

เอกสารผลงาน

เรื่อง

คู่มือการประชาสัมพันธ์
สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคม



นางอลิสา สุภาพ

ผู้ขอรับการประเมินเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง
เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 6 ว
สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก

สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม



112.05.6
04298
9.1

ห้องสมุดกระทรวงแรงงาน
และสวัสดิการสังคม



05126

เอกสารผลงานเรื่อง คู่มือการ

3 เล่ม

คำนำ

คู่มือการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ตลอดจนผู้ที่สนใจได้ทราบรายละเอียดและมีแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งมีช่องทางการเผยแพร่ รูปแบบและวิธีการใช้สื่อที่หลากหลาย อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์โครงการ / กิจกรรม / งานต่าง ๆ ของหน่วยงาน รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการจัดทำในแต่ละรูปแบบ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานได้ศึกษาและทำความเข้าใจถึงวิธีการปฏิบัติงานของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก โดยเอกสารคู่มือฉบับนี้ ผู้จัดทำได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลทั้งทางวิชาการที่เกี่ยวข้องและรวบรวมจากการปฏิบัติงานจริงภายในสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ซึ่งแหล่งข้อมูลทางวิชาการมาจากหนังสือต่าง ๆ ตามที่ระบุไว้ในบรรณานุกรมท้ายเล่ม ใช้ประกอบเพื่อให้เนื้อหาของคู่มือฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก หรือผู้สนใจสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือการประชาสัมพันธ์ของสำนักแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ฉบับนี้ จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์และผู้สนใจทั่วไป

นางอลิสา สุภาพ

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 5

สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก

เลขเรียกหนังสือ.....	12.0๗๒
เลขทะเบียน.....	๑ A290
วันที่.....	๗.๗.๕ 2544

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
- ความรู้เบื้องต้นของการประชาสัมพันธ์	2
- ความจำเป็นของการประชาสัมพันธ์	5
- แนวคิดของการประชาสัมพันธ์	6
- วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	6
- การวางแผนการประชาสัมพันธ์	7
- การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	9
บทที่ 2 การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก	13
- การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ภายในสำนักงานแรงงานและ สวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก	14
- การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงาน และสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก	16
- รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและ สวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก	18
- บทบาทของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน แรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก	19
บทที่ 3 ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ของสำนักงาน แรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก	23
1. ขั้นตอนการจัดทำวารสาร	23
2. ขั้นตอนการเขียนข่าวส่งสื่อมวลชน	27
3. ขั้นตอนการเผยแพร่ภาพกิจกรรม	30
4. ขั้นตอนการจัดทำแผ่นพับ	32

เรื่อง	หน้า
5. ขั้นตอนการตัดข่าวจากหนังสือพิมพ์	35
6. ขั้นตอนการจัดทำป้ายคัดเอาท์	36
7. ขั้นตอนการจัดบอร์ดนิทรรศการ	38
8. ขั้นตอนการเผยแพร่เอกสารสิ่งพิมพ์ทั่วไป	42
9. ขั้นตอนการจัดทำป้ายผ้า	43

บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	46
- สรุป	46
- ปัญหาอุปสรรค	47
- ข้อเสนอแนะ	48

ภาคผนวก

- ความเป็นมาของสำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
- อำนาจหน้าที่ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด
- รายชื่อสื่อมวลชนในจังหวัดนครนายก
- จรรยาบรรณวิชาชีพการประชาสัมพันธ์
- ลำเนาหนังสือแจ้งรายชื่อเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงาน
- ลำเนาหนังสือแจ้งรายชื่อเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์
- ผังแสดงรายการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์
- ลำเนาหนังสือขออนุมัติจ้างเหมาจัดพิมพ์วารสาร
- ลำเนาหนังสือขอความร่วมมือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์วารสาร
- ลำเนาหนังสือขอความร่วมมือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว
- ลำเนาหนังสือขอความร่วมมือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพกิจกรรม
- ลำเนาหนังสือขอความอนุเคราะห์ภาพกิจกรรมและแผ่นภาพ
- ลำเนาหนังสือขอความร่วมมือประชาสัมพันธ์
- แผนภาพแสดงโครงสร้างการประชาสัมพันธ์ของ
หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก
- แผนประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก

บทที่ 1

บทนำ

กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ประกอบด้วยส่วนราชการ คือ สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี สำนักงานปลัดกระทรวง กรมการจัดหางาน กรมประชาสัมพันธ์ กรมพัฒนาฝีมือแรงงานและกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ทุกหน่วยงานต่างมีภารกิจ หน้าที่และบทบาทที่สอดคล้องต่อเนื่องกัน และเกี่ยวข้องกับชีวิตของประชาชนในสังคม ในด้านของการให้บริการด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมยังเป็นส่วนหนึ่งของบทบาทหน้าที่ของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมที่สำคัญ ที่จะต้องเร่งดำเนินการให้บริการอย่างทันทั่วถึง และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเผยแพร่ให้ประชาชน บุคคลทั่วไปในสังคมได้ทราบถึงภารกิจหน้าที่และการบริการของแต่ละองค์กร เพื่อสามารถรับบริการได้อย่างถูกต้องอีกทั้งยังเป็นการสร้างศรัทธา ความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับองค์กรอีกด้วย โดยเฉพาะหน่วยงานต่าง ๆ ของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ซึ่งถือเป็นกระทรวงใหม่ในสายตาของประชาชน

สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด เป็นส่วนราชการสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม จัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2536 จึงจำเป็นต้องมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ผู้จัดทำได้พิจารณาจัดทำคู่มือ¹ การประชาสัมพันธ์สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด นครนายกขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้เป็นคู่มือการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านนี้ ซึ่งผู้ปฏิบัติงานด้านนี้ก็สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางได้ และเนื่องจากในสภาพปัจจุบัน งานของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก รวมทั้งหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดอีก 5 หน่วยงาน ต่างก็มีภารกิจหน้าที่และบริการที่สำคัญเพิ่มมากขึ้น อันสมควรที่จะมีการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ เหล่านี้ให้แก่ประชาชน องค์กรต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกจังหวัดได้ทราบถึงความเคลื่อนไหวต่างๆ

คู่มือการประชาสัมพันธ์สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายกฉบับนี้ จะมีขอบข่ายเนื้อหาในภาคทฤษฎีว่าด้วยความหมาย วัตถุประสงค์ของการดำเนินการประชาสัมพันธ์ รูปแบบการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านได้มีความรู้ในเชิงวิชาการ จากนั้นได้นำเสนอประเภทและรูปแบบของสื่อการประชาสัมพันธ์ที่สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายกดำเนินงานอย่างได้ผล รวมทั้งขั้นตอน วิธีการปฏิบัติงานจริงที่ได้ปฏิบัติอยู่ นอกจากนี้ ได้นำภาพตัวอย่างและเอกสารที่เกี่ยวข้องของการปฏิบัติงานมา

¹ คู่มือ สมุดหรือหนังสือที่แต่งขึ้นเพื่อใช้ประกอบตำรา หรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ประกอบ เพื่อให้สามารถมองเห็นภาพของการทำงานได้อย่างชัดเจน เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ได้เข้าใจและสามารถนำไปใช้เป็นคู่มือในการปฏิบัติได้ อีกทั้งยังสามารถนำความรู้ด้านวิชาการมาปรับปรุงงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินงานอยู่แล้วให้มีความเหมาะสม

ความรู้เบื้องต้นของการประชาสัมพันธ์

เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก มีความจำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ในด้านการประชาสัมพันธ์อยู่บ้าง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ และตามแนวทางการปฏิบัติ แม้ว่าในหน่วยงานสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดจะไม่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โดยตรงก็ตาม แต่ผู้ปฏิบัติงานก็สามารถศึกษาและปฏิบัติตามแนวทางและขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้ โดยศึกษาจากทฤษฎี ความรู้เบื้องต้นของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้จัดทำได้รวบรวมข้อมูลความรู้ทางวิชาการในส่วนที่เกี่ยวข้อง อันจะเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานได้ต่อไป สิ่งสำคัญของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จึงควรศึกษาและทำความเข้าใจ เพื่อที่จะทำให้การปฏิบัติงานดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และบรรลุผลสำเร็จของการทำงาน ต่อไป

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

ตามที่มีความเข้าใจว่า การโฆษณา ก็คือการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อย่างหนึ่ง เพราะสามารถทำให้ผู้อื่นรับรู้ได้ถึงงานหรือกิจกรรมที่ได้กระทำออกไป แต่แท้จริงแล้วคำว่า “การประชาสัมพันธ์” (Public relations) มีความหมายต่างกับคำว่า “การโฆษณา” (Advertising) เพราะการประชาสัมพันธ์นั้นไม่ใช้การโฆษณา ความแตกต่างอยู่ตรงที่ว่า การโฆษณานั้น เป็นการสื่อความหมายในระบบทางเดียว (one way) ไม่มีการคำนึงถึงผลสะท้อนกลับ (feed back) แต่การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารในระบบสองทาง (two way communication) มีการหวังผลตอบสนองกลับจากกลุ่มเป้าหมายที่ทำการประชาสัมพันธ์ออกไป¹

¹ ปราโมทย์ สัชฌุกร “การประชาสัมพันธ์” (อัดสำเนา)

เรย์มอน ซีมอน (Ramon Simon) ศาสตราจารย์วิชาการประชาสัมพันธ์ แห่งมหาวิทยาลัยชิคาโกส์ สหรัฐอเมริกา ให้ทัศนะของการประชาสัมพันธ์ว่า “การประชาสัมพันธ์ คือ การส่งเสริมให้เกิดความกลมเกลียวราบรื่น และความนิยมระหว่างบุคคลกับหน่วยงาน หรือสถาบันและบุคคลอื่น ๆ รวมทั้ง กลุ่มประชาชนเฉพาะ หรือชุมชนกลุ่มใหญ่ โดยการสื่อความหมายผ่านสิ่งที่สามารถตีความได้ และมีการพัฒนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างฉับไม่ตรี รวมทั้งการประเมินปฏิกริยาทำที่ของประชาชน”¹

นอกจากนี้ คัทลิปและเซนเตอร์ (Cutlip and Center) นักวิชาการแห่งมหาวิทยาลัยจอร์เจียและมหาวิทยาลัยซานดิเอโก ให้คำจำกัดความว่า “การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็นจากหน่วยงานไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็น และประชาติที่ประชาชนมีต่อหน่วยงานด้วยความพยายามอย่างจริงจัง โดยมุ่งที่จะสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน และช่วยให้หน่วยงานสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืนกับสังคมได้ ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์จึงถูกนำมาใช้ในลักษณะความหมาย 3 ประการ คือ

1. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชน
2. วิธีการที่หน่วยงานใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์
3. คุณภาพ และสถานภาพแห่งความสัมพันธ์นั้นๆ²

ตามความหมายของการประชาสัมพันธ์ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 ได้ให้ความหมายไว้ว่า “ประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน , เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในการนี้”³ ตัวอย่างเช่น “สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายกมีโครงการจะประชาสัมพันธ์เรื่องศูนย์สงเคราะห์ราษฎรประจำหมู่บ้านให้แก่คณะกรรมการศูนย์อย่างทั่วถึงภายในปีนี้” หรือ “เจ้าหน้าที่ผู้นี้ได้รับมอบหมายให้เป็นประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน” เป็นต้น

จากความหมายที่มีผู้ให้คำจำกัดความไว้ของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” อาจพอที่จะสรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ได้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร หรือระหว่างหน่วยงานราชการกับประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน โดยผ่านทางสื่อหรือช่องทางการเผยแพร่ หรือสื่อที่สามารถทำให้เกิดความเข้าใจในข่าวสารที่ทำการติดต่อสื่อสารถึงกันนั่นเอง

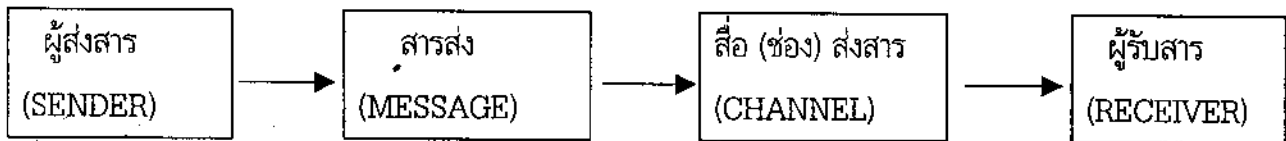
¹ สุโขทัยธรรมาธิราช,มหาวิทยาลัย.สาขาวิชานิติศาสตร์.เอกสารการสอนชุดวิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (Principles of Advertising and Public Relation) หน่วยที่ 1 - 7 หน้า 21,22.

