

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา

กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม (ฉบับที่ 8) พ.ศ.2536 เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2536 ประกอบด้วยส่วนราชการดังต่อไปนี้

1.1.1 ส่วนกลาง 7 หน่วยงาน คือ

- (1) สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี
- (2) สำนักงานปลัดกระทรวง
- (3) กรมประชาสัมพันธ์
- (4) กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน
- (5) สำนักงานประกันสังคม
- (6) กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน
- (7) กรมการจัดหางาน

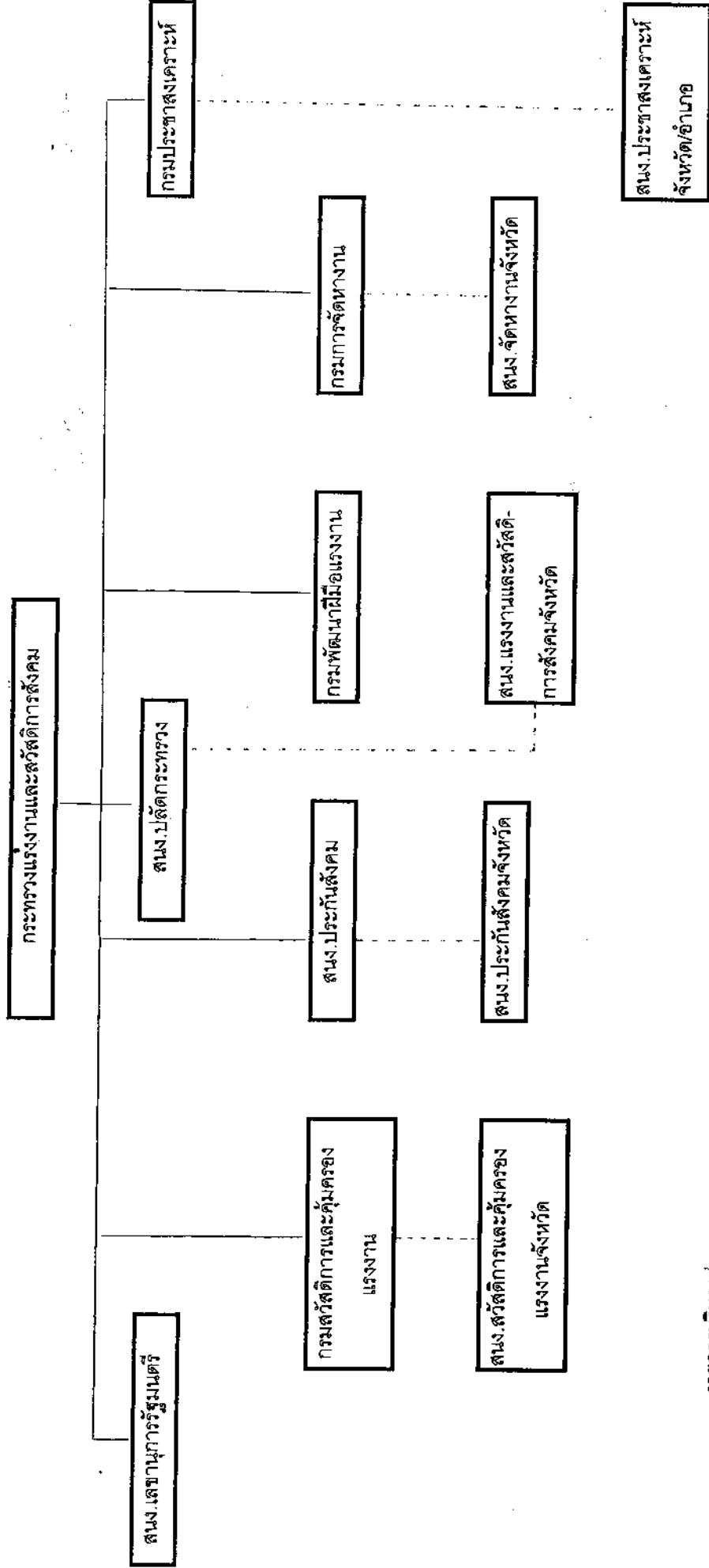
1.1.2 ส่วนภูมิภาค 5 หน่วยงาน คือ

- (1) สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด
- (2) สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด
- (3) สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด
- (4) สำนักงานประกันสังคมจังหวัด
- (5) สำนักงานจัดหางานจังหวัด

อนึ่ง กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีราชการบริหารส่วนกลางซึ่งปฏิบัติงานในภูมิภาค คือ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน และ ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด

โครงสร้างส่วนราชการ

กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม



————— ราชการบริหารส่วนกลาง

----- ราชการบริหารส่วนภูมิภาค

หมายเหตุ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีราชการบริหารส่วนกลางซึ่งปฏิบัติงานในภูมิภาค คือ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคและศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด

อำนาจหน้าที่ของแต่ละส่วนราชการ ในสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

1. สำนักงานปลัดกระทรวง มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

ก. ราชการบริหารส่วนกลาง

สำนักงานปลัดกระทรวง มีอำนาจหน้าที่

(1) ดำเนินการเกี่ยวกับงานกฎหมายในความรับผิดชอบของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ตลอดจนกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องและงานคดีที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของกระทรวง รวมทั้งดำเนินการเกี่ยวกับการอุทธรณ์คำสั่งหรือคำวินิจฉัยตามกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวง งานเลขานุการของคณะกรรมการแรงงานสัมพันธ์ และคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ และงานผู้ชี้ขาดข้อพิพาทแรงงาน

(2) พัฒนาและมีกรอบความรู้ด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมแก่ข้าราชการ ผู้บริหารองค์กรด้านแรงงาน และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเป็นศูนย์ส่งเสริม ผู้ประสานงานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม

(3) ดำเนินการคุ้มครอง ดูแล ช่วยเหลือ และสงเคราะห์คนงานไทยในต่างประเทศ ส่งเสริมการไปทำงานในต่างประเทศ และประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อรักษาลิทธิประโยชน์และบทบาทด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมของประเทศไทย

(4) เสนอแนะนโยบายของกระทรวงให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของรัฐบาล และนโยบายของรัฐมนตรี จัดทำแผนแม่บทด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม ประสานแผนปฏิบัติงาน และเสนอแนะนโยบายในการตั้งและจัดสรรงบประมาณประจำปี รวมทั้งเร่งรัด ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานในสังกัดกระทรวง

(5) ดำเนินการเกี่ยวกับการตรวจราชการของผู้ตรวจราชการกระทรวง และเรื่องราวร้องทุกข์ที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของกระทรวง

ข. ราชการบริหารส่วนภูมิภาค

สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด มีอำนาจหน้าที่

(1) กำกับดูแลเกี่ยวกับนโยบาย และประสานแผนปฏิบัติงานโครงการด้านแรงงาน และสวัสดิการสังคมในเขตพื้นที่จังหวัด

(2) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

2. กรมประชาสัมพันธ์ มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

ก. ราชการบริหารส่วนกลาง

กรมประชาสัมพันธ์ มีอำนาจหน้าที่

(1) ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการสงเคราะห์และคุ้มครองสวัสดิภาพเด็ก กฎหมายว่าด้วยการจัดการฝึกอบรมและอบรมเด็กบางจำพวก กฎหมายว่าด้วยการรับเด็กเป็นบุตรบุญธรรม กฎหมายว่าด้วยการปราบปรามการค้าประเวณี กฎหมายว่าด้วยการฉ้อโกงสงเคราะห์ กฎหมายว่าด้วยการจัดที่ดินเพื่อการครองชีพเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับนิคมสร้างตนเอง กฎหมายว่าด้วยหอพัก กฎหมายว่าด้วยการควบคุมคนขอทาน กฎหมายว่าด้วยการฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

(2) ดำเนินการเกี่ยวกับการสงเคราะห์และการจัดสวัสดิการแก่คนชรา คนไร้ที่พึ่ง สตรี ครอบครัวผู้ด้อยโอกาสทางสังคม ครอบครัวผู้มียาได้น้อยและประชาชนผู้ประสบปัญหาทางสังคม

(3) ดำเนินการเกี่ยวกับสงเคราะห์และพัฒนาชาวเขา

(4) ดำเนินการเกี่ยวกับสงเคราะห์และฟื้นฟูผู้ประสบภัย

(5) ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานสังคมสงเคราะห์ของภาคเอกชน

(6) พัฒนาระบบ รูปแบบ และวิธีการด้านสวัสดิการสังคมและสังคมสงเคราะห์ รวมทั้งเสนอความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาในการกำหนดมาตรการป้องกันและแนวทางแก้ไขปัญหาสังคม ตลอดจนดำเนินการเกี่ยวกับงานข้อมูลด้านสวัสดิการสังคมและสังคมสงเคราะห์

* (7) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ หรือตามที่กระทรวงหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

ข. ราชการบริหารส่วนภูมิภาค

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด มีอำนาจหน้าที่

(1) ดำเนินการเกี่ยวกับการให้สวัสดิการสังคมและสังคมสงเคราะห์ที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของกรม ในเขตพื้นที่จังหวัด

(2) กำกับดูแลการปฏิบัติงานของหน่วยงานในสังกัดกรมที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัด

(3) รายงานผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย แผนงาน และโครงการต่อสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด

