ
2. กำหนดเนื้อหาสาระที่จะประชาสัมพันธ์ เช่น
  - 2.1 บทบาทหน้าที่และภารกิจของหน่วยงาน
  - 2.2 รายละเอียดของหน่วยงาน เช่น อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ กิจกรรมหรือบริการที่หน่วยงานให้แก่ประชาชน
  - 2.3 สถานที่ตั้ง เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ
  - 2.4 ผลงานที่หน่วยงานได้ดำเนินการไปแล้ว พร้อมรูปภาพประกอบคำบรรยาย

2.5 กิจกรรมพิเศษ หรือเร่งด่วนที่หน่วยงานกำลังดำเนินการและต้องการความร่วมมือจากประชาชน เป็นต้น

3. จัดเตรียมรูปภาพที่ต้องการประชาสัมพันธ์
4. เขียนเนื้อหาที่ได้จัดเตรียมไว้ในกระดาษโปสเตอร์ที่มีสีสัน ให้ดึงดูดความสนใจให้มีขนาดตัวอักษรที่สามารถเห็นได้แต่ไกลและอ่านง่าย
5. ตัดรูปภาพประกอบ พร้อมคำบรรยายรูปภาพ
6. จัดทำแผนภูมิ กราฟ ภาพการ์ตูน และอื่น ๆ ประกอบตามที่ต้องการ
7. นำไปติดตั้งตามกิจกรรมที่ได้กำหนดไว้
8. มีการปรับเปลี่ยนเมื่อข้อมูลที่ได้จัดทำไว้ล้าสมัย และให้เข้ากับกิจกรรมที่ได้นำไปดำเนินการ

### การจัดเหตุการณ์พิเศษ

สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม ได้มีการจัดโครงการในหลาย ๆ โครงการ ที่จัดในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์แบบเหตุการณ์พิเศษ ซึ่งในการดำเนินการตามโครงการก็จะมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบอื่น ๆ เช่นการจัดนิทรรศการ การแจกเอกสารสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อวีดิทัศน์ และการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อบุคคล ควบคู่กันไป ด้วย โครงการที่ได้ดำเนินการได้แก่

- 1.การจัดงานวันสถาปนากระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
- 2.โครงการประชาสัมพันธ์งานกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมเชิงรุก  
ในสถานประกอบการ
- 3.โครงการประชาสัมพันธ์งานกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมเชิงรุก  
ในตำบล
- 4.โครงการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมเคลื่อนที่ เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 6 รอบ 5 ธันวาคม 2542

#### ขั้นตอนการดำเนินการ

1. **ขั้นเตรียมการ**
  - 1.1 จัดประชุมหัวหน้าส่วนราชการสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม  
ในจังหวัดนครปฐมทุกหน่วยงาน เพื่อหารือในเรื่องดังต่อไปนี้
    - 1.1.1 กำหนดกิจกรรมว่าแต่ละหน่วยงานสามารถจะนำบริการใด ไปร่วมดำเนินการบ้าง เช่น

## (1) สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดฯ

- ประสานงานกับเอกชนเพื่อขอรับการสนับสนุนเครื่องอุปโภคบริโภค ไปสงเคราะห์แก่คนยากจน
- จัดนิทรรศการและแจกเอกสารประชาสัมพันธ์

## (2) สำนักงานประชาสงเคราะห์จังหวัดฯ นำบริการ

- นำเครื่องอุปโภค บริโภค ชุดนักเรียน อุปกรณ์การเรียน เงินสงเคราะห์ครอบครัว เงินค่าใช้จ่ายในการศึกษา ไปมอบให้แก่ผู้ยากจน คนชรา คนพิการ เด็ก ผู้ด้อยโอกาสในพื้นที่ดำเนินการ
- รับผิดชอบเยี่ยมคนพิการ
- รับเรื่องราวร้องทุกข์ในเรื่องเกี่ยวกับสวัสดิการสังคม
- จัดนิทรรศการและนำเอกสารไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

## (3) สำนักจัดหางานจังหวัดฯ นำบริการ

- รับสมัครงาน
- ประกาศตำแหน่งงานว่าง
- แนะนำอาชีพ การประกอบอาชีพอิสระ ทดสอบความถนัดในการทำงาน
- จัดนิทรรศการและแจกเอกสารประชาสัมพันธ์

## (4) สำนักงานประกันสังคมจังหวัดฯ

- ประสานงานนำบริการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่จากโรงพยาบาลต่าง ๆ ไปร่วมให้บริการรักษาพยาบาลให้แก่ประชาชนโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย
- รับเรื่องราวร้องทุกข์ และให้คำแนะนำในเรื่องการประกันสังคม
- จัดนิทรรศการและแจกเอกสารประชาสัมพันธ์

## (5) สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดฯ

- ร่วมนำอุปกรณ์การเรียน ไปให้การสงเคราะห์แก่เด็กนักเรียนที่ยากจน
- รับเรื่องราวร้องทุกข์และให้คำแนะนำในเรื่องสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน

- จัดนิทรรศการ ฉายสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ และแจกเอกสารประชาสัมพันธ์

(6) ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดฯ

- รับสมัครและให้คำแนะนำในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงาน
- แจกเอกสารประชาสัมพันธ์

(7) สถานสงเคราะห์คนชราบ้านนครปฐม

- ร่วมนำเครื่องอุปโภคบริโภคไปให้การสงเคราะห์แก่คนชราในพื้นที่
- นำสินค้าहतถกรรมที่ทำโดยคนชราในสถานสงเคราะห์ไปจำหน่าย
- แจกเอกสารประชาสัมพันธ์

1.1.2 กำหนดจำนวนครั้งในการดำเนินการในแต่ละโครงการ

1.1.3 กำหนดพื้นที่ดำเนินการ โดยใช้ข้อมูลต่าง ๆ มาช่วยในการตัดสินใจ

1.1.4 กำหนดวัน เวลา ในการดำเนินการ

1.1.5 กำหนดงบประมาณในการดำเนินการ

1.1.6 กำหนดเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน

1.2 จัดร่างโครงการเพื่อขออนุมัติกับจังหวัด

2. ชั้นก่อนเวลาดำเนินการ

เมื่อจังหวัดได้อนุมัติให้ดำเนินการตามโครงการแล้ว สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดฯ ซึ่งเป็นผู้ประสานงานในการดำเนินการ ในช่วงเวลาก่อนการดำเนินการ จะต้องมีหน้าที่ดำเนินการ ดังนี้

2.1 จัดทำเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- (1) ทำหนังสือแจ้งโครงการ และแผนการดำเนินการให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบ
- (2) หนังสือเชิญผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐม เป็นประธานในการดำเนินการ
- (3) จัดทำกำหนดการ
- (4) จัดทำแผนที่โดยสังเขปของสถานที่ที่จะไปดำเนินการตามโครงการ
- (5) จัดทำคำกล่าวของประธาน และคำกล่าวของผู้รายงานตามโครงการ
- (6) จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์งานดำเนินการตามโครงการให้ประชาชนได้

ทราบโดยผ่านทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดฯ และสมาคมนักหนังสือพิมพ์ภูมิภาคแห่งประเทศไทย

2.2 ประสานงานกับหน่วยงานผู้รับผิดชอบในพื้นที่ที่จะเข้าไปดำเนินการ เช่น อำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบล บริษัทห้างร้านต่าง ๆ ในเรื่องดังนี้

2.2.1 การจัดสถานที่ เช่น การจัดเตรียมทางเดินที่ กำหนดที่สำหรับจัดนิทรรศการ การเตรียมโต๊ะหมู่บูชา ชุดรับแขก โต๊ะวางของ เก้าอี้สำหรับเจ้าหน้าที่ผู้มาให้บริการและคนมาร่วมงาน เครื่องเสียง แทนสำหรับประธานและผู้กล่าวรายงาน เป็นต้น

2.2.2 จัดเตรียมวัสดุและเอกสารที่จะต้องใช้ เช่น ป้ายชื่อประธานและผู้กล่าวรายงาน ป้ายชื่อหน่วยงานที่มาให้บริการ ป้ายบอกบริการ ป้ายเชิญชวนให้มาร่วมงาน พิมพ์ใส่คำกล่าวของประธานและผู้กล่าวรายงาน เป็นต้น

2.2.3 การประชาสัมพันธ์งานให้ประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ให้มารับบริการ อาจจะใช้สื่อบุคคล เช่นการประชุม การบอกต่อกันไป หรือสื่อทางเสียงตามสาย หอกระจายข่าวในหมู่บ้าน หรือสื่อสิ่งพิมพ์โดยปิดประกาศไว้ตามที่สาธารณะ เป็นต้น

2.2.4 กำหนดเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานต่าง ๆ เช่น พิธีกร คนถ่ายรูป คนจัดสถานที่ คนต้อนรับแขก คนบริการน้ำดื่ม คนช่วยยกของ คนจุดไฟให้ประธานเวลาจุดธูปเทียนบูชาพระรัตนตรัย คนดูแลเครื่องเสียง คนอำนวยความสะดวกในการจอดรถ คนทำความสะอาด เป็นต้น

### 3. ช่วงระหว่างดำเนินการ

ในระหว่างดำเนินการ ดูแลการดำเนินการตามกิจกรรมต่าง ๆ ตามกำหนดการให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย ดังนี้

3.1 ตรวจสอบ ดูแลความเรียบร้อย และความพร้อมของสถานที่ โต๊ะ เก้าอี้รวมทั้งโต๊ะหมู่บูชา ชุดรับแขก โสตทัศนอุปกรณ์ต่าง ๆ