² เรื่องเดียวกัน,หน้า 22

³ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 พิมพ์ครั้งที่ 5(กรุงเทพฯ อักษรเจริญทัศน์) หน้า 503.

จะเห็นได้ว่าจากการให้ความหมายหรือคำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ ในความหมายหรือลักษณะใดก็ตาม จะประกอบด้วยองค์ประกอบของการสื่อสารอยู่ 4 ตัวซึ่งอาจารย์ปราโมทย์ สัชฌุกร ได้แสดงให้เห็นเป็นภาพขององค์ประกอบของการสื่อสาร¹ ดังนี้

(S M C R)



จะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่เป็นเพียงการส่งข่าวเพียงด้านเดียว เช่นการโฆษณาเท่านั้น แต่การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานที่มีการหวังผล เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน กลุ่มเป้าหมายที่ทำการประชาสัมพันธ์ด้วย ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน และก่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงานของหน่วยงาน ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้อีกด้วย

ในปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์นับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งของการดำเนินงานใดๆในหน่วยงาน เพราะหากไม่มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ บอกกล่าวให้ประชาชนได้รับรู้งานของหน่วยงานนั้นแล้ว การทำงานของหน่วยงานอาจไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เพราะงานบางอย่างมีความจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาชน โดยเฉพาะหน่วยงานใหม่เช่นกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม หากไม่มีการประชาสัมพันธ์ถึงบทบาทหน้าที่และบริการต่างๆของแต่ละกรมในสังกัดแล้ว ประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเป้าหมาย อาทิ ผู้ใช้แรงงาน ในสถานประกอบการ ผู้ว่างงาน ผู้ยากจนและผู้ด้อยโอกาสในสังคม เหล่านี้เป็นต้น ย่อมไม่สามารถรับบริการที่เกี่ยวข้องกับตนเองได้ ในส่วนของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดก็เช่นเดียวกัน จำเป็นต้องทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทหน้าที่และบริการต่างๆของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัด ให้แก่ประชาชนในจังหวัดได้ทราบ ซึ่งรวมไปถึงการบอกกล่าว ชี้แจง เผยแพร่ นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและกิจกรรมผลการปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยงานด้วย เพราะเมื่อได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์แล้ว ประชาชนมีความเข้าใจและรู้จักหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดเพิ่มมากขึ้น ย่อมทำให้เกิดการยอมรับ และเกิดความเชื่อถือ ศรัทธาตามมา และในที่สุดก็จะนำไปสู่การให้ความร่วมมือในการดำเนินงานต่างๆของหน่วยงาน

¹ ปราโมทย์ สัชฌุกร “ การประชาสัมพันธ์”(อัดสำเนา)

ความจำเป็นของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นลักษณะที่ไม่เพียงแต่มุ่งเผยแพร่ข่าวสารจากกลุ่มสังคมหนึ่งหรือจากหน่วยงานหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง แต่เพียงด้านเดียวเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมให้กลุ่มสังคมต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในการพิจารณาตัดสินคุณค่าของสังคม ช่วยให้ความคิดและเป้าหมายความต้องการร่วมกันบรรลุสู่ทิศทางเดียวกัน และเป็นจริงเป็นจังยิ่งขึ้น

การที่มนุษย์อยู่รวมกันเป็นสังคมนั้น การประชาสัมพันธ์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญ เพราะในกระบวนการประชาสัมพันธ์จะส่งเสริมให้สมาชิกของสังคมได้รับรู้เรื่องราวของกันและกันมากขึ้น ความโดดเดี่ยวและสภาพต่างคนต่างอยู่จะหมดไป ทำให้เกิดประชามิตรร่วมกัน

การประชาสัมพันธ์จึงเป็นพลังผลักดัน และส่งเสริมให้สังคมก้าวไปสู่ความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง เพราะการประชาสัมพันธ์มีลักษณะพลวัต (dynamic) ที่เป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีในสังคม การประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงความก้าวหน้าของสังคมหนึ่ง ทำให้สังคมภายนอกได้รับรู้ฐานะหรือความเปลี่ยนแปลงของอีกสังคมหนึ่ง จะทำให้สังคมภายนอกนั้นเกิดความกระตือรือร้นที่จะกระทำตามหรือเอาอย่างอันนำไปสู่การแข่งขันและความคิดที่จะพัฒนาประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้าสืบไป

นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์มีส่วนช่วยในการเชื่อมโยงและประสานความสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานภายในหน่วยงานเดียวกัน ให้เกิดความสามัคคีกลมเกลียวกัน และมีแนวคิดในการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน

ปัญหาแรงจูงใจที่เกิดขึ้น มักจะมีสาเหตุมาจากขาดความสัมพันธ์ที่ดี และขาดความเข้าใจในข่าวสารและข้อเท็จจริงของหน่วยงาน หากได้มีการนำการประชาสัมพันธ์เข้าไปใช้ ก็จะสามารถช่วยขจัดความไม่เข้าใจระหว่างกันได้ หรือผ่อนหนักให้เป็นเบา ช่วยคลี่คลายสถานการณ์ความตึงเครียดในขณะนั้นได้บ้างพอสมควร โดยอาจมีการจัดทำในรูปของการใช้เอกสารประชาสัมพันธ์ภายใน การพบปะสังสรรค์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานระดับต่าง ๆ การใช้สื่อกระจายเสียง รวมถึงการชี้แจงความเข้าใจในปัญหาต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอก็ได้

จะเห็นได้ว่า ความสัมพันธ์ภายในระหว่างเจ้าหน้าที่ หรือฝ่ายต่างๆ ก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การปฏิบัติงานมีความก้าวหน้า และประสบความสำเร็จ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้การประชาสัมพันธ์เข้ามาดำเนินการ

แนวคิดของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public relations) เป็นแนวคิดค่อนข้างใหม่ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอและอย่างมีเหตุผล เพราะจะทำให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน ระหว่างหน่วยงานและประชาชนจึงจำเป็นต้องมีการดำเนินงานตามนโยบายที่แจ้งไว้ กล่าวคือ หน่วยงานได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หรือแถลงนโยบายการปฏิบัติงานของหน่วยงานอย่างไร ก็ควรปฏิบัติตามที่ได้แถลงไว้ เพื่อก่อให้เกิดความเชื่อถือและศรัทธาของประชาชนต่อหน่วยงาน นอกจากนี้ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต้องเป็นการตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นหลัก นอกเหนือไปจากความต้องการของหน่วยงานเองแล้ว เพราะสิ่งนี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญพื้นฐานของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ดี ที่ควรยึดถือและปฏิบัติตามแนวคิดของการประชาสัมพันธ์ ยังเป็นการแสดงออกถึงการกำหนดนโยบาย อันจะนำไปสู่การปฏิบัติของหน่วยงาน หากหน่วยงานมีแนวคิดที่อยู่บนพื้นฐานของความต้องการของประชาชนแล้ว ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงความจริงใจของการปฏิบัติงานที่มุ่งประโยชน์ของประชาชนส่วนรวมเป็นหลัก

สิ่งสำคัญของการแสดงออกซึ่งแนวคิดที่ดีของหน่วยงานที่ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์นั้น ยังสะท้อนให้เห็นถึง แนวคิดของผู้บังคับบัญชา ที่มีแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร หากผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหารมีความเข้าใจในด้านการติดต่อสื่อสาร การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และสามารถทำการสื่อสารแลกเปลี่ยน ทศนคติ ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดสัมพันธภาพอันดีต่อกัน ส่งผลไปถึงการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพของหน่วยงาน ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

ก่อนการดำเนินการเผยแพร่ใดๆ จำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ เพื่อจะได้ปฏิบัติงานตามแนวทาง และขั้นตอนที่ถูกต้อง และบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงานตามที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งพอจะกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ได้ ดังนี้

1. เพื่อให้การสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonnel communication) ภายในหน่วยงานมีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น
2. เพื่อให้เกิดมีการสื่อสารที่ดีระหว่างกลุ่มย่อยในหน่วยงาน กล่าวคือ หน่วยงานที่มีลักษณะการแบ่งกลุ่มย่อยภายในหน่วยงานเป็นกลุ่ม ๆ มากมาย แต่ละกลุ่มก็จะมีลักษณะงานที่ต่างกัน รวมทั้งปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดต่าง ๆ ก็ต่างกันด้วย
3. เพื่อให้เกิดความร่วมมือประสานงานกันภายในหน่วยงาน ไม่ว่าจะหน่วยงานใดในลักษณะใด การประชาสัมพันธ์ก็ต้องทำหน้าที่ในการสร้างความร่วมมือ และประสานงานกันเพื่อให้การทำงานลุล่วงไปด้วยดี ก่อให้เกิดเป็นความร่วมมือร่วมใจ และช่วยเหลือซึ่งกันและกันมากขึ้น

การวางแผนการประชุม

ความหมายของการวางแผนการประชุม หมายถึง การกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชุมและเพื่อให้การดำเนินงานนั้น ๆ มีความสอดคล้องต่อเนื่องเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยแผนการประชุมอย่างน้อยจะต้องระบุกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมกำหนดเวลาตามรายละเอียดดังนี้

1. กำหนดความมุ่งหมาย การกำหนดความมุ่งหมายหรือเป้าหมาย ถือว่าเป็นกระบวนการหนึ่งของการบริหาร ความมุ่งหมายจะแสดงให้เห็นจุดหมายของกิจกรรมที่มีลักษณะชัดเจน และในขณะเดียวกันจะแสดงให้เห็นผลลงที่คาดหวังว่าจะพึงเกิดขึ้น

2. กำหนดวัตถุประสงค์ ความมุ่งหมายมีลักษณะเป็นอุดมการณ์ ซึ่งมักจะมีขอบเขตกว้างขวาง และยังไม่มีความจำกัลดลงไปว่าจะปฏิบัติการในเรื่องหนึ่งเรื่องใดอย่างไร เพื่อให้ความมุ่งหมายบังเกิดผล จึงต้องจำแนกรายละเอียดออกเป็นวัตถุประสงค์ในลักษณะต่างๆ

3. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย การดำเนินงานประชุมสัมมนานั้น ยอมรับกันว่ากลุ่มเป้าหมายมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ถ้าเรากำหนดกลุ่มเป้าหมายไม่ได้ การดำเนินการประชุมสัมมนาก็จะไม่บรรลุเป้าหมายอย่างแท้จริง ฉะนั้น ต้องกำหนดให้ได้ว่าคือใคร หรือประกอบด้วยใครบ้าง มีลักษณะสำคัญอย่างไร จำนวนเท่าใด อยู่ที่ไหน วิธีการกำหนดอาจเลือกกำหนดบุคคลที่เป็นตัวแทนซึ่งเห็นได้ว่าเป็นตัวแทนของบุคคลนั้นทั้งกลุ่ม