(4) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

3. กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

ก. ราชการบริหารส่วนกลาง

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน มีอำนาจหน้าที่

- (1) คุ้มครองดูแลแรงงานทั่วไปและแรงงานเฉพาะกลุ่มให้ได้รับสิทธิและประโยชน์ครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด
- (2) ดำเนินการและส่งเสริมให้มีความปลอดภัยในการทำงาน รวมทั้งศึกษา วิจัย เสริมสร้าง และพัฒนาสภาพและสิ่งแวดล้อมในการทำงาน
- (3) ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน กฎหมายว่าด้วยแรงงานสัมพันธ์ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
- (4) ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจด้านสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน รวมทั้งการแรงงานสัมพันธ์
- (5) ดำเนินการเกี่ยวกับการพนักงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์
- (6) ดำเนินการป้องกันและแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง ข้อพิพาทแรงงาน และความไม่สงบด้านแรงงาน รวมทั้งเป็นศูนย์ประสานงานแรงงานสัมพันธ์
- (7) ส่งเสริมการพัฒนาแรงงานหญิงและเด็กให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
- (8) พัฒนาระบบ รูปแบบ วิธีการและมาตรฐานการจัดเก็บสถิติ และเป็นศูนย์ข้อมูลด้านสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน จัดทำแผนงานและประสานแผนปฏิบัติงานของกรมให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนแม่บทของกระทรวง รวมทั้งเร่งรัด ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานในสังกัด
- (9) ส่งเสริม สนับสนุน และดำเนินการให้มีการจัดสวัสดิการแรงงาน
- (10) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน หรือตามที่กระทรวงหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

ข. ราชการบริหารส่วนภูมิภาค

สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด มีอำนาจหน้าที่

- (1) ปฏิบัติการและประสานงานที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของกรม ในเขตพื้นที่จังหวัด
- (2) รายงานผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย แผนงานและโครงการต่อสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด
- (3) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

4. สำนักงานประกันสังคม มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

ก. ราชการบริหารส่วนกลาง

สำนักงานประกันสังคม มีอำนาจหน้าที่

- (1) ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการประกันสังคม กฎหมายว่าด้วยคุ้มครองแรงงานในส่วนที่เกี่ยวกับเงินทดแทนและกองทุนเงินทดแทน และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
- (2) ดำเนินการเกี่ยวกับการเงินและบัญชีกองทุนเงินทดแทน และกองทุนประกันสังคม
- (3) ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดทำทะเบียนนายจ้าง ลูกจ้าง การออกหนังสือสำคัญแสดงการขึ้นทะเบียนให้แก่นายจ้าง และการออกบัตรประกันสังคมให้แก่ผู้ประกันตน
- (4) ดำเนินการเกี่ยวกับการพิจารณาจ่ายเงินทดแทนและประโยชน์ทดแทนแก่ลูกจ้างและผู้ประกันตน
- (5) ดำเนินการเกี่ยวกับการประสานการแพทย์ และฟื้นฟูสมรรถภาพของลูกจ้างและผู้ประกันตนเพื่อให้สามารถกลับเข้าทำงานหรือประกอบอาชีพได้ตามความเหมาะสม
- (6) พัฒนาระบบ รูปแบบ มาตรการ และวิธีการด้านการคุ้มครองแรงงานในส่วนที่เกี่ยวกับเงินทดแทนและกองทุนเงินทดแทน และด้านการประกันสังคม จัดทำและประสานการปฏิบัติงานของสำนักงานประกันสังคมให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนแม่บทของกระทรวง รวมทั้งเร่งรัดติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานในสังกัด
- (7) ดำเนินการเกี่ยวกับเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันสังคม
- (8) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานประกันสังคม หรือตามที่กระทรวงหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

ข. ราชการบริหารส่วนภูมิภาค

สำนักงานประกันสังคมจังหวัด มีอำนาจหน้าที่

- (1) ปฏิบัติการและประสานงานที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของสำนักงานประกันสังคมในเขตพื้นที่จังหวัด
- (2) รายงานผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย แผนงานและโครงการต่อสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด
- (3) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

5. *กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้*

ก. ราชการบริหารส่วนกลาง

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีอำนาจหน้าที่

(1) ศึกษา วิเคราะห์ และพัฒนาด้านหลักสูตรการพัฒนาฝีมือแรงงาน การพัฒนา อุปกรณ์ช่วยฝึก การกำหนดมาตรฐานวัสดุครุภัณฑ์ที่ใช้ในการฝึก ตลอดจนพัฒนารูปแบบและวิธีการ ฝึกและพัฒนาฝีมือแรงงาน

(2) ศึกษา พัฒนารูปแบบ และกำหนดแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาฝีมือแรงงาน ให้แก่สตรีและเด็ก ตลอดจนเป็นศูนย์ประสานงานการฝึกอาชีพและศูนย์ข้อมูลการฝึกอาชีพสตรีและ เด็ก

(3) กำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงาน ควบคุมการทดสอบฝีมือแรงงานและดำเนินการ ทดสอบฝีมือแรงงาน

(4) พัฒนาระบบ รูปแบบ มาตรการ และวิธีการด้านการพัฒนาฝีมือแรงงาน จัดทำ และประสานการปฏิบัติงานของกรมให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนแม่บทของกระทรวง รวมทั้งเร่ง รัด ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานในสังกัด

(5) ศึกษา วิจัย และพัฒนาระบบการฝึกและพัฒนาฝีมือแรงงานทั้งในภาครัฐบาล และภาคเอกชนให้ทันกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ตลอดจนเป็นศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านการพัฒนาบุคลากร ฝึกและพัฒนาฝีมือแรงงาน และดำเนินการพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

(6) ฝึกและพัฒนาฝีมือแรงงานให้แก่ประชากรวัยทำงานเพื่อเตรียมเข้าทำงาน และ พัฒนาฝีมือแรงงานให้มีระดับสูงขึ้น รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการ พัฒนาฝีมือแรงงาน

(7) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรมพัฒนาฝีมือ แรงงาน หรือตามที่กระทรวงหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

ข. ราชการบริหารส่วนกลางปฏิบัติงานในภูมิภาค

สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค/ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด มีอำนาจหน้าที่

(1) ฝึกอบรมฝีมือแรงงานให้แก่ประชากรวัยทำงานเพื่อให้เข้าสู่ตลาดแรงงานหรือ สามารถประกอบอาชีพของตนเองในสาขาช่างที่ต้องใช้เทคโนโลยีระดับกลางและระดับสูง และพัฒนา ฝีมือแรงงานให้มีระดับสูงขึ้น ในระดับจังหวัดและระดับภาค

(2) ทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานในสาขาช่างต่าง ๆ

(3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาฝีมือแรงงานใน ระดับจังหวัดและระดับภาค

(4) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือ ที่ได้รับมอบหมาย

6. กรมการจัดหางาน มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

ก. ราชการบริหารส่วนกลาง

กรมการจัดหางาน มีอำนาจหน้าที่

- (1) ดำเนินการเกี่ยวกับการควบคุมการทำงานของคนต่างด้าว
- (2) ดำเนินการเกี่ยวกับงานกฎหมายในความรับผิดชอบของกรม และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง และงานคดีที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของกรม
- (3) ดำเนินการด้านการจัดหางาน และควบคุมการดำเนินการจัดหางาน
- (4) วิเคราะห์สภาวะตลาดแรงงานและแนวโน้มความต้องการแรงงานและศูนย์ทะเบียนกำลังแรงงาน
- (5) พัฒนาระบบ รูปแบบ มาตรการ และวิธีด้านการจัดหางาน จัดทำและประสานแผนการปฏิบัติงานของกรมให้สอดคล้องกันนโยบายและแผนแม่บทของกระทรวง รวมทั้งเร่งรัดติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานในสังกัด ตลอดจนกำหนดมาตรฐานอาชีพและอุตสาหกรรม
- (6) ให้คำปรึกษา ส่งเสริม และให้บริการแนะแนวการประกอบอาชีพตามแนวคิดให้แก่ประชาชน
- (7) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรมการจัดหางาน หรือตามที่กระทรวงหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

ข. ราชการบริหารส่วนกลาง

สำนักงานจัดหางานจังหวัด มีอำนาจหน้าที่

- (1) ปฏิบัติการและประสานงานที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของกรม ในเขตพื้นที่จังหวัด
- (2) รายงานผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย แผนงานและโครงการต่อสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด
- (3) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

1.2 นโยบายการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

จากโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมดังกล่าว ได้มีการรวมหน่วยงานเดิมที่มีอยู่แล้ว และเพิ่มหน่วยงานใหม่เข้ามารวมกันจัดตั้งเป็นกระทรวง ทำให้ประชาชนทั่วไปยังขาดความเข้าใจในโครงสร้างและนโยบาย การกิจ อำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ และเกิดความสับสนในการติดต่อขอรับบริการจากหน่วยงาน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้เป็นที่รู้จักของประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้เข้าใจโครงสร้างและบทบาท การกิจของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมที่จัดตั้งใหม่ โดยเฉพาะในส่วนภูมิภาค ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำงานใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่ ดังนั้น กระทรวงแรงงานและ

