



การประชาสัมพันธ์

โดย

นายสุวรรณ พงศ์รัศมี

นักวิชาการแรงงาน 6 ว

ผู้ขอรับการประเมินเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง นักวิชาการแรงงาน 7 ว

สำนักงานแรงงานจังหวัดเพชรบุรี

สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน



1 12.05.6
๓๖๖๙๓
2547

ห้องสมุดกระทรวงแรงงาน



08885

เอกสารผลงาน คู่มือการ

คำนำ

การประชาสัมพันธ์ภารกิจของกระทรวงแรงงานนับวันจะมีความสำคัญและมีบทบาทมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะภารกิจของกระทรวงไม่ได้หยุดนิ่งเฉพาะบทบาทหน้าที่ประจำเท่านั้น แต่มีโครงการสำคัญ โครงการเร่งด่วนที่เป็นนโยบายของรัฐบาล นโยบายใหม่ๆ ของกระทรวงแรงงานที่ประชาชน ผู้ใช้แรงงาน นายจ้าง/สถานประกอบการจะต้องทราบ เพื่อจะไปขอรับบริการได้ถูกต้องทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน จะต้องทราบภารกิจ โครงการสำคัญ โครงการเร่งด่วน และที่สำคัญที่สุดจะต้องทราบวิธีการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำไปเผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงานด้วย

ผู้เขียนได้รับมอบหมายหน้าที่จากสำนักงานแรงงานจังหวัดระนอง และนครปฐมในด้านการประชาสัมพันธ์มาตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ.2538 ถึงปัจจุบันรวม 9 ปี แต่ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อนำไปเผยแพร่ที่ได้รับจากหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดส่วนใหญ่ ยังไม่มีวิธีการประชาสัมพันธ์ เท่าที่ควรจึงขาดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงาน จุดอ่อนคือ ผู้ทำหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์จำนวนมากไม่ได้รับการอบรมหรือได้รับความรู้มาก่อน ดังนั้นจำเป็นต้องมี คู่มือการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดต่อไป

การจัดทำ “คู่มือ” ครั้งนี้ ผู้เขียนได้รับความรู้และข้อมูลจาก อาจารย์พรทิพย์ พิมลสินธุ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ นางสาวสงศรี บุญบา ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมการมีงานทำ และหัวหน้าส่วนราชการสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดนครปฐม จึงขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้ และหวังว่า คู่มือฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี

สุวรรณ พงศ์รัศมี

พฤษภาคม 2547

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| คำนำ | |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.) สภาพและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 2.) วัตถุประสงค์และมูลเหตุจูงใจของการจัดทำคู่มือ | 1 |
| 3.) ขอบเขตเนื้อหา | 2 |
| 4.) วิธีการศึกษา | 2 |
| 5.) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา | 2 |
| บทที่ 2 คำนิยาม แนวคิด คุณสมบัติเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ | 4 |
| บทที่ 3 การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ | 13 |
| 1.) คุณลักษณะสำคัญของการประชาสัมพันธ์ | 14 |
| 2.) กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ | 15 |
| 3.) ศิลป์ของการประชาสัมพันธ์ | 18 |
| 4.) การจัดเหตุการณ์พิเศษเพื่อประชาสัมพันธ์ | 19 |
| 5.) ประเภทของเหตุการณ์พิเศษ | 20 |
| 6.) การจัดเตรียมงานเหตุการณ์พิเศษ | 25 |
| 7.) องค์ประกอบของข่าวและข่าวที่ดี | 29 |
| 8.) สรุปรูปการประชาสัมพันธ์ | 36 |
| 9.) ข้อคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่ดี | 37 |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้มาขอรับบริการ โครงการกระทรวงแรงงาน เพื่อประชาชน | 38 |