4. กำหนดแนวเรื่องที่จะประชุมสัมมน์ ข้อนี้นับว่ามีความสำคัญเป็นอันมาก เพราะการประชุมสัมมน์หรือบอกกล่าวเผยแพร่ นั้นถ้าไม่มีแนวเรื่องกำหนดไว้เป็นการแน่นอนก่อน กลุ่มเป้าหมายอาจไม่เข้าใจ หรือเข้าใจสับสน การประชุมสัมมน์ก็จะไร้ผล แนวเรื่องนี้อาจจะใช้คำพูด การเขียนหรือภาพก็ได้ โดยถือหลักการว่าต้องชัดเจน ก็นใจ ประทับใจ ทั้งการฟังและการเห็นด้วยตา

5. กำหนดจังหวะเวลา การดำเนินงานประชุมสัมมน์นั้น เวลาเป็นเรื่องสำคัญมากหากทำไม่ถูกจังหวะและเวลาแทนที่จะได้ผลกลับไร้ผล ในการวางแผนจึงต้องพิจารณาจังหวะและเวลาอย่างรอบคอบ โดยเลือกจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการดำเนินงานทุกขั้นตอนจะเลือกกำหนดเวลาอย่างไรแล้วแต่สถานการณ์ และวัตถุประสงค์ เช่น อาจจะดำเนินการประชุมสัมมน์ล่วงหน้าเพื่อปูพื้นฐานเรียกเรื่องความสนใจก่อนลงมือปฏิบัติจริงๆ หรือเมื่อลงมือปฏิบัติสักระยะหนึ่งแล้วดำเนินการประชุมสัมมน์ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจะเป็นการกำหนดจังหวะเวลาการใช้สื่อแต่ละชนิด เช่น ช่วงเวลานี้ใช้หนังสือพิมพ์ อีกช่วงหนึ่งพิมพ์เอกสารเผยแพร่ หรืออีกจังหวะหนึ่งใช้วิทยุกระจายเสียง เป็นต้น จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดจังหวะเวลาไว้ในแผนด้วย

5. กำหนดสื่อ สื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชุมสัมมน์มีอยู่มาก แต่ถ้าเลือกใช้ไม่ถูกต้องไม่

เหมาะสม ก็ไร้ประโยชน์ ฉะนั้น ต้องพิจารณากำหนดในแผนด้วยว่า จะใช้อะไรเป็นเครื่องมือติดต่อหรือเผยแพร่และจะใช้อย่างไร เช่น ถ้าใช้วิทยุกระจายเสียง จะใช้เวลาใด นานเท่าใด หรือถ้าใช้หนังสือพิมพ์ จะลงกี่วัน เป็นต้น

6. กำหนดตัวเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ เจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์นั้น โดยหลักแล้วเจ้าหน้าที่ทุกคนของหน่วยงานจะต้องเป็นผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน แต่ในการปฏิบัติงานตามแผนควรกำหนดตัวเจ้าหน้าที่รับผิดชอบไว้เป็นกิจลักษณะ ว่าจะให้ผู้ใดมีหน้าที่ทำอะไร ทำอย่างไร ทำที่ไหน และร่วมกับใคร ทั้งนี้เพื่อการดำเนินงานเป็นไปตามขั้นตอน และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

7. กำหนดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องกำหนดวงเงินไว้ในแต่ละโครงการว่า ใช้เงินจำนวนเท่าใด ใช้จ่ายเรื่องอะไรบ้าง ทั้งนี้ต้องกำหนดให้เพียงพอ และมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานให้มากที่สุด

ขั้นตอนของการวางแผนประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างจากงานอื่นๆ อยู่มากพอสมควร คือเป็นงานที่เกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ มีความละเอียดและขั้นตอนที่สลับซับซ้อน เป็นงานเกี่ยวกับความคิดและพฤติกรรมของมนุษย์ เหตุการณ์และขั้นตอนของการปฏิบัติต่างๆ จึงต้องปฏิบัติให้ตรงตามแผนงานและให้ถูกต้องตามเวลาสถานที่และบุคคลที่กำหนดขึ้นอย่างเหมาะสมนั้นด้วย โดยทั่วไปการวางแผนประชาสัมพันธ์จะมีขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดนโยบาย (policy) และวัตถุประสงค์ (objective)
2. การเผยแพร่แนวความคิดเบื้องต้น (diffusion of idea) ต้องรีบเผยแพร่ออกไปเพื่อสังเกตทำที่ ปฏิบัติการ การวิจารณ์เพื่อปรับปรุงแก้ไขในการวางแผนไม่ควรดำเนินการโดยไม่เผยแพร่ออกไป
3. การศึกษาสำรวจวิจัย (study, survey and research) เมื่อเผยแพร่ไปแล้วต้องศึกษาวิจัยผลสะท้อนกลับ ต้องตั้งวัตถุประสงค์เฉพาะทำการศึกษวิจัยกันเฉพาะเรื่อง เฉพาะกรณีหรือเฉพาะโครงการไปอยู่ตลอดเวลา
4. รวบรวมข้อมูล (collect data and classify) รวบรวมแนวความคิดแล้วจัดแยกเป็นหมวดหมู่ เพื่อสะดวกในการแบ่งลำดับและแบ่งประเภท เพื่อวางแผนดำเนินการแก้ปัญหาและป้องกันการตกหล่นผิดพลาด
5. พิจารณา วิเคราะห์ปัญหา เป้าหมาย (identify problems) สถานการณ์กับวัตถุประสงค์ รวมทั้งกำลังความสามารถทางด้านการเงิน เครื่องมือ คน อุปกรณ์ของหน่วยงาน ส่วนมากมักจะนำเข้าที่ประชุมเพื่อให้หลายๆฝ่ายได้แสดงความคิดเห็น

6. เริ่มมองหาแนวทางปรับปรุงวัตถุประสงค์อีกครั้ง โดยเลือกทางเลือกที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์ไว้หลายๆทาง อย่าปิดทางเลือกหรือแนวความคิดต่างๆ โดยคิดว่าทำไม่ได้ ทางเลือกที่ดีต้องมุ่งไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์

7. วางแผนโครงการ (planning program) เมื่อเลือกแนวทางและแนวความคิดแล้วจึงเริ่มสร้างแผนการดำเนินงาน โดยกำหนดสิ่งเหล่านี้คือ

7.1 กำหนดหลักการ ทฤษฎี ที่จะใช้ดำเนินการ

7.2 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

7.3 กำหนดโครงร่าง เช่น วิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ หัวข้อ เนื้อเรื่อง คำขวัญ เครื่องหมาย เป็นต้น

7.4 กำหนดเวลา โดยการทำตารางจะเริ่มเมื่อใด เวลาใด ดำเนินการอะไรบ้าง

7.5 กำหนดสื่อ เช่นวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ข่าว เป็นต้น

7.6 กำหนดกำลังคนตลอดจนค่าใช้จ่ายที่จะต้อง

8. กำหนดยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์ หรือกลวิธีเพื่อให้บรรลุความสำเร็จได้แก่การดำเนินการใช้ศาสตร์และศิลปะของการใช้ทรัพยากรเท่าที่มีอยู่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้แต่ละครั้งด้วย

9. ประเมินผล (evaluation) ตรวจสอบตลอดเวลาและทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้นโดยประเมินความถูกต้องตามเกณฑ์ที่มี และตรวจสอบดูว่าเป็นที่พอใจหรือไม่ เกิดผลดีผลเสียอย่างไร จะได้ใช้วางแผนในปีต่อไปหรือในครั้งต่อไป

การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง สิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องกระทำ ก็คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจหน่วยงานหรือองค์กร สถาบันอย่างถูกต้องต้องแก่ การประชาสัมพันธ์จึงต้องอาศัยการเผยแพร่ หรือการกระจายข่าวสารเรื่องราว เกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลงาน และการดำเนินงานของหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน ตลอดจนเรื่องราวความรู้อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร สถาบันให้ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้ทราบและเข้าใจ เพื่อสร้างความนิยมศรัทธา และเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชน ฉะนั้นในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนต่าง ๆ จึงอาจกระทำได้ในหลายวิถีทาง วิธีหนึ่งก็คือการใช้เครื่อง "มือติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์มาช่วยส่งเสริมให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรและสถาบันมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถเข้าถึงประชาชนเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง หรือสามารถแพร่กระจายข่าวสารไปสู่

มวลชนจำนวนมากมาย ทั้งในชุมชนและท้องถิ่นต่าง ๆ หรือทั่วประเทศ ทำให้ห้องค์การและสถาบันสามารถดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามความต้องการได้สะดวก ประหยัด รวดเร็ว ยิ่งขึ้น

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือ เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ จึงเป็น พาหะหรือตัวขนานข่าวสารต่าง ๆ ที่เราต้องการจะประชาสัมพันธ์ไปสู่ประชาชนผู้รับสาร (a carrier of message) เช่น ใช้การพูด การเขียน เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือใช้สื่อต่าง ๆ ที่เป็นเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น วิทยุกระจายเสียง เป็นต้น

การเขียนข่าวสั้น (The News Stories)

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์นั้น นอกจากจะต้องศึกษาเรียนรู้กลไกหลักของการประชาสัมพันธ์ และมีส่วนประกอบหลายสิ่งหลายอย่างประกอบกันแล้ว ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในลักษณะของข่าวสั้น งานขีดเขียนอย่างชำนาญ (Writing Skill) เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นมาก แต่ก่อนที่จะเริ่มงานขีดเขียนก็ต้องฝึกและสร้างคุณสมบัติอีกอย่างหนึ่งที่จะขาดเสียมิได้ ก็คือ การมี "แววตาของนักข่าว" คือ เป็นผู้ที่สามารถมองเห็นหรือบอกสิ่งที่จะเป็นข่าวได้ เพราะเป็นทางหนึ่งที่จะนำไปสู่การเขียนข่าว ออกข่าว แดลงข่าว ฯลฯ

จุดอ่อนของผู้ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่มักไม่ประสบผล ที่พบอยู่เสมอก็คือ การมองไม่เห็นข่าวในหน่วยงานของตน มองไม่เห็นแง่มุมความเคลื่อนไหวหรือความก้าวหน้าของหน่วยงานที่จะนำมาเขียนเป็นข่าวได้ จึงมิได้มีการเสนอข่าวและออกข่าว ประกอบกับการที่ไม่ถนัดในการเขียน จึงมิได้มีข่าวคราวของหน่วยงานให้ปรากฏสู่ประชาชน ในที่สุดผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ก็ไร้คุณค่า มีผลกระทบกระเทือนถึงตัวบุคคลที่รับผิดชอบอยู่ในฝ่ายนี้ด้วย

สื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ได้เปิดช่องรับการเผยแพร่ข่าวสารจากสถาบันหน่วยงานโดยทั่วไปอยู่แล้ว จึงควรที่ผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะได้ใช้ความพยายามเขียนเสนอข่าวสั้น เกี่ยวกับการดำเนินงาน หรือการเคลื่อนไหว ผลงานดีเด่น เหตุการณ์พิเศษของหน่วยงาน โดยจัดพิมพ์เป็นข่าวสั้นประมาณครึ่งหน้ากระดาษพิมพ์ ด้านบนมีหัวข้อข่าวแสดงหน่วยงานจัดพิมพ์อย่างชัดเจน เนื้อเรื่องที่จะเขียนพยายามเรียบเรียงให้กะทัดรัด จัดพิมพ์อย่างสวยงามน่าอ่าน มุ่งในเรื่องที่จะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมส่งไปสถานีวิทยุในจังหวัด หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ซึ่งในที่นี้ควรมีทำเนียบสื่อมวลชนท้องถิ่นอยู่แล้ว(เอกสารแนบท้ายภาคผนวก) เพราะนักข่าว บรรดาสื่อมวลชนก็มีความต้องการข่าวสาร และข้อเท็จจริงของหน่วยงานอยู่เช่นกัน

ในการเขียนข่าวสั้นนั้นมีข้อเสนอแนะว่า

1. ควรจะเขียนให้สั้นย่อแต่เข้าใจง่าย ส่งตรงเวลา ไม่เป็นข่าวล่าช้า มีความเที่ยงตรงแน่นอนและเชื่อถือได้