สวัสดิการสังคมจึงได้กำหนดให้งานประชาสัมพันธ์เป็นนโยบายสำคัญและมอบหมายให้สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด ซึ่งเป็นหน่วยงานบริหารราชการส่วนภูมิภาค สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ทำหน้าที่เป็นหน่วยแกน ในการประสานการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ

(1) เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่ม ได้มีความรู้ความเข้าใจโครงสร้าง นโยบายการดำเนินงาน ของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมอย่างถูกต้อง

(2) เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่ม ได้ทราบบทบาท ภารกิจ หน้าที่ การให้บริการของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัด และสามารถติดต่อขอรับบริการได้ถูกต้อง สะดวก และรวดเร็ว

(3) เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่ม ได้รับทราบข่าวสาร ข้อมูล สถานการณ์ด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมได้รวดเร็ว และทันเหตุการณ์

ทั้งนี้ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ได้กำหนดให้มีการแต่งตั้งคณะทำงานประชาสัมพันธ์งานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดขึ้น ประกอบด้วยตัวแทนจากทุกหน่วยงาน สังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดร่วมเป็นคณะทำงาน มีหน้าที่กำหนดแนวทางการดำเนินการประชาสัมพันธ์ จัดทำแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์งานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม พร้อมทั้งรายงานผลการประชาสัมพันธ์ให้กระทรวงฯ ทราบทุกระยะ

ในการประสานการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ร่วมกันในรูปของคณะทำงาน จึงมีความจำเป็นต้องมีคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับเป็นแนวทางการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีระบบและถูกต้องตามหลักการประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้เขียนจะได้กล่าวในรายละเอียดต่อไป

1.3 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

ปัจจุบัน "การประชาสัมพันธ์" เป็นเรื่องสำคัญและเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในทุกวงการสังคม ซึ่งนับเป็นการตอบสนองและสอดคล้องกับสังคมที่ก้าวเข้าสู่ยุคแห่งสังคมข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างก็ตระหนักถึงความสำคัญ และได้นำการประชาสัมพันธ์มาใช้เป็นกลไกที่สำคัญในการบริหารงานภายในองค์กร ทั้งนี้ ก็เพื่อให้การดำเนินโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ประสบผลสำเร็จ เป็นที่ยอมรับของบุคคลและสังคมทั่วไป

สาเหตุที่ทำให้การประชาสัมพันธ์ทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ก็เนื่องมาจาก

(1) สังคมมีความสลับซับซ้อนและมีขนาดใหญ่ขึ้น คนมากขึ้น ทำให้การกระจายข้อมูลข่าวสารไม่ทั่วถึง และบางครั้งการรับข้อมูลข่าวสารนั้นไม่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง จึงมีความจำเป็นต้องสร้างความเข้าใจด้วยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ และกว้างขวางมากขึ้น

(2) องค์กรต้องการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ตนเอง ทั้งนี้ก็เพื่อให้ได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนทั้งภายในและภายนอกองค์กร

(3) ปัจจุบันคนมีความรู้มากขึ้น ทำให้เกิดความตระหนักในการปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ของตนที่พึงมีพึงได้รับ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความมั่นใจในเรื่องสิทธิประโยชน์ให้แก่ประชาชนโดยทั่วไป

(4) การแข่งขันกันในด้านต่าง ๆ ทวีความรุนแรงมากขึ้น การประชาสัมพันธ์จึงต้องทำหน้าที่ให้ประชาชนได้เห็นถึงความแตกต่างในการดำเนินงานที่มีการแข่งขันกัน เพื่อการยอมรับให้องค์การหรือหน่วยงานของตน

(5) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีผลให้การส่งข่าวสารข้อมูลถึงกันง่ายและสะดวก รวดเร็ว ทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทำได้ง่ายขึ้น และมีบทบาทสูงในสังคม

1.4 ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

จากความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ประกอบกับนโยบายการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ดังได้กล่าวมาแล้วนั้น สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดทุกจังหวัดจะต้องทำหน้าที่เป็นหน่วยประสานการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมในระดับจังหวัดให้ดำเนินการไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ และบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายและนโยบายของกระทรวง แต่ในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ก็อาจจะไม่ประสบผลสำเร็จทุกครั้งเสมอไป ถ้าหากการประชาสัมพันธ์นั้นต้องประสบกับปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ซึ่งปัญหาอุปสรรคของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ ๆ ของหน่วยงานหรือองค์กร อาจสรุปได้ดังนี้

(1) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ยังขาดความรู้ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ และไม่มีความชำนาญหรือทักษะในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์มาก่อนทำให้การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างไม่ถูกต้อง ขาดประสิทธิภาพ และบางครั้งอาจเกิดผลเสียแก่หน่วยงานหรือองค์กรได้

(2) งบประมาณในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ เนื่องจากหน่วยงานหรือองค์กรไม่มีงบประมาณสำหรับใช้ในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ ทำให้ไม่สามารถผลิตสื่อหรือเครื่องมือในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ได้หลากหลายรูปแบบและกว้างขวาง เป็นปัญหาอุปสรรคต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

(3) ไม่มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือองค์กรต้องรับผิดชอบงานหลายด้านในเวลาเดียวกัน ทำให้ไม่มีเวลาเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงเป็นไปอย่างไม่ต่อเนื่อง และขาดประสิทธิผล

(4) หัวหน้าหน่วยงานหรือผู้บริหารขององค์กรไม่เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และขาดการส่งเสริมและสนับสนุน ทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างไม่ราบรื่น และไม่มีประสิทธิภาพ

(5) การประสานขอความร่วมมือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่ค่อยราบรื่นเท่าที่ควร การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ เช่น สถิติ ข้อมูล ข่าวสาร หรือข้อเท็จจริงต่าง ๆ หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่เห็นความสำคัญและไม่ให้ความร่วมมือ ก็จะทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างไม่สมบูรณ์

(6) ขาดการวางแผนและประเมินผล การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จะต้องทำกันอย่างมีแผนที่รัดกุม เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามลำดับขั้นตอนดังวัตถุประสงค์ที่วางไว้ หากหน่วยงานหรือองค์การทำงานประชาสัมพันธ์อย่างเลื่อนลอยโดยไม่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็จะไม่เกิดประสิทธิผล และอาจเป็นการสิ้นเปลืองงบประมาณและเวลาโดยใช้เหตุ

(7) ขาดการประสานงานและประสานความร่วมมือภายในแต่ละองค์การหรือหน่วยงาน ทำให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงานเป็นไปด้วยความไม่ราบรื่น เกิดความห่างเหิน ไม่เข้าใจกัน หรือเข้าใจผิดพลาดในเรื่องสำคัญที่ควรจะรู้ ซึ่งจะทำให้การทำงานของหน่วยงานเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ

จากสภาพปัญหาข้างต้น จะเห็นได้ว่าเป็นปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือองค์การ ที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์จะต้องประสบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หน่วยงานบางแห่งอาจจะมีปัญหาที่แตกต่างไปจากนี้หรืออาจคล้ายคลึงกัน แต่ประเด็นปัญหาใหญ่ ๆ ที่สำคัญ ๆ ก็คงจะไม่แตกต่างไปจากนี้มากนัก ซึ่งปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนเป็นจุดอ่อนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานหรือองค์การจะต้องหาหนทางแก้ไขให้หมดสิ้นไป トラบใดที่หน่วยงานยังต้องการการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

- จากหลักการและปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือองค์การดังกล่าวข้างต้น ผู้เขียนจึงมีความประสงค์ที่จะจัดทำคู่มือปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดขึ้น เพื่อให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดและคณะทำงานได้ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างมีระบบ เป็นไปอย่างถูกต้อง มีประสิทธิผลและสอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

1.5 วัตถุประสงค์ในการจัดทำคู่มือ

(1) เพื่อเป็นคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดและคณะทำงานประชาสัมพันธ์งานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด ได้ใช้ศึกษาเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์มากขึ้น

(2) เพื่อให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

(1) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด คณะทำงานและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน มีความรู้ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์มากขึ้น และสามารถนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดและคณะทำงานสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีระบบ และมีประสิทธิผล

1.7 ขอบข่ายของเนื้อหา

คู่มือการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด ฉบับนี้ ประกอบด้วยเนื้อหาสาระที่สำคัญ ดังนี้

บทที่ 1 บทนำ - ความเป็นมา

- นโยบายการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

- ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

- ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

- วัตถุประสงค์ในการจัดทำคู่มือและประโยชน์ที่ได้รับ

บทที่ 2

- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

- แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

- ความหมายของการประชาสัมพันธ์

- หลักการประชาสัมพันธ์

- วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

- ลักษณะของการประชาสัมพันธ์

- กลุ่มประชาชนกับการประชาสัมพันธ์

- ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

- เครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

บทที่ 3

- การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสำนักงาน

- ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และแนวทางปฏิบัติ

- องค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

บทที่ 4

- บทสรุป

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการและกิจกรรมในการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีร่วมกัน ซึ่งนับเป็นสิ่งสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับคนในสังคมยุคปัจจุบัน ซึ่งนับวันจะมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นหัวใจสำคัญที่มีส่วนเอื้ออำนวยให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือสนับสนุนจากทุกฝ่าย เนื่องจากมนุษย์ไม่สามารถจะทำงานตามลำพังเพียงผู้เดียวให้ประสบผลสำเร็จได้ โดยปราศจากความเข้าใจ การยอมรับ และความร่วมมือสนับสนุนจากผู้อื่น トラบใดที่หน่วยงาน องค์กรจะต้องอาศัยศรัทธาและแรงสนับสนุนจากประชาชน トラบนั้น การประชาสัมพันธ์ก็ต้องกลายเป็นส่วนประกอบสำคัญในการบริหารงาน เพื่อให้กิจการทั้งหลายดำเนินไปด้วยดี มีความราบรื่น ประสบผลสำเร็จ เป็นที่ยอมรับและพึงพอใจของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.2 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

