

บทที่ 1

บทนำ

1. ความสำคัญของปัญหา

ยุทธศาสตร์ใหม่ที่เป็นส่วนสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 อีกสองประการ คือ ประการแรก การพยายามเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี และการเข้าใจอันดีระหว่างรัฐกับประชาชน ให้เกิดขึ้นมากที่สุดโดยการใช้ระบบความร่วมมือและการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายในสังคม รวมทั้งการให้มีหลักประกันด้านสิทธิเสรีภาพ ความเสมอภาค ประการที่สอง การปรับระบบการบริหารจัดการเพื่อให้มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ภาคปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการปรับกระบวนการและกลไกในการบริหารจัดการงบประมาณ และบุคลากรให้มีประสิทธิภาพมีความคล่องตัวและสัมพันธ์สอดคล้องกัน โดยยึดหลักการประสานงานภายใต้ระบบการจัดการพื้นที่กับภารกิจของหน่วยงานและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดแผนงานโครงการ ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบติดตามและประเมินผลโดยการจัดทำเครื่องชี้วัดความสำเร็จของแผนในหลายมิติและหลายระบบ โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนผู้เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการติดตามผลการพัฒนาอย่างกว้างขวาง

จากยุทธศาสตร์ดังกล่าว จะเน้นการให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกฝ่ายในสังคม เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้มีการพัฒนาระบบติดตามและประเมินผล การที่จะให้ทุกฝ่ายในสังคมให้ความร่วมมือจะต้องประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ทุกฝ่ายได้รับรู้ เพื่อจะให้ความร่วมมือได้ถูกต้อง การประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาฝีมือแรงงาน เป็นกิจกรรมหนึ่งของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เพื่อเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐกับประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือ การมีส่วนร่วมของประชาชนและประชาชนได้รับผลของการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างเต็มที่ อย่างไรก็ตามแม้ว่ากรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

จะให้ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์อย่างมากก็ตาม แต่ในภาพรวมการประชาสัมพันธ์ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์ในระดับภูมิภาค โดยพิจารณาได้จากผลของการสัมมนาธุรกิจอุตสาหกรรมของคณะที่ปรึกษา สาขาความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพการพัฒนาฝีมือแรงงาน ปรากฏว่ามีผู้แสดงความคิดเห็นว่ากรมพัฒนาฝีมือแรงงานยังอ่อนการประชาสัมพันธ์ เมื่อผู้ขอประเมินมารับตำแหน่งในวันที่ 2 มีนาคม 2541 สิ่งแรกที่ได้รับทราบคือปัญหาที่มีผู้เข้ารับการฝึกเตรียมเข้าทำงานในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรีจำนวนน้อยมาก ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ล่วงเข้ามาเดือนที่ 2 ของปีงบประมาณ มีผู้รับการฝึกเข้ามาฝึกในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี 141 คน จากเป้าหมาย 850 คน มีผู้รับการฝึกอยู่หอพักเพียง 13 คน หอพักจึงเงียบเหงา ตกเวลาเย็นเสียงนกคังกว่าเสียงคน จนเกิดความวังเวง เมื่อทำงานได้ 1 สัปดาห์ผ่านไป บางวันไม่มีผู้มาสมัคร และวันที่มีผู้มาสมัคร มีผู้สมัครจำนวนน้อยมาก 1-2 คน ดังนั้นผู้ขอประเมินจึงมีความเห็นว่าน่าจะศึกษา วิเคราะห์ การประชาสัมพันธ์การพัฒนาฝีมือแรงงาน โดยเฉพาะกรณีศึกษา สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรีว่ามีสภาพการณ์อย่างไร มีกลยุทธ์ใดบ้างในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ประสบผลสำเร็จ เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ดังกล่าวรู้จักและเข้ามาใช้บริการด้านการพัฒนาฝีมือแรงงานของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรีอย่างเต็มที่ ขณะเดียวกันเพื่อจะได้เสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม เป็นต้นแบบให้หน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะหน่วยงานในภูมิภาคของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และเป็นแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้กับกรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้ใช้ประโยชน์ในการบริหารงานต่อไป

2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1) เพื่อให้ประชาชนทั่วไปให้ความร่วมมือและสามารถพัฒนาฝีมือแรงงานได้ตามที่กรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้กำหนดไว้ ตรงกับเป้าหมายในปริมาณและคุณภาพ
- 2) เพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์การพัฒนาฝีมือแรงงาน โดยเน้นที่การนำไปใช้จริงในพื้นที่ภูมิภาคต่าง ๆ
- 3) เพื่อศึกษาสภาพการณ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี

3. วิธีการศึกษา

ในการศึกษาเพื่อหาข้อมูลเขียนเอกสารเล่มนี้ ผู้ขอประเมินได้ข้อมูลมาจากหลายแห่งดังนี้

- 1) ศึกษาจากประสบการณ์ตรงของตนเอง และการสังเกตการณ์ที่ได้จัดการฝึกอบรมหลักสูตรนักประชาสัมพันธ์ของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ในสมัยที่ผู้ขอประเมินดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาบุคลากรฝึกและพัฒนาฝีมือแรงงาน รวมทั้งการอบรมหลักสูตรการประชาสัมพันธ์ให้กับส่วนราชการทุกหน่วยในจังหวัดสุพรรณบุรี
- 2) จากการสัมภาษณ์ สอบถามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากคณะวิทยากรที่กรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้เชิญมาบรรยายหลักสูตรการประชาสัมพันธ์ และหลักสูตรนักบริหารที่มีหัวข้อวิชาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ซึ่งวิทยากรเหล่านี้เป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากกรมประชาสัมพันธ์ อาจารย์มหาวิทยาลัย และสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ
- 3) โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน
- 4) ศึกษา ค้นคว้าจากหนังสือ ตำราต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์

5) โดยการปรึกษาขอคำแนะนำจากเพื่อนร่วมงาน ผู้เกี่ยวข้องและผู้บังคับบัญชา

4. ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ ผู้ขอประเมินได้จำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะการประชาสัมพันธ์ของ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี

5. คำนิยาม

สถาบันฯ หรือ สพร. หมายถึง สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน

ศูนย์ฯ หรือ สพจ. หมายถึง ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน

การฝึกเตรียมเข้าทำงาน หมายความว่ารวมถึงการฝึกหลักสูตรเตรียมเข้าทำงานที่ดำเนินการภายในสถาบันฯ ซึ่งผู้จบการฝึกจะได้รับการฝึกปฏิบัติงาน และการฝึกหลักสูตรเตรียมเข้าทำงานที่ดำเนินการภายนอกสถาบันฯ ผู้จบการฝึกจะไม่ได้รับการฝึกปฏิบัติงาน

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสม จะช่วยให้ประชาชนในพื้นที่เข้าใจบทบาท หน้าที่ และภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานเป็นอย่างดี ทำให้เข้ามารับการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างเต็มที่ เพื่อเป็นประชาชนที่มีศักยภาพและมีคุณภาพชีวิตที่ดีในท้องถิ่นนั้น

2) แนวทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นผลดีต่อการประสานความร่วมมือในการทำงานร่วมกัน

3) ได้แนวทางในการประชาสัมพันธ์การพัฒนาฝีมือแรงงานที่เหมาะสมต่อการปรับใช้ เพื่อการประชาสัมพันธ์ของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานให้มีคุณภาพมากกว่าเดิม

บทที่ 2

ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐบาลหรือธุรกิจของเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์การที่มีหน้าที่ติดต่อกับประชาชนซึ่งนับว่าเป็นลูกค้าโดยตรง หัวใจของการประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานที่ต้องใกล้ชิดกับประชาชน ก็จะต้องพยายามสร้างความสัมพันธ์ดีกับประชาชน ไม่ให้เกิดช่องว่างระหว่างกัน การสร้างความสัมพันธ์อันดีนี้จะส่งผลให้สถาบันนั้นสามารถดำเนินการต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะประชาชนจะมีส่วนในการสนับสนุนในการดำเนินงานนั้นเป็นไปอย่างราบรื่น เกิดความร่วมมือร่วมใจทำให้ปัญหาน้อยลง แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากสถาบันหรือหน่วยงานไม่สามารถทำให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดีได้ นอกจากไม่ให้ความร่วมมือแล้ว อาจจะทำให้เกิดการต่อต้าน ซึ่งจะยังผลให้การดำเนินงานนั้นมีอุปสรรค และอาจทำให้การดำเนินงานนั้นเป็นไปได้ยากหรือถึงขั้นล้มเหลวได้

ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทอย่างมากต่อการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ อาจจะกล่าวได้ว่า ถ้าหากไม่มีประชาสัมพันธ์การดำเนินงานต่างๆ จะไม่สามารถประสบความสำเร็จหรือมีประสิทธิภาพได้

อย่างไรก็ตามยังมีผู้ที่ไม่เข้าใจถึงความหมายของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” ดีพอ ซึ่งบางคนอาจจะแปลความหมายของการประชาสัมพันธ์คลาดเคลื่อนไป ดังจะเห็นว่าเมื่อถามถึง “การประชาสัมพันธ์” แล้วคนส่วนมากจะนึกถึงภาพของบุคคลที่เป็นสาวสวยคอยให้บริการตอบคำถาม ผู้มาติดต่อตามหน่วยงานต่างๆ โดยนั่งในชุดที่เขียนด้วยคำว่า “ประชาสัมพันธ์” ซึ่งเป็นการเข้าใจผิดอย่างมาก เพราะงานนี้เป็นเพียงส่วนย่อยของการประชาสัมพันธ์เท่านั้น โดยเนื้อแท้แล้วคำว่า “การประชาสัมพันธ์” มีความหมายลึกซึ้งมากกว่านั้น

ความหมายของ “การประชาสัมพันธ์”

คำว่า “การประชาสัมพันธ์” เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า “Public Relations”

Public หมายถึง ประชาชน หมู่คณะ

Relations หมายถึง สัมพันธ์ การผูกพัน

“การประชาสัมพันธ์” จึงหมายถึงการเกี่ยวข้อง ผูกพันกับหมู่คณะ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง หรือสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน หรือสถาบันกับกลุ่มประชาชน

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายของ “การประชาสัมพันธ์” ว่าเป็น การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

“การประชาสัมพันธ์” ในความหมายของทางราชการ จึงสรุปได้ว่า หมายถึง การสร้างความเข้าใจ การให้ความรู้ การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้ข้อเท็จจริงแก่ประชาชน และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติหรือกลุ่มเป้าหมายตามแผน และโครงการที่กำหนดไว้

Ivy Lee บิดาแห่งการประชาสัมพันธ์ กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์” หมายถึง การดำเนินงานอะไรก็ตามที่เป็น การสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน เผยแพร่ออกไปให้ประชาชนทราบเข้าใจในการดำเนินงานของเรา ให้ประชาชนมีส่วนร่วมรู้เห็นในการดำเนินงานของเรา ประชาชนก็จะให้การสนับสนุน

Edward L. Bamays (1952) ปรมาจารย์และผู้บุกเบิกงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสหรัฐอเมริกาอธิบายว่า “การประชาสัมพันธ์” มีความหมายอยู่ 3 ประการคือ

- 1) เป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนทราบ
- 2) เป็นเครื่องมือชักชวนให้ประชาชนให้การสนับสนุนการดำเนินงานด้วยการสร้างความคิดเห็นคล้อยตามกันทั้ง 2 ฝ่าย กล่าวคือเห็นชอบกับวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานของสถาบัน
- 3) เป็นการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงแนวความคิดระหว่างองค์การกับประชาชนให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียว

ในหนังสือการประชาสัมพันธ์เบื้องต้นของ วัฒนา พุทธิราชกูรานนท์ กล่าวว่า สถาบันการประชาสัมพันธ์ของประเทศอังกฤษ (THE INSTITUTE OF PUBLIC RELATIONS IPR) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ในแง่ปฏิบัติว่า “การประชาสัมพันธ์” คือ การจัดทำอย่างสุจริตรอบคอบและอย่างมีแผน ตลอดจนความอดทนอย่างไม่ลดละเพื่อที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันระหว่างกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง”

John E. Marstom นักประชาสัมพันธ์ชาวอเมริกันผู้แต่งหนังสือ “The nature of Public Relations” ได้ให้คำจำกัดความที่น่าสนใจไว้ว่า “การประชาสัมพันธ์” คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายจัดการในอันที่จะประเมินทัศนคติของสาธารณชน กำหนดนโยบายและวิธีการดำเนิน ปฏิบัติขององค์การของตน สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับผลประโยชน์ของประชาชนและวางโครงการปฏิบัติงาน และสื่อสารติดต่อ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและยอมรับนับถือ”

จากคำจำกัดความข้างต้นนี้ เป็นแนวความคิดของผู้เชี่ยวชาญทางด้านการประชาสัมพันธ์ชาวต่างประเทศทั้งสิ้น ดังนั้นจึงขอหยิบยกความคิดเห็นของนักประชาสัมพันธ์ ผู้ก่อตั้งโรงเรียนการประชาสัมพันธ์ และดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการคนแรกของโรงเรียนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ อาจารย์สะอาด ตันสุกผล ซึ่งท่านได้ประมวลบทนิยามความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างสมบูรณ์ดังนี้

“การประชาสัมพันธ์” คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไปในอันที่จะสร้าง หรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจและสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินการไปได้ด้วยดี สมความมุ่งหมายโดยมีประชาบัติเป็นแนวบรรทัดฐาน

การประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยกระบวนการ 4 ประการ คือ

- 1) การค้นคว้าหาข้อมูล (Fact - Finding)
- 2) การวางแผน (Planing)
- 3) การสื่อสาร (Communication)
- 4) การติดตาม ประเมินผล (Evaluation)

ถ้าตีความหมายทางภาษาอาจมีความหมายไปในทางต่าง ๆ ได้ 3 ทาง คือ

- 1) หมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถาบัน หรือบุคคลกับกลุ่มบุคคล หรือกลุ่มประชาชน
- 2) หมายถึงช่องทางหรือเครื่องมือที่ใช้เพื่อสื่อความสัมพันธ์
- 3) หมายถึงปริมาณ สภาพ คุณภาพ หรือฐานะความสัมพันธ์ของสถาบัน หรือบุคคลกับกลุ่มบุคคล หรือกลุ่มประชาชน

หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีหลักการใหญ่ ๆ อยู่ 3 ประการ คือ

1 การบอกกล่าวเผยแพร่ (Publicity)

เป็นการปลุกฝังความนิยมเลื่อมใส เผยแพร่ความรู้ ตลอดจนเรียกร้องความสนับสนุนความร่วมมือร่วมใจอันดีจากประชาชน มีหลักสำคัญ 3 ประการ คือ

1) ต้องบอกกล่าวให้ประชาชนรู้ โดยต้องเป็นเรื่องที่เข้าใจง่ายในเรื่องนั้น ออกจากผู้บอกกล่าวไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยใช้ช่องทางที่เหมาะสมและพิจารณากลุ่มประชาชนเป้าหมายว่า อยู่ในสภาพที่พร้อมหรือไม่

2) ต้องเป็นการบอกกล่าวที่สามารถที่จะโน้มน้าวจิตใจให้เกิดความประทับใจ เลื่อมใส และให้การสนับสนุน โดยใช้จิตวิทยาในการโน้มน้าวใจ ต้องคำนึงถึงจุดอ่อนทางอารมณ์ ซึ่งถ้าการบอกกล่าว นั้นชัดเจนจะมีผลต่อการกระทำ และอาศัยหลักจิตวิทยาด้านการเตือน หรือการกระทำร้ายอยู่เรื่อย ๆ โดยอาจเป็นคำขวัญที่สั้น ๆ ชัดเจนและกินใจ

3) ต้องเป็นการบอกกล่าวที่พึงพอใจของประชาชน ต้องคำนึงถึงว่าจะบอกอะไรที่กระทบกระเทือนจิตใจของประชาชน บอกอะไรถึงจะเป็นที่พอใจ ถ้าเป็นคำพูดที่ใช้น้ำเสียงและกิริยาท่าทางที่ดี ถ้าเป็นนิทรรศการต้องคำนึงถึงความสวยงาม และดึงดูดความสนใจของประชาชน

2. การป้องกัน และแก้ไขความเข้าใจผิด (MISS UNDERSTANDING)

หมายถึงที่กลุ่มประชาชนเข้าใจสถาบันอย่างผิด ๆ ทางด้านข้อเท็จจริง ด้านวิชาการก่อให้เกิดความเสียหาย ความไม่เชื่อถือ ไม่ไว้วางใจ ไม่นิยมเลื่อมใสหรือไม่ให้การสนับสนุนด้วย ความเข้าใจผิดเป็นสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ ต้องให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่งในการหาวิธีแก้ไข และป้องกัน การเข้าใจผิด ซึ่งเป็นการแก้ไขความเข้าใจผิดสามารถทำได้ 2 ทาง คือ

1) แก้ไขที่ตัวสถาบันเอง เป็นหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่จะเสนอเหตุผล และสิ่งที่ควรแก้ไข ปรับปรุงต่อฝ่ายบริหารให้พิจารณา

2) หากเป็นการชี้แจงแก้ไขไปยังกลุ่มประชาชน และเมื่อเกิดความเข้าใจผิด ในหมู่ประชาชน อาจทำการแก้ไขได้ 2 วิธี คือ

(1) การแก้ไขทางตรง โดยทำการชี้แจงข้อเท็จจริงและเผยแพร่ไปสู่ ประชาชนโดยตรง เมื่อมีปัญหาหรือมีความเข้าใจผิดเกิดขึ้น ต้องแก้ไข โดยการหาหลักฐานมาหักล้างความเข้าใจผิด สร้างความเชื่อถือ และหลักฐานที่นำมาเสนอต้องเป็น หลักฐานที่เชื่อถือได้ ทำการชี้แจงไปยังกลุ่มประชาชนที่เข้าใจผิด โดยการใช้สื่อ ต่าง ๆ อย่างรวดเร็วที่สุด ภายหลังเกิดความเข้าใจผิดขึ้น

(2) การแก้ไขทางอ้อม ในกรณีที่ปรากฏรูปรอย ของความเข้าใจผิด ให้ เห็นชัดเจนการแก้ไขทางตรงอาจทำให้เกิดความเสียหายได้ การแก้ไขทางอ้อมจะเป็น การเผยแพร่ข้อเท็จจริง หลักวิชาการที่ถูกต้องโดยไม่จำเป็นต้องอ้างถึงหลักฐานดังกล่าว หลักสำคัญอยู่ที่ว่า เรื่องราวที่เผยแพร่หรือระบุนั้นผู้ชี้แจงต้องเป็นบุคลากรที่เชื่อ ถือได้ และเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยเร็วที่สุด

3. การสำรวจตรวจสอบกระแสประชามติ (PUBLIC OPINION SURVEY)

สถาบันจะต้องรู้ว่ากลุ่มประชาชนมีความรู้สึกนึกคิดอย่างไรต่อสถาบัน เพื่อให้การดำเนินงานของสถาบันก้าวไปด้วยดี และไม่ขัดกับประชามติ เพื่อที่จะได้นำ ประชามติมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสถาบัน วิธีสำรวจประชามติสามารถทำได้ 2 ทาง คือ

1) การสำรวจทางตรง (DIRECT SURVEY) เป็นการสำรวจไปยังกลุ่ม ประชาชนโดยตรงโดยการตั้งคำถามเพื่อหาคำตอบที่แท้จริง จะสำรวจกับกลุ่มขนาด เล็ก 50 - 60 คน ซึ่งจะสามารถตามได้ทุกคน

2) การสำรวจทางอ้อม (INDIRECT SURVEY) เป็นการสำรวจจากปรากฏการณ์ และสภาพแวดล้อมที่มีผลทำให้เกิดการแสดงออกของประชามติ เช่น การตรวจข่าว คั่นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ตลอดจนออกไปสำรวจด้วยตนเอง

ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์ต่อองค์การ

1) การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือที่สำคัญขององค์การ ในการพัฒนาองค์การ การดำเนินการโครงการใหม่ๆ เป็นการฟื้นฟูให้องค์การเติบโตได้เร็วขึ้น ทั้งในด้านบุคลากร ผลงาน รวมทั้งช่วยให้ประชาชนรู้จักองค์การมากขึ้นด้วย

2) จำนวนคนรู้จักงาน องค์การ และความสนใจของประชาชนดีขึ้น ได้รับการสนับสนุนจากประชาชน และฝ่ายต่าง ๆ มากขึ้น

3) บุคลากรในองค์การ จะมีความกระตือรือร้น และขยันขันแข็ง เมื่อองค์การมีการประชาสัมพันธ์องค์การอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

4) การประชาสัมพันธ์จะช่วยกระตุ้นเตือนพนักงานองค์การให้เกิดความรับผิดชอบ กระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจ สอบถาม และเข้ามาใกล้ชิดกับองค์การยิ่งขึ้น

5) การประชาสัมพันธ์จะช่วยเพิ่มการให้ และการใช้บริการขององค์การ สูงขึ้น

6) การประชาสัมพันธ์ช่วยในการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถเหมาะสมใช้ในการจูงใจขอความร่วมมือ ป้อนปราม ขจัดการทำผิดกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ต่างๆ ตลอดจนช่วยแก้ไขวิกฤติการณ์ต่าง ๆ ขององค์การ เช่น ไฟไหม้ น้ำท่วม वादภัย วิกฤติการณ์ทางการบริหาร เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ฯลฯ

7) ช่วยให้มีการใช้และปฏิบัติตาม ระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมายต่าง ๆ โดยได้รับความร่วมมือดีขึ้น สามารถส่งเสริมงานขององค์การได้มาก และกว้างขวางยิ่งขึ้น เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการกระตุ้น การรับข่าวสารของพนักงานในองค์การ และประชาชนดีขึ้น

8) การดำเนินการประชาสัมพันธ์ เป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้บริหารว่าเป็นงานที่มีความสำคัญต่อองค์กรมาก สามารถเห็นได้ชัดเจนจากความสนใจของประชาชนต่อองค์กร ขวัญกำลังใจของผู้ทำงานที่ดี ฯลฯ

การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการที่จะช่วยปรับปรุงสมรรถภาพการประพฤติปฏิบัติให้ถูกต้องตามทำนองคลองธรรมขององค์กร สถาบัน หน่วยงานกับสังคมประชาชนให้มีคุณภาพเหมาะสมกลมกลืนกับประชาชนในแง่ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) ทำให้องค์กรบริษัทห้างร้าน ให้เรื่องราวข่าวสารแก่ประชาชน มีการติดต่อสื่อสาร พูดคุยสนทนา ค้นคว้า สนิทสนมกับประชาชนอยู่เสมอตลอดเวลา

2) ช่วยให้องค์กร สถาบัน หน่วยงาน ร้านค้า ไม่เอาर्डเอมเปรียบ ชูตรีศ คำกำไรเกินควร คค โกงประชาชน

3) ช่วยให้ทำประโยชน์แก่สังคมด้วยคุณธรรม ยุติธรรม ต่อลูกค้าประชาชน

4) ช่วยสร้างสรรค์ความซื่อสัตย์สุจริตต่ออาชีพ รักษาสมมูลในการดำเนินการธุรกิจการค้าต่อประชาชน

5) ส่งเสริมให้องค์กรทำธุรกิจอันยาวนานในสังคม ไม่ใช่ธุรกิจฉาบฉวย ฉกฉวย ผลประโยชน์คค โกงในระยะเวลานั้น ๆ แล้วล้มเลิกหลบหนีไปหลอกลวงที่อื่นต่อไป

6) ช่วยให้องค์กร สถาบัน บริษัท ฯ เกรงกลัวต่อการสูญเสียชื่อเสียงความเชื่อถือจากประชาชนจึงต้องพยายามรักษาความดี มีคุณธรรม ซื่อสัตย์ตรงต่อประชาชน เพราะความซื่อสัตย์เป็นคุณธรรมอันพิเศษที่จะช่วยให้องค์กรมีความยืนยงคงอยู่ในสังคมตลอดไป

7) ช่วยสร้างให้องค์กรเกิดความรับผิดชอบ เสียสละต่อสังคม ส่วนรวมยิ่งขึ้น

8) ทำให้องค์กรมีการพัฒนา สร้างสรรค์ไม่เอาर्डเอมเปรียบทำประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมมากยิ่งขึ้น

9) การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะเกิดจากการดำเนินนโยบายที่ดีถูกต้อง และเหมาะสมของฝ่ายบริหาร จะทำให้การดำเนินการที่ดำเนินถึงประโยชน์ของประชาชนและสังคมส่วนรวม และจะต้องเป็นผลการปฏิบัติ มิใช่มี หรือเขียนนโยบายไว้อย่างเลื่อนลอยเท่านั้น

สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้สถาบัน องค์กร หน่วยงาน บริษัทห้างร้าน ได้รับการสนับสนุนจากประชาชนอย่างต่อเนื่องยาวนาน สม่่าเสมอไม่เปลี่ยนแปลงได้ง่าย นั่นคือ สถาบัน บริษัทห้างร้านจะเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของประชาชน มีกำไร และยั่งยืนนาน เพราะได้ปฏิบัติสิ่งที่ถูกต้องเป็นธรรม เพราะการประพฤติธรรม ทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างมีความถูกต้องและเจริญก้าวหน้า

สภาพแวดล้อมที่ทำให้ต้องปรับปรุงการประชาสัมพันธ์

1) ระดับการศึกษาที่สูงขึ้นของประชาชน การแสดงออกทางความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ความเห็น ทศนคติ ในระบบประชาธิปไตยจนกลายเป็นอิทธิพลของประชาธิปไตย มีมากขึ้นทุกวัน

2) ความเจริญก้าวหน้าของการติดต่อสื่อสาร วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สื่อมวลชน ฯลฯ ข้อนี้นับว่าเป็นสิ่งสำคัญทำให้มีเนื้อหา สาระ เรื่องราว แง่คิดมากขึ้นประชาชนตื่นตัว มีความรู้ เฉลียวฉลาด กว้างขวาง เช่นเดียวกับได้รับการศึกษา

3) การรวมตัวอยู่อย่างหนาแน่นของประชากร การเพิ่มจำนวนพลเมือง เช่น ในเมืองจะมีมากกว่าชนบท จะเกิดช่องว่าง ความขัดแย้ง ถ้าจัดระบบเกี่ยวกับการให้ความรู้ ความเข้าใจ การเผยแพร่ ชี้นำไม่ดี จะเกิดปัญหาได้ง่าย

4) เกิดธุรกิจการค้า การแข่งขันกันในการสร้างชื่อเสียง เกียรติคุณ และบริการ โดยเฉพาะธุรกิจการค้า

5) ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี

ฉะนั้น เมื่อสังคมประเทศชาติเจริญก้าวหน้า มีสภาพแวดล้อมเปลี่ยนไปจาก ปัจจัยข้างต้น ต้องปรับการค้ำ การดำเนินการประชาสัมพันธ์ทั้งด้าน บุคคล กลยุทธ์ เครื่องมือ วิธีการ ตามไปด้วยอย่าใช้วิธีการเดิม แบบเดิม

ทำไมจึงต้องทำการประชาสัมพันธ์

ถ้ามองถึงความจำเป็นในการดำเนินการ การประชาสัมพันธ์ อาจมองได้สองระดับ คือ ระดับองค์การ สถาบัน หน่วยงาน กับระดับประเทศชาติ

สำหรับปัญหาเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์โดยตรงของสถาบัน การดำเนินงาน หน่วยงาน ร้านค้า โดยทั่วไปเมื่อตั้งขึ้นหรือเริ่มกิจการใหม่ๆ มักไม่มีใครรู้จักจึงมีความอ่อนแอทางด้านความสัมพันธ์กับประชาชน สังคม จึงมักมีปัญหาต่าง ๆ ด้านประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1) ประชาชนไม่รู้รู้จัก ชื่อเสียง เกียรติคุณ และไม่เห็นคุณค่าหรือประโยชน์ของกิจการหน่วยงานหรือสถาบันนั้น ๆ ประชาชนไม่ทราบ ไม่มีความรู้ ความเข้าใจ จึงทำให้ขาดความร่วมมือจากประชาชน

2) หน่วยงานที่ตั้งขึ้นมาหรือดำเนินการอยู่ขาดการยอมรับ ประชาชนไม่ให้ความสนใจ ไม่สนับสนุนกิจการ คือ กิจการสถาบันยังเข้าไม่ถึงประชาชน ประชาชนไม่รู้จัก ขาดสัมพันธ์ภาพที่ดีกับประชาชน

3) ประชาชนเกิดความเข้าใจผิด จากความไม่เข้าใจ ไม่ได้รับข่าวสารหรือได้รับข่าวลือ ข่าวสารที่ไม่ตรงต่อข้อเท็จจริง ตลอดจนข่าวสารไม่ทั่วถึง มีลักษณะขาดแคลนข่าวสาร ทำให้เกิดความเข้าใจผิด เข้าใจหน่วยงานไปในทางเสื่อมเสีย

4) เมื่อประชาชนเข้าใจผิด ก็จะเกิดปฏิกิริยาต่อต้าน ขัดแย้ง เกลียดชัง ขัดขวางการดำเนินการของสถาบันและจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น จนเป็นอันตรายต่อเสถียรภาพเกียรติยศชื่อเสียง เป็นอุปสรรคในการดำเนินงานและความมั่นคงของสถาบัน

5) หน่วยงานมีปัญหาในการทำความเข้าใจกับประชาชนที่เกี่ยวข้องในเรื่อง การเผยแพร่ข่าวสาร เช่น ไม่มีการเผยแพร่ข่าวสาร หรือกิจกรรมของสถาบัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ประชาชนหรือเผยแพร่ไม่ถูกวิธี ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่ทั่วถึง การขาดความรู้ของผู้ดำเนินการ ทำให้เกิดความเข้าใจผิด เกิดการต่อต้าน ขัดแย้ง เกือบชั่ง ไม่ได้รับการสนับสนุนและเจริญก้าวหน้าเท่าที่ควร

6) มักเกิดช่องว่างในด้านความรู้ความเข้าใจระหว่างผู้บริหารกับบุคคลผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานนั้น เพราะความรู้ ความเข้าใจ พื้นฐานประสบการณ์ไม่เท่ากันทำให้มีข้อขัดแย้งทางด้านความคิด มีปากเสียง ทะเลาะวิวาทการดำเนินงานมีอุปสรรคไม่ราบรื่น