2. มีประโยชน์ที่จะเกิดให้แก่ชุมชนนั้น ๆ หรือทั่วไป อย่าให้เป็นข่าวลอย ๆ ไม่น่าสนใจ หรือไม่มีประโยชน์ หรือเน้นเรื่องราวส่วนตัวของบุคคลมากเกินไป
3. เมื่อเริ่มต้นข่าวควรจะทราบได้ว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร และทำไม
4. พยายามให้มีรายละเอียดที่จำเป็นหรือสำคัญ และจัดเรียงลำดับถ้อยคำก่อนหลัง อาจตรวจสอบให้เกิดความเรียบร้อยอย่างดีก่อน และจัดพิมพ์ให้สะอาดเรียบร้อย
5. พยายามรักษาระดับและคุณภาพ คุณค่าของข่าว เพื่อให้เกิดความเลื่อมใสแก่บรรณาธิการ หรือหัวหน้าฝ่ายข่าวและเสนอข่าวนั้น
6. พยายามศึกษาและทำความรู้จักคุ้นเคยกับบรรณาธิการ เพื่อจะได้ทราบว่า บรรณาธิการหรือผู้ควบคุมคอลัมน์นั้น ชอบวิธีการเขียนแบบไหน ต้องการข่าวหรือภาพอย่างไร คือ ใช้ความพยายามทุกวิถีทาง เพื่อจะทำให้ข่าวที่เราส่งไปนั้นได้รับการตีพิมพ์ปรากฏต่อประชาชน

สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวสั้นในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เสียงตามสายของสำนักงานเทศบาลเมืองนครนายก และทางสถานีวิทยุ จปร. ซึ่งได้มีการติดต่อประสานงานและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อต่างๆดังกล่าว เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความราบรื่น แต่จำเป็นต้องอาศัยเทคนิคที่ดีในการเขียนข่าว และมีลักษณะของข่าวที่ดีด้วย ดังต่อไปนี้

เทคนิคการเขียนข่าวให้น่าสนใจ

1. ต้องเป็นข่าวที่มีความสำคัญ น่าสนใจสำหรับคนทั่วไป มีความรวดเร็ว ทันสมัยถูกต้องทันต่อเหตุการณ์ และมีประโยชน์ต่อส่วนรวม เช่น ข่าวการจัดงานนครนายก มรดกธรรมชาติและงานกาชาด ประจำปี 2543
2. การเสนอข่าว การเขียนข่าว ควรมีความถูกต้องตามหลักการเขียนข่าว มีความน่าอ่านสำนวนถ้อยคำไพเราะ มีรายละเอียด 5W 1H (WHO WHAT WHEN WHERE WHY HOW)
3. ข่าวที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับประชาชน หรือประชาชนได้รับผลประโยชน์ หรือมีผลกระทบต่อผู้อ่านหรือประชาชน จะได้รับความสนใจมากกว่า ข่าวที่ไกลตัวหรือไม่มีความเกี่ยวข้องกับผู้อ่าน เช่น ข่าวการมอบเงินทุนศูนย์สงเคราะห์ราษฎรประจำหมู่บ้าน ในการอบรมคณะกรรมการศูนย์สงเคราะห์ราษฎรประจำหมู่บ้าน รุ่นที่ 2
4. คุณภาพของข่าว ต้องคัดเลือกข่าวที่เป็นสาระน่าสนใจ และมีรสนิยม ต้องพิจารณาตามความเหมาะสม สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย
5. ควรใช้ข้อมูลอ้างอิงประกอบข่าว อย่าใช้ความคิดเห็นของตนเองมากเกินไป
6. การเสนอข่าวสารที่ยังไม่ถึง หรือเป็นเหตุการณ์ล่วงหน้า ต้องเชื่อแน่ว่าข่าวนั้นจะเป็นจริง เพราะหากเหตุการณ์ที่ออกข่าวไปนั้นไม่ตรง หรือไม่จริงแล้ว การแก้ไขจะทำได้ยาก อาทิ การกำหนดจัดกิจกรรมร่วมกันของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดนครนายก เนื่องในวันสถาปนา

กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ระหว่างวันที่ 18 - 23 กันยายน 2543 ลงเผยแพร่ในวารสารช่วงเดือน กรกฎาคม - สิงหาคม เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนได้ทราบและมารับบริการได้ตามช่วงวันดังกล่าว

ลักษณะของการเขียนข่าวที่ดี ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีการพาดหัวข่าว (Headline) โดยใช้คำและข้อความที่เร้าใจเพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้อ่าน
2. มีการโปรยข่าว / คำนำ เป็นการเกริ่นหรือนำเข้าสู่รายละเอียดของเนื้อหาข่าว
3. เข้าสู่เนื้อหาข่าว

ตัวอย่างเช่น

การพาดหัวข่าว → “ผู้ว่าฯ เผยจันทร์นี้บุกสำรวจโรงงาน หาข้อมูลแรงงานต่างด้าว”

การโปรยข่าว → “ผู้ว่าราชการจังหวัดนครนายก ยึดเอาวันจันทร์เป็นวันดีเดย์ บุกเข้าสำรวจโรงงานในจังหวัดเพื่อค้นหาการใช้แรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย ถ้าพบจับทันที”

เนื้อหาข่าว → “นายพีรพล ไตรทศวิทย์ ผู้ว่าราชการจังหวัดนครนายก เปิดเผยว่าในวันจันทร์ที่ 10 มิถุนายน นี้ จะเข้าสำรวจโรงงานและสถานประกอบการ ในอำเภอบ้านนาพร้อมกับพล.ต.ต มงคล เพชรวรภา ผู้บังคับการตำรวจภูธร จ.นครนายกและผู้กำกับสถานีตำรวจภูธรอำเภอบ้านนา รวมทั้งนางวารุณี ศรียานนท์ จัดหางานจังหวัดนครนายก หากพบสถานประกอบการใดมีการจ้างแรงงานต่างด้าว จะดำเนินการตามกฎหมาย ทันที”

สิ่งสำคัญ คือ ผู้เขียนข่าวต้องสามารถจับประเด็นหรือหาหัวใจของข่าวนั้นให้ได้ เพื่อที่จะได้นำไปขยายความและเผยแพร่สู่สาธารณชน ต่อไปโดยมีการวางแผนการไปพบแหล่งข่าว การสัมภาษณ์หรือการสำรวจ ก็ได้ เพื่อให้ได้ข่าวที่ถูกต้องและเป็นความจริงมากที่สุด

การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ ของ สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคม จังหวัดนครนายก

สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด เป็นส่วนราชการสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน และสวัสดิการสังคม ตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2536 โดยสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ได้เปิดทำการอย่างเป็นทางการ เมื่อเดือน กรกฎาคม 2537 ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในการดำเนินงานตามขอบเขตที่กำหนด (ดูอำนาจหน้าที่ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดในเอกสารแนบท้ายภาคผนวก) โดยจะเห็นว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดอำนาจหน้าที่ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด (รสจ.) กล่าวคือ การประชาสัมพันธ์จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรผู้ปฏิบัติงานกับประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายในอันที่จะเกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานของสถาบัน หน่วยงานหรือองค์กรสมตามความมุ่งหมายนั้น ๆ เมื่อเป็นเช่นนี้ จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับหน่วยงานสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดต้องมีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ เพราะนอกจากจะเป็นการช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีในการปฏิบัติงานต่อกลุ่มเป้าหมายแล้ว ยังเป็นการประชาสัมพันธ์หรือบอกกล่าวแก่หน่วยงาน ซึ่งเป็นหน่วยงาน “ใหม่” ในสายตาของประชาชนและองค์กรอื่น ๆ ภายในจังหวัด

การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ดำเนินการในลักษณะของผู้แทนกระทรวง โดยเป็นการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ โครงการ / งาน / กิจกรรม รวมทั้งผลการปฏิบัติงานต่าง ๆ ของแต่ละหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดนครนายก ทั้ง 6 หน่วยย่อยประกอบด้วย สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัด สำนักงานจัดหางานจังหวัด สำนักงานประชาสงเคราะห์จังหวัด สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด สำนักงานประกันสังคมจังหวัด และศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด ซึ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีการกำหนดรูปแบบ วิธีการ และขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสาร ผลการปฏิบัติงาน อันจะนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์งานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดนครนายก

สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ได้ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่เริ่มดำเนินการ โดยถือเป็นนโยบายสำคัญประการหนึ่ง แต่ในช่วงระยะแรกยังไม่มีรูปแบบที่ชัดเจนและแน่นอน เนื่องจากยังขาดประสบการณ์และทักษะในการดำเนินงาน รวมทั้งไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรงเพราะในขณะนั้น จำนวนบุคลากรยังมีไม่เพียงพอ จนเมื่อประมาณกลางปีถึงปลายปี 2539 ได้มีการกำหนดบุคลากรเพื่อรับผิดชอบและปฏิบัติงานด้านนี้อย่างจริงจัง และถือเป็นนโยบายสำคัญหนึ่งที่ต้องปฏิบัติ อีก

ทั้งผู้บริหารเปิดกว้างในทางความคิด ยอมรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการจัดทำเพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน และกลายมาเป็นในรูปแบบของ สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความชัดเจนและสมบูรณ์ อาทิ วารสาร แผ่นพับจดหมายข่าว เป็นต้น จนถึงปัจจุบัน

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก

การวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก เนื่องจากผู้บริหารเล็งเห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์จึงได้มีการกำหนดแผนงาน / โครงการ / กิจกรรม และได้ดำเนินการในระดับจังหวัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี มีขั้นตอนการวางแผนดำเนินงานดังนี้

1. กำหนดประเภทของแผน

การกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ได้แก่

1.1 แผนงานประจำปี มีการวางแผนไว้เป็นประจำทุกปีในแผนความต้องการของจังหวัด และแผนปฏิบัติการประจำปี กิจกรรมที่กำหนดได้แก่ การจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ การจัดข่าวทางสถานีวิทยุ หอกระจายข่าว ทำวารสาร (ดูตัวอย่างแผนการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมในเอกสารแนบท้ายภาคผนวก) เป็นต้น

1.2 แผนระยะยาว ในการจัดทำแผนระยะยาวของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายกได้บรรจุงานด้านการประชาสัมพันธ์ไว้ในการจัดทำแผนแผน 5 ปี (ดูตัวอย่างแผนการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายกในเอกสารแนบท้ายภาคผนวก)

1.3 แผนประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ จะเป็นการจัดทำข่าวเพื่อเผยแพร่ในขณะนั้น ในกิจกรรมที่เกิดขึ้นเร่งด่วน หรือเกิดขึ้นในเหตุการณ์เฉพาะหน้า เช่น การมาตรวจราชการของผู้ตรวจราชการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม นอกกรณีปกติ หรือโครงการจ้างบัณฑิตอาสาฯ ประจำปี 2543 เป็นต้น

2. กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายกนั้น ได้ตั้งวัตถุประสงค์ที่จะเผยแพร่บทบาทหน้าที่และภารกิจตลอดจนระเบียบ ข้อบังคับ และความเคลื่อนไหวของทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดนครนายกโดยภาพรวมที่ต้องให้ประชาชนได้รับรู้ ได้รับความช่วยเหลือและให้ความร่วมมือในการดำเนินการของหน่วยงาน

3. กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์

3.1 นักเรียน นักศึกษา ประชาชนในศูนย์สงเคราะห์ราษฎรประจำหมู่บ้าน ภาคราช

การ รัฐวิสาหกิจ และสื่อมวลชนในจังหวัด

3.2 ในสถานประกอบการ ได้แก่ นายจ้าง ลูกจ้าง หรือผู้ใช้แรงงานทั่วไป

3.3 กลุ่มผู้ด้อยโอกาสในสังคม ได้แก่

- เด็กที่อยู่ในภาวะยากลำบาก กลุ่มเด็กยากจนไม่มีโอกาสศึกษาต่อ
- กลุ่มเด็ก และสตรีในธุรกิจบริการทางเพศ และถูกประทุษร้ายทารุณต่าง ๆ
- กลุ่มคนพิการและทุพพลภาพ
- กลุ่มผู้สูงอายุที่ยากจนไม่มีญาติหรือผู้เลี้ยงดู
- กลุ่มคนยากจนในชนบท
- กลุ่มผู้ประสบสาธารณภัย
- กลุ่มผู้ติดเชื้อและผู้ได้รับผลกระทบจากโรคเอดส์
- กลุ่มผู้ติดยาเสพติด และกลุ่มผู้ประสบปัญหาสังคมอื่น ๆ

4. กำหนดแนวเรื่องที่จะประชาสัมพันธ์ ว่าต้องการประชาสัมพันธ์ในเรื่องใด เช่นบทบาท

หน้าที่ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม การรับสมัครงานของสำนักงานจัดหางานจังหวัด แผนงานโครงการเร่งด่วนของศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด ระเบียบข้อบังคับตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2540 ที่ประชาชนต้องรู้หรือมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ มติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

5. กำหนดสื่อที่จะใช้ เมื่อได้แนวเรื่องที่จะประชาสัมพันธ์แล้ว ก็กำหนดสื่อที่จะใช้ในการจัดทำเรื่องนั้น ให้เหมาะสม เช่น

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

- เรื่องที่เกี่ยวกับแผนงานโครงการหรือกิจกรรมที่ต้องทำเร่งด่วน เช่น การแจ้งให้ประชาชนให้ความร่วมมือกับปัญหาที่อาสาในการสำรวจข้อมูล ก็ใช้สื่อทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุ หอกระจายข่าวในหมู่บ้าน โดยให้การเขียนข่าวสั้น เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้อย่างรวดเร็ว และให้ความร่วมมือกับการดำเนินการตามกิจกรรมนั้นๆ

6. กำหนดงบประมาณ วางแผนการใช้งบประมาณ ในด้านการประชาสัมพันธ์ในแต่ละปี โดยใช้งบประมาณจากงบประมาณ ดังนี้

6.1 งบประมาณในส่วนของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก หมดค่าตอบแทน ใช้สอยและวัสดุ โดยเบิกจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อวัสดุ เช่น फिल्मถ่ายภาพ พิวเจอร์

บอร์ด กระดานสติ๊กเกอร์ กระดานโปสเตอร์ บอร์ดนิทรรศการ เบิกจ่ายเป็นค่าจ้างเหมา เช่น ล้าง - อัด - ขยายภาพ เขียนป้ายผ้า พิมพ์เอกสารจัดทำรูปเล่ม เป็นต้น แล้วแต่กิจกรรมที่ดำเนินงาน

6.2 งบประมาณในส่วนของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมใน จังหวัดนครนายก เช่น การทำป้ายคัดเอาท์ ร่วมกันในกิจกรรมวันสถาปนากระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

7. กำหนดผู้รับผิดชอบ

ในส่วนของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ได้กำหนดผู้รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ไว้แล้ว โดยมอบหมายให้เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 5 ของสำนักงานฯ เป็นผู้ดำเนินการ และมีการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานอื่น ดำเนินการตามกิจกรรมที่วางไว้

8. กำหนดจังหวะเวลาในการประชาสัมพันธ์ ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ มีระยะเวลาที่แตกต่างกัน การกำหนดเวลาให้เหมาะสม มีส่วนทำให้ประชาชนเกิดความสนใจและเข้าร่วมกิจกรรมได้เช่นกัน เช่น การจัดกิจกรรมการให้บริการของหน่วยงาน เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนากระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ระหว่างวันที่ 18 - 24 กันยายน 2543 สามารถที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ลงในวารสารของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดนครนายก ซึ่งกำหนดออกเผยแพร่ 2 เดือน / ครั้ง ตรงกับช่วงเดือน กรกฎาคม - สิงหาคม 2543 เป็นต้น

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สำนักงานแรงงาน และสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก

X ข้อมูลข่าวสาร หมายความว่า สิ่งสื่อความหมายให้รู้เรื่องราวข้อเท็จจริง ข้อมูล หรือสิ่งใดๆไม่ว่า การสื่อความหมายนั้นจะทำได้โดยสภาพของสิ่งนั้นเอง หรือโดยผ่านวิธีการใดๆและไม่ว่าจะได้จัดทำไว้ในรูปแบบของเอกสาร พิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ แผนที่ ภาพวาด ภาพถ่าย ฟิล์ม การบันทึกภาพหรือเสียง การบันทึกโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือวิธีอื่นใดที่ทำให้สิ่งที่บันทึกไว้ปรากฏได้¹

การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สำคัญของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคม จังหวัดนครนายก ได้ดำเนินงานโดยมีการกำหนดแนวทาง การวางแผนงาน การปฏิบัติตามขั้นตอนและวิธีปฏิบัติที่ชัดเจนในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานออกมาอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลในทางปฏิบัติแก่ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายตามที่ต้องการ ซึ่งพออธิบายได้ ดังนี้

¹ ตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร ของทางราชการ พ.ศ.2540 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา หน้า 1 เล่ม 114 ตอนที่ 46 ก. วันที่ 10 กันยายน 2540

1. วางแผนการปฏิบัติงาน มีการกำหนดแผนงานการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1.1 แผนการประชาสัมพันธ์ระยะสั้น เป็นแผนการประชาสัมพันธ์ประจำเดือน

1.2 แผนการประชาสัมพันธ์ระยะยาว จัดทำเป็นแผนประจำปี และแผน 5 ปี

1.3 แผนการประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ หรือแผนการประชาสัมพันธ์ที่เน้นหนักเฉพาะ เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตามนโยบายที่กำหนด หรือตามโครงการรณรงค์ต่าง ๆ

ทั้งนี้ การวางแผนการปฏิบัติงานดังกล่าว จำเป็นต้องมีการกำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานที่ชัดเจนและแน่นอน

2. กำหนดรูปแบบ - เนื้อหา การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ โดยมีรูปแบบ ดังนี้

2.1 จัดทำข่าว / บทความ เพื่อเผยแพร่ทางสื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และหอกระจายข่าวในหมู่บ้าน

2.2 จัดทำเอกสาร จัดหมายข่าว เช่น วารสาร"แรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก" เพื่อเป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรภายใน และ ภายนอกหน่วยงาน

2.3 จัดแถลงข่าวร่วมกับจังหวัด ได้แก่ การแถลงข่าวประจำเดือน

2.4 จัดทำภาพกิจกรรมส่ง และจัดบอร์ดเพื่อการประชาสัมพันธ์ ส่งสื่อมวลชนในจังหวัด และส่งสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

3. ดำเนินการผลิตสื่ออย่างง่าย ๆ เพื่อเป็นการเผยแพร่และสร้างความเข้าใจอันดีต่อกลุ่มเป้าหมายรวมทั้ง ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับด้านแรงงาน เช่น แผ่นพับ วารสาร ป้ายผ้า เป็นต้น

4. ประสานสื่อมวลชน เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงานที่ได้กระทำให้แก่สาธารณชนได้รับรู้ โดยติดต่อทำความรู้จักกับผู้สื่อข่าวต่างๆในจังหวัด โดยมีรายชื่อ-ที่อยู่ติดต่อได้ว่าอยู่สังกัดใด สำนักพิมพ์ใด (ดูรายชื่อสื่อมวลชนในจังหวัดในเอกสารแนบท้ายภาคผนวก)

5. สรุป วิเคราะห์และ ประเมินผล การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นว่า ได้ผลตามวัตถุประสงค์บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ อย่างไร มีการทบทวนว่าใน 1 เดือนนั้น การประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือไม่ จัดทำสรุปออกมาให้เห็นอย่างชัดเจน เช่น ในการออกโครงการ กรส.เคลื่อนที่ มีจำนวนประชาชน ผู้ใช้บริการมาร่วมงานมากน้อยเพียงใด ประชาชนเหล่านั้นทราบข่าว การจัดกิจกรรมโครงการ กรส.เคลื่อนที่ได้อย่างไร เป็นต้น

รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก

เนื่องจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีหลายระดับ หลายกลุ่มต่างกันไป การใช้สื่อในรูปแบบและวิธีการของการประชาสัมพันธ์จึงต้องมีลักษณะต่าง ๆ กันตามไปด้วย เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อการรับสื่อเหล่านั้น รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมใช้ดำเนินการอย่างได้ผล มีดังนี้

1. วารสาร สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมได้จัดทำวารสารเป็นราย 2 เดือน / ครั้งมีความสม่ำเสมอในการออกเผยแพร่ การทำวารสารนั้น สิ่งที่ต้องพิจารณาเป็นสำคัญ คือ เนื้อหา ภาพประกอบ และการจัดพิมพ์ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ เป็นสิ่งที่จะดึงดูดความสนใจให้น่าอ่าน หรือไม่น่าอ่านเลยก็ได้

2. การเขียนข่าว ควรมีการคำนึงถึงองค์ประกอบของการเขียนข่าว ได้แก่ Who What When Where Why How เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ชัดเจน สามารถนำไปเผยแพร่ได้ทันที ทางสถานีวิทยุโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (จปร.) และเสียงตามสายของสำนักงานเทศบาลเมือง

3. การเผยแพร่ภาพกิจกรรม โดยใช้ภาพถ่ายเพียงอย่างเดียวเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ ให้ผู้พบเห็นได้ทราบถึงผลงาน การจัดกิจกรรมต่างๆของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ซึ่งสามารถนำภาพกิจกรรมนั้นไปเผยแพร่ได้ทันที อาทิ จัดส่งลงในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภายในจังหวัด ส่งให้สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ลงในวารสารกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

4. แผ่นพับ (Folder) มีลักษณะทั้งแบบ พับ 2 พับ 3 และพับ 4 นับเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ได้รับการนิยมอย่างกว้างขวาง เพราะสามารถบรรจุข้อมูลสำคัญๆ เฉพาะเรื่องให้ผู้รับที่สนใจนำไปพิจารณาได้ในโอกาสต่างๆ ช่วยในการตัดสินใจได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับฝีมือและเทคนิคในการจัดทำ รูปแบบ สีสันที่เร้าใจชวนให้หยิบไปอ่าน หรือโน้มน้าวจิตใจของผู้รับให้คล้อยตามได้มากเพียงใด เช่น แผ่นพับเผยแพร่บทบาทหน้าที่ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดนครนายก

5. การตัดข่าวจากหนังสือพิมพ์ เป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์อีกวิธีหนึ่ง โดยการติดตามข่าวความเคลื่อนไหวในส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอแก่ผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหารในหน่วยงาน กรณีที่มีข่าวกล่าวถึงหรือพาดพิงหน่วยงานของตน ซึ่งจำเป็นที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นผู้ที่ “หูไวตาไว” และคอยตรวจสอบข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์อยู่เสมอๆ เมื่อมีข่าวที่เกี่ยวข้องปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์จะได้ดำเนินการแก้ไข หรือนำไปปิดประกาศประชาสัมพันธ์ได้ ในทางใดทางหนึ่ง

6. ป้ายโฆษณา (Cut-out) เหมาะสำหรับสร้างความสนใจ สะดุดตาผู้ผ่านไปมาพบเห็นตามสถานที่ชุมชนสำคัญต่าง ๆ นับว่าได้ผลอย่างกว้างขวาง แม้ไม่สามารถให้รายละเอียดได้มากนัก แต่ก็ทำให้สนใจติดตามรายละเอียดจากสื่ออื่น ๆ ต่อไป

8. การเผยแพร่เอกสารสิ่งพิมพ์ ประเภทของเอกสารสิ่งพิมพ์มีอยู่ 3 ประเภทคือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และเอกสารประชาสัมพันธ์ ในส่วนของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ได้ดำเนินการเผยแพร่สิ่งพิมพ์ประเภทเอกสารประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นมาใช้เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และมุ่งตรงไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