“การประชาสัมพันธ์” มาจากภาษาอังกฤษว่า Public Relations

Public หมายถึง สาธารณชน หรือ ประชาชน

Relations หมายถึง การสัมพันธ์

ส่วนคำจำกัดความ หรือ ความหมายของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” นั้น ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลายท่านด้วยกัน ยกตัวอย่างเช่น

Edward L. Bernays บุคคลในวงการประชาสัมพันธ์ของสหรัฐอเมริกา กล่าวไว้ว่า “การประชาสัมพันธ์ มีความมุ่งหมาย 3 ประการ คือ

(1) เป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ให้ประชาชนได้ทราบเรื่องราว

(2) เป็นเครื่องมือชักชวนให้ประชาชนสนับสนุน และเห็นชอบด้วยกับวัตถุประสงค์ และการดำเนินงานขององค์กร

(3) เป็นการปรับแนวทางของความคิดระหว่างองค์กรกับประชาชน ให้สอดคล้อง เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง”

สก็อต เอ็ม คัทลิป ศาสตราจารย์ของมหาวิทยาลัยวิสคอนซิน สหรัฐอเมริกา กล่าวไว้ว่า “การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้และความคิดเห็นขององค์กรไปยังสาธารณชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น ในขณะเดียวกันก็เป็นแนวทางตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้ ความต้องการของประชาชนมาให้สถาบันได้ทราบ เพื่อสร้างความสนับสนุนอย่างจริงใจที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย และช่วยให้องค์กรสามารถปรับงานขององค์กรให้เป็นไปตามแนวความคิดของบุคคลได้”

สถาบันการประชาสัมพันธ์ของประเทศไทย ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า "เป็นความพยายามอย่างต่อเนื่องที่ต้องมีการวางแผนอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อสร้างและดำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง"

จอห์น อี มาร์สตัน นักวิชาการชาวอเมริกัน กล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวจิตใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ"

สะอาด ตันศุภผล อาจารย์ผู้ซึ่งมีความสำคัญในการวางรากฐานการเรียนการสอนวิชาการประชาสัมพันธ์ของไทยในปัจจุบัน ได้กล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและกระทำอย่างต่อเนื่องกันไปในอนาคตที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย"

ส่วนผู้เขียนเอง ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า "เป็นการติดต่อเผยแพร่ความรู้ ข่าวสารข้อมูล ข้อเท็จจริง ขององค์การหรือหน่วยงานให้แก่ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายได้ทราบและเข้าใจ โดยมีแผนการดำเนินงานที่รัดกุมและมีการกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานขององค์การหรือหน่วยงาน"

2.3 หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ มีหลักใหญ่ ๆ อยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ

(1) การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ

เป็นการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินงาน และผลงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวของหน่วยงานหรือองค์การ ให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ทราบ เป็นการสร้างความเข้าใจในองค์การหรือหน่วยงาน ทำให้องค์การหรือหน่วยงานเป็นที่รู้จัก เข้าใจและเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์การ ดังนั้น การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์จึงมีจุดมุ่งหมายไปในด้านการแจ้งให้ทราบ การให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชน รวมทั้งเรียกร้องขอความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน

(2) การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด เป็นการกระทำที่ป้องกันไม่ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การหรือหน่วยงาน เกิดความเข้าใจผิดในตัวองค์การได้ เช่น ความเข้าใจผิดในนโยบาย วัตถุประสงค์ หรือการดำเนินงานขององค์การ การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่จะต้องพยายามค้นหาสาเหตุที่อาจจะก่อให้เกิดประชาชนเกิดความเข้าใจผิดในองค์การ เพื่อจะได้หาทางป้องกันไว้ก่อนที่จะมีการเข้าใจผิดเกิดขึ้น

(3) การสำรวจประชามติ

หลักการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ได้แก่ การสำรวจประชามติ เพราะองค์การจะต้องรู้ถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนหรือที่เรียกว่า "ประชามติ" จะต้องทราบความต้องการของประชาชน เพื่อองค์การจะได้สามารถตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกและความต้องการของประชาชน

2.4 หลักปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

(1) การกระทำความดี หมายถึง การประพฤติปฏิบัติที่มีคุณธรรมสมควรแก่การเชื่อถือศรัทธาและให้ความไว้วางใจ นอกจากนี้การปฏิบัติงานจะต้องดำเนินไปด้วยดีมีผลงาน บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ และควรแก่การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบ ฟังระลึกไว้เสมอว่า ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ต้องยึดถือความจริง

(2) สร้างความสนใจแก่ประชาชน การเผยแพร่ผลงานให้ประชาชนทราบตามแผนงานหรือโครงการที่กำหนดไว้นั้น จะต้องใช้เทคนิคหรือวิธีการสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน ให้ประชาชนหันมาสนใจเรื่องหรือสิ่งที่เราประสงค์จะสื่อสารและประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ยังต้องคำนึงถึงประโยชน์โดยรวมของประชาชนด้วย มิใช่คำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์การหรือหน่วยงานแต่เพียงฝ่ายเดียว

(3) ใช้เครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์จะต้องมีการวางแผนในการใช้สื่อหรือเครื่องมือประชาสัมพันธ์อย่างรัดกุมเหมาะสม รวมทั้งวิธีการและเทคนิคในการใช้สื่อต่าง ๆ และคุณภาพของเครื่องมือและสื่อต่าง ๆ ซึ่งในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์บางครั้งอาจจะต้องใช้สื่อหรือเครื่องมือประชาสัมพันธ์หลาย ๆ อย่างประกอบกันไป เช่น การแถลงชี้แจงด้วยวาจา การใช้เอกสารหรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ การใช้สื่อมวลชนช่วยแพร่กระจายข่าว เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

2.5 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

- (1) เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินงานของหน่วยงานนั้น ๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ
- (2) เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ ได้ทราบถึงทัศนคติประชมติ หรือความรู้สึกรักใคร่ของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
- (3) เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน
- (4) เพื่อให้ประชาชนยอมรับ
- (5) เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน
- (6) เพื่อแนะนำฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้อง เพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

2.6 ลักษณะของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์แบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

(1) การประชาสัมพันธ์ภายใน คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลในหน่วยงานหรือองค์การเอง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ พนักงาน ลูกจ้าง ภายในองค์การ ให้เกิดมีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน ซึ่งนับเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานจะเป็นสิ่งเอื้ออำนวยให้การบริหารและการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ

สำหรับสื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายใน อาจใช้การติดต่อสื่อสารด้วยวาจา หรืออาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์การ เช่น หนังสือเวียน จดหมายข่าวภายใน หรือวารสารภายใน เป็นต้น

(2) การประชาสัมพันธ์ภายนอก คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนภายนอกกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ ประชาชนโดยทั่วไป หรือประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานหรือองค์การ เช่น ผู้นำท้องถิ่น เจ้าของสถานประกอบการ กลุ่มผู้ใช้แรงงาน เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ความเข้าใจใจตัวเองค์การและก่อให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนองค์การด้วยดี

สำหรับเครื่องมือสื่อสารที่จะใช้ในการช่วยเผยแพร่การกระจายข่าวสารสู่สาธารณชน ได้แก่ สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ วารสารต่าง ๆ เป็นต้น

2.7 กลุ่มประชาชนกับการประชาสัมพันธ์

กลุ่มประชาชนที่หน่วยงานหรือองค์การจะต้องทำการประชาสัมพันธ์ด้วย แบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

(1) กลุ่มประชาชนในสถาบัน หมายถึง กลุ่มประชาชนที่เป็นสมาชิก คนงาน พนักงาน ลูกจ้าง และเจ้าหน้าที่ขององค์การนั้น ๆ

(2) กลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมาย หมายถึง กลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมายในโครงการของหน่วยงานนั้น หรือผู้ที่ได้รับประโยชน์หรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับหน่วยงาน

(3) กลุ่มสถาบันหรือหน่วยงานอื่น ๆ หมายถึง กลุ่มองค์การ สถาบันอื่น ๆ ที่อยู่ในแวดวงเดียวกันหรือมีนโยบายและวัตถุประสงค์คล้ายกันหรืออาจจำเป็นต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันในทางใดทางหนึ่ง

(4) กลุ่มประชาชนทั่วไป หมายถึง กลุ่มประชาชนที่มีใช้กลุ่มที่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากหน่วยงาน หรือมิได้มีการเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์การ แต่องค์การก็ต้องประชาสัมพันธ์ด้วยเพื่อให้เกิดความเข้าใจในกิจกรรมและการดำเนินงานขององค์การ หรือเพื่อการสนับสนุนทางอ้อมด้านอื่น ๆ