7) เกิดการแข่งขันในทางบริหาร ธุรกิจ การดำเนินงานที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน อีกฝ่ายหนึ่งสามารถสร้างความสัมพันธ์ ความเชื่อถือจากประชาชนมากกว่าอีกแห่งหนึ่ง ทั้งๆ ที่เป็นสินค้าและบริการเช่นเดียวกัน หรือมีการให้ร้ายป้ายสีจากฝ่ายตรงข้ามเพื่อแย่งชิงผลประโยชน์กัน

8) ผู้บริหารตลอดจนผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงาน สถาบัน ต้องการคำแนะนำ ในการประพฤติปฏิบัติ เพื่อปรับปรุงคนให้เหมาะสมต่อสาธารณชน ในด้านความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อให้สามารถปฏิบัติการผสมผสานเป็นอย่างดีกับประชามติและความต้องการของมหาชนในสังคมนั้น เพื่อให้เป็นผลดีต่อการดำเนินงานและสถาบันนั้น ๆ

ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์ต่อการบริหาร

การประชาสัมพันธ์มีประโยชน์ต่อหน่วยงานบริหารหลายประการ

1) ช่วยเพิ่มความเชื่อถือ เลื่อมใส ศรัทธาให้แก่ตัวบุคคล คือ ผู้บริหาร หรือแก่ธุรกิจ หรือสถาบันนั้น

2) ธุรกิจเล็ก ๆ มักขาดความเชื่อถือ ผู้บริโภคซื้อเพราะเชื่อในตัวผู้ขาย คือ ตัวพนักงาน ถ้าเพิ่มประชสัมพันธ์กับสถาบัน จะก้าวหน้ายิ่งขึ้น

3) ธุรกิจขนาดใหญ่ ภาพพจน์ ความมั่นคง ความน่าเชื่อถือ มีส่วนสำคัญมากในการประชาสัมพันธ์

4) การประชาสัมพันธ์ ถ้าใช้อย่างเสมอต้นเสมอปลาย จะเป็นสิ่งเปิดทางให้มีการติดต่อสื่อสารธุรกิจเพิ่มขึ้น ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น กว้างขวางขึ้น รวดเร็ว ว่องไว โอกาสเสี่ยงน้อยเพราะข่าวของการประชาสัมพันธ์เป็นความจริง จึงทำให้สิ่งที่เผยแพร่และทุกสิ่งทุกอย่างเป็นความจริงไปคืบ

5) การประชาสัมพันธ์ จะทำให้ประชาชนจดจำ จะเกิดความต้องการในบริการที่ดีของสถาบัน หน่วยงาน ห้างร้าน เป็นการช่วยสร้างความจดจำและประทับใจได้ดีกว่า

6) ทำให้มองเห็นโอกาสที่จะสร้างความนิยม ชื่อเสียง เกียรติคุณ เพื่อให้เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา แก่องค์กร สถาบัน หน่วยงาน บริษัท ห้างร้าน เพื่อบริการสังคมได้ดีขึ้น

7) มองเห็นภัยที่จะคุกคามงาน และเสถียรภาพของหน่วยงาน อันเกิดจากกระแสประชามติ

8) สามารถมองเห็นทางเลือกและแนวคิดใหม่ๆ แปลกๆ ในการนำหน่วยงานให้รู้ตหน้า บริการสังคมได้ดีกว่า โดยที่ผู้อื่นมองไม่เห็น

9) สามารถแก้ไข ใช้ประโยชน์ และประสานแนวความคิดทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคล ที่มาในทิศทางต่างๆ ให้ไปสู่เป้าหมายการประชาสัมพันธ์อันเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่ได้ตั้งไว้

10) เพื่อปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการให้สูงขึ้น

11) เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

12) เพื่อลดค่าใช้จ่าย ลดต้นทุนในระยะยาว

ประกอบอาชีพอย่างเดียวไม่พอ ต้องสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ควบคู่ไปด้วย ขายสินค้าอย่างเดียวไม่พอ ต้องขายความซื่อสัตย์ สุจริต ความพึงพอใจแถมไปด้วย

กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ (Strategy) เป็นศิลป์และศาสตร์ของการพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ การใช้ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม จิตวิทยา เพื่อให้เกิดการสนับสนุนอย่างสูงสุดต่อนโยบาย รวมของหน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชอบพอ มีสมัครพรรคพวกที่ให้การสนับสนุน เพื่อเพิ่มโอกาสให้ได้รับชัยชนะและลดโอกาสของความเสียหายพ่ายแพ้ให้น้อยลงที่สุด เพื่อรักษาเป้าหมาย วัตถุประสงค์ด้านต่างๆ ของหน่วยงาน ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหมดจะต้องนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพ เพื่อเพิ่มผลประโยชน์ของหน่วยงาน ในแง่ของการประชาสัมพันธ์ คือ ใช้ข่าวสาร ความคิด จิตวิทยา วิธีการดำเนินการสื่อสารใดๆ ที่ผสมผสานกันอย่างมีผลและระบบที่ดี เพื่อให้เกิดผลโน้มน้าวใจ ต่อแนวความคิด อารมณ์ ทัศนคติ พฤติกรรมใดๆ ของประชาชน ไม่ว่าจะเป็ทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อให้เกิดความกดดันให้แก่ฝ่ายตรงข้าม ทั้งด้านการเมือง การทหาร ตลอดจนกระทั่งถึงการทูต ผู้แทน ผู้ประสานงาน ใกล้เกลี่ยที่จะทำให้เกิดการปรองดอง

การประชาสัมพันธ์จะมีพลังอำนาจร้ายแรง ก็อยู่ที่การจัดระดม ทรัพยากรที่กระจัดกระจายไม่เป็นระเบียบ การจัดกลยุทธ์ให้ถูกต้องเหมาะสม ใช้ เทคโนโลยี ทรัพยากรธรรมชาติ ความคิด (Ideas) อันทรงพลัง การประชาสัมพันธ์จึงจะอำนวยความสะดวกต่อนโยบายสูงสุดของหน่วยงาน

การเรียนรู้ถึงกลไกของปืน การใช้ปืนอย่างถูกต้องหลักวิธีการการมองเห็นและเล็งปืนไปยังเป้าหมาย ย่อมมีโอกาายังถูกเป้าหมายได้อย่างได้ผลและมีความแม่นยำกว่าฉันทัด การประชาสัมพันธ์ที่มีเป้าหมายและกลยุทธ์ก็ฉันทัดนั้น การยิงปืนที่สายกราดปราศจากเป้าหมายทิศทางและยุทธศาสตร์ย่อมไม่ถูกเป้าหมายได้ผลสิ้นเปลือง การทำการประชาสัมพันธ์ที่เพียงแต่ทำออกไปเผยแพร่ออกไป ไม่ได้ตั้งเป้าหมายว่าทำไปเพื่อหวังอะไร ทำทำไม ทำอย่างไร ด้วยสื่ออะไรบ้าง ก็จะเหมือน

การกราดปืนกลขึ้นไปบนท้องฟ้า จะมีแต่เสียงปืนดังสนั่นหวั่นไหว แต่ไม่ถูกเป้าหมาย ไม่ได้ผลและสิ้นเปลือง

ผู้ที่ประชาชนสัมพันธ์จึงต้องศึกษาเรียนรู้กลไก ต้องฝึกให้เกิดทักษะความชำนาญ รวมทั้งการใช้ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ การพัฒนาแผนและการสื่อสารของการ ประชาสัมพันธ์ให้ลึกล้ำและแยบยลด้วย การประชาสัมพันธ์จึงจะได้ผล

กลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาการประชาสัมพันธ์

เมื่อหน่วยงาน บริษัท ห้างร้าน เกิดวิกฤติการณ์ จากข่าวลือ ถูกโจมตี ให้อาย ป้ายสี ต้องถือว่าเป็นลักษณะงานธรรมชาติของการประชาสัมพันธ์ที่ต้องดำเนินการ แก้ไข อาจพิจารณากระทำได้ ดังนี้

1) พิจารณาลักษณะของปัญหาว่าเป็นเรื่องที่สำคัญ จะลุกลามใหญ่โตเสียหาย ต่อหน่วยงานมากหรือน้อย หรือเป็นปัญหาล็กน้อย ไม่สำคัญ อย่างนี้จะต้องแก้ไขไป ตามลักษณะของปัญหา ใช้ความคิดและไหวพริบของทีมประชาสัมพันธ์ บางทีต้อง ยืดหยุ่น มีการปรับแผนเดิมบ้าง โดยระดมผู้เกี่ยวข้องวิเคราะห์สถานการณ์ วางแผน และดำเนินกลยุทธ์

2) เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น ไม่ควรรอนาน ควรรีบแก้ไขทันที เพราะการแก้ไขทันที จะช่วยหยุดไม่ให้ปัญหาลุกลามได้ การแก้ไขในระยะแรกและรีบด่วนจึงมีความ สำคัญ ข้อมูลต้องพร้อม แต่ถ้ามักไม่ดี ไม่รัดกุมรอบคอบ และขจัดความสงสัยได้ทันที อาจทำให้ปัญหานั้นลุกลามและวิกฤติได้ ทำให้ต้องทำงานประชาสัมพันธ์กัน ยืดเยื้อยาวนาน ทั้งเหนื่อยและสิ้นเปลือง

3) การแก้ข่าว ชี้แจง ต้องใช้ความจริง มีหลักฐานที่เชื่อถือได้อย่างเด่นชัด อย่าใช้วิธีพูดกลบเกลื่อน คลุมเครือ หรือแก้ตัวให้ประชาชนจับได้ สงสัย (ไปน้ำจุ่นๆ) เป็นอันขาด จะไม่ได้ผล เป็นอันตรายและสิ้นเปลือง

4) ควรรีบแก้ไขทำให้คนภายในหน่วยงานได้เข้าใจเสียก่อน เพราะเป็นกลุ่มที่จะเข้าใจปัญหาและเหตุการณ์ได้เร็ว กว่าคนภายนอก และมีความลึกซึ้งในปัญหามากกว่าคนภายนอก เป็นกลุ่มที่มีจำนวนไม่น้อยที่จะช่วยทำความเข้าใจกับคนภายนอก เมื่อถูกซักถาม ต้องให้ช่วยทำความเข้าใจและกระจายความจริงออกไปให้มากที่สุด นับว่าเป็นสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพเพื่อเป็นการกลบข่าวลือที่ไม่จริง ให้ลดน้อยลง เป็นการออกไปด้านกระแข่าวลือที่จะโหมกระพือเข้ามา

5) รีบทำข่าว แลลงข่าวจริง ให้สื่อมวลชนทราบโดยเร็วที่สุด เพราะบรรดาสื่อมวลชน เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ จะเป็นผู้เสนอข่าวกันกับประชาชนอยู่เป็นประจำทุกวัน เมื่อสื่อมวลชนทราบความจริง กระแข่าวลือที่จะโหมกระพือเข้ามา จะได้ลดน้อยลง ในข้อนี้การติดต่อสัมพันธ์และช่องทางของสื่อมวลชนต้องดำเนินการ สื่อมวลชนสัมพันธ์ไว้ตลอดเวลา

กลยุทธ์ชั้นเชิงในการประชาสัมพันธ์อาจแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ

1) การดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรับ คือ บางเรื่องที่เป็นเรื่องแจ้งชัด ไม่ใช่เรื่องสำคัญ เสียหายมากมายใหญ่โต เราอาจแถลงความจริงเชิงขอความเห็นใจ หรือให้เห็นเป็นเรื่องธรรมดา ไม่เสียหาย คือ ยอมรับความผิดพลาดบกพร่องชี้แจงทำความเข้าใจดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแล้วแจ้งให้ประชาชนทราบ หรือในกรณีที่ต้องการรอเวลาให้เรื่องรุนแรงผ่านไปและค่อยคลายลงไปก่อน

2) การดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามปกติ ดำเนินการไปเรื่อยๆ คือ ทำเงียบหรือเฉยเสีย ในกรณีเช่นนี้บางเรื่องเป็นเรื่องราวที่ประชาชนประจักษ์ชัดที่ไม่จริงตามคำกล่าวหา หรือเป็นเรื่องที่เหตุการณ์ได้ปรับหรือแก้ไขในตัวของมันเองได้ หรือเป็นเรื่องที่ประชาชนไม่สนใจ ไม่ให้ความสนใจเรื่องลักษณะอย่างนี้ เราดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปตามปกติ อาจเพิ่มกิจกรรมนำชมกิจการ หรือเผยแพร่กิจกรรมกิจการให้ดีขึ้นก็พอแล้ว

3) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ในบางเรื่อง บางเหตุการณ์ บางกลุ่มอาจต้องใช้วิธีการรวดเร็ว รุนแรง คือ ใช้วิธีการ ปฏิเสธ ชี้แจง คอบโต้ ทั้งนี้จะต้องพิจารณาลักษณะของเหตุการณ์ สถานการณ์ฝ่ายตรงข้าม ความจำเป็นการใช้เชิงรุกเพียงไร หรือบางทีการดำเนินแบบตามปกติแต่ให้ก้าวหน้าไปมากๆ ชี้นำไปก่อนที่ประชาชนจะคิด ให้กลุ่มประชาชนหรือกลุ่มต่อต้านตามไม่ทัน ได้แย้งหรือขัดขวางไม่ได้ ก็ถือได้ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

กลยุทธ์ทั้ง 3 ประเภทของการประชาสัมพันธ์ต้องทำสลับกันไป บางช่วงอาจจะต้องใช้เชิงรุก บางช่วงต้องเฉย บางครั้งเกิดวิกฤตการณ์รุนแรง ถูกโจมตีหลายด้าน หากทางรุกไม่ได้ก็ต้องตั้งรับ บางครั้งได้คอบโต้ก็ต้องโต้ตอบไปบ้าง หรือจะต้องดำเนินการไปเรื่อยๆ เพื่อรอให้สถานการณ์ปรับตัวเอง การจะปรับอย่างไร ตอนไหน ใช้วิธีอะไร ก็ต้องอยู่ที่การตัดสินใจของคณะบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบ จะเห็นว่าคลื่นการดำเนินการประชาสัมพันธ์จะไม่นิ่งและราบเรียบ การเงียบเฉย เงียบหาย ไม่ทำอะไรทั้งนั้น คงจะไม่ใช้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ดี (ทะเลย์อมจะไม่ปราศจากคลื่นและลม)

ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ต้องพยายามจูงใจ และสร้างเสริมความเข้าใจ ให้ความรู้ในแง่มุมและรูปแบบต่างๆ แก่ประชาชนเป้าหมาย แต่ถึงกระนั้นก็ตามมิได้หมายความว่าประชาชนจะเข้าใจ คล้อยตาม เห็นด้วย โดยไม่มีความขัดแย้งเลยก็หาไม่ ในกลุ่มของผู้ที่มีความคิดเห็น ได้แย้งเห็นด้วยกับหลักการ หรือการประชาสัมพันธ์อาจแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

1) กลุ่มผู้มีความรู้ มีประสบการณ์ มีความหวังดี มีความเป็นธรรม เมื่อเราชี้แจงทำความเข้าใจดำเนินการประชาสัมพันธ์ไป เขาอาจอยู่เฉยไม่แสดงการต่อต้าน เขาอาจมีข้อเสนอแนะที่ถูกต้องกว่าสิ่งที่เรดำเนินการไป หรือขัดแย้งที่เห็นว่าการนำไปปฏิบัติไม่เกิดผล ต้องมีการปรับปรุงแก้ไข พวกนี้เราต้องการฟังเขา ฟังเหตุผลของเขา เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

2) กลุ่มผู้ที่ไม่มีความรู้ที่โต้แย้ง ขัดแย้ง เพราะยังขาดความรู้ ความเข้าใจ อาจเป็นเพราะการประชาสัมพันธ์ไม่กว้างขวาง ทัวถึง พวกนี้เราต้องชี้แจงเพิ่มเติมทำความเข้าใจให้ละเอียดเพิ่มขึ้น ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นให้ทั่วถึง หรือลึกซึ้งมากขึ้นอีก

3) พวกที่รู้แล้วแต่แกล้งทำเป็นไม่รู้ อาจจะเป็นเพราะเสียผลประโยชน์ ต้องการขัดขวางการดำเนินการ ถั่นแถ้ง ก่อถวน พวกนี้ต้องใช้มวลชน กลุ่มคนที่เข้าใจ เข้าผลักดันเปิดโปง ฟ้องมวลชน ให้เป็นคลื่นลูกใหญ่กลับไป

กลุ่มที่ 3 นี้ ส่วนมากจะมีจำนวนน้อย เมื่อก่อนที่ 1 และที่ 2 เข้าใจและรู้เรื่องดีแล้ว กลุ่มที่ 3 มักไม่กล้า เพราะปลุกกระดมไม่ขึ้น ไม่มีใครเชื่อถือร่วมมือด้วย

ลักษณะการประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ดีควรมี 2 ลักษณะ คือ

1) การประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่เจ้าหน้าที่ในหน่วยงาน ให้รู้เหมือนกันและเข้าใจเป็นแนวทางเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการช่วยประชาสัมพันธ์ต่อในลักษณะสื่อ บุคคล เนื่องจากความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน มิใช่จะสำเร็จโดยนักประชาสัมพันธ์เพียงฝ่ายเดียว แต่เป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ทุกคนในหน่วยงานด้วย

2) การประชาสัมพันธ์ภายนอก เพื่อให้ประชาชนและผู้เกี่ยวข้องได้ข้อมูลข่าวสารได้รับความรู้และเข้าใจ รวมทั้งมองภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงานยอมรับ ร่วมมือสนับสนุนหน่วยงาน

งานที่นักประชาสัมพันธ์นิยมทำกันอย่างแพร่หลายในขณะนี้ก็คือการประสานติดต่อกับสื่อมวลชน เพื่อเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงานแก่ประชาชนทั้งนี้ เพราะสื่อมวลชนแต่ละประเภทสามารถถ่ายทอดข่าวสารไปถึงมือผู้รับในระยะเวลาที่รวดเร็ว และครอบคลุมอาณาบริเวณกว้างขวาง อาทิ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และ

โทรทัศน์ ซึ่งล้วนแต่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและความเป็นอยู่ของประชาชน ถ้าจะกล่าวตามข้อเท็จจริงแล้วเครื่องมือสื่อสารเหล่านี้มีประโยชน์ในการเผยแพร่ข่าวมาก แต่งานประชาสัมพันธ์ก็หาได้ยุติลงเพียงเท่านั้นตามที่หลายๆ คนเข้าใจกัน

บางครั้งเราจะพบเห็นนักประชาสัมพันธ์จะเป็นคนสวย และบางคนสำคัญตัวเองผิดไปว่าการมีหน้าตาสะสวยเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งยวดในงานของตน ช่วยทำให้ตนมีเสน่ห์เป็นที่ติดตาต้องใจของผู้พบเห็น และบางคนมีความเห็นว่าการมีรูปร่างหน้าตาดีย่อมช่วยส่งเสริมให้ผู้คนอยากคบค้าสมาคมด้วย ซึ่งความเป็นจริงแล้วหากนักประชาสัมพันธ์ที่มีหน้าตาสะสวย สะดุดตา ถ้าขาดกริยามารยาท ขาดความสัมพันธ์กับผู้คน และขาดความคิดริเริ่มแล้วงานประชาสัมพันธ์จะก้าวไปสู่เป้าหมายได้อย่างไร

การเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อมวลชน และการต้อนรับผู้มาติดต่อหรือความมีบุคลิกภาพดีของนักประชาสัมพันธ์ล้วนแต่เป็นส่วนหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์เท่านั้น งานประชาสัมพันธ์ที่แท้จริงนั้น มีสิ่งสำคัญต่างๆ อีกมากมาย เช่น

1) งานประชาสัมพันธ์นั้น เจ้าหน้าที่ทุกคนในหน่วยงานจะต้องทำตัวเป็นนักประชาสัมพันธ์ด้วย ซึ่งเจ้าหน้าที่ทุกคนไม่สามารถหลีกเลี่ยงหน้าที่ในการกระจายข่าวได้ เนื่องจากการกระจายข่าวของเจ้าหน้าที่เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานได้ทางหนึ่ง ฉะนั้นเจ้าหน้าที่ทุกคนในหน่วยงานจึงต้องทำตัวเป็นกระบอกเสียงในการเผยแพร่ชื่อเสียงของหน่วยงานให้ชาวบ้านทราบด้วย รวมทั้งนำเอาปฏิกริยาและข้อเสนอแนะของประชาชนเสนอให้บุคคลที่เกี่ยวข้องในหน่วยงานได้รับทราบเพื่อทำการปรับปรุงผลงานให้ดีขึ้น สำหรับการเผยแพร่ข่าวสารนั้นสามารถทำได้หลายวิธี เช่น ในลักษณะการพูดคุย สร้างความสัมพันธ์ด้วยตนเอง หรือการอาศัยสื่อต่างๆ ช่วยในการเผยแพร่ข่าวสาร เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร ฯลฯ เป็นต้น

2) งานประชาสัมพันธ์จะต้องมีการวางแผนงานและมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งตามหลักจิตวิทยาแล้วความสนใจของมนุษย์เรา จำเป็นจะต้องได้รับการกระตุ้นและเราใจอย่างสม่ำเสมอและกระทำเป็นระยะๆ เวลายาวนานตัวอย่าง เช่น ถ้าเราได้ยินเสียงกลองเพียงหนึ่งครั้งเราอาจจะไม่สนใจว่ามีผลอะไรตามมา แต่ถ้าเสียงกลองดังติดต่อกันเป็นเวลานานผู้ฟังย่อมเกิดความอยากรู้ อยากเห็นว่าผู้ตีกลองมีจุดมุ่งหมายอะไร เขาจะสลับตีรับฟังเหตุการณ์ด้วยความเอาใจใส่ ซึ่งงานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีวัตถุประสงค์ที่จะเสริมสร้างชื่อเสียง และภาพพจน์ของหน่วยงาน จึงจำเป็นต้องมีแผนงานระยะยาวและกระทำสม่ำเสมอสืบเนื่องกันไป เพื่อให้ประชาชนรับทราบและติดตามอยู่เสมอ เราคงจะเห็นว่างานที่นิยมทำกันโดยมากมักจะเป็นกิจกรรมช่วยเหลือชุมชน เช่น แจกทุนการศึกษา สร้างกุศล ส่งเสริมการศึกษา ฯลฯ ผลงานดังกล่าวถ้าได้รับการสนับสนุนให้กระทำสืบเนื่องกันไปเป็นปีๆ ก็จะอยู่ในสายตาของผู้พบเห็น บังเกิดความนิยมชมชอบเป็นผลให้ประชาชนมองหน่วยงานในภาพพจน์ที่ดี และสถาบันหรือหน่วยงานก็จะเป็นที่กล่าวขวัญกันแพร่หลาย

3) การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์ ความเข้าใจ เป็นที่ยอมรับกันว่าเป็นงานหลักอย่างหนึ่งของนักประชาสัมพันธ์ เราจะเห็นว่าความขัดแย้งต่างๆ ที่เกิดขึ้นต่างๆ เช่น ปัญหาแรงงานในโรงงาน ทำให้ผู้ใช้แรงงานรวมตัวกันประท้วงเพื่อเรียกร้องข้อเสนอด่างๆ หรือข้อขัดแย้งระหว่างพนักงานหรือหัวหน้ากับพนักงานในบริษัทต่างๆ ปัญหาเหล่านี้เนื่องมาจากนายจ้างกับลูกจ้าง หรือลูกจ้างด้วยกันเองไม่มีความสำคัญและเข้าใจกันดีพอจึงทำให้เกิดกรณีพิพาทระหว่างทั้งสองฝ่ายเป็นประจำ นักประชาสัมพันธ์มีส่วนสำคัญที่สามารถเป็นคนกลางที่จะเข้าไปไกล่เกลี่ยระหว่างคู่กรณีให้เข้าใจกันโดยใช้ความจริงและข้อเท็จจริงในการสร้างความเข้าใจ

4) การประชาสัมพันธ์จะต้องตระหนักถึงผลประโยชน์ของทั้งสองฝ่าย หน่วยงานทางธุรกิจมีผลผลิตทางการค้า โดยประชาชนเป็นผู้บริโภค ประชาชนมักมองบริษัทต่างๆ ในแง่ดีถ้าไรเกินควรงานประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยลบ

ความคิดเห็นดังกล่าว บริษัทหลายแห่งจึงสนับสนุนและมองเห็นผลดีของงานประชาสัมพันธ์ กิจกรรมช่วยเหลือชุมชนนับเป็นผลงานที่ช่วยให้ประชาชนเข้าใจว่าบริษัทมิได้หวังแค่ผลประโยชน์ของตนเองแต่ฝ่ายเดียว แต่ได้คำนึงถึงความเดือดร้อนของชุมชนเสมอ จึงได้มีนโยบายให้การสนับสนุนเท่าที่จะทำได้ กล่าวได้ว่าบริษัทได้ชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีจากกิจกรรมการช่วยเหลือแต่ชุมชนก็ได้รับความอนุเคราะห์ทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจเช่นกัน

5. งานประชาสัมพันธ์กับมติมหาชนจะต้องคำนึงควบคู่กันไป นักประชาสัมพันธ์จะต้องรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนเสมอ การคำนึงความคิดเห็นของคนส่วนมากจะก่อให้เกิดปฏิกิริยาจากกลุ่มชน เช่น การชุมนุมประท้วง ความวุ่นวายและการขาดความสามัคคีในกลุ่มชนก็จะเกิดขึ้น ซึ่งไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของงานประชาสัมพันธ์ที่ต้องการสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน มติของพนักงานที่รวมตัวกันประท้วงในที่ทำงานแห่งหนึ่ง ถ้าหากเราสืบทราบที่เกิดจากเสียงส่วนใหญ่ไม่ชอบหัวหน้าคนงาน เราจำเป็นต้องยอมรับมติมหาชนที่ว่านี้ โดยดำเนินการปรับปรุงให้สอดคล้อง อาจเปลี่ยนตัวหัวหน้าคนงานหรือชี้แจงให้เป็นที่เข้าใจกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจดีต่อกัน

หัวใจของงานประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ คือ

- 1) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการให้ความรู้ จะต้องทำเป็นประจำต่อเนื่อง เพื่อให้การสร้างความเข้าใจไม่ขาดตอน
- 2) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนั้น จะต้องทำในลักษณะที่มีความจริงใจและเป็นข้อเท็จจริง ถ้าขาด 2 อย่างนี้ จะเป็นการโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ควรคำนึงและระมัดระวังให้มาก
- 3) จะต้องรับฟังปฏิกิริยาและความคิดเห็นของสื่อมวลชนและประชาชนอย่างสม่ำเสมอ

4) จะต้องมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง โดยใช้ทั้งศาสตร์ ทั้งศิลป์ เนื่องจากเป็นเรื่องเกี่ยวกับจิตใจความรู้สึกนึกคิด และทัศนคติของคน ซึ่งจะต้องดำเนินการเป็นขั้นเป็นตอน อย่างต่อเนื่อง

5) การประชาสัมพันธ์งานใด งานหนึ่ง จะต้องคำนึงถึงประโยชน์ของหน่วยงานและประชาชนควบคู่กันไป มิใช่เพื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

สิ่งที่ทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ

1) ตัวผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์

- มีความรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นในลักษณะหลากหลาย ใช้สื่อทุกประเภท

- รู้จักมนุษยสัมพันธ์เพื่อเข้ากับทุกฝ่าย เช่น สื่อมวลชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง (ในการหาข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์)

- มีความเชื่อมั่นตนเอง กล้าตัดสินใจทำอย่างรวดเร็ว แก้ปัญหาทันเหตุการณ์ รู้จักวิเคราะห์วางแผนดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้มีการประชาสัมพันธ์งานทุกขั้นตอน

- มีความขยันเสียสละ ติดตามงาน และอุทิศเวลาแม้วันหยุดราชการ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ใครได้เริ่มก่อนจะเป็นผู้ได้เปรียบ

- ประการสำคัญผู้ร่วมงานจะต้องมีคุณภาพตามที่กล่าวข้างต้นด้วย เพราะการประชาสัมพันธ์จะต้องทำเป็นทีม จะทำลำพังคนเดียวเป็นไปไม่ได้ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นต้องใช้สื่อทุกประเภท และใช้วิธีการประชาสัมพันธ์หลากหลาย เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างกว้างขวางทั่วถึง

2) เงินหรืองบประมาณดำเนินงาน

เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคเทคโนโลยีในการแข่งขันด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง เพื่อดึงดูดความสนใจจากประชาชน และกลุ่มเป้าหมายทำให้

การผลิตสื่อต่างๆ ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูงซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งจะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้นำหรือผู้บริหารของหน่วยงานในค่านงบประมาณ ที่จะทำให้การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

3) ตัวผู้บังคับบัญชา

หากทำตัวเป็นนักประชาสัมพันธ์ จะมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี เช่น การให้สัมภาษณ์ หรือแถลงข่าว

4) ใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย

ซึ่งจะมีผลทำให้การผลิตข่าวสารรวดเร็ว มีคุณภาพและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทันเหตุการณ์ ทันต่อการรับรู้ของประชาชนในสังคมปัจจุบัน ที่เป็นยุคของข่าวสาร

5) ไม่ควรละเว้นการใช้สื่อบุคคล

เจ้าหน้าที่ในองค์กรจะต้องเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ และหน่วยงานจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่ดี เพื่อให้ทราบข้อมูลเหมือนกันซึ่งจะทำให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นแนวทางเดียวกัน และบุคคลในหน่วยงานจะต้องคำนึงว่ากรบริการเป็นการประชาสัมพันธ์อย่างหนึ่ง เช่น การจัดหน่วยเยี่ยมชมประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายตามแต่โอกาส หรือเหตุการณ์จะเป็นสิ่งสร้างขวัญกำลังใจแก่ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายและเป็นสิ่งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงานด้วย