3.2 ดูแลความเรียบร้อยของคำกล่าวประธาน และคำกล่าวรายงาน

3.3 ดูแลการจัดนิทรรศการ การแจกเอกสารประชาสัมพันธ์

3.4 ชี้แจงประชาสัมพันธ์ให้ผู้มาร่วมงานได้ทราบ

3.5 จัดให้ผู้มารับบริการให้นั่งในที่นั่งที่จัดไว้ให้เป็นหมวดหมู่ เช่น ที่สำหรับผู้มารับการสงเคราะห์ ที่สำหรับผู้มารับบริการทางการแพทย์ ผู้มาร่วมงานและรับเอกสาร ที่สำหรับเด็กนักเรียน เป็นต้น

3.6 เมื่อประธานมาถึง ให้เชิญท่านไปยังที่นั่งรับรองสำหรับแขกผู้มีเกียรติที่ได้จัดเตรียมไว้

3.7 เมื่อถึงเวลาตามกำหนดการ พิธีกรกล่าวเชิญประธานจุดธูปเทียนบูชาพระรัตนตรัย

- 3.8 ผู้รับผิดชอบโครงการกล่าวรายงานต่อประธาน
  - 3.9 ประธานกล่าวเปิดการดำเนินการตามโครงการ
  - 3.10 ประธานมอบสิ่งของ เงินสงเคราะห์ ให้แก่คนยากจนที่ได้คัดเลือกไว้
  - 3.11 ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้มารับบริการที่ได้จัดไว้
  - 4. **ขั้นหลังการดำเนินการ**
    - เมื่อเสร็จสิ้นการดำเนินการตามโครงการแล้ว จะต้องดำเนินการดังนี้
    - 4.1 ทำหนังสือขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องและให้ความช่วยเหลือในการดำเนินการ
    - 4.2 รายงานผลการปฏิบัติงานให้จังหวัดและกระทรวงได้ทราบ
    - 4.3 ประเมินผลโครงการ โดยการสอบถามผู้มารับบริการ และหน่วยงานในพื้นที่  
ที่ได้ร่วมดำเนินการ เพื่อปรับปรุงในการดำเนินการตามโครงการครั้งต่อไป
-



## สรุป

จากการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐมตามกิจกรรมที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่เริ่มตั้งสำนักงาน โดยในระยะแรกจะเป็นการแนะนำหน่วยงาน บอกสถานที่ติดต่อ โดยจะมีรายละเอียดในกิจกรรมไม่มากนัก แต่การดำเนินการในปีต่อ ๆ มาจะครอบคลุมถึงบทบาทหน้าที่และภารกิจของทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในพื้นที่จังหวัดนครปฐมมากขึ้น ซึ่งจะเนื้อหาทั้งด้านการเพิ่มและขยายโอกาสการมีงานทำ การเพิ่มศักยภาพและพัฒนาฝีมือแรงงาน การเพิ่มคุณภาพชีวิตผู้ใช้แรงงาน การพัฒนาระบบสวัสดิการสังคม การพัฒนาโครงสร้างองค์กรและบุคลากร ตลอดจนการพัฒนาระบบสารสนเทศแรงงานและสวัสดิการสังคม ซึ่งเมื่อได้ดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องแล้ว จะส่งผลให้ประชาชนได้รับทราบบทบาทหน้าที่และภารกิจของทุกหน่วยงาน และสามารถรับความช่วยเหลือและได้รับบริการได้ถูกต้อง รวดเร็ว ทันเวลาต่อความต้องการ และทำให้เกิดความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม สอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า "กระทรวงของประชาชน เพื่อประชาชน"

คู่มือการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครปฐม ฉบับนี้ มีรายละเอียดทั้งทางด้านวิชาการและวิธีการปฏิบัติพร้อมทั้งตัวอย่างเอกสารที่เกี่ยวข้องโดยได้รวบรวมมาจากการปฏิบัติงานจริง ซึ่งผู้ใช้คู่มือสามารถนำไปเป็นตัวอย่างในการปฏิบัติงานได้ และสามารถนำความรู้ในด้านวิชาการมาปรับปรุงงานให้บังเกิดผลดี ทันต่อเหตุการณ์ และในปัจจุบันได้มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาเป็นเครื่องมือช่วยดำเนินการ ก็สามารถจะช่วยให้การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์สะดวกมากขึ้น เกิดประโยชน์แก่ประชาชนอย่างกว้างขวางขึ้น

ท้ายที่สุด ผู้จัดทำคาดว่าคู่มือฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดฯ บ้างไม่มากนักน้อย แต่สิ่งที่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึงเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ ถึงแม้จะมีแผนงานโครงการประชาสัมพันธ์ที่ดีอย่างไร มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยเหลือ แต่องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ก็คือ เจ้าหน้าที่ผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ จะต้องเป็นคนที่มีความรู้ มีทัศนคติที่ดีต่องานการประชาสัมพันธ์ มีความรับผิดชอบ อดทน ใจกว้าง มีเหตุผล มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้เกียรติผู้อื่น มีศิลปะในการพูด การติดต่อสื่อสาร ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้จะส่งเสริมให้การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์บรรลุผลได้เป็นอย่างดี