2.8 ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

(1) การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น

การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น เป็นขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขั้นแรก เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลและข้อเท็จจริงที่ได้มาจากการวิจัยและรับฟังความคิดเห็น ซึ่งเป็นการสำรวจตรวจสอบประสามติ ความคิดเห็น และทัศนคติ ตลอดจนปฏิกิริยาต่าง ๆ ที่ประชาชนผู้เกี่ยวข้องมีต่อการดำเนินงานหรือต่อนโยบายขององค์การหรือหน่วยงาน สรุปแล้ว งานในขั้นนี้ก็คือ การถามตนเองว่า "องค์การหรือหน่วยงานของเรามีปัญหาอะไรบ้าง"

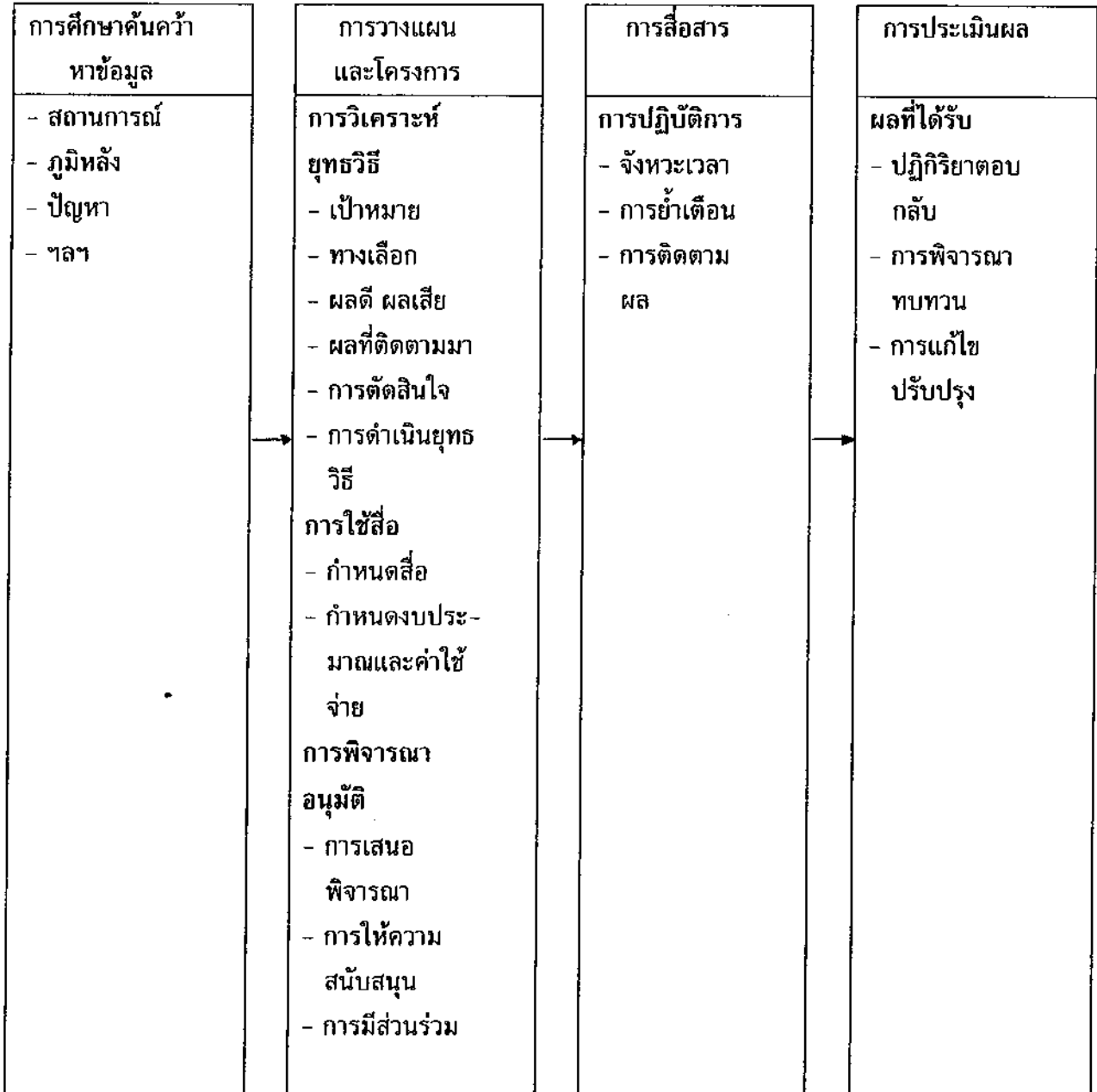
(2) การวางแผนและการตัดสินใจ

เป็นการนำเอาทัศนคติ ความคิดเห็นและปฏิกิริยาต่าง ๆ ที่ค้นคว้ารวบรวมมาได้ มาพิจารณาประกอบการวางแผน กำหนดนโยบาย และโครงการขององค์การหรือหน่วยงาน ซึ่งจะช่วยให้องค์การหรือหน่วยงานสามารถกำหนดนโยบายและโครงการที่มีประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย สรุปแล้วงานในขั้นที่สองก็คือ การถามตัวเราเองว่า "เราจะทำอะไรลงไปบ้าง"

(3) การติดต่อสื่อสาร

เป็นการปฏิบัติการสื่อสารกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินงานตามแผนหรือโครงการที่กำหนดไว้ งานในขั้นนี้ จึงเป็นการถามตัวเราเองว่า "เราได้กระทำอะไรลงไปและกระทำไปทำไม"

กระบวนการและขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์



1. การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น

การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับงานการประชาสัมพันธ์ การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์จะช่วยให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการของหน่วยงานหรือองค์การสามารถวางนโยบายอันเป็นที่พึงพอใจและยอมรับจากกลุ่มประชาชน การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์เป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มประชาชนแสดงออกซึ่งความคิดเห็น ความพอใจและความไม่พอใจ ต่อนโยบายและการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์การนั้น ๆ อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน อันเป็นการติดต่อสื่อสารระบบสองทาง ระหว่างองค์การกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย - รับฟังความคิดเห็น แบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การวิจัย - รับฟังความคิดเห็นอย่างไม่เป็นทางการ

เป็นการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล โดยการรวบรวมจากเอกสาร ข่าวสาร หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ ที่อาจเป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องต่อสถาบันหรือรวบรวมข้อมูลจากสภาพแวดล้อมหรือปฏิกิริยาที่ประชาชนผู้เกี่ยวข้องแสดงออกหรือมีต่อองค์การด้วยการตรวจสอบบทความหรือข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ที่ข่าวนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์การ แล้วตัดข่าวนั้นเพื่อเก็บรวบรวมไว้ใช้ประโยชน์ต่อไป นอกจากนี้ยังอาจใช้วิธีพบปะพูดคุยกับประชาชนที่เป็นผู้นำความคิดเห็นหรือผู้นำทางด้านประชาคม และการลำดับรับฟังความคิดเห็นจากบทความหรือบทวิจารณ์ทางวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ รวมทั้งตรวจสอบดูจากบทบรรณาธิการ บทวิจารณ์ในหน้าหนังสือพิมพ์หรือคอลัมน์ต่าง ๆ ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนถามคำถามและแสดงความคิดเห็น ตลอดจนการศึกษารวบรวมจากจดหมายที่แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ วิพากษ์วิจารณ์ ตีชมต่าง ๆ ที่มีเข้ามาถึงองค์การหรือสถาบัน

2. การวิจัย - รับฟังความคิดเห็นอย่างเป็นทางการ

เป็นการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลหรือข้อเท็จจริง โดยวิธีการสำรวจวิจัยประชาคม จากกลุ่มประชาชนอย่างเป็นทางการด้วยวิธีใช้แบบสอบถาม ซึ่งวิธีการดังกล่าวเป็นวิธีที่ค่อนข้างยุ่งยากสลับซับซ้อนและต้องอาศัยหลักวิชาการด้านการวิจัยทางสังคมศาสตร์และสถิติเข้าร่วมด้วย อย่างไรก็ตามวิธีนี้ก็มีความโน้มที่จะทำได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุด แม้จะสิ้นเปลืองเวลาและงบประมาณค่อนข้างสูงก็ตาม

ฉะนั้น งานในขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ก็คือ การวิจัย - รับฟังความคิดเห็น หรือการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล ข้อเท็จจริงต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน สรุปแล้วก็คือ เป็นขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้เราทราบว่าปัญหาขององค์การหรือหน่วยงานของเรา มีปัญหาอะไรบ้าง ยกตัวอย่างเช่น ปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสารหรือเผยแพร่ กระจายข่าวสารไม่ทั่วถึง ปัญหากลุ่มประชาชนไม่ให้ความร่วมมือหรือสนับสนุนต่อองค์การ ปัญหาประชาชนเกิดความเข้าใจผิดในตัวองค์การสถาบัน ปัญหาประชาชนมีปฏิกิริยาหรือท่าทีที่ขัดแย้ง

รวมทั้งการต่อต้านนโยบายหรือการดำเนินงานขององค์การ และปัญหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์การหรือสถาบัน เป็นต้น