6) จะต้องมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

เช่น การจัดให้มีการแถลงข่าวเป็นประจำทุกสัปดาห์ จัดทำข่าวแจกทุกวัน

7) การเขียนข่าว และการจัดทำข่าวแถลง

ควรคัดเลือกข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชน เป็นประโยชน์ต่อประชาชนหรือประชาชนสนใจขณะนั้น ที่สำคัญจะต้องทำข่าวให้คนสนใจ ซึ่งองค์ประกอบที่ควรคำนึงในการทำข่าว คือ

- (1) ความใหม่สดของข่าว
- (2) ผลกระทบจากข่าว (ต่อผู้รับข่าวสาร)

- (3) ความเด่น (บุคคล สถานที่ สิ่งของ เป็นต้น)
- (4) ความผิดปกติ
- (5) ความขัดแย้ง
- (6) ความก้าวหน้า
- (7) การค้นพบสิ่งใหม่
- (8) เกี่ยวกับความชอบธรรมในสามัญสำนึกของมนุษย์
- (9) ข่าวที่ควรจัดทำในหลายแบบ (ขนาดสั้น ยาว เป็นต้น) เพื่อความ

เหมาะสมของแต่ละสื่อที่จะใช้ในการเผยแพร่

สิ่งที่ควรคำนึงในการประชาสัมพันธ์ในระบบราชการ คือ

1) ควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทุกประเภท ในการเผยแพร่ข่าวสารทั้งของ ภาคราชการและภาคเอกชนโดยคำนึงการอย่างต่อเนื่อง และคำนึงถึงสื่อชนิดใด สามารถเข้ากับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดก็พยายามเน้นใช้สื่อชนิดนั้นให้มาก เช่น ในเขตเมือง พยายามใช้สื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และสื่ออื่นทุกประเภท ทั้งการจัดทำคัลเดอาร์ท ป้ายผ้าประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ สำหรับในเขตชนบท ซึ่งห่างความเจริญและการคมนาคมไม่สะดวกนั้นควรเน้นใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง หอกระจายข่าว ประจำหมู่บ้าน หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ โครงการเยี่ยมเยียนประชาชน เป็นต้น

2) ผู้ที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานจะต้องสามารถเข้าถึงผู้บริหารของหน่วยงาน เพื่อให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นไปตามนโยบาย และได้รับการยอมรับจากผู้บริหาร ซึ่งเป็นผู้นำของหน่วยงาน

ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นความหมายในการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรหรือสถาบันกับประชาชน ซึ่งต้องมีการหาข้อมูลและความคิดเห็นของทั้งสองฝ่าย เพื่อนำมาใช้ประกอบในการวางแผนประชาสัมพันธ์ ดังนั้น

หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ก็คือ หน้าที่การเป็นผู้ฟัง ผู้ติดต่อสื่อสาร เป็นที่ปรึกษา และเป็นผู้ประเมินผลตามโครงการนั้น ๆ

ขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพนี้ สามารถนำไปใช้ได้กับแผนกประชาสัมพันธ์ทุกลักษณะ และทุกวัตถุประสงค์ โดยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ คือ

1. การวิจัย - การรับฟัง (Research - Listening) เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ นักประชาสัมพันธ์ได้รู้เกี่ยวกับ สถานภาพ ปัญหา และภาพพจน์ของงานประชาสัมพันธ์ขององค์การ ในขณะเดียวกัน ก็เป็นการรู้จักประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การว่า หัสนคติ ตลอดจนพฤติกรรมต่อ องค์การอย่างไร เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการกำหนดนโยบายและการวางแผนงาน ประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การวิจัย - การรับฟังนี้ ยังทำให้การ ประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารที่สมบูรณ์ เปิดโอกาสและให้ความสัมพันธ์ต่อผล สะท้อน (Feed - Back) ของผู้รับสาร เรียกว่าเป็นการสื่อสารสองทาง (Two - Way Communication)

การเก็บข้อมูลในขั้นตอนการวิจัย - การรับฟัง สามารถกระทำได้ 2 วิธีคือ

1) การสำรวจข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการตรวจสอบข้อมูลจาก เอกสารและบุคคลต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์การ ข้อมูลภายในองค์การ ได้แก่ เอกสารรายงานการประชุม รายงานวิเคราะห์ วิจัยของฝ่ายการตลาด รายงานประจำปี หรือคำติชมจากพนักงานในเรื่องต่าง ๆ ส่วนข้อมูลภายนอกสถาบัน ได้แก่ ข่าวสารจาก หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ การประชุมสัมมนา การพบปะพูดคุยกับบุคคลต่าง ๆ อย่างไม่เป็นทางการ เป็นต้น

2) การสำรวจข้อมูลอย่างเป็นทางการ เป็นการตรวจสอบข้อมูลจากเอกสาร และบุคคลต่าง ๆ เช่นเดียวกัน แต่การให้ได้มาซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีการตั้งวัตถุประสงค์ และมีแผนการในการดำเนินการสำรวจอย่างรอบคอบและเป็นระบบ โดยใช้วิธีการทาง

๒

เลขเรียกหนังสือ.....
เลขทะเบียน..... ๒๔๘
วันที่..... ๑๕ ๕ ๖- ๒๕๖๓

วิทยาศาสตร์ (Scientific Method) หรือการวิจัยมาช่วยในการเก็บข้อมูลมีขั้นตอนในการวิจัย ดังนี้

- (1) การเลือกปัญหาในการวิจัยและการตั้งสมมติฐาน
- (2) การออกแบบการวิจัย
- (3) การเก็บข้อมูล
- (4) การวิเคราะห์ข้อมูล
- (5) การแปลผลข้อมูล

2. การวางแผน - การตัดสินใจ (Planning - Decision - Making) เป็นงานที่ต้องใช้วิจารณญาณและความรอบคอบ โดยจะต้องนำข้อมูลที่ได้จากตอนแรกมาวิเคราะห์ เพื่อกำหนดวิธีปฏิบัติและแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ให้การดำเนินงานมีความสอดคล้องกับข้อมูลนั้นและสามารถดำเนินต่อเนื่องไปจนบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยในแผนงานประชาสัมพันธ์นี้อย่างน้อยจะต้องระบุกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมทั้งกำหนดระยะเวลา และรายละเอียดอื่น ๆ ที่เหมาะสม

องค์ประกอบของแผนงานประชาสัมพันธ์นั้น ควรประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญดังต่อไปนี้

1) นโยบายหลักในการประชาสัมพันธ์ เป็นข้อความที่บอกถึงแนวทางในการปฏิบัติไปสู่ผลสำเร็จ อันเป็นวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ นโยบายหลักนี้มักกำหนดแนวทางกว้าง ๆ เพื่อสามารถปรับเปลี่ยนและตีความให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้จะเป็นนโยบายระยะสั้นหรือระยะยาวก็ได้

2) วัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ คือผลสำเร็จที่ต้องการจะได้เมื่อปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไปตามแผนแล้ว วัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์นั้นอาจระบุไปที่กลุ่มประชาชนเป้าหมายกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ หรือหลายกลุ่มก็ได้ แต่ต้องสามารถวัดความสำเร็จได้ตามที่ระบุไว้ในวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์

ได้ จะกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี) หรือระยะยาว (3 - 5 ปี) ก็ได้เช่นเดียวกับนโยบายการประชาสัมพันธ์

3) เป้าหมาย คือ หน่วยหรือเกณฑ์ที่สามารถกำหนดวัดได้ในการทำงานหรืออาจกำหนดเป็นเงื่อนไข เวลาที่งานจะต้องเสร็จสมบูรณ์ก็ได้ ในการปฏิบัติงานนั้นก่อนที่จะบรรลุเป้าหมายจะต้องปฏิบัติงานให้ครบตามเป้าหมายทั้งหมดที่ตั้งไว้ก่อน อย่างไรก็ตามในแผนงานประชาสัมพันธ์ของบางองค์การได้รวมเอาเป้าหมายกำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ด้วยเลย บางแห่งจะใช้ว่า “วัตถุประสงค์และเป้าหมาย”

4) กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ เป็นการกำหนดวิธีการ หลักการในการปฏิบัติตามแผนหลังจากที่ได้วางนโยบาย กำหนดวัตถุประสงค์และตั้งเป้าหมายของแผนการประชาสัมพันธ์แล้ว

5) แผนปฏิบัติงานหรือการดำเนินงาน หมายถึง รายละเอียดของแผนซึ่งประกอบด้วยโครงการ และกิจกรรมที่จะปฏิบัติตามกลยุทธ์ ตามเป้าหมายให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ และเป็นไปตามนโยบายการประชาสัมพันธ์ขององค์การ แผนปฏิบัติหรือแผนดำเนินงานนี้จะต้องประกอบไปด้วย

- (1) ชื่อแผนและ/หรือชื่อโครงการ
- (2) วัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผนปฏิบัติ
- (3) ผู้รับผิดชอบโครงการ
- (4) กลุ่มประชาชนเป้าหมายของแผนหรือโครงการ
- (5) กิจกรรมพร้อมรายละเอียดของกิจกรรมในโครงการ
- (6) สื่อที่จะผลิตหรือใช้เผยแพร่
- (7) ตารางกำหนดเวลาปฏิบัติงานตามขั้นตอนต่าง ๆ ของกิจกรรมและสื่อ
- (8) งบประมาณการที่จะใช้ในกิจกรรมและสื่อต่าง ๆ
- (9) ผลที่คาดว่าจะได้รับเมื่อได้ดำเนินการไปแต่ละขั้น
- (10) หน่วยหรือเกณฑ์การวัดผลรายงาน
- (11) หน่วยงานผู้ร่วมกิจกรรมหรือโครงการ

6) การติดตามประเมินผล เป็นการกำหนดวิธีการติดตามและประเมินผล การปฏิบัติงานเมื่อได้ปฏิบัติงานครบถ้วนตามแผนและโครงการแล้ว ซึ่งโดยปกติใน องค์ประกอบที่ 5 นั้นจะกำหนดวิธีในการติดตามและประเมินผล แผนหรือโครงการไว้ แต่ละแผนแต่ละโครงการแล้วการปรับแก้ไขทิศทางในการปฏิบัติงานนั้น ควรจะ กระทำในช่วงปฏิบัติงานหรือหลังปฏิบัติงานนั้น ๆ แล้ว แต่การติดตามประเมินผลใน ข้อนี้ หมายถึง การกำหนดเกณฑ์ในการวัดและสรุปผลการปฏิบัติงานตามแผนงานหลัก ว่าได้ปฏิบัติ ปรับปรุง แก้ไข และดำเนินการจนเป็นผลอย่างไร พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นข้อมูลในการวางหรือปรับนโยบาย กำหนดวัตถุประสงค์ตั้งเป้าหมาย ตลอดจนการเลือกใช้กลยุทธ์ในครั้งต่อไป

3. การติดต่อสื่อสาร - การปฏิบัติ (Communication - Action)

องค์ประกอบในการสื่อสาร ประกอบด้วย

- 1) ผู้ส่งสาร (Source หรือ Sender)
- 2) สาร (Message)
- 3) ช่องสารหรือสื่อ (Channel หรือ Medium)
- 4) ผู้รับสาร (Receiver)

ผลขององค์ประกอบทั้งสี่ คือ ผลของการสื่อสารและผลสะท้อนกลับ (Feedback)

กระบวนการสื่อสารจะเริ่มจากผู้ส่งสาร ส่งสารโดยผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร ซึ่งยังให้เกิดผลของการสื่อสารอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยผู้รับสารอาจสร้างปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งป้อนกลับมายังผู้ส่งสารได้ ซึ่งเมื่อผู้ส่งสารได้รับปฏิกิริยาสะท้อนกลับมาแล้ว อาจมีการแก้ไขสารใหม่และทำการสื่อสารอีกครั้งต่อไปก็ได้

ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในขั้นนี้ เป็นการติดต่อสื่อสารกับประชาชนโดยดำเนินงานตามแผนที่ได้ตั้งไว้ในขั้นตอนที่ 2 ใช้เครื่องมือและสื่อต่าง ๆ ในการติดต่อสื่อสารจากองค์การไปสู่ประชาชน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของแผนนั้นในขั้นนี้นับว่ามีความสำคัญมาก หากมีแต่แผนการประชาสัมพันธ์ แต่ในทางปฏิบัติกลับไม่กระทำการประชาสัมพันธ์ตามแผนที่ตั้งไว้ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็ยากที่จะประสบผลสำเร็จที่ตั้งไว้

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นการวัดผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ว่าที่ได้กระทำไปแล้วนั้น ได้ผลมากน้อยเพียงไร เป็นการหาข้อบกพร่องเพื่อนำไปประกอบการวางแผนการดำเนินงานครั้งต่อไป การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์โดยยึดเวลาเป็นหลักนั้นมี 4 ประเภท คือ

- 1) การประเมินผลก่อนการดำเนินการประชาสัมพันธ์
- 2) การประเมินผลระหว่างดำเนินการประชาสัมพันธ์
- 3) การประเมินผลเมื่อสิ้นสุดการดำเนินการประชาสัมพันธ์
- 4) การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ประจำปี

การประเมินผลการดำเนินงานด้านการสื่อสาร สามารถทำได้โดยการประเมินผลในส่วนการผลิตว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ได้ทำการเผยแพร่อะไรไปบ้าง การประเมินผล การส่งข่าวว่ามีการแจกข่าวภายหลังการผลิตแล้วเพียงไร การตัดข่าว (Press Clippings) เพื่อดูว่าข่าวสารที่ส่งไปได้รับความสนใจจากสื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ หรือไม่

ขั้นตอนการวางแผนประชาสัมพันธ์จึงอาจสรุปย่อ ดังนี้

- 1) การศึกษาวิเคราะห์สภาพปัญหา
- 2) การกำหนดประเด็น เรื่องราวปัญหาที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์
- 3) สร้างรูปแบบแนวของเรื่อง วิธีการประชาสัมพันธ์

- 4) กำหนดสื่อ วิธีการสื่อสาร กิจกรรม
- 5) กำหนดช่วงระยะเวลา
- 6) ดำเนินการ ตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไข
- 7) วิเคราะห์ความสัมฤทธิ์ ประเมินผล
- 8) ปรับปรุงแผน เพื่อการดำเนินการต่อไปเสริมเข้าไป

การตรวจสอบการดำเนินการประชาสัมพันธ์

- 1) สภาพกลุ่มชนและสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เช่น สมัยหนึ่งนิยมเรื่องราววิธีการกระทำอย่างหนึ่ง ต้องพยายามปรับตามไปบ้าง คอยตรวจตราอยู่เสมออย่าดำเนินการประชาสัมพันธ์แบบไม่ปรับที่เรียกว่า “แต่ล้านปี” การดำเนินการประชาสัมพันธ์ต้องปรับตามสมัยนิยมได้ คือ ศึกษาประชาชน ศึกษาสังคม ฯลฯ แต่ต้องให้นโยบายและวัตถุประสงค์ขึ้นเป็นหลักไว้
- 2) ตรวจสอบ วัตถุประสงค์ นโยบาย ว่าได้ดำเนินการตรงตามวัตถุประสงค์ นโยบายหรือไม่ ออกนอกกลุ่มออกทางไปหรือไม่ เพียงไร
- 3) ตรวจสอบสถาบัน หน่วยงาน บริษัท ว่าได้ดำเนินการตามที่ได้ประชาสัมพันธ์ตามนโยบายวัตถุประสงค์หรือไม่ มีการอำนวยความสะดวก การควบคุมที่ดีหรือไม่ ไม่ใช่ประชาสัมพันธ์ นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินการไปคนละทิศละทาง หรือดำเนินการดี แต่ไม่ประชาสัมพันธ์ จะต้องควบคุมอำนวยความสะดวกให้ไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกัน
- 4) การอำนวยความสะดวกประสานงานและควบคุมการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ให้ดำเนินการไปตามแผน ตามโครงการอย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ
- 5) ตรวจสอบกลยุทธ์วิธีการ สื่อ กิจกรรม ที่ใช้ว่าเหมาะสม หรือจะต้องมีการปรับปรุงแก้ไข คือ ดูว่าสามารถเข้าถึง อธิบาย ชี้แจงกับประชาชนให้ยอมรับได้เพียงใด

6) ตรวจสอบการวัดและประเมินผลการดำเนินการ วิธีการ สื่อกิจกรรม ประสิทธิภาพของการดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น สังเกต พูดคุยสลับตัวรับฟัง

7) คาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ที่จะเป็นผลดีและผลเสีย เพื่อส่งเสริมสนับสนุนและการแก้ไขความยุ่งยากที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้ข้อเสนอแนะ การแก้ไขแก่ผู้บริหารหรือดำเนินการแก้ไขการเอาใจใส่งานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารมีเพียงไร เพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้รัดหน้าอยู่เสมอ

การตรวจสอบการดำเนินการประชาสัมพันธ์ทั้ง 7 ข้อดังกล่าว จะต้องทำงานเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ต้องทำโดยอัตโนมัติ จึงต้องใช้ผู้ที่มีความรู้ ความสามารถในการทำงาน และจะต้องทำกันเป็นทีมงานประชาสัมพันธ์

วิธีการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์งานในการกิจนั้น มีวิธีการประชาสัมพันธ์มากมาย แล้วแต่จะพิจารณาว่า จะใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทใดในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวางและทั่วถึง ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์จะประกอบด้วย

ข่าว

- การจัดให้มีการแถลงข่าวเป็นประจำ...
- การจัดทำข่าวแจก
- ข่าวประกอบเสียง
- ข่าวโทรทัศน์

บทความ

รายการวิทยุ

รายการโทรทัศน์

หอกระจายข่าว

เสียงตามสาย

สิ่งพิมพ์และเอกสารเผยแพร่

- ไปสเตอร์
- แผ่นพับ
- แผ่นปลิว
- วารสารข่าว
- จดหมายข่าว
- อื่น ๆ

บอร์ดประชาสัมพันธ์

ป้ายประชาสัมพันธ์

- คัดเอาท์
- ป้ายผ้า
- ป้ายไม้/เหล็ก
- ป้ายอื่น ๆ

จัดนิทรรศการ

การแสดง

ประชุม สัมมนา อภิปราย สาธิต

หน่วยเคลื่อนที่

กิจกรรมรับฟังความคิดเห็นประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่น เช่น สื่อบุคคล สื่อมวลชน

การศึกษาถึง กลุ่มประชาชน เป้าหมายที่จะประชาสัมพันธ์ไปถึง ทำให้นัก
ประชาสัมพันธ์สามารถเลือกสื่อชนิดต่าง ๆ เพื่อถ่ายทอดข่าวสารนั้น ๆ ได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ และตรงตามกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์

1) ใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องช่วยในการเผยแพร่ (PUBLICITY) แจ้งความ ความจริง เสนอข่าว (News) ประกาศ (Declaration) ให้การศึกษา (To educate) เพื่อแจ้งข่าว คราว (To inform) ให้ความรู้ (Knowledge) ให้ความเข้าใจ (Understanding) ฯลฯ

2) ใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ สร้างเสริมความรู้ความเข้าใจ ฯลฯ อันดีและความสามัคคี ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในหน่วยงานในชาติ

3) ใช้สื่อเพื่อเป็นการสื่อสาร การฟังหรือหาข่าวสะท้อนกลับ (feed back) ของ ประชาชนในรูปของประชามติเกี่ยวกับการดำเนินงานของสถาบันและในเรื่องอื่น ๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขการดำเนินการ

4) ใช้การพูด การเขียน ก็เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเชื่อถือ และมุ่งหวังที่จะให้มี หรือเกิดการกระทำเป็นต้น

การใช้สื่อต่าง ๆ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ก็เพื่อ ได้รับประโยชน์ดังนี้

1) เพื่อก่อหรือสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประชาชน หรือลูกค้า

2) เป็นการดำเนินการเผยแพร่หน่วยงาน กิจกรรมในรูปต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชน ได้คุ้นเคย รับความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง

3) เพื่อเชิญชวนให้เกิดความสนใจ เพื่อแนะนำให้รู้จักผลิตภัณฑ์บริการแบบ ต่าง ๆ ใหม่ ๆ เพื่อให้ประชาชนได้ทดลองใช้หรือรับบริการ

4) เพื่อกระตุ้นความต้องการของประชาชนที่จะใช้หรือซื้อบริการ เสนอและ แนะนำบริการในรูปต่าง ๆ แก่ผู้ที่ยังลังเลใจ

5) เพื่อต้องการรักษาและกระตุ้นเตือนให้ประชาชน ระลึกถึงชื่อเสียง เอกลักษณ์ ัตถลักษณ์ คำขวัญ คุณงามความดี ฯลฯ ของหน่วยงานอยู่เสมอ

6) เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ ผลงาน กิจกรรม ที่เหมาะสมแก่ประชาชน ตามโอกาสอันควร

7) เพื่อเป็นการเร่งการเผยแพร่โฆษณา การแข่งขันในด้านบริการให้เร็วและ รุดหน้ากว่าผู้อื่น

8) เพื่อเป็นการศึกษาปฏิกิริยา ท่างที่ ความรู้สึกของประชาชนที่สะท้อนกลับ จากการดำเนินงานของหน่วยงาน

ทำการประชาสัมพันธ์ให้บังเกิดผล

งานประชาสัมพันธ์นั้น ถ้าหากจะยึดเป็นอาชีพดำเนินการให้บังเกิดผลสำเร็จ อาจมีใจเรื่องที่ยากดายนัก แต่ก็มิใช่จะยากเย็นแสนเข็ญจนเกินไป หากได้ใช้หลัก วิชาการที่ถูกต้อง เป็นคาถากำกับการดำเนินการอยู่เสมอ มิใช่การลองผิดลองถูกเรื่อย เปื่อยไป โดยไม่มีหลักวิชาการเป็นพื้นฐานรองรับ ประกอบกับจะต้องมีความพยายาม ความจริงจัง ความอดทน ชีตมั่นในคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์ สุจริต ค่อ วิชาชีพ ลองสำรวจว่าสิ่งเหล่านี้มีในตัวคุณมากน้อยเพียงไร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณธรรม จริยธรรม ถ้าปราศจากสิ่งนี้เสียแล้ว งานประชาสัมพันธ์ย่อมสำเร็จได้ยาก และถึงกับจะล้มเหลวเอาทีเดียว

เพื่อความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์จึงใคร่ขอฝากเคล็ดลับความสำเร็จใน งานประชาสัมพันธ์ 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1) นักประชาสัมพันธ์ต้องกระหายความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์ มิใช่ กระหายความเด่นดัง มีชื่อเสียง มีหน้ามีตา หรือกระหายเงิน

2) นักประชาสัมพันธ์ต้องมีปฏิภาณไหวพริบและวิญญาน ในการผลักดัน กอบกู้ภาพพจน์ ชื่อเสียงขององค์การให้รุดหน้าอยู่เสมอ

3) นักประชาสัมพันธ์ต้องทำงานประชาสัมพันธ์เป็นนักเผยแพร่ จูงใจ ชี้แจง ทำความเข้าใจ นำเสนอ เรื่องราว แนวคิดขององค์การที่จะพัฒนาสังคมส่วนรวมให้ เกิดการกระเพื่อมและเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา

4) นักประชาสัมพันธ์ต้องมุ่งมั่นในความดี เชื่อมั่นว่า “ทำดีต้องได้ดี” มี อารมณ์ขัน พร้อมทั้งจะยอมรับ ทั้งความสำเร็จและความล้มเหลวในงานประชาสัมพันธ์ กล้าเผชิญรอยยิ้มและน้ำตา

5) นักประชาสัมพันธ์ต้องมองโลกแต่ในแง่ดีเสมอ สร้างความเข้าใจที่ดี เพื่อสังคม เพื่อความรักใคร่สามัคคีของประเทศชาติส่วนรวม

คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

อาจารย์สะอาด ต้นสุกผล ได้ให้แนวปฏิบัติตนของนักประพันธ์ ดังนี้
แต่นักประชาสัมพันธ์

- จงออกไปฟังเสียงประชาชน มิใช่คอยจนมีเสียงประชาชนเข้ามาต่อว่าเรา
- จงพิจารณาปัญหาอย่างละเอียดรอบคอบ และทำงานอย่างมีแผน
- จงเป็นคนอดทน เพราะงานของเราต้องเผชิญกับกลุ่มคนจำนวนมาก หลาย ปาก หลายความคิด และหลายหัวใจ
- จงเสียสละประโยชน์ส่วนตัวเพื่อประโยชน์สุขส่วนรวมเพราะสังคม ประเทศชาติเป็นของเราทุกคน
- และความอดทน อดกลั้น พากเพียร พยายามอย่างไม่ลดละเท่านั้นที่จะช่วย ให้งานประชาสัมพันธ์สำเร็จลงได้

ในการดำเนินการใดๆ ก็ตาม การมีเครื่องมือที่ดี มีเงินมีทอง มีงบประมาณ คำนึงการเพียงพอ มีหลักวิชาและทฤษฎีที่ดีเลิศเพียงใดก็ตามมิได้หมายความว่า ผลงานจะดีเลิศหรือได้รับความสำเร็จเสมอไป บุคคลผู้ดำเนินการมีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ที่จะทำให้งานนั้นสำเร็จลุล่วงไปได้หรือไม่ เพราะบุคคลผู้ดำเนินการเป็นผู้ใช้วิทยา การเทคนิคต่างๆ ของการดำเนินการมักจะพบอยู่เสมอว่า แม้คนสองคนจะรู้เทคนิค ของการใช้วิธีการและมีเครื่องมือเหมือนๆ กัน แต่ผลงานที่ปรากฏออกมาแต่ละคน แดก

ต่างกันมากหรือน้อยย่อมขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถ คุณสมบัติอันเป็นพื้นฐานของวิชานั้นๆ บางวิชาชีพต้องการคุณสมบัติอันเป็นพื้นฐานน้อย บางวิชาชีพต้องการคุณสมบัติมากและกว้างขวาง

การประชาสัมพันธ์ก็เช่นเดียวกัน ผู้ที่จะเนิงานประชาสัมพันธ์ หรือ Public Relations Man นั้น หมายถึง ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญในวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ โดยเหตุที่ประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับ “คน” อย่างมากมายและกว้างขวางที่สุดสาขาหนึ่ง การศึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์จึงมักมีการศึกษาวิชาอื่นๆ ด้วย ซึ่งบางครั้งเมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่าบางวิชาไม่ใช่วิชาการประชาสัมพันธ์ แต่วิชาเหล่านั้นมีส่วนสำคัญที่จะเอื้ออำนวยให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์บรรลุวัตถุประสงค์และตรงตามเป้าหมายได้ใกล้เคียงยิ่งขึ้น ฉะนั้นคุณสมบัติของผู้ที่จะทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ นอกจากจะมีความรู้ทางวิชาการประชาสัมพันธ์โดยตรง และมีจรรยาบรรณของการประชาสัมพันธ์แล้ว อาจจะต้องพิจารณาคุณสมบัติและคุณลักษณะตามหัวข้อดังต่อไปนี้ด้วย

ด้านความรู้

1) ควรเป็นผู้ที่ได้ศึกษามาทางสาขาสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ หรือได้ศึกษาอบรมเรียนรู้ทั่วโลกในเรื่องของการประชาสัมพันธ์มาอย่างเพียงพอ บางประเทศใช้ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากสถาบันที่เชื่อถือได้ เป็นผู้มีความรู้สูงกวาระดับปวณกลาง และมีนิสัย ตลอดจนแน่วแน่ในวิชาชีพนี้

2) มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อสารมวลชนหรือเคยผ่านงานด้านหนังสือพิมพ์ หรือทำงานด้านสื่อสารมวลชนมาก่อนก็จะมีส่วนช่วยได้มาก

3) มีทักษะในการติดต่อ (Communication Skills) คือ มีความรู้ ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร เช่น การเขียน การพูด การสนทนาติดต่อกับบุคคล การจูงใจ การเผยแพร่ด้วยเครื่องมือสื่อสาร รวมทั้งการเข้าสมาคม ฯลฯ ด้วย

4) มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องประชาคมดี เศรษฐกิจ การเมือง การบริหาร การจัดระเบียบ หรือจัดหน่วยงาน มนุษย์สัมพันธ์ เป็นต้น

5) มีความคิดที่ไม่หยุดนิ่ง มีความคิด (Idea) ใหม่ ๆ มีจินตนาการ มีสามัญสำนึก ด้วยเหตุด้วยผล

6) มีทัศนคติที่ดี เชื่อมมั่นแน่วแน่และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์

ความสามารถ

การฝึกฝนทางวิชาการอย่างเดียวนั้นไม่สามารถประกันความสำเร็จในอาชีพการประชาสัมพันธ์ จึงต้องอาศัยการฝึกในสถานะหรือชีวิตการทำงานจริงๆ หรือมีการปฏิบัติการภาคสนามด้วย นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความชำนาญ ความสามารถด้วย คือ

1) ความสามารถในการวางแผนงาน การดำเนินงาน มองปัญหาต่างๆ ได้อย่างทะลุปรุโปร่งและทั่วถึง มีความคิดสร้างสรรค์ ริเริ่มสิ่งใหม่ๆ และด้วยความฉับพลัน

2) มีความสามารถในการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ได้ดี มีความรวดเร็ว เชื่อมมั่นในการทำงาน แม่นยำและรวดเร็วในการตัดสินใจ

3) มีความสามารถในการใช้ภาษา ทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน การตรวจแก้บทความ มีความแพรวพราวและละเอียดอ่อน รสนิยมดีในการติดต่อ โดยใช้คำพูดหนังสือ และการแสดงออก ความสามารถในการพูดในการประชุมและในที่สาธารณะ

4) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ของวงงานและสังคม เข้ากับคนอื่นได้ดี สามารถขอความร่วมมือจากบุคคลต่างๆ ฝ่ายต่างๆ ได้เสมอ มีไหวพริบ มีปัญญา ไหวพริบ มีความรู้เกี่ยวกับศิลปการสร้างคามเชื่อถือและจงใจ

5) มีความสามารถที่จะเข้าใจผู้อื่นและทำให้ผู้อื่นเข้าใจหน่วยงานของตนเอง มีความรู้ ความเข้าใจ และความคิดเห็นของผู้อื่น สถานการณ์และบุคคล อันจะทำให้ความอดทน ออกกำลังกายต่างๆ ได้ดี