| | |
|--|----------|
| บทที่ 5 สรุปปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ | 43 |
| 1.) สรุปปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะจาก การปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ | 43 |
| 2.) สรุปปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะจาก การประเมินประสิทธิภาพของโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชน จังหวัดเพชรบุรี | 45 |
| บรรณานุกรม | 49 |
| ภาคผนวก 1 – ผลการประเมินประสิทธิภาพของโครงการกระทรวง แรงงานเพื่อประชาชนจังหวัด - แบบประเมินประสิทธิภาพของโครงการ กระทรวงแรงงานเพื่อประชาชน(5 ตัวอย่าง) | 50 56 |
| ภาคผนวก 2 รายงานผลการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพรวม ของกระทรวงแรงงานในจังหวัดนครปฐม | 71 |
| ภาคผนวก 3 ประเด็นข้อซักถาม / เสนอแนะของประชาชน ในโครงการวิทยุแรงงาน | 72 |
| ภาคผนวก 4 รายงานสารจังหวัดนครปฐม | 73 |
| ภาคผนวก 5 ภาพกิจกรรม | 82 |

บทที่ 1

บทนำ

1.) สภาพและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน กระทรวงแรงงาน ได้มีคำสั่ง แต่งตั้ง โอน ย้าย ข้าราชการในสังกัด เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ที่ได้รับการแต่งตั้ง โอน ย้ายไม่ได้ถ่ายทอดความรู้งานด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับเจ้าหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายงานด้านประชาสัมพันธ์คนใหม่ ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไม่มีคู่มือในการปฏิบัติงาน ทำให้ไม่มีความมั่นใจในการถ่ายทอดข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้แรงงาน นายจ้าง นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ฉะนั้นการประชาสัมพันธ์ จึงมีความสำคัญสำหรับหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัด เป็นอย่างยิ่ง

2.) วัตถุประสงค์และมูลเหตุจูงใจของการจัดทำคู่มือ

2.1 เพื่อเป็นการเผยแพร่ หลักการประชาสัมพันธ์ให้กับเจ้าหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ ได้ทราบเทคนิควิธีการ กลยุทธ์ แนวคิดของนักประชาสัมพันธ์ไปใช้ในทางปฏิบัติได้ถูกต้อง

2.2 เพื่อให้เจ้าหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดได้ทราบหลักการประชาสัมพันธ์ และนำไปเผยแพร่ภารกิจ โครงการเร่งด่วน โครงการสำคัญ ๆ ให้เป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงาน

2.3 เพื่อให้เจ้าหน้าที่สังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัด สถานประกอบการ นายจ้าง ลูกจ้าง และประชาชนกลุ่มเป้าหมาย มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน โดยใช้การประชาสัมพันธ์เป็นสื่อกลาง

3.) ขอบเขตเนื้อหา

การจัดทำคู่มือ การปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ฉบับนี้ เป็นการนำเสนอ วิธีการประชาสัมพันธ์ จะประกอบด้วย ศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์ กระบวนการดำเนินงาน แนวคิดของนักประชาสัมพันธ์ ศิลป์ของการประชาสัมพันธ์ การจัดเหตุการณ์พิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ คุณลักษณะพิเศษของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบของข่าวและข่าวที่ดี ทิศทางในการเสนอข่าว ตัวอย่างการจัดทำข่าว การสำรวจความสนใจของผู้รับฟังรายการวิทยุแรงงาน การรายงานผลการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ แบบประเมินประสิทธิภาพโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชน

4.) วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้มีการใช้แบบสอบถามการประเมินประสิทธิภาพของโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชนจังหวัดเพชรบุรี เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2547 ณ โรงเรียนกองคารม อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี เพื่อต้องการทราบปัญหา อุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ในการจัดงานโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชน มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ ในการจัดทำโครงการ บทบาท ภารกิจ อำนาจหน้าที่ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในภูมิภาค ตลอดจนสรุปปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ (ตามบทที่ 4 และบทที่ 5)

5.) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

5.1 เพื่อเป็นคู่มือการเตรียมความพร้อม การวางแผนงาน โครงการการประชาสัมพันธ์ ในการจัดงาน บทบาท ภารกิจ หน้าที่ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในส่วนภูมิภาค

5.2 ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ผู้ว่างงาน นายจ้าง ลูกจ้างและผู้สำเร็จการศึกษา ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์และได้รับการบริการอย่างทั่วถึงจากหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในส่วนภูมิภาค