2. การวางแผนและการตัดสินใจ

การวางแผน เป็นขั้นตอนที่สองของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อจากการวิจัย - รับฟังความคิดเห็น เป็นการกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และเพื่อให้การดำเนินงานนั้น ๆ มีความสอดคล้องต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยแผนการประชาสัมพันธ์อย่างน้อยจะต้องระบุกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมกำหนดเวลา และรายละเอียดอื่น ๆ ที่เหมาะสม

หลักในการวางแผนประชาสัมพันธ์

1. การกำหนดวัตถุประสงค์
2. การกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
3. การกำหนดแนวหัวข้อเรื่อง
4. การกำหนดช่วงระยะเวลา
5. การกำหนดสื่อและเทคนิคต่าง ๆ
6. การกำหนดงบประมาณ

- การกำหนดวัตถุประสงค์ จะต้องกำหนดหรือระบุไว้อย่างชัดเจนว่า เพื่ออะไรบ้าง เราต้องการสร้างสรรค์ความเข้าใจในสิ่งใดบ้าง หรือต้องการแก้ปัญหาใด เป็นต้น

- การกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย จะต้องระบุให้แน่ชัดว่า กลุ่มประชาชนเป้าหมายคือใคร มีพื้นฐานการศึกษาหรือภูมิหลังอย่างไร รวมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ เช่น ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนด้านจิตวิทยา เช่น ใครสามารถจะเป็นผู้นำความคิดเห็นหรือมีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชนอีกต่อหนึ่ง

- การกำหนดแนวหัวข้อเรื่อง จะต้องกำหนดให้แน่นอนว่า แนวหัวข้อเรื่องจะเน้นไปในทางใด ตลอดจนการกำหนดสัญลักษณ์หรือข้อความสั้น ๆ เป็นคำขวัญต่าง ๆ ที่จดจำได้ง่าย หรือดึงดูดความสนใจและเตือนใจได้ดี

- การกำหนดช่วงระยะเวลา จะต้องมีการกำหนดช่วงระยะเวลาหรือจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่สุดใน การปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

- การกำหนดสื่อและเทคนิคต่าง ๆ จะต้องกำหนดลงไปว่าจะใช้สื่อหรือเครื่องมือใดบ้าง รวมทั้งจะใช้เทคนิคอื่น ๆ อะไรบ้างเข้าร่วมด้วย เป็นต้น

- การกำหนดงบประมาณ จะต้องกำหนดงบประมาณที่จะใช้ในการดำเนินการให้ชัดเจน เพื่อมิให้เกิดปัญหาภายหลัง เช่น งบประมาณไม่พอ หรือต้องใช้จ่ายเงินเกินงบประมาณไป การกำหนดงบประมาณนี้ยังหมายรวมถึงกำลังบุคลากรต่าง ๆ ที่จะใช้ในการดำเนินการด้วย

3. การติดต่อสื่อสาร

เมื่อมีการวางแผนที่จะดำเนินการเรียบร้อยแล้ว งานขั้นต่อไปก็คือการติดต่อสื่อสารหรือการปฏิบัติการสื่อสารนั่นเอง การดำเนินงานในขั้นตอนนี้ เป็นการลงมือปฏิบัติการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินงานตามแผนหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ รวมทั้งการเลือกวิธีการสื่อสารและเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยดำเนินงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด อันจะทำให้การติดต่อสื่อสารจากองค์กรไปยังประชาชนเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว ประหยัด และสะดวกยิ่งขึ้น ในการปฏิบัติการสื่อสารนี้จะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์และทันการ จึงจะได้ผลตอบสนองที่น่าพอใจ อนึ่ง การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการสื่อสารแบบสองทาง คือ องค์กรสถาบันสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชนแล้ว ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็น ปฏิกริยา ทำที่ ของประชาชนที่มีต่อข่าวสารนั้น หรือต่อองค์กรสถาบันด้วย

4. การประเมินผล

คือ การวัดผลว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเราที่ทำมาแล้วตั้งแต่ต้นนั้น ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่วางแผนไว้หรือไม่ สำเร็จหรือล้มเหลว ได้ผลมากน้อยเพียงใด มีอุปสรรคหรือปัญหาใดบ้างที่เราจะต้องปรับปรุงแก้ไข ฉะนั้น การประเมินผลจึงเป็นการประเมินถึงประสิทธิภาพของงานที่ดำเนินไปแล้ว เป็นการหาทางจัดข้อบกพร่องสำหรับการดำเนินงานครั้งต่อไป ขณะเดียวกันก็หาแนวทางปรับปรุงการทำงานให้รัดกุมยิ่งขึ้นต่อไปด้วย งานในขั้นนี้จึงเป็นงานที่สำคัญและจำเป็น ถ้าหากเราละเลยการประเมินผลเสียแล้ว เราก็ไม่อาจทราบได้ว่า งานประชาสัมพันธ์ที่เราดำเนินไปแล้วตั้งแต่ต้นนั้นมีผลเป็นอย่างไร

กระบวนการประเมินผล

1. เลือกหาเหตุผลในการประเมินผล อะไรคือปรัชญาในการประเมินผล หรือการประเมินผลนี้อาศัยแบบจำลองอย่างไร การประเมินผลนี้กระทำโดยบุคคลภายในหรือภายนอก เป็นต้น
2. กำหนดวัตถุประสงค์ในการประเมินผล จะต้องมีกำหนดวัตถุประสงค์ของการประเมินผลอย่างแน่ชัด และวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แต่ละโครงการ
3. หมายมาตรการในการวัดผล เช่น วัดหรือประเมินถึงทรัพยากรต่าง ๆ การเงิน กลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ กลุ่มประชาชนเป้าหมายต่าง ๆ การดำเนินงานและผลที่ได้รับ
4. รวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผล โดยรวบรวมจากการสังเกตการณ์ การใช้แบบสอบถาม รายงานประจำเดือน การสัมภาษณ์ และวิธีอื่น ๆ อีกตามความเหมาะสม
5. การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมาได้ จะต้องมีเวลาเพียงพอหรือพอเหมาะแก่การสรุปวิเคราะห์และตีความหมาย
6. รายงานผลหรือข้อสรุปที่ได้มาพร้อมกับข้อเสนอแนะ แล้วดำเนินการเผยแพร่ให้ทราบทั่วกัน
7. นำผลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ หรือใช้ในการตัดสินใจเพื่อการวางแผนการดำเนินงานครั้งต่อไป

2.9 เครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

เครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น มีอยู่มากมายด้วยกัน พอจำแนกออกได้เป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

(1) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่

- หนังสือพิมพ์
- นิตยสาร
- วารสาร
- สิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น หนังสือคู่มือ จดหมายข่าว แผ่นปลิว แผ่นพับ ป้ายประกาศ

(2) สื่อคำพูด

- แบบเป็นทางการ เช่น การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การสัมภาษณ์
- แบบไม่เป็นทางการ เช่น การพูดจาสนทนา ปราศรัยทั่ว ๆ ไป

(3) สื่อทัศนูปกรณ์ ได้แก่

- วิทยู
- โทรทัศน์
- ภาพยนตร์
- ภาพนิ่งต่าง ๆ

(4) การโฆษณาขององค์การหรือสถาบัน

(5) กิจกรรมพิเศษ ได้แก่

- การจัดแสดงและนิทรรศการ
- การจัดวัน/สัปดาห์พิเศษ
- การประชุมสัมมนาทางวิชาการ
- การจัดวันครบรอบปี

บทที่ 3

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสำนักงานฯ

3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และแนวทางปฏิบัติ

จากแนวความคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้น พอจะสรุปได้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือองค์การต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานในภาครัฐหรือภาคธุรกิจก็ตาม จะสามารถบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ นั้น จะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน ที่สำคัญหลัก ๆ ก็คือ จะต้องมีการดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบทุกขั้นตอน ซึ่งรายละเอียดของขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ได้กล่าวไว้แล้วในบทที่ 1 ดังนั้นในบทนี้จะขอกล่าวเฉพาะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เท่านั้น โดยจะเน้นถึงขั้นตอนและแนวทางปฏิบัติ รวมถึงองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล เฉพาะในส่วนของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด

ผู้เขียนจะขอลำดับกิจกรรมและขั้นตอนการดำเนินการต่าง ๆ ในแต่ละช่วงเวลาของการประชาสัมพันธ์ ทั้งช่วงก่อนการประชาสัมพันธ์ ช่วงระหว่างทำการประชาสัมพันธ์ และหลังการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติไว้ดังต่อไปนี้

3.1.1 ช่วงก่อนการประชาสัมพันธ์

ช่วงก่อนการประชาสัมพันธ์ มีกิจกรรมหรือขั้นตอนดำเนินการที่สำคัญ ๆ ดังนี้

(1) จัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ โดยการ

- เขียนโครงการประชาสัมพันธ์ตามสภาพปัญหาและข้อเท็จจริงของหน่วยงาน
- กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
- กำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่จะทำการประชาสัมพันธ์
- กำหนดเรื่องที่จะทำการประชาสัมพันธ์ หรือกิจกรรม
- กำหนดช่วงระยะเวลาการประชาสัมพันธ์
- กำหนดสื่อและเทคนิคต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์
- กำหนดงบประมาณหรือค่าใช้จ่ายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์
- กำหนดตัวเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