6) ศึกษาค้นคว้าความก้าวหน้าในวิชาชีพประชาสัมพันธ์ และวิชาอื่นๆ อยู่เสมอ นำหลักวิชามาใช้แก้ปัญหาทางงานอยู่เป็นนิจ ศึกษา รอบรู้ สนใจความเป็นไปของหน่วยงาน ฝึกหัดคนให้ไวต่อข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของหน่วยงานที่ปรากฏอยู่ในวงสังคม สื่อมวลชน วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7) เป็นผู้ที่ทำงานอย่างไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย พร้อมทั้งจะทำงานอันจำเจ นำเบื่อนำอยู่ตลอดเวลา และอดทนต่อภาวะที่ไม่สะดวกสบายต่างๆ ได้ เพราะงานประชาสัมพันธ์มักจะมีปัญหาให้ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง หรืออาจกล่าวได้ว่า ตลอดเวลาของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น นักประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการทันที อาจเป็นการแถลงข่าว ออกข่าวก่อนที่จะเกิดข่าวลือ หรือเสนอข่าวผิดพลาดทำให้เกิดความเสียหายแก่หน่วยงาน

8) เป็นผู้รับผิดชอบ ไม่ทิ้งงานหรือหนีกงาน ใ่วางใจได้ในเรื่องการตรงต่อเวลางานและการนัดหมาย เพราะงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับ Public หรือกลุ่มชน การพลาดต่อการนัดหมายย่อมเป็นอันตรายอย่างยิ่ง

9) ความสามารถประเมินสถานการณ์ล่วงหน้า ให้คำแนะนำ เขียนรายงาน ให้ฝ่ายบริหารรับรู้แก้ไข

บุคลิกภาพ

1) มีลักษณะที่พร้อมที่จะติดต่อกับประชาชน มีทักษะในการติดต่อ ชอบคบหากับบุคคลทั่วไป และลักษณะของการติดต่อสมาคมนั้นต้องเป็นที่ชอบพอและถูกอหยาศัยของคนทั่วไปด้วย คือ เข้ากับคนอื่นได้เสมอ มีบุคลิกภาพเป็นมิตร

2) รักงานบริหารและชอบบริการผู้อื่น โอบอ้อมอารี ไม่ถือตัว หรือวางตัวสูงจนเกินไป

3) เป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี แต่มีโชในลักษณะที่รับปาก รับคำทั่วไป แล้วไม่รักษาคำพูด ไม่มีความจริงใจ มีลักษณะเสแสร้ง หรือทำงานคล้ายกับไม่จริงใจ เป็นการตลบตะแลงไม่น่าเชื่อถือ

4) เป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นอยู่เสมอไม่เสื่อมคลาย (ไม่มีอาการหงอยเหงา เชื่องซึม หรือวังเหงหวอนอนอยู่เป็นประจำ) ทำงานรวดเร็ว กระฉับกระเฉง (ตรงข้ามกับการอืดอาด ชืดขาด หรือพิธีรีตอง เรื่องเล็กกลายเป็นเรื่องใหญ่)

5) หน้าตาเข้มแข็งมีสี ร่าเริง เบิกบาน และมีอารมณ์ขัน

6) มีความสุภาพเรียบร้อยและมีมารยาท ซึ่งรวมไปถึงการแต่งกายเรียบร้อย สะอาด มีรสนิยมดี กิริยาท่าทาง และการใช้คำพูดดีด้วย

7) เป็นผู้มีความสุขภาคี แข็งแรง จิตใจเข้มแข็ง อดทนต่อภาวะต่างๆ หากมีท่าทางสง่าผ่าเผยด้วย ก็จะเป็นส่วนประกอบที่ดียิ่งขึ้น

8) เป็นผู้ที่มีเกียรติ (ตรงเวลา รักษาคำพูด ตั้งใจ ฯลฯ) มีความจริงใจ ยุติธรรม ปราศจากอคติ สุขุมรอบคอบ

9) มีความซื่อสัตย์และจงรักภักดีต่อหน่วยที่ตนได้ปฏิบัติงานอยู่

คุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นมีความจำเป็นสำหรับผู้ที่จะเป็นผู้ดำเนินการหรือเป็นนักประชาสัมพันธ์ในโลกของความเป็นจริงแล้ว บ่อยมากที่จะหาผู้ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนทุกประการได้ ในการพิจารณาจึงควรพิจารณาผู้ที่มีคุณสมบัติสำคัญๆ ครบถ้วนมากที่สุดเท่าที่จะหาได้เท่านั้น

ความเข้าใจในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ที่ยังคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นที่พบอยู่เสมอมีหลายกรณีด้วยกัน คือ

1) มีทัศนคติหรือความเข้าใจว่า การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องธรรมดาๆ เป็นเรื่องของสามัญสำนึก (Common Sense) เท่านั้น การดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยสามัญสำนึก จึงมักลุ่มๆ ดอนๆ และล้มเหลวไป แล้วจึงเกิดทัศนคติไม่ดีต่อการประชาสัมพันธ์ ในที่สุดก็มีความคิดว่าจะใช้เงินซื้อทุกสิ่งทุกอย่าง

2) เห็นว่าการประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของการบอกกล่าว แจ้งข่าวคราว เล็กๆ น้อยๆ การต้อนรับเอาใจด้วยหญิงสาวสวย หรือการแจกข่าว

3) มีทัศนคติไม่คิดต่อการประชาสัมพันธ์ คิดว่าเป็นเรื่องง่ายๆ ใครๆ ก็ทำ ได้ไม่มีหลักการหรือความสำคัญ

4) การเห็นว่าการดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของฝ่ายผู้บังคับบัญชาหรือบริหารเท่านั้น ผู้ใต้บังคับบัญชาไม่เกี่ยวหรือการประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ คือเป็น “หน้าที่” ทุกฝ่ายคาดหวังผลการประชาสัมพันธ์จากฝ่ายประชาสัมพันธ์ ความจริงแล้วการประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของทุกคนในหน่วยงาน ทุกคนต้องพยายามระวังรักษาประพฤติ ปฏิบัติและสร้างชื่อเสียงเกียรติคุณให้แก่หน่วยงานด้วย นั่นคือการประชาสัมพันธ์จะต้องมีการดำเนินการในด้านอบรมชี้แจง ทำความเข้าใจในเรื่องนโยบายหรือเรื่องอื่นๆ ที่จะต้องการปรับปรุงแก้ไขแก่คนทุกคน ระดับของสถาบันมิใช่ทำเฉพาะกับใครระดับหนึ่งอย่างไม่ทั่วถึง

5) ความต้องการความสนใจวิชาการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ทางด้านการศึกษาอบรมบุคคลดำเนินการเพิ่มขึ้นในอัตราต่ำ ไม่ทันกับความต้องการ ทำให้ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ ขาดความรู้ ความเข้าใจในหลักการ ไม่มีโอกาสทราบได้ว่าหลักการหรือการประชาสัมพันธ์ที่คินั้นเป็นอย่างไร จึงควรเห็นความสำคัญของการอบรมให้ความรู้ด้านงานประชาสัมพันธ์

ดังนั้นจึงควรที่จะได้ทำการศึกษาและทำความเข้าใจ อุปสรรค ความเข้าใจผิดพลาดดังกล่าวข้างต้นไว้ เพื่อเป็นแนวทางพิจารณาปรับปรุงดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ได้ผลดีต่อไป

บทที่ 3

การศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหา

สภาพการณ์กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 มีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาคนหรือที่เรียกว่า คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ทั้งนี้ มีความหวังให้คนทั้งประเทศมีสภาพชีวิตที่ดีขึ้น ก่อให้เกิดความสุขทั้งด้านร่างกายและจิตใจ โดยระดับแรกของการพัฒนามุ่งสร้างความสุขพื้นฐานมีปัจจัย 4 คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค ที่เพียงพอซึ่งจะต้องทำให้สำเร็จก่อนการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ค่อ ๆ มากี่มุ่งเน้นให้มีการพัฒนาความสามารถที่มนุษย์มีอยู่ให้เต็มศักยภาพ สามารถใช้กำลังแรงงาน กำลังความคิดให้เกิดเป็นผลผลิตและรายได้ ดังนั้น คนจะต้องมีทักษะจึงจะก่อให้เกิดรายได้ ยิ่งในยุคปัจจุบันที่เรียกว่า กระแสโลกาภิวัตน์ ที่มีการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ทำให้ทักษะ และความสามารถแต่ละคนในการสร้างรายได้ต้องพัฒนาให้สูงขึ้น จึงเกิดความจำเป็นในการอบรมและพัฒนาฝีมือแรงงานให้ทันต่อสภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญที่ทุกประเทศต้องให้ความสนใจ เพราะถือว่าเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ หากการอบรมและพัฒนาฝีมือแรงงานสามารถปรับทักษะของคนในประเทศให้สอดคล้องกับความต้องการแรงงาน และสถานการณ์ บุคคลและประเทศก็มีโอกาสสร้างรายได้ และเกิดการออมในประเทศ จึงมีโอกาที่จะพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าได้อย่างดียิ่งขึ้น

ยุทธศาสตร์ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คือ การพัฒนาศักยภาพของคนไทย ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ คือ

- 1) ยุทธศาสตร์ด้านโครงสร้างและการกระจายตัวของประชากร
- 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพของคนด้านจิตใจ
- 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสติปัญญา ทักษะ และฝีมือ

- 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสุขภาพและอนามัย
- 5) ยุทธศาสตร์การพัฒนาประชากรกลุ่มด้อยโอกาส

หากเราพิจารณาถึงการพัฒนาคนในลักษณะองค์รวม (Holistic Approach) ให้คนมีความสมบูรณ์และมีความพร้อมในทุกด้านแล้ว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเร่งการพัฒนาสติปัญญา ทักษะ ฝีมือแรงงาน ภายใต้กรอบแผนงานและโครงการ ที่จะเกิดขึ้นที่เอื้ออำนวยต่อยุทธศาสตร์นี้ โดยมีได้คำนึงถึงเรื่องการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างเดียว แต่ต้องให้กระบวนการพัฒนาฝีมือแรงงานส่งเสริมให้เกิดสติปัญญา การพัฒนาจิตใจ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาสติปัญญา ทักษะ และฝีมือแรงงาน ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาฝีมือแรงงานไว้ 3 แนวทางคือ

- 1) ปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต
- 2) การพัฒนาคนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเทคโนโลยีมากขึ้นพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของกำลังแรงงานให้เข้าสู่กระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) ปรับปรุงระบบบริหารจัดการ จัดการศึกษา และฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพ

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้มอบหมายให้กรมพัฒนาฝีมือแรงงานเป็นกรมหนึ่งที่ได้รับผิดชอบในการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานของประชากรในวัยทำงานด้วย

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีภารกิจสำคัญในการพัฒนาฝีมือให้กับกลุ่มแรงงานใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงาน กลุ่มผู้ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะกลุ่มแรงงานภาคเกษตร แรงงานผู้ยากจนในเมือง และกลุ่มแรงงานที่มีงานทำอยู่แล้วแต่ประสงค์จะยกระดับงาน เป็นช่างฝีมือที่ตลาดมีความต้องการ

โดยสรุป กิจกรรมหลักของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน แบ่งออกได้เป็น

- การพัฒนาฝีมือแรงงาน
- การส่งเสริมมาตรฐานฝีมือแรงงาน
- การพัฒนาบุคลากรฝึก
- การส่งเสริมมาตรฐานฝีมือแรงงานของภาคเอกชน
- การประสานความร่วมมือระหว่างประเทศ

1. การพัฒนาฝีมือแรงงาน

1) การฝึกเตรียมเข้าทำงานในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน เป็นการฝึกให้แก่เยาวชนวัยทำงานอายุระหว่าง 15-25 ปี ซึ่งไม่มีโอกาสศึกษาต่อ และว่างงานให้มีฝีมือขั้นพื้นฐานเพียงพอที่จะเข้าทำงาน การฝึกในสถาบันฯ หรือศูนย์ฯ ใช้เวลาดังแต่ 2 เดือน 4 เดือน 6 เดือน 10 เดือน ตามความเหมาะสมของหลักสูตรและความยากง่ายของสาขาช่าง เมื่อฝึกในสถาบันฯ แล้วจะส่งผู้รับการฝึกฝึกภาคฝึกในสถานประกอบการอีกประมาณ 2-4 เดือน

2) การฝึกเตรียมเข้าทำงานนอกสถานที่ เป็นการฝึกอาชีพให้แก่ประชาชนนอกสถานที่ทำการของสถาบัน/ศูนย์ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปมีฝีมือขั้นพื้นฐานในสาขาต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้สามารถประกอบอาชีพนอกเหนือจากงานเกษตรกรรม หรือสามารถทำงานในอุตสาหกรรมในท้องถิ่นได้โดยไม่ต้องอพยพไปต่างถิ่น และเป็นการแก้ปัญหาว่างงานอีกด้วย

3) การฝึกยกระดับฝีมือ เป็นการฝึกเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และฝีมือให้แก่ผู้ทำงานด้านช่างอยู่แล้วในตลาดแรงงานให้ทันต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ และช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ลูกจ้างในสถานประกอบการ

4) งานส่งเสริมการฝึกในกิจการและฝึกพิเศษ เป็นการจัดการฝึกในสถานประกอบการตามความต้องการของนายจ้าง และจัดฝึกอบรมสำหรับผู้มีได้ทำงานค้างช่วง เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับหลักการปฏิบัติงาน รวมทั้งสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น หลักสูตรที่อบรม ได้แก่ เลขานุการ เจ้าหน้าที่ต้อนรับ พนักงานเสิร์ฟอาหาร การประกอบธุรกิจส่วนตัว ผู้ควบคุมเจ้าหน้าที่ทำความสะอาด เป็นต้น

5) การพัฒนาเด็กอายุ 13-15 ปี ซึ่งไม่มีโอกาสศึกษาต่อในระบบการศึกษาให้มีความพร้อมก่อนที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงาน โดยการฝึกทักษะ ฝีมือและความรู้วิชาสามัญควบคู่กัน

6) การพัฒนาเยาวชนที่จบการศึกษา น.3 แต่ไม่มีโอกาสศึกษาต่อในระบบ ให้มีความพร้อมก่อนเข้าสู่ตลาดแรงงาน และเรียนการศึกษานอกโรงเรียนควบคู่กันไป เป็นการเรียนการสอนตามหลักสูตร ปวช. (นอกระบบ) เมื่อจบการศึกษาแล้วจะได้ใบประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และมีวุฒิบัตรพัฒนาฝีมือแรงงาน สามารถมีงานทำได้

2. การส่งเสริมมาตรฐานฝีมือแรงงาน

1) การกำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ เป็นการจำแนกระดับฝีมือช่างตามความรู้ ความสามารถในการทำงานสาขาช่างต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 3 ชั้น โดยชั้น 1 เป็นขั้นต้น ชั้น 2 เป็นชั้นกลาง ชั้น 3 เป็นขั้นสูงสุด ในการกำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ นั้น คณะกรรมการไตรภาคีที่คณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจะคัดเลือกสาขาช่างซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน โดยแต่งตั้งคณะกรรมการ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญสาขานั้น ๆ เพื่อให้ดำเนินการกำหนดมาตรฐานเสนอให้คณะกรรมการพิจารณา นำเสนอคณะรัฐมนตรี เพื่ออนุมัติใช้เป็นมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ ต่อไป

2) การทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน คือการทดสอบความสามารถของช่างฝีมือตามมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ โดยจะเริ่มทดสอบ จากขั้นต้นที่ง่าย ไปจนถึงขั้นสูงสุดที่ยาก เป็นการทดสอบภาคทฤษฎี ร้อยละ 20 และภาคปฏิบัติ ร้อยละ 80

ผู้ผ่านการทดสอบจะได้รับวุฒิบัตรรับรองมาตรฐานฝีมือในสาขาช่วงที่ทดสอบ ช่วยให้หางานทำได้ง่ายขึ้นและมีโอกาสเจริญก้าวหน้าในหน้าที่

3) การควบคุมการทดสอบฝีมือคนหางานไปทำงานต่างประเทศ เป็นการดำเนินการตามพระราชบัญญัติจัดหางาน และคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2538 มาตรา 36 ซึ่งกำหนดให้ผู้รับอนุญาตจัดหางานไปทำงานต่างประเทศ จะต้องคัดเลือก และทดสอบคนหางานก่อนไปทำงาน โดยกรมพัฒนาฝีมือแรงงานให้ความร่วมมือ ให้คำปรึกษา และกำหนดหัวข้อในการทดสอบ

4) การแข่งขันฝีมือช่าง ประสานงานกับเอกชนจัดการแข่งขันฝีมือช่างแห่งชาติ ทุก 2 ปี และจัดส่งช่างฝีมือไปร่วมการแข่งขันฝีมือช่างระดับนานาชาติ เพื่อเป็นการส่งเสริม และยกระดับมาตรฐานการทำงานของช่างฝีมือ

3. การพัฒนาบุคลากรฝึก

เป็นการพัฒนาบุคลากรของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และบุคลากรฝึกทั้งภาครัฐ และเอกชน เพื่อยกระดับความรู้ ความสามารถ ให้ทันต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมทั้งส่งเสริมให้สถานประกอบการสามารถจัดการฝึกอบรมพนักงานของตนเองให้มีความรู้ ความสามารถโดยจัดฝึกอบรมหลักสูตรเจ้าหน้าที่ฝึกอบรม เทคนิคการสอนงาน การฝึกครูฝึก ฯลฯ

4. การส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงานของภาครัฐและเอกชน

1) ส่งเสริม และสนับสนุนให้สถานประกอบการ จัดฝึกอาชีพภายในกิจการ รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ กับสถานศึกษา ในการส่งนักเรียน นักศึกษา ไป ฝึกในโรงงาน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการฝึกอาชีพ พ.ศ. 2537

2) จัดตั้งกองทุนพัฒนาฝีมือแรงงาน เพื่อการสนับสนุนเงินกู้ระยะสั้น แก่ผู้ที่กำลังจะเข้าสู่ตลาดแรงงาน และผู้ที่มีงานทำอยู่แล้ว เพื่อเข้ารับการฝึกอาชีพ หรือยกระดับฝีมือจากสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานของภาครัฐ และเอกชน

3) สนับสนุนภาคเอกชน ลงทุนในการพัฒนาฝีมือแรงงาน โดยการให้เงินกู้ยืม เพื่อจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมวิชาชีพสาขาที่ขาดแคลนในจังหวัดรอบนอกกรุงเทพฯ และ ปริมณฑล

4) ส่งเสริมความร่วมมือเพื่อการพัฒนาฝีมือแรงงานในภาครัฐและเอกชน โดยประสานความร่วมมือ และการทำข้อตกลงระหว่างหน่วยงานระดับกรมกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และองค์กรภาคเอกชน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาฝีมือแรงงานและการแข่งขันทางการค้าในตลาดโลก

5. การประสานความร่วมมือระหว่างประเทศ

เป็นการประสาน และได้รับความร่วมมือจากรัฐบาลต่างประเทศ และองค์การระหว่างประเทศ ตลอดจนการให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศเพื่อนบ้านในด้านการพัฒนา ฝีมือแรงงาน

กลยุทธ์การพัฒนา

การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาฝีมือแรงงาน เป็นระบบเปิด ในลักษณะร่วมคิดร่วมทำเป็นการให้ความสำคัญจากระดับท้องถิ่นสู่ระดับประเทศ การวางแผนจากระดับล่างสู่ระดับบน (Bottom Up Planning) และความร่วมมือซึ่งกันและกัน เป็นการพัฒนาแบบบูรณาการ (Integration) โดยให้ความสำคัญกับ ตัวคน และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเชื่อมโยงเกี่ยวเนื่องกันในทุกสาขาอย่างสมดุล การกำหนดทิศทาง และนโยบายในการพัฒนานั้นความชัดเจนในการกำหนดพื้นที่ (Area Approach) และกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

กลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

1) กลุ่มเป้าหมายหลัก

(1) กลุ่มแรงงานใหม่ ได้แก่เยาวชนที่ออกจากระบบโรงเรียนซึ่งสำเร็จการศึกษาเพียงระดับมัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า การพัฒนาฝีมืออย่างน้อยระดับต้นด้วยการฝึกอาชีพระยะสั้น สำหรับเตรียมเข้าทำงาน

(2) กลุ่มแรงงานในตลาดแรงงาน ได้แก่ผู้ที่ทำงานอยู่แล้วในสถานประกอบการทุกประเภททั้งในเมือง และชนบท จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาฝีมือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้สูงขึ้น สามารถรองรับการพัฒนาของเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่น่าเข้ามาใช้ในสถานประกอบการ ซึ่งจะส่งผลให้มีการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการให้บริการต่าง ๆ เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน

(3) กลุ่มแรงงานภาคการเกษตร ซึ่งส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา ขาดความรู้และทักษะฝีมือในการทำงาน ประกอบอาชีพตามฤดูกาล มีเวลาว่างงานยาวนานหลังฤดูกาลเก็บเกี่ยว มักจะอพยพเข้าเมืองเพื่อหางานทำ

2) กลุ่มผู้ด้อยโอกาส ได้แก่กลุ่มเด็กที่อยู่ในภาวะยากลำบาก เด็กยากจน และไม่มีโอกาสศึกษาต่อ คนพิการ และทุพพลภาพ กลุ่มคนยากจนในเมือง และชนบท กลุ่มผู้ถูกคุมประพฤติ และผู้ต้องขัง กลุ่มคนไทยต่างวัฒนธรรม กลุ่มคนเหล่านี้จะต้องได้รับการพัฒนาให้สามารถมีทางเลือกในชีวิตตามความต้องการของตน ตลอดจนมีคุณภาพชีวิตที่ดีสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างมีเกียรติ และศักดิ์ศรี ไม่เป็นภาระต่อครอบครัว และสังคม

3) กลุ่มเป้าหมายพิเศษ ได้แก่ กลุ่มสตรี ทหารกองประจำการ และทหารพราน ตำรวจตระเวนชายแดน อาสาสมัครรักษาดินแดน พระภิกษุ และสามเณร

กลุ่มพื้นที่ (Area Approach)

ภาคเหนือ

ประชากรส่วนใหญ่มีพื้นฐานการศึกษาเฉลี่ยปานกลาง และมีทักษะฝีมือพื้นฐานจนถึงปานกลาง โดยเฉพาะฝีมือในการผลิตที่มีความประณีต เหมาะสำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ฝีมือ ตลอดจนอุตสาหกรรมเกษตร และเซรามิก เน้นการพัฒนาฝีมือแรงงานให้กลุ่มเป้าหมายสตรีและเด็ก ในพื้นที่หมู่บ้านยากจนในชนบท และชาวไทยภูเขา ตลอดจนเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจใหม่ และเขตเศรษฐกิจนานาชาติ

ภาคเหนือตอนบน	กำหนดให้	ลำปาง	เป็นพื้นที่หลักของภาค
ภาคเหนือตอนกลาง	กำหนดให้	พิษณุโลก	เป็นพื้นที่หลักของภาค
ภาคเหนือตอนล่าง	กำหนดให้	นครสวรรค์	เป็นพื้นที่หลักของภาค

มีสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติ จังหวัดเชียงราย รองรับการพัฒนา (ตามมติ ครม. 17 สิงหาคม 2539)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

มีแรงงานมาก การคมนาคมติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านได้สะดวก และมีความพร้อมที่จะพัฒนาสนามบินขนาดใหญ่หลายจุด เหมาะสำหรับอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานที่ไม่เน้นฝีมือมากนัก เน้นการพัฒนาฝีมือแรงงานให้ กลุ่มเป้าหมายหลัก โดยเฉพาะกลุ่มแรงงานใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงาน ผู้ว่างงาน กลุ่มผู้ด้อยโอกาส ได้แก่สตรีในชนบท และเมืองที่ยากจน เด็กที่อยู่ในภาวะยากลำบาก แรงงานในสถานประกอบการภาคอุตสาหกรรม ให้มีการยกระดับฝีมือให้ได้อย่างกว้างขวาง เพื่อสนับสนุนการเคลื่อนย้ายไปสู่ภาคที่ขาดแคลนแรงงาน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	กำหนดให้	อุบลราชธานี	เป็นพื้นที่หลักของภาค
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง	กำหนดให้	ขอนแก่น	เป็นพื้นที่หลักของภาค
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง	กำหนดให้	นครราชสีมา	เป็นพื้นที่หลักของภาค

ภาคกลางและภาคตะวันออก

ซึ่งเป็นเขตอุตสาหกรรม มีความสะดวกในการคมนาคมสื่อสาร รวมทั้งแรงงานที่มีคุณภาพสูง เหมาะสำหรับอุตสาหกรรมส่งออกที่ต้องการความรวดเร็ว จะเน้นหนักการฝึกอบรมฝีมือแรงงานให้แก่แรงงานในสถานประกอบการซึ่งจะเปลี่ยนกระบวนการผลิต โดยนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิต

ภาคกลาง	กำหนดให้	สมุทรปราการ และปทุมธานี	เป็นพื้นที่หลักของภาค
ภาคตะวันออก	กำหนดให้	ชลบุรี	เป็นพื้นที่หลักของภาค

ภาคตะวันตก

แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานภาคเกษตร การผลิตดำเนินการในรูปของอุตสาหกรรมเกษตร เน้นการพัฒนาให้ กลุ่มเป้าหมายพิเศษ ได้แก่ พระ เณร เด็กที่มีอายุระหว่าง 13-15 ปี กลุ่มผู้ด้อยโอกาส (คนพิการ สตรีในชนบท แรงงานรับจ้างทางการเกษตร)

ภาคตะวันตก	กำหนดให้	ราชบุรี สุพรรณบุรี	เป็นพื้นที่หลักของภาค
------------	----------	--------------------	-----------------------

ภาคใต้

เป็นภาคที่มีฐานทรัพยากรทั้งภาคเกษตร ประมง กิจาชนรมชาติ แร่ธาตุอยู่มาก อุตสาหกรรมส่วนใหญ่จึงเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจาชนรมชาติ นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่เขตเฉพาะในโครงการพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคใต้ และโครงการพัฒนาเศรษฐกิจสามฝ่าย มาเลเซีย อินโดนีเซีย และไทย ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการแรงงานฝีมือมากขึ้น เน้นการพัฒนาฝีมือแรงงานให้แก่กลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ในสาขาที่ขาดแคลน และกลุ่มคนไทยต่างวัฒนธรรม เช่น ชาวไทยมุสลิม 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยเฉพาะสตรี และกำลังแรงงานใหม่ที่จะรองรับการพัฒนาในภาคนี้

ภาคใต้	กำหนดให้	สงขลา สุราษฎร์ธานี	เป็นพื้นที่หลักของภาค
--------	----------	--------------------	-----------------------

มีสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติ จังหวัดสงขลา รองรับการพัฒนา

แนวทางในการดำเนินงานเร่งรัดการพัฒนาฝีมือแรงงาน

1. เร่งจัดทำระบบข้อมูลด้านแรงงาน

ดำเนินการประสานงานขอความร่วมมือจากกระทรวง / องค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ฯลฯ เพื่อขอรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมของประเทศไทย รวมทั้งขอความร่วมมือในเรื่องขอข้อมูลในระดับภูมิภาค

2. เร่งรัดการดำเนินงานด้านการพัฒนาคุณภาพแรงงาน

1) ดำเนินการสรรหากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

2) ดำเนินการจัดทำหลักสูตรใหม่ ๆ และปรับปรุงหลักสูตรเดิมที่มีอยู่ ให้สามารถสนองตอบความต้องการของภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ทั้งในปัจจุบันและที่เกิดขึ้นในอนาคต

3) ดำเนินการฝึกอบรมเพื่อผลิตบุคลากร หรือ เพื่อให้มีการผลิตบุคลากร ตามความต้องการของภาคธุรกิจอุตสาหกรรม โดยเน้นในเรื่องของความรู้ ความสามารถ ทักษะฝีมือ และทัศนคติในการทำงาน

3. เร่งรัดการดำเนินงานด้านการยกระดับฝีมือให้แก่แรงงานในสถานประกอบการ

1) ปรับเป้าหมายการฝึกยกระดับฝีมือ ให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2) ประชาสัมพันธ์ให้สถานประกอบการเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และได้ทราบถึงรายละเอียดการให้บริการด้านการยกระดับฝีมือ ตลอดจนมาตรฐานฝีมือแรงงาน

3) ดำเนินการกำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ ให้ครอบคลุมในทุกสาขาอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาชีพที่เกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรม

4) ดำเนินการให้มาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ เป็นที่ยอมรับของภาคธุรกิจอุตสาหกรรม

5) ดำเนินการปรับปรุง และสร้างหลักสูตรฝึกอบรมระดับฝีมือ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงที่ได้ทำการกำหนดขึ้นใหม่

6) ดำเนินการติดต่อประสานงานกับสถานประกอบการต่าง ๆ เพื่อดำเนินการฝึกอบรมระดับฝีมือให้แก่พนักงานของสถานประกอบการ

4. เร่งรัดดำเนินการให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาฝีมือแรงงาน

1) ทำให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านการพัฒนาฝีมือแรงงานของภาคเอกชน สามารถนำไปใช้ในการหักภาษีเงินได้

2) สร้างมาตรการทางกฎหมาย เพื่อกำหนดให้ผู้ที่เข้าทำงานในสถานประกอบการ ต้องมีใบอนุญาตประกอบอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของสาธารณชน เช่น อาชีพการก่อสร้าง การผลิต และซ่อมบำรุงยานพาหนะ ระบบไฟฟ้าภายในอาคาร ฯลฯ ทั้งนี้ เพื่อให้ภาคเอกชนเกิดความจำเป็นที่จะต้องทำการพัฒนาบุคลากรของตนเอง ให้มีความสามารถเพียงพอที่จะผ่านการทดสอบเพื่อรับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพในสาขาที่เกี่ยวข้อง

5. เร่งรัดการดำเนินงานด้านการพัฒนาผู้ด้อยโอกาส

1) ดำเนินการพัฒนาเด็กที่มีอายุ ระหว่าง 13-15 ปี ซึ่งไม่มีโอกาสศึกษาต่อในระบบการศึกษาให้มีความพร้อมก่อนที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงาน

2) ดำเนินการพัฒนาอาชีพให้แก่กลุ่มคนพิการ เพื่อเป็นการสร้างโอกาสให้คนพิการสามารถพึ่งตนเองได้ และสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