9. ป้ายผ้า (Banner) การทำป้ายผ้า เป็นช่องทางการเผยแพร่อีกวิธีหนึ่ง ที่สามารถสื่อให้ประชาชนกลุ่มต่างๆ เห็นข้อความการประชาสัมพันธ์ การรณรงค์ ได้อย่างเด่นชัด ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ผลิตหรือผู้ดำเนินการ กิจกรรมนั้นๆ ส่วนมากมักทำด้วยผ้าดิบสีขาว หรือสีเหลือง ขนาด 1x4 เมตร เขียนข้อความประชาสัมพันธ์สั้นๆ แต่ได้ใจความครบถ้วนลงบนผ้านั้นๆ

บทบาทของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก

สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ได้ดำเนินการมอบหมายให้ผู้จัดทำเป็นเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงาน(เอกสารแนบท้ายภาคผนวก) และมีคำสั่งแต่งตั้งให้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทุกประเภทของสำนักงาน รวมทั้งการติดต่อประสานงานการดำเนินการประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานด้วย ซึ่งผู้จัดทำได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์มาโดยตลอดระยะเวลา 4 ปี ในหน่วยงานสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก โดยตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบทางการเป็นผู้ประสานงานการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผลงานที่เกิดขึ้นประสบความสำเร็จทั้งต่อหน่วยงานและประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยได้ดำเนินการในบทบาทหน้าที่ดังนี้

1. ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานในสังกัด ขอทราบชื่อผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อการติดต่องานประชาสัมพันธ์ ในครั้งต่อไป และเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการปฏิบัติงาน

2. รวบรวมข้อมูลข่าวสาร รายละเอียด และติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ เพื่อนำมาพิจารณาจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์แยกตามรูปแบบ ประเภทของการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์กลุ่มเป้าหมาย วัสดุอุปกรณ์ และงบประมาณด้วย

3. ดำเนินการเผยแพร่ข่าว โดยระบุที่มาของแหล่งข่าวอย่างชัดเจน หรือกล่าวขอบคุณผู้ให้รายละเอียดของข่าว ตามสมควรแก่กรณี

4. มีความเป็นกลาง และเสมอภาคในทุกหน่วยงาน ในการนำ ข่าวมาเผยแพร่โดยมีการเรียงลำดับความสำคัญ หรือความเร่งด่วนของข่าว เช่น การจัดการทำวารสาร การพิจารณาของของหน่วยใด จะต้องพิจารณาจากความสดของของข่าว ความสมบูรณ์ และความจำเป็นของการเผยแพร่ข่าวนั้นๆ

5. มีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอเพื่อให้ทันเหตุการณ์ ในปัจจุบัน อาจศึกษาค้นคว้าได้จากหนังสือ หรือ สื่อบ้างๆ ที่หน่วยงานจัดส่งให้

6.มีความสนใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ที่มีประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมายเพื่อนำไปจัดทำข่าวได้

7.มีความใส่ใจและติดตามข่าวประจำวันทั้งทางหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม

8.นำข่าวที่ได้จัดทำเสนอผ่านผู้บังคับบัญชา เพื่อพิจารณาและตรวจสอบก่อนนำไปเผยแพร่ออกสู่สาธารณชน ต่อไป

9.สามารถพิจารณาและวินิจฉัยได้ว่า ข่าวลักษณะใด ควรเผยแพร่กับสื่อช่องทางใด เพราะข่าวบางชนิดอาจเพียงแค่นำไปตีตไว้ที่บอร์ดก็เพียงพอ เช่น การรายงานภาวะราคาสินค้าประจำสัปดาห์ เป็นต้น

10.ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ควรมีความสามารถในการจัดการด้านต่างๆด้วยตนเอง ทั้งนี้เพราะความจำกัดทางด้านบุคลากร จึงต้องสามารถทำหน้าที่ได้ทุกด้านในเรื่องของงานประชาสัมพันธ์ อาทิ การไปหาแหล่งข่าว การเขียนข่าว และการจัดส่งเพื่อเผยแพร่ เป็นต้น

คุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น นอกเหนือไปจากบทบาทหน้าที่ที่ได้ดำเนินงานอยู่แล้วนั้น ยังมีความจำเป็นที่ผู้ปฏิบัติงานด้านนี้ จะต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติในด้านอื่นๆอีก เพื่อผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานของตน ดังต่อไปนี้

1.เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีจินตนาการ มีความคิดที่มีเหตุผลสามารถสร้างสิ่งใหม่ๆอยู่เสมอเพื่อความน่าสนใจในการนำเสนอ เช่น สามารถที่จะหยิบเรื่องราวหรือเหตุการณ์ใดๆที่เกิดขึ้น ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน มาจัดทำเป็นข่าวเผยแพร่ได้

2.เป็นผู้ที่หมั่นศึกษาหาความรู้ ข้อมูล รายละเอียดต่างๆ มีความสงสัยอยู่เสมอ เพื่อความสมบูรณ์ครบถ้วน ในการจัดทำข่าว ในกรณีที่ข้อมูลที่ได้รับนั้น ไม่มีรายละเอียดที่ชัดเจน จำเป็นต้องค้นคว้าเพิ่มเติม อาจด้วยวิธีการสอบถามจากแหล่งข่าวโดยตรง แล้วนำมาจัดทำเป็นข่าว ต่อไป

3.เป็นผู้ที่มีความอดทนสูงหลีกเลี่ยงความโต้แย้ง เพราะการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องติดต่อกับบุคคลหลายกลุ่ม หลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือไม่ก็ตาม รวมไปถึงหัวหน้าหน่วยงาน ซึ่งมีหลายครั้งที่ต้องติดต่อประสานงานกับหัวหน้าหน่วยงานโดยตรง เพื่อชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์

4.เป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีศิลปะในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น เพื่อประโยชน์ในการติดต่อประสานงาน อันถือเป็นสิ่งสำคัญของผู้ปฏิบัติงานด้านนี้โดยเฉพาะ เพราะหากไม่มีศิลปะ หรือมนุษยสัมพันธ์ที่ดีแล้ว ก็จะเป็นการยากในการติดต่อประสานงาน อาจทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือในการเผยแพร่และจัดทำข่าวก็เป็นได้

5.เป็นผู้มีความเสมอต้นเสมอปลาย ไม่ลำเอียงข้างใดข้างหนึ่ง เพื่อให้หน่วยงานอื่นๆ เกิดความเชื่อถือและให้ความร่วมมือ สนับสนุนในการดำเนินงานนั้น

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นที่ใดก็ตาม จะประสบผลสำเร็จหรือไม่ ไม่เพียงแต่ขึ้นอยู่กับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ หรือผู้รับผิดชอบด้านงานประชาสัมพันธ์เท่านั้น หากแต่ยังต้องขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กร หรือหน่วยงานนั้น ๆ อีกด้วย เพราะหากหน่วยงานนั้น มีการกำหนดนโยบายด้านงานประชาสัมพันธ์ที่ไม่ชัดเจน มีการละเลยหรือเพิกเฉย จะทำให้เกิดการปฏิบัติที่ไม่แน่นอน อาจทำบ้างไม่ทำบ้าง ไม่มีเป้าหมายหรือนโยบายที่แน่ชัด ในทางกลับกัน หากมีการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์อย่างแน่ชัดและเปิดกว้างพอสมควร ก็มีส่วนทำให้การประชาสัมพันธ์นั้นมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผู้บริหารของแต่ละหน่วยยังมีส่วนสำคัญ ซึ่งอาจมีการสับเปลี่ยน โยกย้าย เปลี่ยนแปลง ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงผู้บริหารเช่นนี้ ย่อมมีผลต่อการดำเนินงานตามนโยบายต่าง ๆ ด้วย โดยเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้บริหารบางคนอาจเห็นว่ามีผลสำคัญต้องปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ขององค์กร การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชนและรวมไปถึงการเผยแพร่ผลการปฏิบัติของหน่วยงานนั้น ๆ ด้วย ตรงกันข้ามหากผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญ หรือไม่เห็นความจำเป็น ขาดความเอาใจใส่ในงานด้านนี้โดยเฉพาะก็อาจส่งผลกระทบต่อหน่วยงานได้ ในการติดต่อสื่อสารกับประชาชน การบอกกล่าวชี้แจงการปฏิบัติงานของตน ซึ่งอาจสร้างความยุ่งยากให้ในภายหลัง

การติดต่อสื่อสารในโลกยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบไร้พรมแดนสามารถติดต่อถึงกันได้ทุกที่ ทุกเวลา ทั่วโลก เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ จึงควรเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น ใฝ่หาและเรียนรู้ศึกษาในสิ่งที่ทำไปแล้ว เช่น ใช้วิธีการรูปแบบการประชาสัมพันธ์ชนิดใดได้ผลดี ก็ควรศึกษาถึงแนวทางการปฏิบัติงานนั้น ที่ทำให้เกิดผลสำเร็จ มีความตื่นตัวตลอดเวลาจึงมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาในการทำงาน โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ เครื่องมือสื่อสาร เทคโนโลยีสมัยใหม่ ให้ทันกับภาวะการณ์ที่เปลี่ยนไป เพื่อให้สามารถใช้อุปกรณ์สื่อสารเหล่านั้นเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานของหน่วยงานให้มีความทันสมัย ความสะดวก ประหยัด รวดเร็วและทันเหตุการณ์ รวมทั้งการพัฒนาตนเองให้มีความก้าวหน้า สิ่งสำคัญ อีกประการหนึ่ง ซึ่งหากไม่กล่าวถึงคงไม่ได้ สำหรับผู้ปฏิบัติงานด้านงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ นอกเหนือไปจากการพัฒนาตนเองแล้ว นั่นคือ มีความรู้สึกรับผิดชอบต่อหน้าที่ ของผู้ปฏิบัติงานด้านนี้แล้ว จำเป็นที่ผู้ปฏิบัติจะต้องมีความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกในการปฏิบัติงาน มีความเป็นกลาง ไม่เอนเอียง ยึดหลักความถูกต้องและความเป็นจริงด้วย ไม่นำความคิดเห็นส่วนตัวไปปนกับการทำงาน เพื่อประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่หน่วยงานอย่างเต็มที่ มี

ความจริงจัง จริงและความเสียสละในการปฏิบัติงานในหน้าที่ของตน ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดผลดีแก่หน่วยงานแล้ว ยังก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเองอีกด้วย และสิ่งต่างๆเหล่านี้เอง ที่จะนำมาสู่ซึ่งความสำเร็จของงาน ด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก

บทที่ 3

ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ

ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก

สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยใช้รูปแบบของสื่อต่าง ๆ กันไป ตามวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และงบประมาณที่ได้กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงาน ซึ่งมีการจัดทำตามรูปแบบและประเภทของสื่อต่างๆ ได้แก่

1. วารสาร
2. แผ่นพับ
3. การเขียนข่าว
4. การเผยแพร่ภาพกิจกรรม
5. การตัดข่าวจากหนังสือพิมพ์
6. ป้ายคัดเอาท์
7. การจัดบอร์ดนิทรรศการ
8. เอกสารสิ่งพิมพ์ทั่วไป
9. ป้ายผ้า

1. ขั้นตอนการจัดทำวารสาร “แรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก”

สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ได้จัดทำวารสารขึ้นเป็นราย 2 เดือน กล่าวคือ กำหนดออกเผยแพร่ 2 เดือน / ครั้ง ๆ ละ 500 ฉบับ วัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวผลการปฏิบัติงานและบริการต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน และองค์กรทั้งภายในจังหวัดและภายนอกจังหวัด กลุ่มเป้าหมายสำคัญได้แก่ราษฎรในเขตศูนย์สงเคราะห์ราษฎรประจำหมู่บ้าน (โดยผ่านทางบัณฑิตอาสา องค์กรการบริหารส่วนตำบลทั้ง 40 ตำบล อาสาสมัครประชาสัมพันธ์ในหมู่บ้าน และอาสาสมัครประชาสงเคราะห์) กลุ่มผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการต่าง ๆ ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ภายในจังหวัดรวมทั้งถึงองค์กรทั้งภาครัฐ เอกชน และรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดทุกจังหวัด และใน ส่วนกลาง (สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม) เพื่อจะได้รับทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวของจังหวัดนครนายกในด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม โดยได้จัดทำเอกสารภายใต้ชื่อ “วารสาร” แรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก “มีลักษณะรูปเล่มเป็นกระดาษ A 4 จำนวน 8 หน้า หน้าปกพิมพ์ 2 สี ด้านใน 1 สี จำนวน 500 ฉบับ / ครั้ง ราคาฉบับละ 6 บาท รวมเป็นเงิน 3,000 บาท ใช้งบประมาณสำนักงานแรงงาน

และสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก หมวดยกค่าตอบแทนใช้สอยและวัสดุ โดยดำเนินการขออนุมัติจ้างเหมาจัดพิมพ์ ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535.... (ดูตัวอย่างสำเนาหนังสือขออนุมัติในเอกสารแนบท้ายภาคผนวก)

ขั้นตอนการจัดทำวารสาร “แรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก”

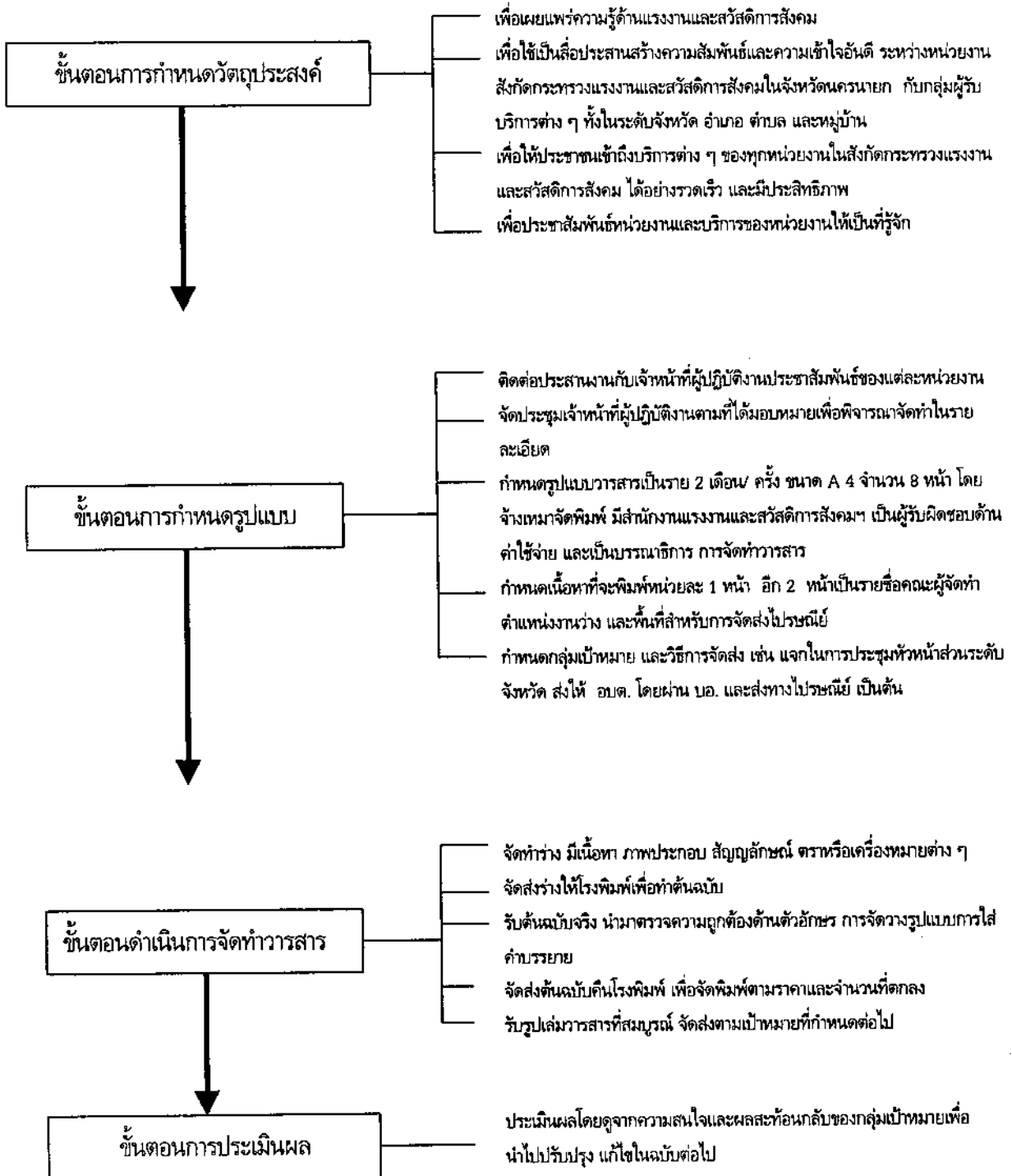
1. ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานในสังกัด เพื่อกำหนดชื่อผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ การจัดส่งข่าว เพื่อทำวารสารของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในจังหวัดนครนายกออกเผยแพร่
2. จัดประชุมเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบดังกล่าว โดยกำหนดรูปแบบและวัตถุประสงค์ของวารสารและเลือกบรรณาธิการ
3. มติที่ประชุมกำหนดให้จัดทำวารสาร โดยจะจัดส่งข่าวให้สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายกและมอบหมายให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก เป็นบรรณาธิการและดำเนินการเรื่องค่าใช้จ่าย
4. นอกจากนี้ที่ประชุมกำหนดขนาดของข่าวคนละ 1 หน้า กระดาษ A 4 ส่วนด้านที่เหลือจะเป็นหน้าของภาพกิจกรรม ตำแหน่งงานว่าง พื้นที่ว่างสำหรับส่งไปทางไปรษณีย์
5. บรรณาธิการ นำมติที่ประชุมเสนอผู้บริหารพร้อมรูปแบบการจัดทำ ด้วยกระดาษ A 4 จำนวน 8 หน้าปกหน้า 2 สี ภายใน 1 สี กำหนดออกครั้งละ 500 ฉบับทุก 2 เดือน แจกจ่ายทั้งภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ อบต. สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดทุกจังหวัด สถานประกอบการ และส่วนกลาง
6. เมื่อผู้บริหารอนุมัติตามเสนอแล้ว ติดต่อโรงพิมพ์ เพื่อสอบถามราคาค่าจ้างพิมพ์
7. ดำเนินการจัดทำบันทึกหรือรายงานขออนุมัติจ้างเหมาจัดพิมพ์วารสาร ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535... โดยการขออนุมัติจัดพิมพ์ ครั้งละ 500 ฉบับ ๆ ละ 6 บาทเป็นเงิน 3,000 บาท กำหนดออก 500 ฉบับ / 2 เดือน / ครั้ง
8. บรรณาธิการ กำหนดให้กองบรรณาธิการจัดส่งข่าวภายในวันที่ 10 ของเดือน เพื่อที่จะได้รวบรวมนำมาพิจารณา จัด เนื้อหา ภาพประกอบ แบบตัวอักษร เพื่อจัดทำเป็นต้นฉบับ
9. ต้นฉบับที่มีการจัดหน้าเรียบร้อยแล้ว ภาพประกอบสมบูรณ์ ผ่านความเห็นจากผู้บริหารแล้ว ให้จัดส่งโรงพิมพ์ไม่เกิน วันที่ 15 ของเดือน
10. รับปฏิทินคืนจากโรงพิมพ์ ตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง พร้อมระบุสีในแต่ละจุด ความเข้ม -บางของสี แล้วจัดส่งคืนโรงพิมพ์ ไม่เกินวันที่ 20-22 ของเดือน

11. เมื่อจัดพิมพ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว ให้เตรียมจัดส่งตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด อาทิ ส่งเผยแพร่ในวันประชุมประจำเดือนหัวหน้าส่วนราชการระดับจังหวัด การประชุมประจำเดือนบัณฑิตอาสา นอกจากนี้ให้จัดส่งทางไปรษณีย์

อนึ่ง ในกรณีที่ได้รับเนื้อเรื่องและภาพประกอบไม่เพียงพอต่อจำนวนหน้าที่กำหนดไว้ให้รีบดำเนินการหาข่าวอื่นมาแทน เช่น เรื่องเบ็ดเตล็ด เกร็ดความรู้ หรือคำขวัญ การรณรงค์เรื่อง ต่าง ๆ ในขณะนั้นเพื่อไม่ให้วารสารมีที่เหลื่อมมากเกินไป อาจทำให้วารสารไม่น่าอ่าน

ผังแผนภาพแสดงขั้นตอนการจัดทำวารสารแนบท้ายนี้

แผนภาพแสดงขั้นตอนการจัดทำวารสาร “แรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก”



ดูตัวอย่างวารสาร แรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก ได้แนบท้ายนี้



"นครนายก" กับโครงการจ้างบัณฑิตอาสา

โครงการจ้างบัณฑิตอาสา กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม จัดทำขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ความแผนปฏิบัติการบรรเทาปัญหาการว่างงาน เพื่อให้บัณฑิตผู้ว่างงานมีงานทำ เป็นทางเลือก และไม่ค่อยให้เกิดปัญหาสังคม โด่งไปบัณฑิตอาสา ซึ่งเป็นคนในพื้นที่ส่งไปปฏิบัติงานในท้องถิ่นของตนเอง สำหรับภารกิจของบัณฑิตอาสา นั้น เช่น ให้บัณฑิตอาสาทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน ผู้กระตุ้นเร่งเร้า ให้คำแนะนำปรึกษา และเป็นผู้อำนวยความสะดวก ศูนย์ส่งเสริมราษฎรประจำหมู่บ้านและองค์การบริหารส่วนตำบลในการดำเนินงานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม การสำรวจข้อมูลด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมพร้อมจัดทำทะเบียนผู้ประสบปัญหา ประชาสัมพันธ์งานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม โดยเฉพาะการป้องกันการหลอกลวงคนงานที่จะไปทำงานต่างประเทศ รวมทั้งประสานการช่วยเหลือราษฎรในหมู่บ้าน โดยแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เข้าไปช่วยเหลือโดยเร็ว ตลอดจนประสานแผนด้านการฝึกอาชีพ เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน นอกจากนี้ยังเป็นผู้ให้คำแนะนำและประสานการดำเนินงาน ตามโครงการต่าง ๆ แก่ชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดทำโครงการเสนอขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน และการส่งเสริมประชาธิปไตยในระดับท้องถิ่นแก่ประชาชน ตลอดจนงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สำหรับจังหวัดนครนายก ได้ดำเนินการจ้างบัณฑิตอาสา และผู้มีประสบการณ์ด้านการเงิน รวม 81 คน ส่งส่งไปปฏิบัติงานในพื้นที่ ๗ อบต. ๗ ละ 2 คน และจะจ่ายอยู่ที่สำนักงาน

กระทรวงแรงงาน 1 คน ผลการปฏิบัติงานในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา บัณฑิตอาสาได้เข้าไปช่วยเหลือชาวบ้าน ผู้มีฐานะเข้าร่วมประชุมกลุ่มต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่ จากนั้น เริ่มดำเนินการสำรวจข้อมูลด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม ซึ่งเป็นภารกิจหลักที่บัณฑิตอาสาจะต้องดำเนินการ นอกจากนี้ บัณฑิตอาสายังได้ช่วยขยายสิทธิประโยชน์ของราษฎรของภาคไทย ชาวคู่มือที่ดำเนิน การจ้างบัณฑิตอาสาต่างเดินทางไปพร้อมกันงานสำรวจ ให้แก่ ราษฎรแพศความผู้ดำเนินการปกครองระบอบประชาธิปไตย ประชาสัมพันธ์งานของกระทรวงแรงงาน เป็นผู้ประสานงานกับศูนย์ส่งเสริมราษฎรประจำหมู่บ้าน รวมทั้งดำเนินการให้ความช่วยเหลือแก่ระดับตำบล

บัณฑิตที่บัณฑิตอาสาได้รายงานการสำรวจแก่ประชาชนในหมู่บ้าน บัณฑิตจะนำมารวบรวมวิเคราะห์โดยเรียงลำดับความสำคัญ ความจำเป็นเร่งด่วน และนำเสนอเป็นโครงการขอรับการสนับสนุน เพื่อให้ประชาชน ท้องถิ่น นำเสนอต่อ อบต. และผลักดันให้เกิดแผนแรงงานและสวัสดิการสังคมในระดับตำบลต่อไป

การปฏิบัติงานของบัณฑิตอาสาที่ผ่านมามี 8 เดือน ยังมิได้พบปัญหาการขาด ไม่ค่อยได้รับความร่วมมือในการให้ข้อมูลตามแบบสำรวจจากประชาชนในหมู่บ้าน จึงขอความร่วมมือจากท่านนี้ ผู้ใหญ่บ้าน และประชาชนที่ไปในพื้นที่ ในการให้ข้อมูลที่เป็จริงแก่บัณฑิตอาสาที่เข้าไปสำรวจด้วยเพราะข้อมูลเหล่านี้ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม จะนำไปใช้ในการจัดทำแผนด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม.