(2) ทำหนังสือขออนุมัติโครงการประชาสัมพันธ์ จากผู้บังคับบัญชา (ผู้ว่าราชการจังหวัด) โดยจะต้องแนบเอกสารประกอบการขออนุมัติโครงการฯ ไปด้วย ดังนี้

- โครงการประชาสัมพันธ์ ที่มีรายละเอียดต่าง ๆ ครบถ้วน
- ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ที่มีรายละเอียดครอบคลุมทั้งโครงการ

(ตัวอย่างโครงการประชาสัมพันธ์ฯ ในภาคผนวก)

(3) เมื่อได้รับอนุมัติโครงการแล้ว ทำหนังสือแจ้งประสานส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง (ส่วนการสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดทุกหน่วย) เพื่อขอความร่วมมือดำเนินการตามโครงการ

(4) ประสานงานเป็นการภายในกับเจ้าหน้าที่ของส่วนราชการสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดที่ร่วมเป็นคณะทำงานประชาสัมพันธ์งานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด เพื่อนัดแนะ และตกลงกันในรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ร่วมกันในแต่ละกิจกรรมตามโครงการ

(5) เตรียมความพร้อมด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

- เอกสาร แผ่นพับ สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ตามช่วงเวลาที่กำหนดไว้ ยกตัวอย่างเช่น

- การจัดแสดงนิทรรศการงานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม ทุกหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัด ต้องเตรียมจัดทำบอร์ดแสดงกิจกรรมหรืองานของแต่ละหน่วยงาน เพื่อนำไปติดตั้ง ณ สถานที่ทำการให้เรียบร้อยก่อนวันเปิดงาน อย่างน้อย 1 วัน และเตรียมเอกสาร แผ่นพับ หรือสื่อประชาสัมพันธ์ในส่วนที่หน่วยงานรับผิดชอบไว้ให้พร้อมสำหรับแจกประชาชนที่มาขอรับบริการได้อย่างเพียงพอ

- หากเป็นการประชุมชี้แจง อภิปราย บรรยาย ก็ต้องเตรียมเอกสารที่จะไปแจกให้มีจำนวนเพียงพอกับผู้เข้าร่วมประชุมหรือฟังการบรรยาย และผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ไปร่วมประชุมชี้แจงหรือบรรยาย ต้องมีการเตรียมตัวให้พร้อม โดยทำการศึกษาเรื่องที่จะประชุมชี้แจงหรือบรรยายให้เข้าใจอย่างต้องแท้ก่อนถึงกำหนดวัน

3.1.2 ช่วงดำเนินการประชาสัมพันธ์

(1) ตรวจสอบ ดูแล ความเรียบร้อยและความพร้อมของเอกสาร แผ่นพับ สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ อีกครั้ง

(2) ดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามโครงการที่กำหนดไว้ในแต่ละกิจกรรม

3.1.3 ช่วงหลังการประชาสัมพันธ์

(1) ประเมินผลโครงการประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินการไปแล้ว โดยวิธี

- การสังเกตการณ์จากประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการ
- การใช้แบบสอบถาม
- การสัมภาษณ์ จากกลุ่มเป้าหมายที่ได้ทำการประชาสัมพันธ์ไป
- จากรายงานผลปฏิบัติประจำเดือนของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัด

หรือวิธีอื่น ๆ ตามความเหมาะสม ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยของแต่ละหน่วยงานที่สามารถเอื้ออำนวยให้ดำเนินการได้หรือไม่ เช่น บุคลากร/เจ้าหน้าที่ งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และเวลา เป็นต้น

(2) จัดประชุมคณะทำงานประชาสัมพันธ์งานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด เพื่อสรุปผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามโครงการ และหาข้อบกพร่องในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินการไปแล้ว เพื่อหาแนวทางแก้ไข ปรับปรุงให้ดีขึ้น และใช้ในการจัดทำแผน/โครงการประชาสัมพันธ์ในครั้งต่อไป

(3) สรุปผลการดำเนินงานโครงการประชาสัมพันธ์และรายงานผู้ว่าราชการจังหวัด และกระทรวงแรงงานฯ ทราบ

(4) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบ

3.2 องค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือองค์การ สิ่งหนึ่งที่หัวหน้าหน่วยงาน รวมทั้งผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องการมากที่สุด ก็คือ การที่ได้เห็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการไปแล้วประสบผลสำเร็จ และบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ ซึ่งการที่จะทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือองค์การประสบผลสำเร็จได้นั้น ย่อมจะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน ดังนั้น ผู้เขียนจะขอสรุปองค์ประกอบที่สำคัญที่จะช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดประสบผลสำเร็จ ดังต่อไปนี้

3.2.1 ตัวบุคลากร อันได้แก่

(1) หัวหน้าหน่วยงานหรือผู้บริหารองค์การ

จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี และเห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง รวมทั้งให้การส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานอย่างต่อเนื่องและจริงจัง เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานดำเนินไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

(2) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี รวมทั้งรู้งานนโยบายของหน่วยงานอย่างถ่องแท้ เพื่อสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปอย่างถูกต้องมีระบบและบังเกิดประสิทธิผล

(3) เจ้าหน้าที่ผู้ร่วมงานภายในหน่วยงาน

จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ และนโยบายการดำเนินงานของหน่วยงาน รวมทั้งให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานด้วยความจริงใจ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานดำเนินไปด้วยดี อีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงานด้วย

(4) เจ้าหน้าที่ผู้ร่วมงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน และสวัสดิการสังคมจังหวัดที่เป็นคณะทำงานประชาสัมพันธ์งานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด)

จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ และงานของหน่วยงานที่ตนสังกัดอยู่อย่างแท้จริง รวมทั้งนโยบายการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงฯ และให้ความร่วมมือในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในด้านการให้ข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริง ด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมที่หน่วยงานรับผิดชอบ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์งานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และบรรลุผลสำเร็จตามนโยบายของกระทรวงฯ

วิธีดำเนินการ

(1) จัดอบรมให้ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์และคณะทำงานฯ โดยเชิญวิทยากรที่มีความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ มาบรรยายให้ความรู้ในการอบรมดังกล่าว เช่น สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด เป็นต้น

(2) พิจารณาจัดส่งเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานและคณะทำงานไปเข้ารับการอบรมหลักสูตรการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ จัดขึ้น ได้แก่ สำนักงานจังหวัด สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด หรือองค์กรเอกชนอื่น ๆ ที่จัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับเรื่องการประชาสัมพันธ์

(3) จัดประชุมเจ้าหน้าที่ในหน่วยงาน เพื่อชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงฯ และของสำนักงานฯ และกำชับให้ทุกคนปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว

(4) จัดประชุมหัวหน้าส่วนราชการสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัด เพื่อชี้แจงทำความเข้าใจถึงนโยบายการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม รวมทั้งขอความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินการ

(5) จัดประชุมคณะทำงานประชาสัมพันธ์งานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด ที่ได้มีการจัดตั้งตามนโยบายข้อสั่งการของกระทรวงฯ เป็นประจำทุกเดือน อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อทบทวนการดำเนินงาน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และร่วมในการจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

3.2.2 งบประมาณ

จะต้องมีการจัดสรรงบประมาณ เพื่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างคล่องตัว และมีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการ

(1) จัดแบ่งงบประมาณจากงบปกติของหน่วยงาน เพื่อสำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น การจัดทำวารสาร แผ่นพับประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ การจัดทำบอร์ดนิทรรศการ การจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ รวมทั้งค่าฟิล์มสีและค่าล้างอัดขยายรูป เพื่อใช้ประกอบการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

(2) มีการวางแผนการใช้จ่ายงบประมาณในการประชาสัมพันธ์แต่ละกิจกรรมอย่างรัดกุมและชัดเจน โดยใช้จ่ายเงินให้เป็นไปอย่างประหยัดและคุ้มค่า

3.2.3 วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ และสื่อต่าง ๆ

- จะต้องมีการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย อันจะมีผลทำให้การผลิตข่าวสารมีคุณภาพและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้รวดเร็ว ทันการณ์

- จะต้องมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบตามความเหมาะสม เพื่อการประชาสัมพันธ์จะได้เป็นไปอย่างกว้างขวางและทั่วถึง

วิธีดำเนินการ

(1) ใช้เครื่องมือ อุปกรณ์การผลิตและสื่อสารที่มีอยู่แล้วในสำนักงานฯ ให้ได้ประโยชน์สูงสุด เช่น โทรศัพท์ เครื่องโทรสาร คอมพิวเตอร์ ฯลฯ ในการผลิตและส่งข่าวสาร หรือใช้ในการติดต่อประสานงาน แจกข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ทั้งนี้ ต้องมีการบำรุงรักษาเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ดังกล่าวให้อยู่ในสภาพที่ใช้การได้ตลอดเวลา เพื่อประสิทธิภาพในการใช้งาน

(2) กำหนดสื่อและช่องทางการใช้สื่อให้ชัดเจน โดยสอดคล้องกับสถานการณ์และกลุ่มประชาชนเป้าหมาย และใช้สื่อทุกรูปแบบตามความเหมาะสม ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล กิจกรรมพิเศษ และสื่อสตรีทคอนซูเมอร์ ฯลฯ