3) ดำเนินการพัฒนาอาชีพให้แก่กลุ่มคนไทยต่างวัฒนธรรม เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดแรงงานที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ หรือสามารถประกอบอาชีพในชุมชน โดยไม่สร้างผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

4) ดำเนินการฝึกอาชีพแก่ผู้ด้อยชั้น เพื่อสร้างโอกาสในการมีงานทำ และมีรายได้ระหว่างการศึกษา และหลังจากได้รับการปลดปล่อย

6. เกร็ดการดำเนินงานด้านการพัฒนาบุคลากรฝึก

- 1) เกร็ดการพัฒนาฝีมือแรงงาน
- 2) เกร็ดการพัฒนาบุคลากรฝึกของสถานประกอบการ
- 3) เกร็ดการพัฒนาบุคลากรฝึกภายในท้องถิ่น

กรม.สท.ส.	งบ			งบลงทุน (งบลงทุน)			งบดำเนินงาน (งบดำเนินงาน)			งบลงทุน (งบลงทุน)			งบลงทุน (งบลงทุน)							
	ปีงบประมาณ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ					
งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ	งบ					
กรม.สท.ส.	237,850	11,231	40,623	210,144	90,25	81,309	10,305	15,989	78,013	94,78	99,090	926	21,014	108,968	106,97	48,23	4,500	811	5,494	122,09
กรม.สท.ส.	10,405	865	485	11,295	108,58	2,469	836	122	1,579	63,95	4,726	29	333	6,345	134,26	3,210	-	-	-	-
กรม.สท.ส.	12,480	676	3,532	13,686	101,90	4,139	516	1,882	4,443	107,34	5,401	160	928	7,685	142,29	2,910	722	-	-	558
กรม.สท.ส.	13,150	281	2,020	13,741	113,09	3,614	281	1,397	5,531	153,04	5,851	-	1,103	7,386	126,23	2,683	120	-	-	824
กรม.สท.ส.	10,120	1,575	692	7,297	72,10	3,309	1,520	-	2,580	77,97	4,101	55	674	3,503	82,42	2,710	18	-	-	1,214
กรม.สท.ส.	10,785	485	2,168	8,123	75,32	3,624	485	1,316	3,248	89,62	4,276	-	716	4,331	101,29	2,885	136	-	-	544
กรม.สท.ส.	11,610	1,080	1,034	9,973	85,90	4,174	898	709	4,029	96,53	4,351	152	260	4,354	100,07	3,083	65	-	-	1,590
กรม.สท.ส.	12,100	770	1,348	8,464	69,95	3,489	770	198	3,041	87,16	5,551	-	768	3,895	70,17	3,060	382	-	-	1,528
กรม.สท.ส.	10,648	429	844	5,871	55,14	3,957	429	188	1,939	49,00	4,136	-	620	3,266	79,97	2,555	36	-	-	666
กรม.สท.ส.	10,264	435	2,089	10,134	98,73	3,049	435	465	4,067	133,39	3,801	-	1,584	4,240	111,55	3,414	40	-	-	1,827
กรม.สท.ส.	11,176	987	1,026	10,524	94,17	3,702	816	641	3,937	106,35	4,601	171	635	5,697	123,82	2,873	350	-	-	890
กรม.สท.ส.	11,799	10	3,502	10,825	91,75	4,413	-	846	3,363	76,21	4,976	10	2,139	6,282	126,25	2,410	317	-	-	1,180
กรม.สท.ส.	13,322	505	2,170	9,612	72,15	4,754	480	1,414	4,461	93,84	5,158	25	582	3,987	77,30	3,410	174	-	-	1,164
กรม.สท.ส.	7,019	204	816	5,298	75,48	3,182	204	436	3,130	98,37	2,531	-	387	1,695	66,97	1,306	3	-	-	473
กรม.สท.ส.	5,289	223	898	4,980	94,16	2,142	223	24	2,260	105,57	2,441	-	547	2,283	93,53	706	27	-	-	437
กรม.สท.ส.	4,394	181	1,396	3,543	81,80	1,627	181	431	1,093	67,18	2,101	-	965	2,324	110,61	606	-	-	-	128
กรม.สท.ส.	4,289	535	736	4,201	97,95	1,877	436	310	1,264	72,67	1,926	99	386	2,606	135,31	486	40	-	-	231
กรม.สท.ส.	4,829	119	1,262	4,861	106,66	1,552	119	626	2,290	147,55	2,596	-	601	2,358	90,83	681	35	-	-	313
กรม.สท.ส.	4,209	230	1,094	5,471	129,98	1,277	194	-	2,027	158,73	2,076	36	1,017	3,011	145,04	856	77	-	-	433
กรม.สท.ส.	4,709	60	265	3,900	82,82	1,752	60	181	2,259	128,94	2,126	-	84	1,113	52,35	831	-	-	-	528
กรม.สท.ส.	3,379	63	268	1,885	55,79	1,277	63	-	724	56,70	1,646	-	269	845	51,34	456	-	-	-	316
กรม.สท.ส.	2,764	255	20	2,334	80,82	912	129	-	415	45,50	1,496	126	20	1,819	121,59	356	-	-	-	-
กรม.สท.ส.	2,694	91	0	2,340	86,86	942	66	-	539	57,22	1,421	25	-	1,392	97,96	331	-	-	-	409
กรม.สท.ส.	2,919	17	512	2,850	101,06	1,167	17	147	991	84,92	1,471	-	365	1,858	126,31	281	-	-	-	101
กรม.สท.ส.	3,675	-	377	3,663	99,67	2,223	-	91	2,004	90,15	1,221	-	286	1,634	133,01	231	-	-	-	35
กรม.สท.ส.	3,759	820	501	1,781	47,38	1,707	782	-	575	33,68	1,771	38	501	1,050	59,29	281	-	-	-	156
กรม.สท.ส.	3,419	32	1,564	3,117	91,17	1,487	32	950	1,777	119,50	1,696	-	546	1,133	66,80	236	68	-	-	207
กรม.สท.ส.	1,561	98	839	1,627	104,23	850	98	322	1,023	120,35	611	-	187	550	90,02	100	-	-	-	54

สภาพการณ์สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี

สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นองค์การราชการบริหารส่วนกลาง สังกัดกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม จัดตั้งขึ้นด้วยงบประมาณ 2536 ในที่ดินสาธารณประโยชน์ หมู่ที่ 4 บ้านหนองตาลกาบ ตำบลไผ่ขวาง อำเภอเมืองฯ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 47 ไร่ ซึ่ง ฯพณฯ บรรหาร ศิลปอาชา ได้ให้การสนับสนุนและผลักดันให้เกิดโครงการจัดตั้งสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี นอกจากนั้นยังได้บริจาคทุนทรัพย์ส่วนตัวจำนวน 400,000 บาท เพื่อจ่ายให้กับราษฎรที่ค้ำอภัยพอกจากที่ดินสาธารณประโยชน์ สิ่งเหล่านี้จะเป็นส่วนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในจังหวัดสุพรรณบุรี ให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น

สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ตั้งอยู่ห่างจากศาลากลางจังหวัดประมาณ 5 กิโลเมตร บนถนนออกนอกเมืองสุพรรณบุรี-ป่าโมก และแยกเข้าหมู่บ้าน หมู่ที่ 4 บ้านหนองตาลกาบ 800 เมตร เป็นทางคดเคี้ยวประมาณ 6 โค้ง เมื่ออยู่บนถนนสุพรรณบุรี-ป่าโมกฯ จะมองเห็นสถาบันฯ ไม่ชัด

สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี มีหน้าที่ความรับผิดชอบในพื้นที่ 6 จังหวัด คือ สุพรรณบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท ลพบุรี นครนายก และสระบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฝึกอาชีพให้ประชาชนวัยทำงาน ที่ไม่มีโอกาสได้ศึกษาต่อ สามารถเข้าสู่ตลาดแรงงานภาคอุตสาหกรรมในลักษณะช่างกึ่งฝีมือ และยกระดับฝีมือแรงงานให้กับผู้ปฏิบัติงาน ให้มีทักษะฝีมือทันต่อวิทยาการที่กว้างไกล นอกจากนั้นยังได้จัดให้มีการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานเพื่อเป็นการจำแนกฝีมือตามความสามารถ/ชำนาญ ของแต่ละบุคคล

**อำนาจหน้าที่ของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน
จังหวัดสุพรรณบุรี**

อำนาจหน้าที่ของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัด
สุพรรณบุรี ตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการ มีดังนี้

1) ฝึกอบรมฝีมือแรงงาน ให้แก่ประชากรวัยทำงานเพื่อให้เข้าสู่ตลาดแรงงาน
หรือสามารถประกอบอาชีพของตนเองในสาขาที่ต้องใช้เทคโนโลยีระดับกลาง และ
ระดับสูง และพัฒนาฝีมือแรงงานให้มีระดับสูงขึ้นในระดับจังหวัดและระดับภาค

2) ทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานในสาขาช่างต่าง ๆ

3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาฝีมือแรงงาน
ในระดับจังหวัด และระดับภาค

4) ปฏิบัติงานร่วมกับ หรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
หรือที่ได้รับมอบหมาย

สิ่งก่อสร้าง

(1)	ตึกอำนวยการ	=	1	หลัง
(2)	ตึกอาคารเรียน	=	1	หลัง
(3)	หอพักผู้รับการฝึก	=	2	หลัง
(4)	โรงฝึกงานช่างยนต์	=	2	หลัง
(5)	โรงฝึกงานช่างไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	=	2	หลัง
(6)	โรงฝึกงานช่างไม้และก่อสร้าง	=	1	หลัง
(7)	โรงฝึกงานช่างกลโรงงาน	=	1	หลัง
(8)	บ้านพัก ระดับ 7-8	=	2	หลัง
(9)	บ้านพัก ระดับ 5-6	=	6	หลัง
(10)	บ้านพัก ระดับ 3-4	=	7	หลัง
(11)	บ้านแฝด ระดับ 1-2	=	20	หลัง

อัตรากำลัง

ตารางที่ 2 อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ จำนวน 69 คน (ตามกรอบอัตรากำลัง จำนวน 76 คน) โดยจำแนกตาม ตำแหน่งและระดับได้ดังนี้

ระดับ \ ตำแหน่ง	8	7	6	5	4	3	2	1		รวม
ผู้อำนวยการสถาบันฯ สุพรรณบุรี	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
เจ้าหน้าที่บริหารงานฝึกอาชีพ	-	6/1*	11/1*	-	-	-	-	-	-	17/2*
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
เจ้าหน้าที่บริหารงานธุรการ	-	-	-	1*	-	-	-	-	-	1*
เจ้าหน้าที่บริหารงานพัสดุ	-	-	-	-	1*	-	-	-	-	1*
นักวิชาการฝึกอาชีพ	-	-	-	1	9	2/1*	-	-	-	12/1*
นักวิชาการเงินและบัญชี	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
นักวิชาการ โสตทัศนศึกษา	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
เจ้าพนักงานฝึกอาชีพ	-	-	-	1*	1	1*	-	-	-	1/2*
เจ้าพนักงานพัสดุ	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
เจ้าพนักงานธุรการ	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
เจ้าหน้าที่ธุรการ	-	-	-	-	-	-	4	-	-	1
เจ้าหน้าที่พัสดุ	-	-	-	-	-	-	1	1	-	1
เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
พนักงานพิมพ์ดีด	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2
ครูฝึกฝีมือแรงงาน	-	-	-	-	-	-	-	-	20	20
พนักงานขับรถยนต์	-	-	-	-	-	-	-	-	4	4
รวม	1	6/1*	12/1*	3	12/1*	2/2*	7	2	26	69/7*

* จำนวนเจ้าหน้าที่ที่ขังขาด และมีเจ้าหน้าที่ระดับ 6 ช่วยราชการฝ่ายช่างกลโรงงาน 1 คน

ตารางที่ 3 ผลการฝึกเตรียมเข้าทำงานใน สพร. สุพรรณบุรี

ปีงบประมาณ 2538, 2539, 2540 และ 2541

ลำดับที่	หลักสูตร	ปีงบประมาณ 2538		ปีงบประมาณ 2539		ปีงบประมาณ 2540		ปีงบประมาณ 2541	
		เข้าหมาย	ผลงาน	เข้าหมาย	ผลงาน	เข้าหมาย	ผลงาน	เข้าหมาย	ผลงาน
1	เตรียมเข้าทำงานในสถาบันฯ	—	32	—	40	1,250	192	850	1,088
	รวม	—	32	—	40	1,250	192	850	1,088

ตารางที่ 4 ผลการฝึกเตรียมเข้าทำงานในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดสุพรรณบุรี
ปีงบประมาณ 2541 (แยกตามรายเดือน)

ลำดับที่	กิจกรรมหลักสูตร	เป้าหมาย ปี 2541(คน)	ผลการดำเนินงานปี 2541 แยกเป็นรายเดือน												รวม			
			ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.				
	หลักสูตรเตรียมเข้าทำงาน																	
	งบปกติ																	
	- แยกงานทั่วไป	850	-	124	17	-	-	265	37	87	14	438	247	-	-	-	-	1,088

กรมพัฒนาฝีมือแรงงานในนานาทัศนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

1) ทัศนะของสถานประกอบการ

จากผลการวิจัยเรื่องความต้องการแรงงานและความพร้อมในการมีส่วนร่วมกับภาครัฐในการพัฒนาฝีมือแรงงานของสถานประกอบการทั่วประเทศโดยคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปี พ.ศ. 2539 ทำให้ทราบข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

1.1) ทัศนะของสถานประกอบการต่อบทบาทหน้าที่ของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน คือ ปัญหาอุปสรรคในความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงานที่สำคัญ ได้แก่ การที่สถานประกอบการไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความร่วมมือที่กรมพัฒนาฝีมือแรงงานมีต่อภาคเอกชนและไม่แน่ใจว่ากรมพัฒนาฝีมือแรงงานจะฝึกอาชีพให้ตรงกับความต้องการได้หรือไม่ รวมทั้งไม่มั่นใจในความร่วมมือระหว่างกันว่าจะมีความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

1.2) ข้อเสนอแนะจากสถานประกอบการ

ด้านการประชาสัมพันธ์

(1) การพัฒนาฝีมือแรงงานควรจัดให้มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่โครงการต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อเป็นการแนะนำแก่ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง

(2) ควรเผยแพร่ความรู้เป็นเอกสารต่าง ๆ ส่งไปยังสถานประกอบการ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจลูกจ้าง/พนักงานให้มีความสนใจในการเข้าร่วมพัฒนาฝีมือแรงงาน

(3) ควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารการพัฒนาฝีมือแรงงานไปยังลูกจ้าง/พนักงาน รวมทั้งอัตราเงินเดือนและความปลอดภัยในการปฏิบัติงานในสถานประกอบการต่าง ๆ

(4) ควรประชาสัมพันธ์ให้ลูกจ้าง/พนักงานเห็นความสำคัญ และ
ประโยชน์ที่แท้จริงของการพัฒนาฝีมือแรงงาน อันจะเป็นการพัฒนาทางด้านนี้ได้ดีมาก

2) ทักษะของผู้ทำกรวิจัย คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กรมพัฒนาฝีมือแรงงานควรปรับยุทธศาสตร์การทำงานจากเชิงรับไปสู่เชิงรุก
โดยการจัดบริการออกสู่สถานประกอบการต่าง ๆ แทนที่จะให้สถานประกอบการเข้า
มาขอรับบริการจากหน่วยงานของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานเพียงอย่างเดียว

3) ทักษะของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

(นายมนตรี ด่านไพบูลย์)

แผนการเร่งรัดการพัฒนาฝีมือแรงงานปีงบประมาณ 2540 ตามนโยบาย
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมมีหลายประการ แต่มีประการ
หนึ่งคือ เร่งรัดการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานให้ทั่วถึง
อย่างต่อเนื่องทางสื่อทุกประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางโทรทัศน์ รวมทั้งการเผยแพร่
เอกสาร สิ่งตีพิมพ์ผ่านทางผู้นำชุมชน สถานประกอบการ องค์กรนายจ้าง องค์กร
ลูกจ้าง ตลอดจนการนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ

4) ทักษะของผู้บริหารระดับสูงกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

(1) นางนันทน์ ธีระวิทย์ อธิบดีกรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้ให้นโยบายแก่
ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน/ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน เมื่อวันที่ 26
พฤศจิกายน 2540 เมื่อเข้ารับตำแหน่งใหม่ว่า สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน/ศูนย์พัฒนา
ฝีมือแรงงาน ทุกแห่งจะต้องรุกเข้าไปในหน่วยงานระดับท้องถิ่น นายอำเภอ กำนัน
ผู้ใหญ่บ้าน อ.บ.ต. ผู้นำชุมชน เพื่อบุคคลเหล่านี้ได้รับทราบข้อมูลกิจกรรมการพัฒนา
ฝีมือแรงงานและกระจายข่าวต่อ ๆ ไป

(2) นายสม สุภนกร อธิบดีกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ได้เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ เพื่อการพัฒนาฝีมือแรงงาน โดยได้กำหนดนโยบายประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปในลักษณะเชิงรุกและต่อเนื่องควบคู่ไปกับการติดตามประเมินสถานการณ์ตลอดเวลาเพื่อให้บริการปรึกษาแนะนำของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งต้องมีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อที่เหมาะสม สร้างความรู้ความเข้าใจรวมทั้งการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน

สำหรับการประชาสัมพันธ์ในภูมิภาคนี้ที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากเป็นหน่วยงานในพื้นที่ ซึ่งจำเป็นจะต้องสร้างความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายอย่างใกล้ชิด ให้เข้าใจการดำเนินงานของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานและให้เกิดความร่วมมือ

5) ทักษะของผู้ตรวจราชการกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

นางสรวิชัย ธรรมง ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า จากที่ได้เดินทางไปตรวจราชการยังสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานและศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานภูมิภาคได้พบปัญหา คือ ในขณะที่กรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้เร่งรัดพัฒนาและขยายบริการการพัฒนาฝีมือแรงงานให้กว้างขวางทั่วประเทศ โดยการจัดตั้งหน่วยงานคือศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานในจังหวัดต่าง ๆ แต่ไม่สามารถสรรหาผู้เข้าสู่ระบบการพัฒนาฝีมือแรงงานได้เพียงพอ โดยมีเสียงสะท้อนว่า ประชาชนในเขตชนบทและเมืองส่วนใหญ่ไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน และศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานว่าจะสามารถช่วยเหลือและให้บริการที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างไร

6) ทักษะของผู้บริหารสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน และศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน

สถาบันมูลนิธิวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย ได้ทำการวิจัยเรื่องความต้องการแรงงานฝีมือในช่วงระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานและศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน บางแห่งพบว่าต้องเผชิญปัญหาในการที่จะได้ผู้ที่หลุดจากระบบการศึกษาเข้า

มาฝึกทั้งที่กรมพัฒนาฝีมือแรงงานมีความสามารถในการอุทธรณ์ค่าใช้จ่ายในการฝึก รวมทั้งที่จัดให้กับผู้สนใจเข้ามาฝึก มีเหตุผลอยู่หลายประการที่อธิบายการตัดสินใจที่ไม่เข้ารับการฝึกเช่น

(1) ปัจจัยด้านครอบครัว เช่น ทางครอบครัวต้องการความช่วยเหลือจากเด็กทั้งด้านกำลังแรงงานและรายได้ในการช่วยงาน และ/หรือ คุณแลสมาชิกในครอบครัวห่วงใยไม่ต้องการให้บุตรต้องห่างไกลจากครอบครัว หรือปัจจัยเกี่ยวกับตัวเด็กเองที่ไม่สนใจที่จะเข้ารับการฝึก เป็นต้น

(2) ปัจจัยด้านข้อมูล ข่าวดสาร ซึ่งครอบครัวหรือตัวผู้ต้องการเข้ารับการฝึกนั้นยังไม่เข้าใจว่าจะได้รับประโยชน์อย่างจริงจังมากน้อยเพียงใดจากการที่เข้ารับการฝึกอบรม เป็นต้น

(3) ปัจจัยการแข่งขันของหน่วยงานอื่น ๆ ที่จัดการฝึกอบรม ซึ่งในแต่ละพื้นที่ก็มีหน่วยงานอื่น ๆ ที่จัดการฝึกอบรมเช่นเดียวกัน ทำให้ขาดแคลนผู้ที่จะเข้ามารับการฝึกอบรม

7) ทักษะของข้าราชการกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

จากรายงานการศึกษา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารการพัฒนาฝีมือแรงงาน (ข้าราชการระดับ 6 รุ่นที่ 2/2540) จากรายงานในหัวข้อเรื่องต่าง ๆ จำนวน 32 คน พบว่า จำนวน 6 คน ที่พิจารณาเห็นว่าการวางแผนการบริหารงานของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานควรทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุกโดยให้ทุกคนมีส่วนร่วมการทำงาน และข้าราชการต้องเริ่มบุกเดินหน้าเข้าหาสถานประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากนานาชาติขณะนี้คงได้กล่าวแล้ว ไม่ว่าจะเป็นทัศนะของบุคคลภายนอก และบุคคลภายในกรมพัฒนาฝีมือแรงงานต่างมีมุมมองที่เป็นจุดร่วมประการหนึ่ง คือการที่กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีภารกิจหน้าที่ในการพัฒนาฝีมือแรงงาน โดยการจัดฝึกอาชีพ ฝึกอบรมแรงงาน การกำหนดมาตรฐานและทดสอบฝีมือแรงงาน และส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน ซึ่งเป็นภารกิจของรัฐที่ให้บริกาให้กับประชาชน ซึ่งภารกิจต่าง ๆ ที่ดำเนินการประชาชนไม่มีโอกาสได้รับรู้โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนยากจน ด้อยโอกาส และอยู่ในที่ห่างไกลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ซึ่งบุคคลเหล่านี้การศึกษาน้อย ภาวะการรับรู้และขวนขวายในโอกาสนี้น้อย ดังนั้นเป็นภาระหน้าที่ของผู้กระทำการกิจนั้นจะต้องหยิบยื่นให้โอกาส โดยให้ข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องต่อเนื่อง

สภาพปัญหาของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี

ปัญหาเด่น ๆ ที่ได้พบในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี คือ

1) จำนวนผู้รับการฝึกเตรียมเข้าทำงานในสถาบันฯ มีน้อย

จากการศึกษาความต้องการแรงงานฝีมือในช่วงระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) : ครรชนีในการติดตามผลการพัฒนาฝีมือแรงงาน ซึ่งศึกษาโดยมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย มิถุนายน 2540 พบว่า ผลการดำเนินการฝึกอาชีพของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดพิษณุโลก ปีงบประมาณ 2539 = 11,702 คน สามารถฝึกอาชีพให้แก่ผู้สนใจในเขตพื้นที่ครอบคลุม มีสัดส่วนที่สูงกว่าจำนวนเป้าหมายที่กำหนดไว้ถึงกว่าเท่าตัว และมากกว่าจำนวนที่ทำการฝึกได้ ในปี 2538 ถึง 5 เท่าตัว

สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ตั้งเป้าหมายการฝึกไว้ ในปี 2539 จำนวน 8,080 คน สามารถฝึกผู้เข้ารับการฝึกได้ 11,463 คน ซึ่งมากกว่าเป้าหมายและมากกว่าการฝึกในปี 2538 ซึ่งฝึกได้ 7,919 คน

สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าฝึกอบรมไว้ 6,705 คน สามารถดำเนินการฝึกอาชีพได้ คิดเป็นร้อยละ 65 ของเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้เข้าฝึกอาชีพในชนบทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58 ของเป้าหมายทั้งหมด รองลงมาเป็นกลุ่มผู้เข้าฝึกหลักสูตรเตรียมเข้าทำงาน ร้อยละ 18 การฝึกยกระดับฝีมือ ร้อยละ 14 และหลักสูตรส่งเสริมการฝึกและฝึกพิเศษ ร้อยละ 10

ซึ่งพิจารณาผลการดำเนินการ ผู้วิจัยเห็นว่า สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ก่อนข้างจะประสบปัญหาในการหาผู้เข้ารับการฝึกเตรียมเข้าทำงานในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน

ผู้วิจัยได้ให้ความเห็นต่อไปว่า อาจกล่าวได้ว่า สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถหาผู้เข้ารับการฝึกอาชีพในหลักสูตรต่าง ๆ รวมทั้งสิ้นแล้วได้ไม่ถึง 3 ใน 4 ของเป้าหมาย ซึ่งถือว่าต่ำมาก และก่อนข้างจะไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร

ผู้ขอประเมินได้ตรวจสอบผลการปฏิบัติงานฝึกเตรียมเข้าทำงานในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอาชีพตั้งแต่ปี 2538-กุมภาพันธ์ 2541 ยังอยู่ในเกณฑ์น้อยมาก โดยเฉพาะหลักสูตรเตรียมเข้าทำงานในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นหลักสูตรที่มีระยะเวลาการฝึกค่อนข้างยาว โดยรับเยาวชนผู้ค่อยโอกาส อายุ 15 ปีขึ้นไป ที่ไม่มีโอกาสศึกษาต่อสายสามัญ เข้ารับการฝึกอาชีพ ซึ่งหาคนมาฝึกได้ยากมาก และไม่เป็นที่ไปตามเป้าหมายที่กำหนด คือ ในปี 2538* ผู้รับการฝึก 32 คน ปี 2539* จำนวน 40 คน ปี 2540 มีผู้รับการฝึก 192 คน จากเป้าหมาย 1,250 คน และในปี 2541 เดือนตุลาคม 2540-กุมภาพันธ์ 2541 มีผู้รับการฝึก 141 คน จากเป้าหมาย 850 คน แม้ว่าจะเป็นเป้าหมายที่ลดลงจากปีงบประมาณที่แล้ว แต่ก็มีความเป็นไปได้ที่จะไม่เป็นไปตามเป้าหมาย หากไม่หาวิธีการแก้ไขที่ถูกในเวลาอันรวดเร็ว

* ปี 2538 และปี 2539 กรมไม่ได้กำหนดเป้าหมายผู้เข้ารับการฝึกเตรียมเข้าทำงานในสถาบันฯ

2) ปัญหาการหาผู้รับการฝึกเตรียมเข้าทำงานในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ
จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 5 จำนวนนักเรียนที่จบการศึกษา ชั้น ป.6 และ ม.3 และผู้ที่ไม่ได้เรียน
ต่อปี 2539 เปรียบเทียบจังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดชลบุรี และจังหวัดพิษณุโลก

	จังหวัดสุพรรณบุรี	จังหวัดชลบุรี	จังหวัดพิษณุโลก
จบ ป.6	42,249	54,722	65,747
ไม่เรียนต่อ	3,410	4,975	5,672
จบ ม.3	35,377	50,594	55,425
ไม่เรียนต่อ	4,146	11,638	6,769
รวมเรียนจบ	85,106	118,196	131,370
รวมไม่เรียนต่อ	7,556	16,612	12,441

ที่มา: ฝ่ายระบบสนเทศ ศูนย์สารสนเทศ สำนักงานปลัดกระทรวง
กระทรวงศึกษาธิการ

จากตารางแสดงให้เห็นว่า สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี
มีจำนวนผู้จบการศึกษาแล้วไม่เรียนต่อ มีจำนวนน้อยกว่าเขตพื้นที่รับผิดชอบของ
สถาบันฯอื่น ๆ คือ เพียง 7,556 คน ทั้งนี้เนื่องจากเขตจังหวัดสุพรรณบุรี มีสถานศึกษา
จำนวนมาก เมื่อเทียบกับประชากรทั้งหมด 847,867 คน (ปี 2539) สถานศึกษาทั้งหมด
536 แห่ง เป็นสถานศึกษาของรัฐ 501 แห่ง เอกชน 27 แห่ง และท้องถิ่น (เทศบาล)
8 แห่ง จำนวนนักเรียน 157,336 คน ประกอบกับอยู่ใกล้กรุงเทพฯ การคมนาคมสะดวก
ผู้จบการศึกษาจากสุพรรณบุรี จึงสามารถเดินทางเข้าศึกษาต่อที่กรุงเทพฯ ได้สะดวก

นอกจากนี้ การฝึกอาชีพในลักษณะเดียวกับที่สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ดำเนินการอยู่ มีหน่วยงานอื่น ๆ สังกัดกระทรวงมหาดไทย กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ประมาณ 11 แห่ง ดำเนินการอยู่ ทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่อยู่ในข่ายที่จะได้รับการฝึกอาชีพ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเยาวชนที่มีอายุ 13 ปี ขึ้นไป หรือเด็กนักเรียนที่ไม่ได้เรียนต่อหลังจากจบการศึกษาในปี 2539 มี 7,556 คน หน่วยงานทั้ง 11 แห่ง ต่างก็มีเป้าหมายในการฝึกอบรมจำนวนมาก ของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี รวมการฝึกทุกประเภท 4,414 คน ซึ่งจะเห็นว่าแทบไม่มีกลุ่มเป้าหมายให้หน่วยงานทั้งหมดแย่งกันอีกแล้ว ในการหาผู้เข้ารับการฝึกก่อนข้างตั้งตัว ยังเป็นการฝึกเตรียมเข้าทำงาน ซึ่งมีระยะเวลาฝึกที่ค่อนข้างยาว ยังจะหาผู้รับการฝึกค่อนข้างยาก และที่ยากที่สุด คือ การหาผู้เข้ารับการฝึกเตรียมเข้าทำงานในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ซึ่งแต่ละหลักสูตรมีระยะเวลาการฝึกยาว ผู้รับการฝึกส่วนใหญ่อยู่ภาคเกษตรกรรม พ่อแม่ไม่เห็นความสำคัญในการฝึกฝีมือแรงงาน และขาดแคลนปัจจัยที่จะเกื้อหนุนให้บุตรธิดาของตน ให้เข้ามาฝึกในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน นอกจากบางส่วนที่ต้องการให้ลูกช่วยเหลือกิจกรรมในครัวเรือน และอีกส่วนหนึ่งไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารของการฝึกอบรมเลย ทั้งนี้ จากการศึกษากรณีในการติดตามผลการพัฒนาฝีมือแรงงาน ของมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย พ.ศ.2540 อีกสาเหตุหนึ่งที่น่าจะมีผลต่อการหาผู้รับการฝึกคือ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเมืองอยู่ข้าง อยู่น้ำ มีอาชีพการเกษตรเป็นหลัก และบางท้องที่สามารถทำนาได้ตลอดปี 3-4 ครั้ง จึงไม่ยากไร้เหมือนบางภาคที่มีสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานตั้งอยู่ จึงสามารถหาผู้รับการฝึกได้ไม่ยาก