5 สัปดาห์ระบบการทำงาน	2	กรมส่งเสริมแรงงานไปต่างประเทศ	3	เปิดแล้ว!! โครงการศูนย์ช่วยเหลือผู้ว่างงาน	4	สภ.ย.มีที่หมายจ้างจ้างการเข้า-ออกของลูกจ้าง	7
-----------------------	---	-------------------------------	---	--	---	---	---

คณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา :

แรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก
 จัดหางานจังหวัดนครนายก
 ประชาสงเคราะห์จังหวัดนครนายก
 สวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดนครนายก
 ประกันสังคมจังหวัดนครนายก
 ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดนครนายก

บรรณาธิการ :

นางอลิสรา สุภาพ

กองบรรณาธิการ :

นายสันต์ สังข์ศิลป์
 นางสาวปราณี เปี่ยมปรีดา
 นางนิภาภรณ์ สายสุวรรณ
 นายสมเกียรติ ลิ้นเรื่องศักดิ์

จัดทำโดย :

สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครนายก
 เลขที่ 173/39-40 ถนนสุวรรณนคร ตำบลท่าช้าง
 อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก 26000
 โทร./โทรสาร (037) 313256, 313605, 31550

(ต่อจากหน้า ๘)

รางวัลเลขท้าย 3 ตัว จำนวน 40 รางวัล
 สร้อยคล้องสำนึก 2 สติง หมุน 2 ครั้ง
 หมุนครั้งที่ 1 หมายเลข **931**
 หมุนครั้งที่ 2 หมายเลข **478**

ผู้โชที่ถือบัตร รส. เขียวรับโชค หากพบว่าถูกรางวัลขอได้
 ติดต่อได้ที่สำนักงานแรงงานและสวัสดิการสังคม จ.นคร
 นนายก บริเวณสถานีขนส่งศรีเมือง โทร. 313256 ในวัน-
 เวลาราชการ สิ่งสำคัญอย่าลืมนำบัตรที่ถูกรางวัลมาด้วย.

5 ส. กับระบบการทำงาน

ผ่านมาได้ระยะเวลาหนึ่งแล้ว กับ 5ส นับตั้งแต่ ความ
 มีมติให้ความเห็นชอบ เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2541 ให้
 สำนักงาน ก.พ. สำนักนายกรัฐมนตรี เป็นหน่วยงานค้ำประกัน
 การเรื่องการกำหนดคนโยบายการดำเนินการพัฒนาระบบ
 มาตรฐานของประเทศไทยด้านการจัดการและสัมฤทธิ์ผลของ
 งานภาครัฐในทุกส่วนราชการ ซึ่งมีกิจกรรม 5ส. ที่จะช่วยให้
 บรรลุผลได้

5ส. จะช่วยให้หน่วยงานราชการไทย/สถานที่ทำงาน
 เป็นระเบียบเรียบร้อย เกิดความสะอาดงามตา น่าดู สร้าง
 บรรยากาศในการทำงาน และเป็นที่น่าชื่นชมแก่ประชาชนผู้
 มาใช้บริการ ต่อไปนี้มารู้จักกับ 5ส. กันดีกว่าว่าจะช่วยให้
 บรรลุผลในการทำงานของราชการไทยได้อย่างไร

ส.1 สะสาง - แยกสิ่งของที่ทิ้งออกจากของที่ไม
 ต้องการและขจัดของที่ไม่ต้องการทิ้งไป

ส.2 สะดวก - จัดวางสิ่งต่างๆ ในสถานที่ทำงานให้เป็น
 ระเบียบเพื่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยในการทำงาน

ส.3 สะอาด - การทำความสะอาด สุภาพเรียบร้อยใช้
 สำนักงานและสถานที่ทำงาน

ส.4 สุขลักษณะ - สภาพแวดล้อมสะอาดตา ผู้
 สุขลักษณะและรักษาให้ตลอดไป

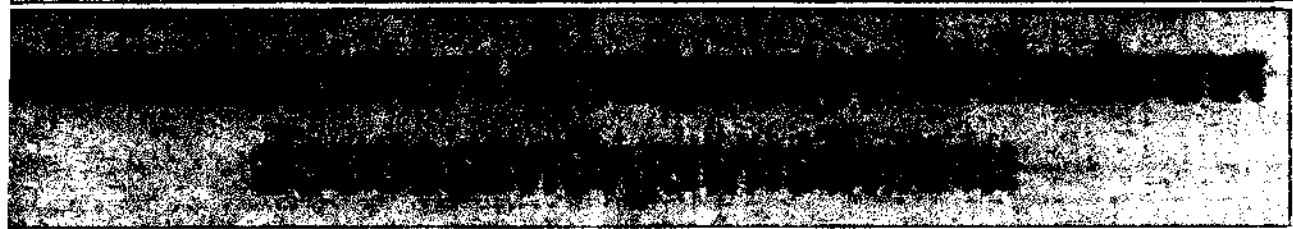
ส.5 สร้างนิสัย - การอบรม สร้างนิสัยในการปฏิบัติ
 ตามระเบียบวินัย ทัดบ่งค้ำอย่างเคร่งครัด

สะสาง (Seiri) แยกสิ่งของที่ไม่จำเป็นหรือไม่ใช้แล้ว
 ออกจากของที่ยังคงใช้งานอยู่ ส่วนของที่ต้องใช้ให้เก็บให้เป็น
 ระเบียบจะทำให้เกิดพื้นที่/ชิ้นวางของ/แยกสวาทเพิ่มขึ้น เกิด
 ความสะดวกในการค้นหา ประหยัดเวลาและขจัดความผิดพลาด
 จากการดำเนินงานที่สำคัญของที่จะดึงดูดให้ดีกว่าใช้ของ
 คุ่มค่า ประหยัดทรัพยากรหรือยัง เช่น กระดาษใช้ให้ครบทั้ง
 2 หน้า สิ่งของที่ซ่อมแซมได้ควรซ่อมแซมและนำกลับมาใช้ใหม่
 เมื่อเป็นเช่นนี้แล้วจะประหยัดได้เป็นอย่างดีทั้งทรัพยากร
 และงบประมาณ

สะดวก (Seiton) การจัดวางสิ่งของต่างๆ อย่างเป็น
 ระเบียบ เพื่อความสะดวกในการนำมาใช้มีการจัดวางให้เป็น
 ที่เป็นทาง แยกตามประเภทเครื่องมืออุปกรณ์ มีป้ายบอกที่
 ชัดเจน โดยคำนึงถึงความปลอดภัย นอกจากนี้ทั้งสะดวกโย
 การตรวจสอบสิ่งของและผลเวลาการค้นหาเอกสารอีกด้วย

(โปรดติดตามตอนต่อไปหน้า)

ข่าว ขานจัดภาษา



จากสภาวิชาการทางเศรษฐกิจสังคมที่ประเทศไทยกำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อการทำงานของแรงงานในประเทศไทยโดยรวม ดังนั้นเพื่อเป็นการบรรเทาปัญหาการว่างงานที่เกิดขึ้น รัฐบาลจึงได้กำหนดมาตรการ 7 มาตรการขึ้น 1 ใน 7 มาตรการคือการส่งแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศ โดยหน่วยงานราชการร่วมกับเอกชน และปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดส่งแรงงานไปทำงานให้สะดวก รวดเร็ว รวมทั้งให้ความคุ้มครองแรงงานในต่างประเทศ ซึ่งได้กำหนดประเทศที่รับตลาดแรงงานสำคัญของไทย ได้แก่ กลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชีย และตะวันออกกลาง เช่น ไต้หวัน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และอิสราเอล แต่เนื่องจากปัจจุบันประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียต่างประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ มีการชะลอตัวในด้านการลงทุนเกิดการว่างงานในประเทศ ดังนั้นในหลายประเทศจึงมีนโยบายการพึ่งพาแรงงานต่างชาติ โดยการจำกัดจำนวน กำหนดประเภทงานสำหรับแรงงานต่างชาติ มาตรการเข้มงวดในการอนุญาตให้นำเข้าแรงงานต่างชาติ แต่ขณะเดียวกันก็ยังมีความต้องการแรงงานอยู่ทำให้มีการแข่งขันระหว่างประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทย คือ ฟิลิปปินส์ อินเดีย อินโดนีเซีย บังกลาเทศ ศรีลังกา ซึ่งแรงงานเหล่านี้ย่อมรับอัตราค่าจ้างที่ต่ำกว่าแรงงานไทย ฉะนั้นการจะรักษาตลาดเดิมไว้ได้อย่างเดียวคงไม่พอ ยังจะต้องพยายามขยายตลาดและเปิดตลาดแรงงานใหม่ด้วย แต่แรงงานไทยต้องเป็นแรงงานที่มีคุณภาพ มีการพัฒนาทักษะ ทั้งด้านฝีมือและภาษา เนื่องจาก

ปัจจุบันนายจ้างต่างประเทศมีความต้องการแรงงานที่มีฝีมือมากขึ้น และกิจกรรมหนึ่งที่กำหนดเพื่อให้มีการขยายแรงงาน คือ การเดินทางไปเจรจากับนายจ้างต่างประเทศ หรือหน่วยงานที่กำกับดูแลการนำเข้าแรงงานต่างชาติของผู้บริหารรวมทั้งเชิญผู้บริหารจากต่างประเทศมาเยือนไทย เพื่อสร้างสัมพันธ์และให้สนับสนุนการจ้างแรงงานไทยไปทำงานในประเทศเหล่านั้น โดยในปี 2541 คณะผู้บริหาร กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ได้เดินทางไปหาตำแหน่งงานและขยายตลาดแรงงานในประเทศไต้หวัน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ส่วนในปี 2542 ได้กำหนดแผนไว้ว่าจะเดินทางไปประเทศสิงคโปร์ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศอื่น ๆ ในตะวันออกกลาง

สำหรับคนหางานที่ประสงค์จะเดินทางไปทำงานต่างประเทศ สามารถสอบถามรายละเอียดที่สำนักงานบริหารแรงงานไทยไปต่างประเทศ ชั้น 8 กรมการจัดหางาน ถนนมิตรไมตรี ดินแดง กรุงเทพฯ หมายเลขโทรศัพท์ 245-9374 และ 245-9273 สำนักงานจัดหางานกรุงเทพ 1-9 และสำนักงานจัดหางานจังหวัดทุกจังหวัด สำหรับจังหวัดนครนายก ติดต่อที่หมายเลขโทรศัพท์ 313-186 บริเวณสถานีขนส่งศรีเมืองในวันเวลาราชการ