(3) ใช้อุปกรณ์การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารจากหน่วยงานภายนอก เช่น เสี่ยงตามสาย หอกระจายข่าว ของ อบต. หรือสภาตำบล รวมทั้ง สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น

3.2.4 การบริหารหรือจัดการ

จะต้องมีการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอยู่ ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ รวมทั้งความเป็นไปได้หรือข้อจำกัดของหน่วยงานในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินไปได้ด้วยดีและสอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริง

วิธีดำเนินการ

(1) พิจารณาจัดตั้งฝ่ายหรืองาน ให้ทำหน้าที่ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยตรง หรือฝากไว้กับฝ่ายหรืองานที่มีการจัดตั้งไว้แล้วในหน่วยงาน เช่น ฝ่ายวิชาการ หรือฝ่ายบริหารทั่วไป เป็นต้น

(2) วางแผนงานประชาสัมพันธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว (แผนประจำปี และแผน 5 ปี) เพื่อสำหรับใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการประชาสัมพันธ์

(3) จัดให้มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้อย่างต่อเนื่อง

(4) ประเมินผลการประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการไปแล้ว โดยเลือกใช้วิธีการที่เหมาะสม เพื่อหาข้อบกพร่อง และแนวทางแก้ไข ปรับปรุงให้ดีขึ้น และนำไปใช้ในการตัดสินใจวางแผนงานประชาสัมพันธ์ในครั้งต่อไป

การเลือกใช้วิธีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ นั้น วิธีการที่สามารถประเมินผลได้ค่อนข้างเที่ยงตรงและเป็นที่ยอมรับกัน ก็คือ การใช้แบบสอบถาม แต่วิธีการนี้ ค่อนข้างจะยุ่งยากสลับซับซ้อนมากกว่าวิธีอื่น เพราะจะต้องมีการออกแบบสอบถาม และใช้เวลา งบประมาณ เจ้าหน้าที่ในการดำเนินการ ซึ่งสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดไม่มีงบประมาณสำหรับใช้จ่ายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ และมีข้อจำกัดในเรื่องของเจ้าหน้าที่และเวลาในการดำเนินการ ผู้เขียนจึงขอเสนอแนะว่า อาจจะใช้วิธีการสังเกตการณ์โดยการนับจดจากประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการจากหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัด และประสานขอความร่วมมือจากคณะทำงานช่วยแจ้งจำนวนผู้มาติดต่อขอรับบริการในแต่ละเดือน แล้วรวบรวมสรุปเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่เราได้ทำการประชาสัมพันธ์ไป ถึงแม้ว่า วิธีการนี้จะประเมินผลได้ไม่เที่ยงตรงเท่ากับการใช้แบบสอบถาม แต่ก็ เป็นวิธีการที่สามารถดำเนินการได้โดยสะดวก ประหยัด ไม่ต้องเสียเวลาในการดำเนินการมาก และสามารถวัดผลได้รวดเร็ว ดังนั้น การเลือกวิธีการประเมินผลวิธีใด จึงขึ้นอยู่กับความพร้อมและปัจจัยต่าง ๆ ของหน่วยงานในแต่ละจังหวัด ที่จะสามารถดำเนินการได้

บทที่ 4

บทสรุป

จากการที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับหน่วยงานหรือองค์การ ซึ่งจะต้องมีการดำเนินการให้เป็นไปตามขั้นตอนอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยหลักการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง สิ่งที่สำคัญ ก็คือ จะต้องมีการวางแผนและการเตรียมการที่ดี ตั้งแต่ก่อนดำเนินการ ระหว่างดำเนินการ และหลังดำเนินการประชาสัมพันธ์ กับทั้งจะต้องมีองค์ประกอบที่สมบูรณ์ จึงจะสามารถทำให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยจะต้องมีการปฏิบัติตามขั้นตอนอย่างเป็นระบบ ดังนี้

- (1) มีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ที่รัดกุมและชัดเจน สามารถปฏิบัติได้
- (2) มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้อย่างต่อเนื่อง โดยใช้การติดต่อสื่อสารและเทคนิคต่าง ๆ มาช่วยสนับสนุนการดำเนินการ
- (3) มีการติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ อย่างเป็นระบบ ต่อเนื่องและจริงจัง

นอกจากนี้ยังต้องมีองค์ประกอบครบถ้วนสมบูรณ์ ดังนี้

(1) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ผู้ร่วมงานภายในหน่วยงาน และเจ้าหน้าที่ผู้ร่วมงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นคณะทำงานประชาสัมพันธ์งานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์และงานของหน่วยงานที่ตนสังกัดอยู่เป็นอย่างดี รวมทั้งจะต้องมีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ มีความจริงใจ ให้ความช่วยเหลือ ร่วมมือกันดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานให้เป็นไปด้วยความราบรื่น ถูกต้อง เพื่อภาพลักษณ์ของหน่วยงาน และประโยชน์ของประชาชนโดยรวม

(2) หัวหน้าหน่วยงาน จะต้องเห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และให้การส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ให้ดำเนินไปด้วยความราบรื่น โดยการติดตามผลการดำเนินงาน ให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อขัดข้องในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและจริงจัง

(3) งบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จะต้องมีการแบ่งงบประมาณจากงบปกติของหน่วยงานเพื่อใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ และมีการวางแผนการใช้จ่ายงบประมาณอย่างรัดกุมและชัดเจน

(4) ด้านวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ และสื่อประชาสัมพันธ์ จะต้องมีการใช้อุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย ซึ่งจะมีผลทำให้การผลิตข่าวสารมีคุณภาพ สะดวกและประชาสัมพันธ์ได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ รวมทั้งจะต้องมีการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างกว้างขวางและทั่วถึง

2
12.05.6
เลขเรียกหนังสือ บ.ร.ค. 2542 ก.2
จำนวน..... 685
วันที่ 25 ธ.ค. 2543

(5) ด้านการบริหารจัดการ จะต้องมีการบริหารงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงปัจจัยที่มีอยู่ในสำนักงาน ได้แก่ กำลังคน วัสดุอุปกรณ์ และงบประมาณ ตลอดจนต้องมีการแบ่งหรือมอบหมายความรับผิดชอบในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนแน่นอน เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง

หากสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด ได้มีการดำเนินการตามขั้นตอนดังกล่าวอย่างเป็นระบบ และมีองค์ประกอบที่สมบูรณ์ครบถ้วนดังที่ได้เสนอไว้เป็นแนวทางข้างต้นแล้ว ก็จะทำให้เกิดประโยชน์แก่หน่วยงานและประชาชน ดังนี้

(1) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด คณะทำงาน และเจ้าหน้าที่ผู้สนใจงานประชาสัมพันธ์ มีความรู้ความเข้าใจในนโยบาย บทบาทภารกิจ การดำเนินงานของกระทรวงฯ และของหน่วยงาน ดียิ่งขึ้น

(2) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดและคณะทำงาน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ผู้สนใจงานประชาสัมพันธ์ มีความรู้ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์มากขึ้น และสามารถปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง เป็นระบบ และบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

(3) ประชาชนทั่วไป และประชาชนกลุ่มเป้าหมาย มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ โครงสร้าง นโยบาย การดำเนินงาน ภารกิจหน้าที่ ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัด และสามารถติดต่อขอรับบริการได้ถูกต้อง สะดวก และรวดเร็ว

(4) เป็นการให้บริการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนที่มาใช้บริการของ หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัด ที่ได้รับความสะดวก และรวดเร็ว ในการติดต่อขอรับบริการ

จากที่ได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่ต้นนั้น จะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชน ทำให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจใน โครงสร้าง นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน รวมถึงบทบาท ภารกิจหน้าที่ การให้บริการและความช่วยเหลือแก่ประชาชน ทำให้หน่วยงานเป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับ ศรัทธาจากประชาชน และก่อให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานในที่สุด จากความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ประกอบกับนโยบายของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมที่ได้มอบหมายให้สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด เป็นหน่วยงานในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ร่วมกับหน่วยงาน สังกัดกระทรวงแรงงานฯ ในจังหวัด ในรูปของคณะทำงาน ซึ่งจะต้องมีการดำเนินการอย่างมีระบบ เป็นไปตามขั้นตอนของกระบวนการประชาสัมพันธ์ โดยอาศัยปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน ดังที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 2 และบทที่ 3 ข้างต้น จึงจะสามารถทำให้การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานประสบผลสำเร็จ ซึ่งหากผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด ได้นำคู่มือฉบับนี้ ไปใช้เป็นคู่มือในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ โดยปฏิบัติตาม

บรรณานุกรม

กัญญา ศิริสกุล, เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา และ สายพิน ศมาวรรณกุล, หลักการประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร : บริษัทประชาชน จำกัด, 2529.

วิรัช ลภีรัตนกุล, การประชาสัมพันธ์ พิมพ์ครั้งที่ 8 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

วิจิตร ศรีสะอาด ดร., เอกสารประกอบการบรรยายในการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ

วิจิตร อาวะกุล, การประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีปฏิบัติ, กรุงเทพฯ : บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2539.

กองสารนิเทศ และสถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ

พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์, เอกสารประกอบการฝึกอบรมเรื่อง การวางแผนงานประชาสัมพันธ์