3) ที่ตั้งของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี

ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองห่างจากตัวเมือง ประมาณ 5 กิโลเมตร ซึ่งโดยสภาพทั่วไปแล้วไม่ไกล แต่เนื่องจากการคมนาคมไม่สะดวก เพราะตั้งอยู่บนถนนแยกจากตัวเมืองเพื่อไปจังหวัดอ่างทอง มีรถประจำทางวิ่งผ่านจำนวนน้อย และยังไม่แยกจากถนนสายหลักเข้าหมู่บ้านอีก 800 เมตร เป็นทางคดเคี้ยวถึง 6 โค้ง และไม่มีการรับจ้าง

ผู้ที่อยู่บนถนนสายหลักจะมองไม่เห็นสถาบันฯ ใดนัก และผู้ที่จะมาฝึกอบรม เดินทางเข้ามาไม่สะดวก โดยเฉพาะผู้ที่ไม่มีรถขับขี่ ผู้รับการศึกษาที่เดินทางไปกลับได้จะต้องมีรถจักรยานยนต์ขับขี่

4) ปัญหาการประชาสัมพันธ์

(1) เมื่อผู้ขอประเมินได้มาดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ตั้งสมมติฐานของการที่มีผู้เข้ามารับการฝึกในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวนน้อยว่าน่าจะมาจากสาเหตุของการประชาสัมพันธ์น้อยกว่าที่ควรจะเป็น และได้ทดลองสอบถามเมื่อครั้งไปนัสการเจ้าคณะจังหวัด เจ้าอาวาสวัดป่าเลไลยก์ และเจ้าอาวาสวัดประสพสุข ซึ่งวัดทั้ง 2 แห่งตั้งอยู่ในอำเภอเมืองฯ และท่านไม่ทราบว่า มีหน่วยฝึกอาชีพดังกล่าว และได้สอบถามในที่ประชุมครูกลุ่มสองพี่น้อง จำนวน 70 คนว่ามีผู้ใดรู้จักสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรีบ้าง มีผู้รู้จักยกมือ 3 คน ซึ่งจากจำนวน 70 คน พิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นครูควรจะต้องรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อ การฝึกอาชีพต่อจากการศึกษานอกโรงเรียนเป็นอย่างดี แต่กลับมีผู้รู้เพียงร้อยละ 4.3 เท่านั้น และบางแห่งในที่ชุมนุมลูกเสือชาววัดกลางบ้านคอน อำเภออู่ทอง ประมาณ 250 คน ไม่มีผู้ใดรู้จักสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี

(2) ผู้ขอประเมินได้สอบถามเจ้าหน้าที่ผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และได้ทราบปัญหา ดังนี้

(2.1) บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์

- ขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการประชาสัมพันธ์ ไม่ได้จบการศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังมีความรู้ข้อมูลกิจกรรมของกรมไม่ลึกซึ้ง

- มนุษย์สัมพันธ์ในการประสานงาน/ทำงาน ไม่ดีเท่าที่ควร เช่น การเข้าหาสื่อมวลชน แหล่งข่าว เป็นต้น

- ขาดความอดทน เสียสละ ติดตามผลงาน และอุทิศเวลาเพื่อให้งานปฏิบัติงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว แต่ในทางปฏิบัติจะเป็นการทำงานตามหน้าที่รับผิดชอบเท่านั้น

- บุคลากรมีจำนวนจำกัด และมีหน้าที่รับผิดชอบหลายอย่าง

- ขาดทีมงานประชาสัมพันธ์ การทำงานแบ่งตามหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย ซึ่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ยังมีประสบการณ์น้อย ไม่รู้รายละเอียดลึก ๆ เกี่ยวกับงานฝึกอบรมช่าง

- ความสามารถในการสื่อสารทั้งด้านการเรียน การพูดไม่ดีพอ

- ความมั่นใจในการเข้าหามวลชน และกลุ่มเป้าหมายยังไม่ดีพอ

(2.2) การใช้สื่อ อุปกรณ์ ไม่หลากหลาย เทคโนโลยี ไม่เหมาะสม

การดึงดูดความสนใจ/การจูงใจในงานประชาสัมพันธ์ ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับทางเลือกใช้สื่ออุปกรณ์ เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และกลุ่มเป้าหมาย แต่สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ความคิดริเริ่ม ที่จะดำเนินการผลิตสื่อที่มีคุณภาพ สามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้ทันเหตุการณ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ห่างไกลได้

การประชุมสัมพันธที่ผ่านมาจะใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทป้าย คัทเออร์ ป้ายผ้า ป้ายไม้ ที่มีจำนวนน้อยมาก ประมาณ 3 แผ่น เก่าไม่สะดวกตา อ่านไม่ชัด เสียงตามสายของเทศบาลนาน ๆ ครั้ง จัดประชุม/สัมมนาที่ผ่านมามีครั้งเดียว เนื่องจาก ค่าใช้จ่ายสูง เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้จะมีผลต่อประชาชน/เยาวชน ในเขตเมือง จังหวัด อำนวย มากกว่าจะเข้าถึงบุคคลในพื้นที่ห่างไกล ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ที่ยากจน ค้อยโอกาส และเป็นกลุ่มใหญ่

(2.3) งบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีจำนวนจำกัด

งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน จะมุ่งใช้ในการฝึกอบรมเป็นหลัก สำหรับงานประชาสัมพันธ์ จะใช้งบประมาณอย่างประหยัด/จำกัด ในขณะที่การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ/ประสิทธิภาพ/หลากหลายรูปแบบ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากประชาชน/กลุ่มเป้าหมาย จำเป็นต้องใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายสูง จึงเป็นอุปสรรคในการทำงานอีกประการหนึ่ง

(2.4) ขาดการกำหนด/ขาดการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ขาดการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

หัวใจของงานประชาสัมพันธ์ เป็นการให้ความรู้ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จำเป็นต้องทำเป็นประจำและต่อเนื่อง รวดเร็ว เพื่อให้การสร้างความเข้าใจไม่ขาดตอน ในทางปฏิบัติ การทำงานประชาสัมพันธ์จะเป็นการทำงานเฉพาะกิจตามที่หน่วยงานภาครัฐ หรือภาคเอกชนร้องขอมาเท่านั้น จะเป็นการทำงานในเชิงรับมากกว่า ไม่มีปฏิทินกำหนดการประชาสัมพันธ์ ในขณะที่เดียวกันจะประสบปัญหาในด้านบุคลากรที่ทำงานด้านประชาสัมพันธ์มีจำนวนจำกัด ไม่สามารถออกเดินสายประชาสัมพันธ์ในวันและเวลาเดียวกันหลาย ๆ จุดได้ การประชาสัมพันธ์มักจะดำเนินการเฉพาะช่วงก่อนเปิดฝึกอบรมแต่ละงวด เป็นการสูญเสียโอกาสไปมาก

(2.5) เป็นการสื่อสารในทิศทางเดียว ไม่มีจุดหมาย ไม่มี การติดตามผล

การสื่อสารที่มุ่งส่งข่าวสาร สาระความรู้ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับหน่วยงานไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับข่าวสาร เกิดความรู้ความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ โดยไม่คำนึงถึงผลที่ได้รับจะเป็นอย่างไร เช่น เอกสารรายงานประจำปี แผ่นพับ แผ่นปลิว โดยส่งเฉพาะชุมชนเมือง ไม่ส่งกลุ่มห่างไกล ทุรกันดาร ยากจน และไม่มีการติดตามผลของการประชาสัมพันธ์

5) ท้องที่ของกลุ่มเป้าหมาย

จำนวนผู้รับการฝึกในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่มาจากอำเภอที่อยู่ห่างจากอำเภอเมือง และอำเภอใกล้เคียงกับที่ตั้งสถาบันฯ จังหวัดสุพรรณบุรี พอประมาณ แต่ในอำเภอห่างไกลมาก ๆ เช่น ค่ายช้าง อุทอง หนองหญ้าไซ มีจำนวนน้อย ดังนี้ เดือนตุลาคม 2540-กุมภาพันธ์ 2541 มีผู้รับการฝึก จำนวน 141 คน มาจากสถานที่ต่าง ๆ ดังนี้

- จังหวัดสุพรรณบุรี อำเภอเมือง 29 คน อำเภอเดิมบางนางบวช 22 คน อำเภอบางปลาม้า 15 คน อำเภออุทอง 14 คน อำเภอสามชุก 6 คน อำเภอหนองหญ้าไซ 9 คน อำเภอสองพี่น้องและอำเภอสรีประจันต์ แห่งละ 3 คน สำหรับอำเภอที่ห่างไกลที่สุด คือ อำเภอคอนเจดีย์ และอำเภอด่านช้าง ไม่มีผู้เข้ารับการฝึก

- เขตจังหวัดในความรับผิดชอบ 4 จังหวัด คือ จังหวัดสิงห์บุรี มีผู้เข้ารับการฝึก 6 คน จังหวัดลพบุรี 8 คน อีก 2 จังหวัด คือ จังหวัดชัยนาท และจังหวัดนครนายก ไม่มีผู้รับการฝึก สำหรับจังหวัดสระบุรี ซึ่งอยู่ในเขตรับผิดชอบ แต่มีศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด แล้ว

นอกจากนี้ มีจังหวัดใกล้เคียงนอกเขตรับผิดชอบ คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 12 คน จังหวัดนครปฐม 2 คน จังหวัดกาญจนบุรี 4 คน จังหวัดอ่างทอง 5 คน กรุงเทพมหานคร 1 คน นนทบุรี 2 คน

บทที่ 4

กลยุทธ์ในการ ประชาสัมพันธ์เชิงรุกทุกรูปแบบของ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี

การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกทุกรูปแบบของสถาบัน พัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ทราบว่าการประชาสัมพันธ์เป็นปัญหาหนึ่งของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรีก็มีปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์เช่นกัน แต่ก็ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น ที่ตั้งของสถาบันฯ จังหวัดสุพรรณบุรี มีปัญหาในการคมนาคม ผู้ขอประเมินจึงได้ทดลองทำการประชาสัมพันธ์เป็นเวลาหนึ่งเดือน ประกอบกับมีระยะเวลาจำกัด ผู้ขอประเมินได้โหมทำการประชาสัมพันธ์ด้วยตนเองเป็นโครงการนำร่อง โดยโดยให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ร่วมเดินทางไปด้วย เพื่อได้ศึกษารูปแบบของการพูดในที่ชุมชนเป็นการประชาสัมพันธ์โดยสื่อบุคคล โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ทั้งในและนอกเวลาราชการ เสาร์-อาทิตย์ และบางคืนที่มีการประชุมสมาคมหรือหน่วยงานเอกชน ตลอดจนให้สัมภาษณ์ทางสถานีวิทยุจังหวัดสุพรรณบุรี ขอความกรุณาประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีช่วยออกรายการวิทยุสุพรรณบุรีภาคเช้า และขอความอนุเคราะห์จากหลวงพ่ोज้ำอวาสวัดประสพสุข จังหวัดสุพรรณบุรี ช่วยออกอากาศสถานีวิทยุรายการธรรมะ ช่วงเวลา 05.00-05.30 น. วันจันทร์-ศุกร์ สถานีวิทยุ ท.บ.1 สุพรรณบุรี เวลาผ่านไป 1 เดือน ปรากฏว่ามีผู้สมัครเข้ารับการศึกษาฝึกในสถาบันฯ จังหวัดสุพรรณบุรีในเดือนเมษายน 2541 จำนวน 265 คน ซึ่งมากกว่าทุก ๆ เดือนที่เคยมีการฝึกมา และจากการสอบถามผู้มาสมัคร และจากใบสมัครได้ระบุว่า ทราบข่าวจากผู้อำนวยความสะดวก

สถาบันฯ จังหวัดสุพรรณบุรี จากสถานีวิทยุ และสถานที่ที่ได้ไปประชาสัมพันธ์ ในช่วง
ระยะเวลาหนึ่งเดือนที่ผ่านมา จึงน่าจะเชื่อได้ว่า ข้อเสนอแนะว่า การประชาสัมพันธ์ เป็น
ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ารับการศึกษาในสถาบันฯ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นจริง แต่อย่างไรก็
ตาม ในระหว่างทดลองโครงการประชาสัมพันธ์ ผู้ขอประเมินก็ได้ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ
รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จังหวัดสุพรรณบุรีด้วย และผู้ขอประเมินจึงได้
จัดทำโครงการกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกทุกรูปแบบ โดยใช้สื่อทุกประเภทรุกเข้า
ไปถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย ทุกพื้นที่ที่รับผิดชอบ โดยกระทำอย่างต่อเนื่อง และเจ้าหน้าที่
ทุกคนมีส่วนร่วม เพื่อความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างใกล้ชิด เพื่อให้เกิดการยอมรับ
ให้ความร่วมมือ และเกิดผลสำเร็จต่อเป้าหมายในการพัฒนาฝีมือแรงงาน ดังนี้

โครงการ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกทุกรูปแบบ

1) หลักการและเหตุผล

หน่วยงานราชการ ได้ให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์มากขึ้น เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่จะช่วยสร้างภาพพจน์ของหน่วยงานให้เป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ นิยมยกย่อง และเกิดความร่วมมือ สนับสนุนจากประชาชนทั้งภายใน/ภายนอกหน่วยงาน

สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเมื่อปีงบประมาณ 2536 และเริ่มดำเนินกิจกรรมการพัฒนา ฝีมือแรงงานปลายปี 2537 จึงเป็นหน่วยงานค่อนข้างใหม่ ประชาชนและส่วนราชการ ต่างๆ ในเขตความรับผิดชอบไม่ค่อยรู้จัก/เข้าใจในบทบาทภารกิจของสถาบันพัฒนา ฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรีอย่างชัดเจน/ถูกต้องมากนัก จึงมี ผลให้การดำเนินงานด้านการพัฒนาฝีมือแรงงาน ไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดและอยู่ ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะการฝึกเตรียมเข้าทำงาน ในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี ในปีงบประมาณ 2538, 2539 มีผู้รับการ ฝึกจำนวน 32 คน และ 48 คน ในปีงบประมาณ 2540 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย 1,250 คน มีผู้เข้ารับการฝึกเพียง 192 คน และในปีงบประมาณ 2541 กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ 850 คน ระยะเวลาผ่านมา 5 เดือน มีผู้เข้ารับการฝึกเพียง 141 คน ซึ่งคาดว่าหากปล่อยให้ สถานการณ์เป็นไปเช่นนี้จะมีผู้เข้ารับการฝึก ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

ดังนั้น สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัด สุพรรณบุรีจึงริเริ่มดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหน่วยงานในรูปของการประชาสัมพันธ์ เชิงรุกทุกรูปแบบ รุกเข้าไปถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม ทุกพื้นที่ที่รับผิดชอบ โดยกระทำอย่างต่อเนื่องใช้สื่อทุกประเภท เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจต่อกลุ่มเป้า

หมายอย่างใกล้ชิดเกิดความนิยมชมชอบหน่วยงาน เป็นการสร้าง ส่งเสริมความรู้สึกรักอัน
ดีต่อกันทั้งภายในหน่วยงานและภายนอกหน่วยงาน ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับของกลุ่ม
เป้าหมาย และเข้ารับการศึกษาเตรียมเข้าทำงาน ในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวัน
ตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี ตามเป้าหมายที่กำหนด

2) วัตถุประสงค์

(1) เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจอันถูกต้อง จูงใจให้เยาวชนและ
ประชาชนทั่วไปมีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพช่างและสนใจสมัครเข้ารับการศึกษาฝึกมากยิ่งขึ้น

(2) เพื่อเป็นการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
ในทุกพื้นที่อย่างกว้างขวางและทั่วถึง

(3) เพื่อให้การพัฒนาอาชีพสำหรับการฝึกเตรียมเข้าทำงานในสถาบัน
พัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นไปตามเป้าหมายที่
กำหนด

3) ระยะเวลาดำเนินการ

ระยะแรก ระหว่างเดือน มีนาคม - กันยายน 2541

ระยะที่ 2 ระหว่างเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นไปอย่างต่อเนื่อง

4) วิธีดำเนินการ

(1) กำหนดสื่อการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ โดยเน้นการประหยัดข
ประมาณ สื่อที่ใช้ต้องสวยงาม สะดุดตา มีแรงจูงใจ กับผู้พบเห็น และเป็นสื่อที่
สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่อย่างได้ผล เช่น

- โปสเตอร์ สีสดใส สวยงาม
- เทปประชาสัมพันธ์ โดยใช้เสียงของคาราอาทอนต์
- แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายผ้า ป้ายคัทเอ๊าท์ ป้ายไม้ อ่านง่าย

สะดุดตา ข้อความเร้าใจ

- สถานีวิทยุกระจายเสียง
- โทรทัศน์ โดยออกรายการสารคดีและข่าวพิธี เปิด-ปิดการอบรม และ

กิจกรรมของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี

- แผ่นพับ แผ่นปลิว ข่าวแจก
- จัดประชุม/ สัมมนา
- นิทรรศการ
- สื่อบุคคล
- จดหมายข่าว

(2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ที่สามารถเข้าถึงพื้นที่ชนบทมากที่สุด โดยเน้นการหาข่าวในทุกรูปแบบ ซึ่งทุกคนในหน่วยงานต้องช่วยกันเสาะแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ที่เป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง เช่น

- ลูกเสือชาวบ้าน
- องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน
- กลุ่มเยาวชน ชาย-หญิง ที่ไม่มีโอกาสศึกษาต่อ
- นักเรียน โรงเรียนขยายโอกาส/ผู้ปกครอง
- ประชาชนที่มาทำบุญที่วัด
- เจ้าอาวาส พระสงฆ์
- สถานประกอบการ
- ผู้บริหาร โรงเรียน/ครูแนะแนว
- กลุ่มคนยากจนในเมืองและชนบทห่างไกล
- กลุ่มแรงงานภาคเกษตรที่ยากจน
- กลุ่มแรงงานชนบท
- กลุ่มทหารก่อนปลดประจำการ
- กลุ่มผู้ต้องขังใกล้พ้นโทษ

- กลุ่มสตรี และเด็ก
- กลุ่มคนพิการ
- กลุ่มแรงงานในสถานประกอบการ

(3) การจัดทีมงานประชาสัมพันธ์ เพื่อผลิตเปลี่ยนหมอนเวียนกันประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถประชาสัมพันธ์ได้กว้างขวางทุกพื้นที่ เจ้าหน้าที่ไม่เกิดความรู้สึกเบื่อ/จำเจ ทุกคนมีความกระตือรือร้น ตั้งใจ มีความสุขใจ ในการทำงานประชาสัมพันธ์

(4) การประสานงาน

- ประสานความร่วมมือกับครูแนะแนว โรงเรียนมัธยมและประถม
ศึกษา
- ประสานความร่วมมือกับกำนันผู้ใหญ่บ้าน
- ประสานความร่วมมือกับผู้นำชุมชน
- ประสานความร่วมมือกับชมรม สมาคมวิชาชีพ หน่วยงาน NGO
หน่วยงานภาครัฐ
- ประสานความร่วมมือกับวัด
- ประสานความร่วมมือกับผู้จัดกิจกรรมในลักษณะต่าง ๆ
- ประสานความร่วมมือกับ สส. ในจังหวัด
- ประสานความร่วมมือกับหน่วยราชการ ในกระทรวงแรงงานและ
สวัสดิการสังคม
- ประสานความร่วมมือกับศูนย์สงเคราะห์ราษฎรประจำหมู่บ้าน
- ประสานความร่วมมือกับสถานประกอบการ

5) สถานที่ดำเนินการ

ทุกจังหวัดในเขตความรับผิดชอบของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค ตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี นครนายก ชัยนาท ลพบุรี และสิงห์บุรี ยกเว้นสระบุรีเนื่องจากจัดตั้งศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานแล้ว

6) งบประมาณ

สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี
จำนวน 300,000.- บาท

7) ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- มีผู้ประสงค์เข้ารับการฝึกอาชีพหลักสูตรเตรียมเข้าทำงานในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
- ประชาชนในพื้นที่ชนบทสามารถได้รับข้อมูล ข่าวสาร โดยทั่วถึง และมีทัศนคติที่ดีต่อการฝึกอาชีพ
- สามารถพัฒนาผู้ที่เข้าสู่ตลาดแรงงาน ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน

8) การประเมินผลโครงการ

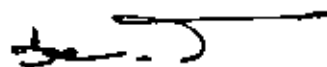
การบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการพิจารณาจากจำนวนผู้รับการฝึกเตรียมเข้าทำงานในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดในปีงบประมาณ 2541

9) ผู้รับผิดชอบโครงการ

สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี

10) ผู้เสนอโครงการ ฝ่ายแผนงานและประเมินผล สถาบันพัฒนาฝีมือ
แรงงานภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี

11) ผู้อนุมัติโครงการ



(นางวิณา ภควงศ์)

ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน
ภาคตะวันตกตอนบน จังหวัดสุพรรณบุรี

การดำเนินการเพื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุกทุกแบบ

ในการประชาสัมพันธ์ ได้ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ไปพร้อม ๆ กับการจัดทำกิจกรรมอื่นด้วย ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากมีเวลาจำกัด

1) จัดทำปฏิทินการประชาสัมพันธ์

การมุ่งเข้าหากลุ่มเป้าหมายโดยตรงในทุกรูปแบบต่าง ๆ โดยสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ดำเนินการหาข้อมูลเอง ไม่รอให้หน่วยงานอื่นร้องขอให้ไปประชาสัมพันธ์เพียงอย่างเดียว โดยการสืบหาว่าจะมีการนัดประชุม/ชุมนุมกันที่ไหน เวลาเท่าไร และประสานงานเพื่อขอเวลาในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการสื่อสารและการสร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีต่อกัน นอกจากนี้ยังได้รับข่าวจากหน่วยงานต่าง ๆ เชิญไปร่วมประชาสัมพันธ์กิจกรรมของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งภาครัฐและเอกชน

การกำหนดตารางประชาสัมพันธ์จะทำอย่างต่อเนื่องไม่มีหยุด รวมทั้งไม่มีวันหยุด พร้อมทั้งกำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละวัน ปรับเปลี่ยนเป็นการรับสมัครฝึกอาชีพตลอดปีและปรับเป็นการฝึกอาชีพแบบไม่มีรอบไม่มีรุ่น

(ตามเอกสารแนบภาคผนวก)

2) กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปแล้ว โดยใช้สื่อบุคคล ประกอบกับแผ่นโปสเตอร์ แผ่นพับ และมอบเทปให้กับผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เจ้าอาวาส เพื่อเปิดตามหอกระจายข่าว ได้แก่

- ลูกเสือชาวบ้าน
- การประชุมประจำเดือนองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)
- ผู้บริหาร โรงเรียน
- หมู่บ้านอาสาพัฒนาป้องกันตนเอง (อพป.)
- นักเรียนโรงเรียนขยายโอกาส

- กลุ่มสตรีแม่บ้าน
- ประชุมประจำเดือนกำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน
- ประชุมประจำปีเจ้าอาวาสทุกวัด
- ประชาชนที่มาทำบุญที่วัด ในวันพระและวันนักขัตฤกษ์
- นักศึกษาของ กศน.
- กลุ่มชาวเขา
- ผู้ปกครอง ต.โมสรไลออนส์/โรตารี
- กลุ่มทหารก่อนปลดประจำการ
- ผู้ต้องขังใกล้พื้นที่
- ชาวบ้าน
- เจ้าของสถานประกอบการ ในการประชุมเพื่อชี้แจงการปฏิบัติตามกฎที่

เกี่ยวข้อง

- เจ้าของสถานประกอบการทั่ว ๆ ไป กรณีตรวจเยี่ยม
 - ที่ประชุมเจ้าของโรงสีประจำเดือนในเขตสุพรรณบุรี
 - ที่ประชุมกลุ่มอาสาสมัคร แจ่งข่าวอาชญากร
 - ที่ประชุมกลุ่มนักธุรกิจ อ.เคิมบางนางบวช
- ฯลฯ

กลุ่มเป้าหมายที่ไม่ควรมองข้าม

(1) พระสงฆ์ แต่โบราณมา วัดเป็นศูนย์กลางของการศึกษา ศิลปวิทยา การ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่รักษาคนล้มป่วย เป็นที่พักพิงของคนตกยาก เป็นที่ปรึกษาของผู้ได้รับความเดือดร้อน ฯลฯ แม้กาลเวลาผ่านไป วัดจะมีความสำคัญน้อยลง เพราะมีโรงเรียน มีโรงพยาบาล สถานศึกษาทางศิลปวิทยาการแขนงต่าง ๆ แต่วัดก็ยังเป็นแหล่งรวมของพุทธศาสนิกชน กลุ่มคนที่เดือดร้อน ต้องการคำปรึกษาหารือ เนื่องจากชาวบ้านก็ยังถือว่าพระเป็นผู้รอบรู้ เป็นผู้กว้างขวาง เป็นที่พึ่งทางใจ เดือดร้อน

ประการใด ก็จะระบายสู่พระสงฆ์ ดังนั้น พระสงฆ์ซึ่งได้รับรู้ข้อมูล ข่าวสารประการใด ก็จะบอกกล่าวต่อไปยังชาวบ้าน ซึ่งก็จะบอกต่อ ๆ กัน ดังนั้นการได้ประชาสัมพันธ์ให้ พระภิกษุสงฆ์ เข้าอาวาสได้ทราบ จึงนับว่าจะมีการขยายผลอย่างกว้างขวาง การได้มี โอกาสเข้าทำบุญในวัดและขอถือโอกาสประชาสัมพันธ์จะได้ผลดีมาก จากการที่ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ดำเนินการมาแล้วนับว่าได้ผลดีมาก จากการสอบถามผู้รับการฝึก ส่วนหนึ่งจะบอกว่าได้ทราบข่าวจากวัดนั้น วัดนี้ หลวงพ่อ องค์กรนั้น องค์กรนี้

(2) กลุ่มผู้ปกครอง สตรี แม่บ้าน ซึ่งบุคคลเหล่านี้จำเป็นต้องคุ้มครอง ดูแลบุตรหลาน จะเป็นผู้ช่วยบุตรหลาน ญาติมิตร คัดสินใจเข้าศึกษาต่อ หรือเข้ารับ การฝึกอาชีพ และมีโอกาสจะบอกต่อไปอีกจำนวนมาก

(3) ครูแนะแนว เป็นผู้มีหน้าที่โดยตรงในการให้คำปรึกษาแก่นักเรียน ในการศึกษาต่อหรือฝึกอาชีพ แต่กลุ่มคนเหล่านี้ก็จำเป็นต้องติดต่อส่งข้อมูลข่าวสาร ให้โดยสม่ำเสมอ มิใช่ไปพบหรือไปประชาสัมพันธ์ครั้งเดียวแล้วหยุด ต้องรักษา สัมพันธ์ภาพโดยสม่ำเสมอ อาจเป็นการใช้โทรศัพท์พูดคุย

(4) กลุ่มเยาวชนทั่วไป ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นผู้พลาดโอกาสศึกษาต่อ เนื่องจากคนกลุ่มนี้ยังอยู่ในวัยเยาว์ มีความกระตือรือร้นในการรับข้อมูลข่าวสาร จะ ช่วยบอกต่อ ๆ กันไป ช่วยขยายผลการประชาสัมพันธ์

3) จัดตั้งทีมงานประชาสัมพันธ์

ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ทุกฝ่าย ร่วมกันกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์ เชิงรุก วางรูปแบบ/สื่อประชาสัมพันธ์และกำหนดผู้รับผิดชอบ ร่วมเดินสายประชาสัมพันธ์ คณะทำงานชุดดังกล่าวเป็นคนรุ่นใหม่ มีแนวความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กว้าง ไกล สามารถสร้างงานประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ดึงดูดใจผู้พบเห็นเป็นอย่างมาก มีความตั้งใจทำงานสูง

4) ผู้บริหารกับงานประชาสัมพันธ์

ผู้อำนวยการสถาบันฯ หรือผู้อำนวยการศูนย์ฯ จะต้องเป็นผู้นำในการประชาสัมพันธ์ เป็นแหล่งข่าว เป็นผู้ให้ข่าว ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติทุกคนเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และในส่วนภูมิภาคตำแหน่งดังกล่าว จะเป็นที่ยอมรับนับถือ ศรัทธาของบุคคลทั่วไป นอกจากนี้ยังเป็นขวัญและกำลังใจของผู้ใต้บังคับบัญชา ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอื่น ๆ สำหรับผู้ขอประเมินได้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในระยะเริ่มแรก โดยหาข่าวด้วยว่าจะมีการชุมนุม ณ ที่ใด และดำเนินการติดตามสถานที่ต่าง ๆ โดยต้องการให้เจ้าหน้าที่ผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ได้เห็น/ทราบว่าการพูด ทุกคนพูดได้ และพูดแล้วจะมีผู้สนใจฟัง สนใจสอบถาม ระวังผู้ฟังหรือไม่ เป็นเทคนิคที่ต้องศึกษาและทดลองปฏิบัติ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์ประสบผลสำเร็จ ผู้ขอประเมินได้ดำเนินการอย่างเร่งรีบ ในบางวันต้องพูด ณ ที่ต่าง ๆ ถึง 5 แห่ง เช่น ในวันที่ 17 มีนาคม 2541 จนกระทั่งเสียงแหบแห้ง หมอแนะนำให้หยุดใช้เสียง ซึ่งหยุดไป 1 วัน แล้วนอนให้เต็มอิ่ม และเริ่มใหม่ จึงคิดว่างานประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารต้องทุ่มเททั้งกาย และใจ เมื่อได้ฝึกเจ้าหน้าที่แล้วในโอกาสต่อไป ก็สามารถปล่อยให้ดำเนินการกันเองได้ งานประชาสัมพันธ์ หากจะดำเนินการให้ประสบผลสำเร็จจึงไม่ใช่เรื่องง่าย

ผู้บริหารในฐานะเป็นผู้นำองค์กร มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร เป็นตัวกำหนดนโยบาย พฤติกรรมของผู้บริหารจึงเท่ากับเป็นพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานทั้งหมด มีบทบาทต่องานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างภาพพจน์ขององค์กร

ดังนั้น ผู้อำนวยการในฐานะผู้บริหาร จำต้องมีการเตรียมตัว ฝึกฝนตนเองให้เป็นนักประชาสัมพันธ์ เป็นผู้ให้ข่าวที่มีประสิทธิภาพ สามารถควบคุมอารมณ์ ต้องทันลูกเล่นของนักข่าวด้วย

5) การสร้างจิตสำนึกให้เจ้าหน้าที่ทุกคนเป็นนักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน

เป็นการยากยิ่งที่จะสร้างความเข้าใจให้กับผู้ที่ไม่มีหน้าที่ในการทำงานประชาสัมพันธ์ ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่ก็เกิดความเบื่อหน่ายกับหน้าที่ที่จำจ และภารกิจด้านอื่น ๆ ที่ต้องรับผิดชอบด้วย

จึงจำเป็นที่จะต้องโน้มน้าวให้เห็นประโยชน์ร่วมกัน ที่เกิดจากความร่วมมือ ภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานย่อมเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของผู้ทำงานในหน่วยงานนั้น เช่นกัน การไม่มีผู้รับการศึกษาในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ย่อมทำให้นักศึกษาบางคนเกิดความรู้สึกว่าสถานที่แห่งนี้ไม่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ ซึ่งแสดงถึงคุณภาพของบุคคลในองค์กร ขณะเดียวกันมนุษย์เกิดมาหากไม่มีงานทำ ไม่มีผู้รับการศึกษา ย่อมเกิดความเฉื่อย เยื่อ ไม่มีชีวิตชีวา ไม่ได้แสดงความสามารถ ดังจะเห็นได้ว่าเมื่อมีผู้รับการศึกษาในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวนมาก ๆ เจ้าหน้าที่และครูฝึกเกิดความสนุกสนาน มีชีวิตชีวาในการทำงาน ร่วมมือร่วมใจกันทำงานอย่างสนุกสนานอย่างที่ไม่เคยเป็นเช่นนี้มาก่อน

6) การมอบหมายให้หัวหน้าฝ่ายทุกฝ่าย หมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกันออกทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ มิให้ตั้งรับอยู่ในหน่วยงาน

จะเกิดผลดีในแง่ของการประชาสัมพันธ์ได้หลาย ๆ จุด ในวันและเวลาเดียวกัน ทุกคนจะไม่เกิดความรู้สึกเหนื่อยล้า/จำเจ นอกจากนั้นยังสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้กว้างขวางครอบคลุมทุกพื้นที่

7) การมอบหมายให้หัวหน้าฝ่ายทุกฝ่ายออกเยี่ยมสถานประกอบการ

เพื่อให้สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นที่รู้จักมากขึ้น เสนอแนะบริการ/กิจกรรม ของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ตลอด

จนเป็นการปูทาง สำหรับการฝากผู้รับการฝึกเข้าฝึกงานในสถานประกอบการในโอกาสต่อไป

ในการที่ได้รับมอบหมายให้ไปเยี่ยมสถานประกอบการ ในเขตรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย จะรายงานต่อผู้อำนวยการ และจะเวียนให้ทุกฝ่ายได้รับทราบ เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูล

8) ให้ผู้รับการฝึกมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์

นำผู้รับการฝึกไปประชาสัมพันธ์ในที่ต่าง ๆ ในโอกาสอันควร เช่น วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ส่วนราชการพบประชาชน ณ ที่ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึกที่ดี เกิดความมั่นใจว่าบุตรหลานของตนคงจะได้รับการดูแลอย่างดีในทางที่ถูกต้อง โดยให้ผู้รับการฝึกได้มีโอกาสพูดคุยกับชุมชนด้วย

9) หัวหน้าฝ่ายและเจ้าหน้าที่ต้องเปิดตัว

ส่งเสริมให้หัวหน้าฝ่าย และเจ้าหน้าที่ พบปะชาวบ้านใกล้เคียงสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี และร่วมกิจกรรมงานบุญ งานบวช เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ตัวเองและหน่วยงาน หากมีโอกาสให้ขอประชาสัมพันธ์กิจกรรมของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี เพราะงานเหล่านี้จะมีผู้มาชุมนุมมาก

10) ความรวดเร็วในการทำงาน

การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มคนต่าง ๆ ผู้ที่จะทำงานประชาสัมพันธ์ ต้องเป็นผู้ที่มีจิตสำนึกที่ดีกับงาน มีความขยัน เสียสละ อุทิศเวลาแม้วันหยุดราชการ หรือนอกเวลาราชการ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว ดังที่ว่า การประชาสัมพันธ์ ใครได้เริ่มก่อน จะเป็นผู้ได้เปรียบ

11) การประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ

การประสานงานกับหน่วยงานของภาครัฐ/เอกชน บุคคล ต้องกระทำ โดยสม่ำเสมอ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ หนังสือพิมพ์ ประชาสัมพันธ์จังหวัด เลียงตามสายของเทศบาล หอกระจายข่าวในหมู่บ้าน วัด โรงเรียน องค์การบริหารส่วน ตำบล เป็นต้น จัดส่งข้อมูล บทความ ภาพกิจกรรม แผ่นพับ แผ่นปลิว โปสเตอร์ กำหนดการฝึกอาชีพ และแนะนำกลุ่มอาชีพ เพื่อใช้ในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ โดย สม่ำเสมอและต่อเนื่อง

12) การเชิญชวนให้ผู้ที่สนใจมาเยี่ยมชมสถาบันฯ และมาใช้สถานที่ สำหรับประชุมกำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน หรือเพื่อฝึกอบรม ฯลฯ เพื่อให้บุคคลทั่วไป ได้พบ เห็นกิจกรรมของสถาบันฯ มีผู้สนใจมาเยี่ยมชมโดยสม่ำเสมอ และบางโรงเรียนไม่มี พาหนะ ไม่รู้จักสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี สถาบันฯ จะบริการรถ รับ-ส่ง และผู้ปกครองที่มาเยี่ยมชม ส่วนใหญ่พอใจที่จะส่งบุตรหลานเข้ารับการฝึก เพราะผู้ปกครองมีส่วนช่วยลูกหลานตัดสินใจ ปรากฏตามภาพข่าวคนรักงาน เดือน พฤษภาคม 2541 ในเอกสารเผยแพร่

13) การร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อเผยแพร่หน่วยงาน

การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการร่วมจัดกิจกรรม นิทรรศการ การร่วมกับหน่วยงานในอำเภอ จังหวัด นำผู้รับการฝึกบริจาคโลหิต การ ร่วมกิจกรรมเล่นกีฬากับหน่วยงานอื่น การร่วมกิจกรรมการเดินกรรูกุศล การให้ความ ร่วมมือด้านอื่น ๆ ย่อมเกิดความร่วมมือร่วมใจ และเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงของหน่วย งานให้บุคคลทั่วไปได้รู้จัก ซึ่งได้ร่วมกิจกรรมไป 12 ครั้ง

14) การปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน

- จัดทำปฏิทินการฝึกอาชีพ การฝึกอบรมของแต่ละเดือน ประกาศ ฅ
เด็กอำเภวยกการ ให้บุคคลทั่วไปได้ทราบ
- จัดรูปภาพถ่ายกิจกรรมต่าง ๆ จำนวนมาก ๆ บอร์ดนิทรรศการ ข่าว
หนังสือพิมพ์/ข้อมูลที่น่าสนใจ ผลการฝึกอาชีพ ผลงานผู้รับการฝึก จัดวางในรูปแบบ
สวยงาม สดใส สะดุดตา เพื่อให้ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึกที่ดี ได้รู้กิจกรรมต่าง ๆ เนื่อง
จากผู้มาสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี มาด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ไม่
ต้องพูด ไม่ต้องถาม ได้เห็นภาพก็เป็นคำตอบที่ชัดเจนในตัว ข้อมูลต้องทันสมัย
ซึ่งจะจูงใจผู้พบเห็นได้ทางหนึ่ง
- ภาพถ่ายกิจกรรมต่าง ๆ ต้องทันสมัยไม่ล่าช้า โดยปรับกระบวนการ
อัดล้างภาพถ่ายให้รวดเร็ว ไม่ควรเกิน 1 สัปดาห์
- การแจ้งข่าวสารภายในหน่วยงาน ให้เขียนปิดประกาศ ฅ ตรงจุดเด่นชัด
ชื่อ ให้ทุกคนได้ทราบข่าวถ้วนทั่ว ไม่เสียเวลาโทรศัพท์บอก และไม่สามารถอ้างได้ว่า
ไม่รู้
- การจัดทำที่อ่านหนังสือพิมพ์บริเวณเด็กอำเภวยกการ สำหรับเจ้าหน้าที่
และสำหรับผู้รับการฝึก ฅ โรงอาหาร
- มีการประชุมหัวหน้าฝ่าย ประจำเดือน ๆ ละ 1-2 ครั้ง
- การจัดทำป้ายติดห้องประชุมต่าง ๆ ป้ายหน้าห้องผู้อำนวยการ และ
ป้ายชื่อผู้อาศัยอยู่ในบ้านพักทุกหลัง
- ได้จัดทำสถิติข้อมูลจำนวนผู้รับการฝึกแต่ละเดือนติดประกาศให้บุคคล
ทั่วไปสามารถดูได้ รวมทั้งจัดทำประกาศกำหนดการฝึกอบรมแต่ละเดือนให้ทราบล่วงหน้า
ทั้งนี้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการข้อมูล ข่าวสารของราชการ เรื่อง หลัก
เกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการจัดให้มีข้อมูลข่าวสารของราชการ ให้ประชาชนเข้าตรวจสอบ
ตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540

15) การปรับปรุงอาคาร สถานที่

เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับหน่วยงาน สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรีได้ดำเนินการปรับปรุงสถานที่ หลักสูตร กิจกรรม และระบบต่าง ๆ ในองค์การเป็นอย่างมาก สิ่งที่น่าหวังก็เพียงให้ประชาชนที่พบเห็นสถาบันฯ เกิดความประทับใจ เชื่อถือ ยอมรับ และศรัทธา การประชาสัมพันธ์ก็ง่ายขึ้น โดยดำเนินการ ดังนี้

การปรับปรุงสถานที่

- ปรับปรุงสถานที่ต้อนรับ สถานที่โรงฝึกงานช่างต่าง ๆ
- สร้างทัศนคติของผู้มีหน้าที่ต้อนรับ ผู้มีหน้าที่รับสมัคร ให้มีความรู้ แนะนำแก่บุคคลทั่วไปได้ มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง
- การปลูกต้นไม้ใหญ่เพิ่มขึ้นมาก ๆ เพื่อให้เกิดความร่มรื่น ปลูกไม้ดอก ตบแต่งสนามหญ้าให้สดใสยิ่งขึ้น
- การปรับปรุงอาคารหอพัก เนื่องจากมีผู้เข้ารับการฝึกเข้าพักในหอพักของสถาบันฯ มากขึ้น จำเป็นต้องจัดหาที่นอน เตียงนอน หมอนเพิ่มขึ้น จัดทำมุ้งลวด หอพักหญิง ซึ่งได้ปรับอาคารเรียนเป็นหอพักหญิงเป็นหอที่ 3 จัดทำมือจับประตู ป้องกันยุงเข้าประตู เนื่องจากเดิมไม่มีมือจับ ผู้รับการฝึกปิดประตูไม่สนิท ยุงเข้าไปกัด ทำให้ผู้รับการฝึกเป็นผื่น เกิดแผล ต้องพาไปหาหมอ ผู้ปกครองเป็นห่วงกลัวเป็นไข้เลือดออก ฯลฯ
- จัดทำร้านค้าขนาดเล็ก Minimart เพื่อให้เจ้าหน้าที่ ผู้รับการฝึก ได้ซื้อของในราคาถูก และเป็นการศึกษาให้ผู้รับการฝึกคุ้นเคยต่อการประกอบอาชีพส่วนตัว ซึ่งเป็นนโยบายกรมและของรัฐที่ส่งเสริมการอบรมหลักสูตรการประกอบการธุรกิจให้กับผู้ว่างงาน และผู้ที่เข้าสู่แรงงานใหม่ ตลอดจนผู้รับการฝึก
- ปรับปรุงสถานที่เล่นกีฬาเพิ่มเติม เช่น สนามวอลเลย์บอล สนามแบดมินตัน

- ปรับปรุงห้องประชุม ซึ่งจะเป็นสถานที่ที่บุคคลภายนอกเข้าประชุม ให้สวยงาม และปรับให้มีห้องประชุมเพิ่มอีก 2 ห้อง เพื่อให้มีการจัดอบรมหลายหลักสูตร ในเวลาเดียวกัน
- ปรับปรุงส่วนที่ชำรุดของอาคาร โถงสวม ห้องน้ำแตก รั่วซึม มือจับหลุด ฯลฯ ให้อยู่ในสภาพปกติ ใช้งานได้
- ปรับปรุงความสะอาดให้สะอาดยิ่ง ๆ ขึ้น ให้ผู้มีหน้าที่ตรวจการจ้าง พนักงานทำความสะอาด ให้กำชับให้ดูแลความสะอาดต่าง ๆ
- ปรับปรุงเก้าอี้ ที่นั่ง ผู้รับการฝึกทั้งในห้องเรียนและโรงอาหาร ตลอดจนไวท์บอร์ดที่ชำรุด ซึ่งใช้สอนผู้รับการฝึก ให้เปลี่ยนใหม่ และให้มีมากเพียงพอกับผู้เรียน
- โรงฝึกงาน ส่วนใดที่จะปรับปรุงเป็นห้องเรียนให้ปรับเปลี่ยน โดยมอบให้ฝ่ายช่างไม้และก่อสร้าง สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ดำเนินการ

16) การปรับปรุงกิจกรรมการฝึก

เพื่อให้ผู้รับการฝึก มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และมีความสมบูรณ์ในการเรียนรู้ และการฝึกมีสีสัน ไม่เกิดความแห้งแล้ง ซึ่งจะมีเฉพาะความรู้และทักษะเฉพาะช่างเท่านั้น จึงได้

- ปรับปรุงกิจกรรมการฝึก โดยได้สอดแทรกกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพิ่มขึ้น เช่น กิจกรรมไหว้ครู ค่าขนีสัยอุตสาหกรรม เป็นเวลา 3 วัน 2 คืน โครงการจริยธรรม โดยนำผู้รับการฝึกไปอนค้างที่วัด 1 คืน 2 วัน และรับฟังคำสอนพร้อมทั้งปฏิบัติธรรม และฝึกนั่งสมาธิ การศึกษาดูงานในสถานประกอบการและทัศนศึกษา การอบรมคอมพิวเตอร์และหลักสูตรการประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้กับผู้รับการฝึกเตรียมเข้าทำงานทุกคน เพื่อเป็นพื้นฐาน ให้ทันกับเทคโนโลยีในหน่วยงานที่ผู้รับการฝึกจะไปทำงาน และเพื่อส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระ การสอนภาษาอังกฤษช่างเทคนิคให้ผู้รับการฝึก

- การปลูกต้นไม้ในเทศกาลเข้าพรรษาและโอกาสพิเศษ การร่วมกิจกรรมกับจังหวัด การแข่งขันกีฬานอกสถานที่กับหน่วยงานอื่น

- ปรับปรุงและเพิ่มหลักสูตรการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน เช่น หลักสูตรเตรียมเข้าทำงาน เพิ่มหลักสูตรเชิงจักรอุตสาหกรรม หลักสูตรการเขียนแบบด้วยคอมพิวเตอร์ ฯลฯ สำหรับหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรใดที่เป็นอาชีพเสริมและเป็นที่ยอมรับของตลาด เช่น การทำดอกไม้ประดิษฐ์ การพันทรายบนกระจกซึ่งสามารถจำหน่ายเป็นของที่ระลึกได้

- ส่งเสริมการฝึกอบรมให้กับหน่วยงานส่วนราชการอื่น ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้จัดอบรมหลักสูตรต่าง ๆ เช่น การอบรมคอมพิวเตอร์ตามมติคณะรัฐมนตรีให้ข้าราชการทั่วไปทั้งจังหวัด การอบรมคอมพิวเตอร์ให้นักบริหาร หัวหน้าส่วนราชการ การอบรมพนักงานต้อนรับให้โรงแรม, ร้านอาหาร การอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น หลักสูตรอาสาสมัครแนะนำการท่องเที่ยว หลักสูตรการจัดทำของที่ระลึก หลักสูตรพนักงานต้อนรับบริการ หลักสูตรพนักงานรับส่งนักท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ช่วยให้มีคนรู้จักสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี มากขึ้น ได้มาเห็นและเกิดการชื่นชม ซึ่งไม่มีหน่วยงานใดได้ดำเนินการฝึกอบรมมาก่อน

- การนิมนต์พระภิกษุสงฆ์มารับบิณฑบาต 9 รูป ในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ประจำเดือนละ 1 ครั้ง โดยนิมนต์พระแต่ละวัดไม่ซ้ำกัน ทั้งนี้ เพื่อประชาสัมพันธ์งานของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยผู้อำนวยการจะประชาสัมพันธ์งานของสถาบันฯ ในระหว่างสนทนากับพระภิกษุสงฆ์ ซึ่งส่วนใหญ่พระภิกษุสงฆ์ที่นิมนต์มา แม้จะอยู่ใกล้สถาบันฯ แต่ไม่รู้จักรวมสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ตั้งอยู่ หรือบางรูปรู้ว่า มีสถาบันฯ ตั้งอยู่ แต่ไม่รู้กิจกรรมของสถาบันฯ และไม่เคยเห็นมาก่อนว่าสวยงาม

นอกจากนี้ยังได้ให้ผู้รับการศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมด้วย โดยเจ้าหน้าที่ได้จัดเตรียมอาหารไว้ให้ เป็นการดึงดูดให้ผู้รับการศึกษาฝึกฝึกลงมือปฏิบัติ ไม่หลงผิดไปในทางชั่ว โดยได้เริ่มดำเนินการไปแล้ว 4 ครั้ง

17) การปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ

การประชาสัมพันธ์ มีวิธีการประชาสัมพันธ์มากมายหลายรูปแบบแล้ว แต่จะพิจารณาว่าจะใช้สื่อประเภทใดในการประชาสัมพันธ์ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง/ทั่วถึง ประหยัดงบประมาณ และมีสีสันดึงดูดใจผู้พบเห็น ได้ดำเนินการไปแล้ว ดังนี้

- ข่าว ได้แก่ การสัมภาษณ์สด ข่าวประกอบเสียง “รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม (นายจองชัย เทียงธรรม) กรณีเกี่ยวกับงานของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี” “ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี” ในกิจกรรมใหม่ๆ ที่เปิดอบรมหลักสูตร เช่น การอบรมคอมพิวเตอร์ตามมติ ครม. การอบรมอาสาสมัครแนะนำการท่องเที่ยว ทำข่าวส่งสื่อมวลชน เช่น สถานีวิทยุ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และหนังสือพิมพ์ประจำวัน สถานีวิทยุได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง สำหรับข่าวได้ลงในหนังสือพิมพ์รายวัน และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และเอกสารเผยแพร่ของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานในวารสารคนรักงาน

- บทความ ส่งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและหนังสือพิมพ์รายวัน

- รายการวิทยุ รายการคลินิกช่าง สถานีวิทยุสุพรรณบุรี ทุกวันอาทิตย์ เวลา 13.00-13.30 น. ซึ่งเดิมใช้เทปที่ออกอากาศในกรุงเทพแล้วมาเปิดที่สถานีวิทยุสุพรรณบุรี ทำให้ไม่มีโอกาสประชาสัมพันธ์ภารกิจสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี และเจ้าหน้าที่ไม่กระตือรือร้น ในการหาความรู้ใหม่ๆ จึงให้จัดทำเป็นรายการสด โดยเจ้าหน้าที่สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี จัดทำสคริป และดำเนินการหมุนเวียนไปแต่ละสาขาช่าง ทำให้เจ้าหน้าที่พัฒนาตนเอง เป็น

คนมีคุณภาพ ทันสมัย เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง ได้โอกาสประชาสัมพันธ์สถาบัน พัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ในกิจกรรมต่าง ๆ และกิจกรรมใหม่ ๆ ด้วย

นอกจากนี้ ได้ขอความร่วมมือผู้จัดทำรายการออกอากาศสถานีวิทยุ สุพรรณบุรีเสมอ ๆ เกือบทุกวันในระยะแรก ๆ เดือนมีนาคม โดยประกาศสวดแทรก รายการต่างๆ รวมทั้งสัมภาษณ์สดผู้อำนวยการฯ 4 ครั้ง และขอความอนุเคราะห์เจ้า อาวาสวัดประสพสุข สวดแทรกประชาสัมพันธ์กิจกรรมสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ในรายการธรรมะ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 05.00-05.30 น. ณ สถานี วิทยุ ท.บ.1 ประจำจังหวัดสุพรรณบุรี และคุณบุญเลิศ เกิดสุพรรณ ออกอากาศ รายการกุศล สลับรายการเพลงและข่าว ทั้งวันจันทร์-ศุกร์ ณ สถานีวิทยุ ท.บ.1 สุพรรณบุรี ซึ่งระยะแรก ๆ ได้โหมออกอากาศให้ทุกวัน ๆ ละหลายครั้ง และรายการ ดุษ ฌ บางน้อย ได้ประชาสัมพันธ์กำหนดเปิดรับสมัครผู้รับการฝึกของสถาบันพัฒนา ฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ให้ 2 ครั้ง ช่วงเช้า เวลา 06.45 -07.00 น. และ ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ประชาสัมพันธ์กำหนดการรับสมัครของสถาบันฯ ให้ 5 ครั้ง ณ สถานีวิทยุสุพรรณบุรี ช่วงระหว่างเวลา 06.30 - 07.00 น. วันจันทร์-วัน ศุกร์ ในเดือนมีนาคม 2541

- รายการโทรทัศน์ เชิญผู้จัดทำรายการมาถ่ายทำและออกโทรทัศน์ กิจกรรมของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี รายการเส้นทางแรงงาน ไทย ประมาณ 8 ครั้ง

- เสียงตามสาย โดยให้ผู้นำหมู่บ้าน วัด โรงเรียน อบต. ช่วยกระจายข่าว ให้ จัดทำเพลงส่งให้แล้วขณะนี้ จำนวน 975 ม้วน จากการสอบถามผู้มาติดต่อ ผู้สมัคร เข้ารับการฝึก บอกว่าเป็นรายการที่ดีมาก

- จัดหมายแจ้งข่าว ได้จัดส่งเอกสารข้อมูลการฝึกหลักสูตรต่าง ๆ ไปยัง โรงเรียนต่าง ๆ จำนวน 2,000 แผ่น

- สิ่งพิมพ์ และเอกสารเผยแพร่ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ แผ่นปลิว ที่ได้แจกจ่ายแล้ว จำนวน 50,000 แผ่น

สำหรับการออกรายการวิทยุ หอกระจายข่าว เสียงตามสาย ได้จัดทำเทปประชาสัมพันธ์ กิจกรรมสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยเชิญดารามาเป็นผู้ดำเนินรายการ เป็นเวลา 15 นาที เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกเข้าใจ ตื่นเต้น สนใจ ทันสมัย ทันเหตุการณ์ เนื่องจากพิจารณาแล้วว่า สื่อวิทยุสามารถช่วยให้ผู้อยู่ห่างไกลได้รับรู้อย่างดีและเทปที่ใช้ออกรายการก็สามารถนำมาอัดใหม่ได้โดยจะเสียค่าใช้จ่ายน้อยลง

สำหรับสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ได้จัดทำโปสเตอร์ขนาดใหญ่ บรรจูปถ่ายอาคารสถาบันฯ สวยงาม สะอาดตา สีสดใส เป็นลักษณะสถานที่พักผ่อนที่ทันสมัย ไม่ใช่อาคารโหล ๆ ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึกที่ดี สรรพชาหน่วยงาน และเชื่อมั่นในคุณภาพและประสิทธิภาพของโรงฝึกงานที่บรรจุด้วยเครื่องจักร อุปกรณ์ที่ทันสมัย รวมทั้งมีกิจกรรมผู้รับการฝึก และหอพักที่สง่างาม สะอาดตา โปสเตอร์ขนาดใหญ่แจกจ่ายไปประมาณ 12,000 แผ่น แผ่นพับที่จ้างพิมพ์มีสีสดใส สะอาดตา แจกจ่ายไปแล้วประมาณ 12,000 ชุด

- แผ่นพับ แผ่นปลิว บางประเภทมีข้อความที่ปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยเสมอ และเพื่อความประหยัดและให้เจ้าหน้าที่ได้พัฒนาการจัดทำเอกสาร จึงได้จัดพิมพ์เองด้วยคอมพิวเตอร์ อาศัยจัดรูปแบบให้ทันสมัยขึ้น ได้จัดพิมพ์และแจกจ่ายไปแล้ว 50,000 แผ่น โดยฝากกับกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน พระสงฆ์ ครู ให้แจกต่อไปด้วย

- คัทเอ้าท์ ปรับปรุงโดยการเขียนข้อความใหม่ตัวใหญ่ชัดเจน สีสดใส สะอาดตา ข้อความกระชับรัด เน้นเฉพาะที่จูงใจตัวใหญ่ เช่น ฝึกอาชีพฟรี หาทີ่ฝึกงานให้ พร้อมหอพักฟรี เบ็ดเสร็จครบทุกวันไม่เว้นวันหยุด สถานที่ติดต่อ เบอร์โทรศัพท์ จัดทำแผ่นคัทเอ้าท์เพิ่มในจุดที่สำคัญๆ อีก 4 แผ่น

- ป้ายผ้า ให้ติดทุก ๆ ที่ที่มีการฝึกภายนอกสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ให้รู้ว่าสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นผู้ดำเนินการฝึกให้ สาขา อาชีพอะไร ประมาณ 40 ผืน

- บอร์ดประชาสัมพันธ์ นิทรรศการ ทุก ๆ ที่ที่ดำเนินการ ให้ใช้อุปกรณ์ทันสมัย ซึ่งบางส่วนได้จัดทำเองในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี รูปแบบที่ติดประกาศให้มีศิลป์ ลูกเล่น สวยงาม ได้ร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ จัดนิทรรศการ 8 ครั้ง

- จัดสัมมนาผู้บริหารและครูแนะแนวในจังหวัดลพบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี รวมผู้ร่วมสัมมนา 300 คน

- ในการให้ข่าว จัดทำข่าว และเขียนบทความได้ศึกษาตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. 2540

18) สื่อบุคคล

สื่อบุคคลมีความสำคัญมาก เพราะสามารถรุกเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ และสามารถรับฟังความคิดเห็นของผู้ฟังได้ เป็นสื่อที่มีสีสัน มีชีวิต จิตใจ สามารถตอบข้อสงสัยได้ และนอกจากนี้ สื่อบุคคลช่วยแก้ปัญหากรณีรัฐขาดปัจจัยในการปฏิบัติงาน เช่น งบประมาณ อุปกรณ์ จากเดือนมีนาคม - กันยายน 2541 มีการประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อบุคคล 156 ครั้ง เฉลี่ยเดือนละ 22 ครั้ง มีผู้ร่วมรับฟัง 30,913 คน ในการออกประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่าง ๆ หรือ การปรากฏตัวของเจ้าหน้าที่ทุกคน ของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดสุพรรณบุรี ย่อมหมายถึงภาพพจน์ของหน่วยงาน รวมถึงการประชาสัมพันธ์หน่วยงานไปโดยปริยาย ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมสื่อบุคคลให้พร้อมที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเตรียมความพร้อมให้เจ้าหน้าที่ก่อนออกประชาสัมพันธ์

1) การเตรียมความพร้อมด้านความรู้เกี่ยวกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ซึ่งผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้อย่างดี ถูกต้อง แม่นยำ ตอบคำถามได้ ซึ่งจะสร้างความศรัทธาให้กับผู้ฟัง และประชาชนทั่วไป

(1) กิจกรรมของกรมมีอะไรบ้าง มีการฝึกอาชีพหลักสูตรต่าง ๆ อะไรบ้าง ใช้เวลาการเรียนนานเท่าไร ดำเนินการอยู่ที่ใดบ้าง การฝึกในสถาบันฯ และนอกสถาบันมีอะไรบ้าง ต่างกันอย่างไร หลักสูตรพิเศษ ยกระดับฝีมือ มีแผนการฝึก ระยะเวลาการฝึกอย่างไร ในระหว่างการฝึกผู้รับการฝึกได้รับประโยชน์อะไรบ้าง กิจกรรมของผู้เข้ารับการฝึกมีอะไรบ้าง เป็นประโยชน์อย่างไร เมื่อจบการฝึกแล้วได้รับประโยชน์อย่างไร ในการฝึกฝึกในสถานประกอบการอย่างไร มีเบี้ยเลี้ยงหรือไม่ ในระหว่างการฝึก ผู้รับการฝึกมีความเป็นอยู่อย่างไร เจ็บป่วยใครดูแล ผู้รับการฝึกที่เกรงจะดำเนินการอย่างไร มีหอพักให้หรือไม่ หอพักหญิงชายอยู่ติดหรือแยกจากกัน ต้องนำหมอน มุ้ง ที่นอนมาหรือไม่ ไม่ต้องนำมา เพราะมีเตียง 2 ชั้น พร้อมอุปกรณ์ใหม่ สะอาด พัดลม มุ้งลวด ให้ ต้องแจ้งข้อเท็จจริงและส่วนเด่น ๆ ให้เขาทราบ

ความแตกต่างและประโยชน์ของหลักสูตรปวช. (นอกระบบ) และโครงการฝึกอบรมเด็กอายุ 13-15 ปี ซึ่งฝึกอบรมในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี จะได้ประโยชน์ดีกว่าเรียนสายสามัญ จบเร็วกว่า 1 ปี ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ได้วิชาชีพ จบแล้วเรียนต่อไป และทำงานอาชีพควบคู่ไปด้วย

กฎ ระเบียบการอยู่หอพักที่เข้มงวด มีการสวดมนต์ไหว้พระ นั่งสมาธิ ประจำวัน การแยกหอพักชาย-หญิง ซึ่งจะทำให้ผู้ปกครองมั่นใจยิ่งขึ้น โดยเฉพาะผู้ปกครองที่มีบุตรสาว

(2) ประโยชน์ของกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีใช้การฝึกอาชีพของกรมมีอะไรบ้าง เช่น กำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงาน ทดสอบฝีมือแรงงาน ฯลฯ ส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน เพื่อให้ภาคธุรกิจเอกชนและประชาชนทั่วไปเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการพัฒนาฝีมือแรงงานในกิจกรรมต่าง ๆ ข้างต้น

(3) กิจกรรมสนับสนุนภาคเอกชน ในเรื่องการพัฒนาฝีมือแรงงานที่กรมพัฒนาฝีมือแรงงานเป็นเจ้าของ คือ

- พระราชบัญญัติส่งเสริมการฝึกอาชีพ พ.ศ.2537

- พระราชกฤษฎีกา ฉบับที่ 288 และ 289 และประกาศกรมสรรพากร ฉบับที่ 60 เกี่ยวกับประมวลรัษฎากร ที่ว่าด้วยการหักค่าใช้จ่ายด้านการพัฒนาฝีมือแรงงาน

- การสนับสนุนการจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมวิชาชีพเอกชน ซึ่งในฐานะเจ้าหน้าที่ของกรมฯ ต้องมีความรู้ที่จะให้คำแนะนำปรึกษาและบริการได้

(4) มาตรฐานสนับสนุนการพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน จัดตั้งกองทุนพัฒนาฝีมือแรงงาน เพื่อส่งเสริมให้กำลังแรงงานหันมาให้ความสนใจการพัฒนาฝีมือแรงงาน แม้จะไม่มีเงินทุนก็สามารถกู้เงินจากกองทุนเพื่อฝึกอาชีพได้

2) การเตรียมความพร้อมเรื่องความรู้ในการประชาสัมพันธ์

ได้ส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการอบรมเรื่องการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการประชุม เพื่อชี้แนะวิธีการในการประชาสัมพันธ์ และปรึกษาหารือเกี่ยวกับเรื่องการประชาสัมพันธ์

3) การเตรียมความพร้อมในเรื่องบุคลิกภาพ

ได้จัดประชุมชี้แนะการแต่งกายที่สุภาพ สะอาด ปราศจากกลิ่นตัว และกลิ่นสุรา การแต่งกายต้องทันสมัยพอสมควร ไม่ล้ำหรือล้ำสมัยจนเกินควร กิริยามารยาทต้องสำรวม ผอม ร่องเท้าให้ดูเหมาะสมกับกาลเทศะ หน้าตาเข้มแข็งแจ่มใส

อดทน มีมนุษยสัมพันธ์ดีต่อทุกคน

การพูดต้องเสียงดัง ฟังชัด ฉาดฉาน ตอบข้อซักถามได้ถูกต้อง พูดตัว
ร ล คำควบกล้ำถูกต้อง ภาษาที่ใช้ไม่ควรใช้ภาษาอังกฤษ ยกเว้นคำเทคนิค ใช้ภาษาที่
ฟังเข้าใจง่าย คำนำที่กล่าวทักทายบุคคลต่าง ๆ ต้องระมัดระวัง เช่น พระภิกษุสงฆ์ ต้อง
ใช้คำว่านมัสการ แทน สวัสดี มีอารมณ์ขัน มีเทคนิคที่เร้าใจผู้ฟัง

การแสดงความอ่อนน้อมถ่อมตนต่อผู้ใหญ่ที่มาร่วมในที่ชุมนุมเป็นสิ่งดี
อย่างมองว่าเราเป็นข้าราชการ เขาเป็นชาวบ้าน ต้องปฏิบัติตนให้เข้ากับบุคคลในพื้นที่
ได้โดยจริงใจมิใช่ฝืนใจ

การแสดงออกและน้ำเสียง ต้องกระฉับกระฉวย กระตือรือร้น มิใช่
เหนื่อยหน่าย

การให้เกียรติต่อผู้อยู่ในที่ชุมนุมทุกคน ให้โอกาสและเต็มใจตอบข้อซัก
ถามของทุกคน ขอรับข้อมูลและข้อเสนอแนะที่จะฟังมี

ต้องอดทน แม้อากาศร้อน หนาว หรือเลขเวลาอาหาร หรือที่ประชุม
แสดงกิริยาไม่สุภาพ ควบคุมอารมณ์ได้

มีปฏิภาณไหวพริบในการแก้ปัญหา และสามารถควบคุมสถานการณ์ได้

4) การเตรียมความพร้อมในการประสานงาน

เตรียมข้อมูลด้านสถานที่ที่จะไปติดต่อ เยี่ยมเยือนหรือไปประชาสัมพันธ์
ชื่อ ที่ตั้ง เบอร์โทรศัพท์กรณีพลัดหลงระหว่างทางจะได้ตรวจสอบได้ หน่วยงานดำเนิน
ธุรกิจประเภทใด มีบุคลากรประเภทไหน สภาวะในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างไร มี
ช่างฝีมือระดับใด หากเป็นสถานที่ที่จะไปประชาสัมพันธ์ ตรวจสอบว่ากลุ่มบุคคลเป็น
ใคร กิจกรรมที่กำลังดำเนินการ เช่น ลูกเสือชาวบ้าน กลุ่ม อพป. เป็นต้น นอกจากนี้

ต้องไปติดต่อกับผู้ใด การติดต่อนัดหมาย อาจนัดหมายทางโทรศัพท์ หรือนัดพบ ขึ้นกับความเหมาะสมของแต่ละกรณี แต่ต้องสามารถดำเนินการตั้งประเด็นให้ผู้ที่เรานัดหมายเห็นความสำคัญของเรา เช่น การไปพบสถานประกอบการเพื่อฝากผู้รับการฝึก ต้องใช้ถ้อยคำให้มีความหมายว่าเราต้องการไปรู้จักเขา ไปเยี่ยมชมภาวะ ชมเชยว่าสถานประกอบการ มีการประกอบการ การจัดการที่ดี อย่าทำให้รู้สึกว่าจะเป็นการไปรบกวน เสียเวลาทำงาน ส่วนการฝากผู้รับการฝึก หากสถานการณ์ไม่เหมาะสมก็ไว้โอกาสต่อไป

เตรียมเอกสารที่จะไปเผยแพร่ให้พร้อม รวมทั้งนามบัตร ยานพาหนะ และบุคคลที่จะร่วมเดินทาง

หากเป็นการติดต่อสถานประกอบการ ควรเสนอให้บริการแก่สถานประกอบการด้วย เพราะสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหน่วยงานของรัฐที่ต้องให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ทั้งภาครัฐและเอกชน ดังนั้นต้องสร้างความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจว่าสามารถให้บริการผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในบางกรณีหากยังไม่เหมาะสมที่จะขอความร่วมมือจากสถานประกอบการ ก็ควรจะยังยั้งไว้โอกาสต่อไป

กรณีเป็นการประชาสัมพันธ์ ควรพูดให้เกิดความมั่นใจในผลการดำเนินการของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี

การติดต่อประสานงานควรดำเนินการต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอ มิใช่ดำเนินการครั้งเดียวแล้วจบ เพราะในโอกาสต่อ ๆ ไปอาจจะต้องติดต่อขอรับความร่วมมือ

เทคนิคบางประการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เชิงรุก สำหรับสื่อบุคคล

1) ผู้อำนวยการ หรือผู้นำการ ประชาสัมพันธ์ จะต้องเปิดเผยตัวเองในทุกสถานการณ์ทุกที่ แม้ในเหตุการณ์จะไม่ได้รับเชิญเข้าร่วมงาน อาจเป็นด้วยไม่เกี่ยวข้องกับงาน ผู้มีหน้าที่เชิญหลงลืม หรือเอกสารเชิญส่งไม่ถึง ฯลฯ หากพิจารณาเห็นว่าควรเข้าไปร่วมงานจะไม่ใช่เป็นที่รังเกียจของเจ้าของงาน ก็ขอให้ไปเปิดตัว เช่นพิธีเปิดโรงเรียน ประถมศึกษา ให้ไปถึงสถานที่แต่เนิ่น ๆ หากพิจารณาเห็นว่า มีการประกาศชื่อและหน่วยงานของผู้มาร่วมงาน พยายามเข้าไปใกล้ผู้ทำหน้าที่โฆษกแนะนำตนเอง หรือมอบนามบัตรซึ่งโฆษกจะแนะนำ พร้อมแจ้งกิจกรรมของผู้มาร่วมด้วยจะเป็นการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานเราได้ทางหนึ่ง

2) หากการไปปรากฏตัว ณ. ที่ใดโดยได้รับเชิญเมื่อพิจารณาเห็นว่า มีผู้มาชุมนุมมากพอสมควรและสถานการณ์เหมาะสมขออนุญาต เจ้าของงาน ประชาสัมพันธ์ หน่วยงานของเรา เนื่องจากหน่วยงานเราเป็นงานสร้างพระคุณ สร้างกุศล

3) การไปปรากฏตัวในพิธีเปิดงานใด เสร็จพิธีแล้วอย่าเพิ่งรีบกลับ ขอให้ร่วมงานสักพักเพื่อรอดูจังหวะว่า วิทยากรมาตามกำหนดหรือไม่ หากวิทยากรมาช้าหรือไม่ มา และพิจารณาเห็นว่าพอจะขอความกรุณาจากเจ้าของงานขอประชาสัมพันธ์หน่วยงานเราได้ก็ให้ดำเนินการ หากไม่ได้รับอนุญาตอย่ารีบเร้า และไม่ต้องเขินอายทำตนเป็นปกติ

4) ขอให้เป็นที่คติประจำใจ “จะไปที่ไหนก็ต้องได้ ประชาสัมพันธ์ หน่วยงาน” เอกสารจะต้องเตรียมให้พร้อมในรถยนต์ของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ทุกคันต้องมีเอกสารประชาสัมพันธ์ รถเจ้าหน้าที่โดยเฉพาะ ผู้อำนวยการ หัวหน้าฝ่ายต้องมีเอกสารประชาสัมพันธ์ แม้แต่ไปรับประทาน ก๋วยเตี๋ยวริมถนนก็ขอให้พยายามพูดคุยกับเจ้าของร้านเมื่อเขาวางซึ่งบางครั้งจะมีญาติมิตรเพื่อนฝูงนั่งคุยอยู่แล้ว

5) การแต่งกายของผู้ทำหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ ควรให้เหมาะสมกับสถานที่ เช่น ไป ประชาสัมพันธ์ ในเทศกาลทำบุญ ควรนุ่งผ้าถุง ในกรณีที่สถานที่แห่งนั้นเป็นชาวบ้าน หรือนุ่งกระโปรงยาวคลุมเข่า หากจะให้ดูดี ควรมีผ้าแถบกราบพระ ซึ่งจะเข้ากับพื้นที่ได้ดี การประชาสัมพันธ์จะง่ายขึ้น

6) การจะประชาสัมพันธ์ที่ใด ขอให้ดูสถานการณ์ คือ ต้องมีไหวพริบพอสมควร เช่น ในเทศกาลทำบุญ ต้องรอให้พระสวดจบ และกำลังฉัน จึงขออนุญาตประชาสัมพันธ์ และควรแนะนำตนเองกับเจ้าอาวาส หรือพระผู้อาวุโสที่นั่งองค์ที่หนึ่ง อธิบายภารกิจของเรา และขออนุญาตประชาสัมพันธ์ ผู้ขอประเมินเคยขออนุญาตมักทายกประชาสัมพันธ์ ปรากฏว่าไม่ได้รับอนุญาต เลยใช้วิธีนั่งพนมมืออยู่ด้านหน้าเจ้าอาวาส ซึ่งกำลังนั่งฉันข้าว ท่านเห็นนั่งนาน จึงถามว่า “มีธุระอะไร” ในที่สุดก็ได้รับอนุญาต จากเจ้าอาวาสให้ประชาสัมพันธ์

ครั้งหนึ่ง ผู้ขอประเมินเดินทางไปถึงสถานที่ที่นัดหมายประชาสัมพันธ์เช้า เจ้าของงานไม่ให้ประชาสัมพันธ์ จึงนั่งพักอยู่นาน และแนะนำตนเองว่า “เป็นผู้อำนวยความสะดวกฯ มาช้าเพราะหลงทาง เพิ่งมาอยู่จังหวัดสุพรรณบุรี” ขอโทษที่มาช้ามิได้รับรู้ ในที่สุดเจ้าของงานให้ประชาสัมพันธ์ 10 นาที เมื่อผู้ขอประเมินพูดจบภายใน 10 นาที และบอกว่าจบแล้ว มีผู้ใดซักถามบ้าง ปรากฏว่ามีผู้ซักถามมาก จนเจ้าของงานอนุญาตให้ต่อเวลา 15 นาที และในที่สุด 30 นาที ซึ่งเรามีได้ผลดีสัญญา เราพูดจบภายใน 10 นาที ทั้งที่ปกติเราต้องประชาสัมพันธ์อย่างน้อย 30 นาที

7) การประชาสัมพันธ์ต้องเสียงดัง และมีลูกเล่น อย่าใช้เวลานานเกินไป ผู้ฟังจะเบื่อหน่าย ต้องปรับเวลาระยะเวลา 5 นาที 10 นาที 15 นาที ถึง 1 ชั่วโมง จะสามารถพูดได้มากน้อยแค่ไหน จะพูดอะไรให้ได้ใจความมากที่สุด สังเกตกลุ่มผู้ฟังประกอบด้วย

8) ยานพาหนะที่ใช้เดินทางไปประชาสัมพันธ์ ควรมิดราสัญลักษณ์ของกรม จะสร้างความเชื่อถือ และไม่ควรรอยู่ในสภาพทรุดโทรมมาก

9) การไปสถานที่ใด ๆ ควรปรากฏตัวอย่างสง่าผ่าเผย มั่นใจในตนเอง อย่าเงินอาย อย่างนั่งแอบหลัง หรือมูมอับ

10) สิ่งที่ลืมไม่ได้คือ นามบัตร คนเราลืมได้ง่าย และบางครั้งบอกด้วยวาจา ผู้ฟัง ฟังไม่ชัด โอกาสที่จะได้รับการเอ่ยถึงไม่มี

19) การงบประมาณ

เนื่องจากมีงบประมาณในการดำเนินการจำกัด จึงได้ของงบประมาณเพิ่มเติมจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง โดยยกเหตุผล และความจำเป็นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ได้ขอรับการสนับสนุนจากส่วนกลาง ในการขอเงินงบประมาณเพิ่มเติม ปรับปรุงสถานที่ หน่วยงาน

หากมีส่วนใดที่สามารถดำเนินการได้ โดยเจ้าหน้าที่ของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ก็จะไม่ใช้เงินงบประมาณ ทั้งนี้เพื่อประหยัดงบประมาณ

20) กำหนดผู้รับผิดชอบ

กำหนดให้ผู้มีหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในแต่ละท้องที่ ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยตรงตามที่กำหนดไว้ในโครงการ โดยรุกเข้าไปในพื้นที่ดังนี้

- ผู้อำนวยการการรับผิดชอบทุกจังหวัดในความรับผิดชอบ
- เขตจังหวัดสุพรรณบุรี มอบหมายให้หัวหน้าฝ่ายช่างยนต์

หัวหน้าฝ่ายช่างกลโรงงาน หัวหน้าฝ่ายแผนงานและประเมินผล และคณะเจ้าหน้าที่ของแต่ละฝ่าย

- เขตจังหวัดสิงห์บุรี มอบหมายให้หัวหน้าฝ่ายช่างไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และคณะเจ้าหน้าที่

- เขตจังหวัดนครนายก มอบหมายให้หัวหน้าฝ่ายฝึกในกิจการและฝึกพิเศษ และคณะเจ้าหน้าที่

- เขตจังหวัดลพบุรี มอบหมายให้หัวหน้าฝ่ายช่างไม้และก่อสร้าง และ
คณะเจ้าหน้าที่

- เขตจังหวัดชัยนาท มอบหมายให้หัวหน้าฝ่ายประสานการพัฒนาฝีมือ
แรงงาน และคณะเจ้าหน้าที่

: กรณีบางฝ่ายมีภารกิจ อาจสับเปลี่ยนกันในแต่ละวันได้

21) การปรับปรุงการขอใช้ยานพาหนะ

สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี มีเขตรับผิดชอบ 6
จังหวัด และแต่ละจังหวัดท้องที่ห่างไกล ใช้เวลาเดินทางนาน เช่น จังหวัดนครนายก
จังหวัดลพบุรี และแม้แต่ในจังหวัดสุพรรณบุรี เช่น อำเภอด่านช้าง หากเดินทางไป
ประชาสัมพันธ์จะใช้เวลา 1 วันเต็ม ดังนั้นต้องปรับปรุงการขอใช้ยานพาหนะที่มีผู้ขอ
ใช้ในแต่ละวันจำนวนมากหลายราย เนื่องจากมีการฝึกอบรมนอกสถานที่ทั้งในจังหวัด
สุพรรณบุรี และจังหวัดใกล้เคียงด้วย ตลอดจนงานราชการ การส่งหนังสือ การติดต่อ
คลังจังหวัด การจัดซื้อ/จัดจ้าง การประสานงาน ฯลฯ ดังนั้น หากการเดินทางใช้เส้น
ทางเดียวกัน ให้ใช้รถคันเดียวกัน

22) การปรับปรุงบริการสำหรับผู้รับการศึกษา

นอกจากการบริการด้านติดต่อ ค้อนรับ แล้วยังได้ปรับปรุงการช่วยเหลือผู้
รับการศึกษาในระหว่างการศึกษา ด้านการแนะนำการเรียน การฝึก การดำเนินชีวิตอบรม
พฤติกรรม ตลอดจนการรับผิดชอบในการนำผู้รับการศึกษาไปหาหมอ และเฝ้าดูอาการ ใน
ระหว่างการศึกษาเจ็บป่วย ตลอดจนเบิกจ่ายค่ายาให้ด้วย

ในกรณี ผู้รับการศึกษาเจ็บป่วย หรือขาดหายไปเลยไม่แจ้งสาเหตุให้ทราบ
จะต้องติดตามไปจนถึงบ้าน

เนื่องจากผู้รับการศึกษา มีทั้งเด็กยากจน เด็กเล็ก อายุ 13-15 ปี จึงเป็นภาระ
กับเจ้าหน้าที่มาก

การติดตามประเมินผล

เมื่อล่วงเข้าสู่กลางเดือนกันยายน ได้ตรวจสอบตัวเลขจำนวนผู้เข้ารับการฝึกเตรียมเข้าทำงานในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ปรากฏว่านับตั้งแต่เดือนเมษายน เป็นต้นมา มีผู้เข้ารับการฝึกเพิ่มขึ้นทุกเดือน และเกินกว่าเป้าหมายที่กำหนดคือ มีผู้เข้ารับการฝึก 1,088 คน จากเป้าหมายที่กำหนด 850 คน ซึ่งเกินกว่าเป้าหมาย 238 คน นอกจากนี้ผู้รับการฝึกยังมาจากอำเภอต่าง ๆ ทุกอำเภอในจังหวัดสุพรรณบุรี แม้แต่อำเภอท่าม่วง ไม่เคยมีผู้เข้ารับการฝึก คือ อำเภอคำชะอี และอำเภอคอนเจดีย์ ไม่เพียงแต่เท่านั้น ยังมีผู้เข้ารับการฝึกเพิ่มมากขึ้นในทุกเขตจังหวัด ที่สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี รับผิดชอบ

นอกจากนี้ ระหว่างการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ได้ตรวจสอบจากข่าวสถานีวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ข่าวคนรักงาน และจากการสอบถามผู้มาติดต่อ ผู้สมัครเข้ารับการฝึก ผู้เข้าอบรม และบุคคลทั่วไป ได้ทราบว่ามีข่าว รู้จักกิจกรรมของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี คีขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าการประชาสัมพันธ์เชิงรุกทุกรูปแบบที่สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ดำเนินการอยู่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

บทที่ 5

บทสรุป

บทสรุป

การศึกษาสภาพปัญหาด้านประชาสัมพันธ์ของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรีนี้ มีวัตถุประสงค์สำคัญในการนำเสนอกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกในทุกรูปแบบ เพื่อให้ประชาชนสนใจเข้ามารับการศึกษาในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ในปริมาณที่เพิ่มขึ้นจากเดิม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย การดำเนินงานตามแผนงานของกรม และคุ้มกับงบประมาณที่รัฐบาลได้ลงทุน ทั้งด้าน เครื่องจักร อุปกรณ์ และการบริหารจัดการ โดยผู้ขอประเมินได้ใช้รูปแบบในการศึกษา ทั้ง จากประสบการณ์ จากการปฏิบัติงานจริง เอกสารงานวิจัยของนักวิชาการจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ การสัมภาษณ์ผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ฯลฯ

สาเหตุที่ประชาชนไม่รู้จักรับสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ผลจากการศึกษาพบว่า เนื่องจากสถานที่ตั้งของสถาบันฯ จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ห่างไกล ถนนใหญ่ ทำให้มองไม่เห็นเด่นชัด จึงอาจเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางของประชาชนที่จะเข้าไปติดต่อขอรับบริการ นอกจากนี้ยังพบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อื่น ๆ อาทิ ด้านบุคลากรที่ปฏิบัติงานขาดความรู้ และประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ ขณะเดียวกันบุคลากรในระดับบริหาร กลับไม่ให้ความสำคัญงานด้านนี้ จึงจัดสรรงบประมาณอย่างจำกัด ไม่เพียงพอที่จะนำไปพัฒนาบุคลากร และสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพ รวมทั้งการใช้งบประมาณเพื่อเดินทางไปประชาสัมพันธ์ยังกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ต่าง ๆ ก็มีจำกัด ประการสุดท้ายคือ การจัดการระบบประชาสัมพันธ์ของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ แห่งนี้ ยังไม่เป็นระบบ การประสานความร่วมมือระหว่างทุกคนในองค์กร ขาดการวางแผน และติดตามผลการดำเนินงานด้านนี้อย่างต่อเนื่องและจริงจัง

ดังนั้น ผู้ขอประเมินจึงเสนอให้มีการจัดทำโครงการกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกทุกรูปแบบ โดยใช้สื่อทุกประเภทรุกเข้าไปยังทุกกลุ่มเป้าหมาย ทุกพื้นที่อย่างต่อเนื่อง โดยประสานงานกับทุกหน่วยงาน อาทิ โรงเรียน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน หน่วยงาน NGO วัด สถานประกอบการภาคเอกชน รวมทั้งหน่วยราชการในกระทรวง แรงงานและสวัสดิการสังคมด้วยกัน

นอกจากการจัดทำโครงการดังกล่าว ยังได้ปรับปรุงอาคารสถานที่ ตั้งแต่ ห้องเรียน สถานที่ต้อนรับผู้มาเยือนสถาบันฯ จังหวัดสุพรรณบุรี โรงฝึกงานช่างต่าง ๆ อาคารหอพัก ห้องน้ำ โดยเน้นความมีระเบียบวินัย และความสะอาด เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับหน่วยงาน สร้างความประทับใจให้กับประชาชนผู้เข้ามาติดต่อขอรับบริการ ตลอดจนผู้เข้ารับการฝึก และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน

สิ่งสำคัญในการมุ่งใจให้การประชาสัมพันธ์บังเกิดผลประการหนึ่ง คือ การปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในขณะนี้ การปรับปรุงกิจกรรมการฝึกโดยสอดแทรกกิจกรรม อาทิ กิจกรรมสร้างนิสัยอุตสาหกรรม กิจกรรมอบรมจริยธรรม ภาษาอังกฤษ เป็นต้น

ผลจากการดำเนินการโครงการดังกล่าว ทำให้

- 1) มีประชาชนเข้ามารับการฝึกอบรมเพิ่มมากขึ้นจากเดิมถึงร้อยละ 71 ซึ่งเกินเป้าหมายที่กำหนดไว้ 850 คน เป็น 1,088 คน
- 2) หน่วยงานต่าง ๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรีรู้จักสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี มากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดความร่วมมือ และประสานการทำงานกันได้เป็นอย่างดี
- 3) กรมยังได้นำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว เป็นต้นแบบในการจัดทำคู่มือการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำไปใช้ทุกหน่วยงานในกรมทั่วประเทศ

4) ผู้รับการฝึกที่ยากจนได้รับความอนุเคราะห์จากหน่วยงาน และบุคคลทั่วไป บริจาคเงิน ข้าวสาร อาหารแห้ง ขนม ซึ่งไม่เคยมีกรณีเช่นนี้มาก่อน

ข้อเสนอแนะ

- 1) ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ต้องถือเป็นนโยบาย กรม ให้ผู้บริหารทุกคนเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ร่วมในการประชาสัมพันธ์ ด้วย
- 2) ให้เจ้าหน้าที่ทุกคนมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ให้หน่วยงาน เสริมสร้างทัศนคติให้ทุกคนรักงานประชาสัมพันธ์
- 3) ให้ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ทุกคน โดยจัดการอบรมให้เจ้าหน้าที่ทุกคนอย่างต่อเนื่อง ส่งไปเข้ารับการอบรม ส่งไปปฏิบัติงานที่ต่าง ๆ
- 4) ให้ทุกหน่วยงานวางแผนการประชาสัมพันธ์ และประเมินผลการประชาสัมพันธ์แล้วรายงานผลให้กรมได้ทราบ
- 5) กรมควรสนับสนุนงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม เพียงพอ รวมทั้งสนับสนุนวัสดุ อุปกรณ์ที่ส่วนภูมิภาคไม่สามารถดำเนินการเองได้
- 6) กรมควรแจ้งปฏิทินการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ หรือวิทยุให้ส่วนภูมิภาคได้ทราบโดยด่วน เพื่อได้ติดตามชม
- 7) ยานพาหนะที่ใช้ในภูมิภาคควรมีมากเพียงพอ เนื่องจากสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภูมิภาคต้องรับผิดชอบหลายจังหวัด เขตกว้างขวาง นอกจากประชาสัมพันธ์แล้วยังต้องเดินทางไปฝึกอาชีพหลายท้องที่ หลายหลักสูตร หลายรุ่น ในเวลาเดียวกัน
- 8) การประชาสัมพันธ์ต้องรุกเข้าไปหากลุ่มเป้าหมายทุกพื้นที่ และโอกาสต่อไป สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ต้องเน้นกลุ่มเป้าหมายในเขตจังหวัดที่รับผิดชอบใกล้เคียงเพิ่มมากขึ้น

- 9) การประชาสัมพันธ์ต้องกระทำโดยรวดเร็ว ต่อเนื่อง
 - 10) การประชาสัมพันธ์จะต้องกระทำทุกรูปแบบ และหลากหลาย
 - 11) กรมควรจัดทำคู่มือในการประชาสัมพันธ์ให้ทุกหน่วยงานถือปฏิบัติ
 - 12) การประชาสัมพันธ์ต้องติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องและจริงจัง
-

บรรณานุกรม

กัญญา ทิริสกุล และคณะ, หลักการประชาสัมพันธ์, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2531

กองสารนิเทศและสถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ, กรุงเทพฯ :

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน, แผนการปฏิบัติการด้านการพัฒนาฝีมือแรงงาน (พ.ศ. 2540-2544), ธันวาคม 2539

กระทรวงอุตสาหกรรม, แผนแม่บทการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรม สรุปสำหรับผู้บริหารเสนอต่อคณะรัฐมนตรี, มกราคม 2541

กองส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน, แนวทางการประสานงานกับภาคเอกชน, 2540

กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม, ทิศทางการทำงาน, 2540-2541

กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม, ทิศทางการทำงาน, รส 11/2539

กองประชาสัมพันธ์ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม, งานประชาสัมพันธ์

คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สรุปสาระสำคัญการวิจัยเรื่องความต้องการแรงงานและความพร้อมในการมีส่วนร่วมกับภาครัฐในการพัฒนาฝีมือแรงงานของสถานประกอบการทั่วประเทศ, ตุลาคม 2539

ชม ภูมิภาค, หลักการประชาสัมพันธ์, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์โอเคียนสโตร์, 2526

ไชยยศ เรืองสุวรรณ, การประชาสัมพันธ์ หลักและแนวปฏิบัติ, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เรือนแก้ว, 2524 .

ฝ่ายระบบสารสนเทศ ศูนย์สารสนเทศ, สำนักงานปลัดกระทรวง, กระทรวงศึกษาธิการ, จำนวนนักเรียนระดับก่อนประถมศึกษา ประถมศึกษา และมัธยมศึกษา

ประเภทสามัญศึกษาจำแนกตามชั้นเรียนและสังกัด ปีการศึกษา 2539, เอกสาร โรเนียว

มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย, ความต้องการแรงงานฝีมือในช่วงระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544)

: ครุขันธ์ประเมินผลการพัฒนาฝีมือแรงงาน

: การประเมินขีดความสามารถในการพัฒนาฝีมือแรงงาน เสนอต่อ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม, มิถุนายน 2540

วัฒนา พุทธางกูรานนท์, การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, (ม.ป.ป.)

วิจิตร อาวะกุล, การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยพัฒนาพานิช, 2522 .

วิจิตร อาวะกุล, เทคนิคการประชาสัมพันธ์, กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541

วิจิตร อวระกุล , การประชาสัมพันธ์ยุควิถี , กรุงเทพฯ : กรุงเทพมหานครพิมพ์ , 2522

วิเชียร จันทศิริ, กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาฝีมือแรงงาน, 2540

สมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย, วิทยุทัศน์ประเทศไทย, 2540

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย , เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 7 - 15

กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2530 .

สตรีวัชรียรรยง, การอุ้มใจประชาชนเข้าสู่การพัฒนาฝีมือแรงงานโดยอาศัยการประชาสัมพันธ์

สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนพัฒนาคนและสังคมในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (2540-2544)



112.056
28150
8.1

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



00748

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์จริง