บทที่ 2

คำนิยาม แนวคิด คุณสมบัติเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

คำนิยาม หลักการประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญสำหรับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทราบเทคนิค กลยุทธ์ แนวคิด ในการนำภารกิจ บทบาท แผนงาน โครงการของรัฐบาล กระทรวงแรงงาน และจังหวัดไปเผยแพร่เป็นที่สนใจในกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงาน

คำว่า “หลัก” มีความหมาย “เสาที่ปักไว้ ที่มั่น เครื่องหมาย เครื่องยึดเหนี่ยวจับถือ และสาระที่มั่นคง”

“การประชาสัมพันธ์” (Public Relations) หมายถึง “การติดต่อสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน ”

“หลักการประชาสัมพันธ์” จึงมีความหมายเป็น เครื่องยึดเหนี่ยวในการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

สก๊อต เอ็ม คัทลิป (Scott M. Cutlip) และ แอลเลน เอช เซ็นเตอร์ (Alten H. Center) (อ้างในสถาบันพัฒนาการแรงงานและสวัสดิการสังคม, 2544 : 8) ผู้มีอิทธิพลต่อวิชาการประชาสัมพันธ์ในช่วง 20 กว่าปีให้ความหมายไว้ว่า “เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนโดยให้ยอมรับการดำเนินธุรกิจของสถาบันและเป็นการ สื่อสารสองทาง ”

จอห์น อี มาร์สตัน (John E. marston) (อ้างในสถาบันพัฒนาการแรงงานและสวัสดิการสังคม, 2544 : 8) นักวิชาการชาวอเมริกัน ที่มีชื่อเสียงกล่าวว่า “ การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจ โดยมีการวางแผน เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ ”

สถาบันการประชาสัมพันธ์ (The Institute of Public Relations) ของประเทศอังกฤษ (อ้างในสถาบันพัฒนาการแรงงานและสวัสดิการสังคม, 2544 : 8) ได้ให้ความหมายของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ว่า

“เป็นความพยายามที่สุ่มรอบคอบ มีการวางแผนและมีการติดตามผลเพื่อเสริมสร้าง และรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์กรกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย”

สะอาด ต้นศุภผล (2546 : 18) อาจารย์ผู้ซึ่งมีความสำคัญมากในการวางรากฐานวิชาการประชาสัมพันธ์ของไทยกล่าวว่า “ การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบัน อันมีแผนการและกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจ และให้การสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย ”

พระราชดำรัส

(2546 : สารบัญ)

“...การประชาสัมพันธ์นั้น เท่าที่เข้าใจเป็นงานที่กว้างขวางมาก และกิจการเกือบทุกกิจการจะต้องประกอบด้วยการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะตีความว่าการประชาสัมพันธ์ตามคำในตัวเองก็เป็นความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนหรือให้ประชาชนเข้าใจสัมพันธ์กัน...”

“...และงานกิจการต่าง ๆ ก็ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ทั้งนั้น ตั้งแต่ด้านการทำให้คนเข้าใจในสถานการณ์จนถึงเรื่องของธุรกิจ ในด้านการค้าหรือธุรกิจนั้น ก็ต้องสร้างหรือทำอะไรเพื่อให้คนได้ใช้หรือให้คนได้มาเป็นลูกค้า ก็จะต้องมีการประชาสัมพันธ์การแถลงทำให้คนนิยม ถ้าเป็นไปในด้านความปลอดภัยหรือความเจริญของประเทศชาติเป็นส่วนรวม ก็จะต้องให้คนทั่วไปเข้าใจไปว่าทางหน่วยราชการหรือองค์กรใด ทำอะไร สำหรับจุดประสงค์ใดก็เป็นการประชาสัมพันธ์...”

“...การประชาสัมพันธ์ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างประชาชน หรือให้ประชาชนเข้าใจสัมพันธ์กันและงานกิจการต่าง ๆ ก็ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เกือบทั้งนั้น ถ้าทุกคนตั้งใจทำให้ผลประโยชน์แก่ส่วนรวม ก็เชื่อได้ว่าส่วนรวมจะอยู่เย็นเป็นสุข...”

คุณสมบัติเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

คนส่วนมากทั่วไปมักจะมีความคิดว่า นักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ของสถาบันต่าง ๆ คือบุคคลที่มีรูปร่างหน้าตาดี หรือมีบุคลิกที่ชวนต้องตาต้องใจแก่ผู้พบเห็นทั่วไป นอกจากนี้ยังมีความรู้สึกว่าจะต้องเป็นหญิงสาวที่มีรูปร่างหน้าตาสวยงาม หันสมัย มีชื่ออยู่ในคอลัมน์ข่าวสังคมตามหน้าหนังสือพิมพ์ต่างๆ เสมอ บางคนก็คิดว่านักประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นคนคล่องแคล่ว พูดเก่ง หรือทำงานเกี่ยวกับด้านการพูดและการส่งข่าวให้สื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ฉะนั้น จึงมักมีคำถามด้วยความสงสัยอยู่เสมอว่า นักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ นั้น ควรจะมีคุณสมบัติอย่างไร หรือจะต้องมีคุณสมบัติอะไรบ้าง

Doug Newson และ Alan Scott (อ้างในวิรัช ลภีรัตนกุล, 2546 : 449) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ คือ

1. มีความรู้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี
2. มีความสามารถในการแยกแยะจัดระเบียบข่าวสารต่าง ๆ
3. มีความสามารถในการเขียนได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
4. คิดและแก้ไขสถานการณ์ในยามฉุกเฉินได้ดี ตัดสินใจได้รวดเร็วในยาม

วิกฤต

5. มีความคิดริเริ่มใหม่ ๆ เสมอ
6. มีความคิดสุขุมรอบคอบ
7. มีระเบียบวินัยควบคุมตนเองได้
8. มีความซื่อตรง และมีความกล้าที่จะกระทำในสิ่งที่ถูกที่ควร
9. เป็นคนช่างสังเกต เรียนรู้ได้เร็ว และมีความจำดี
10. มีความสามารถในการพูดได้อย่างคล่องแคล่ว แต่ก็ต้องรู้จักว่าเวลาไหน

ควรจะต้องฟังบ้าง

11. มีความเข้าใจดีในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์
12. ไม่เห็นด้วยกับฝ่ายบริหาร โดยอัตโนมัติ
13. ยอมรับว่าบางครั้งนักประชาสัมพันธ์ก็ต้องทำหน้าที่เป็นครู ผู้สั่งสอน
แนะนำ
14. มีความสามารถเป็นนักการพูดได้ในบางโอกาส
15. รู้จักขั้นตอนของการทำงาน
16. มีความสามารถในการจัดระเบียบตนเองและผู้อื่น

Herbert Lloyd (อ้างในวิรัช ลภีรัตนกุล, 2546 : 449 — 450) ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน
ด้านการประชาสัมพันธ์อีกผู้หนึ่งได้ระบุถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ไว้ดังต่อไปนี้
คือ

1. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
2. มีความเฉลียวฉลาด
3. มีความมั่นคงหรือคงเส้นคงวา
4. ต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต
5. มีความสามารถในด้านการเขียน
6. มีความสามารถในการพูด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพูดในที่ชุมชน
7. มีความรอบรู้กว้างขวาง
8. มีความกล้าที่จะกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง
9. มีการตัดสินใจที่ดี
10. มีลักษณะของความเป็นผู้นำ
11. มีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น
12. มีคุณธรรมหรือจริยธรรม

Edward L. Bernays (อ้างในวิรัช ลภีรัตนกุล, 2546 : 450) ผู้บุกเบิกงานด้าน
การประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ที่มีชื่อเสียงอีกผู้หนึ่งได้อธิบายถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ว่า

1. ต้องเป็นคนที่มีความสุขุมรอบคอบ เทียงธรรม ปราศจากความลำเอียง หมายถึงความสามารถในการมองปัญหาต่างๆ อย่างรอบคอบและวางตัวเป็นกลางเสมอ คุณสมบัติข้อนี้อาจจะยากแก่การปฏิบัติ แต่หากจะทำจริง ๆ ก็คงไม่เหลือวิสัย

2. ต้องเป็นผู้ที่มีนิสัยรักหรือชอบในอาชีพนี้ หมายความว่า ต้องมีความถนัดหรือชอบในงานหรืออาชีพการประชาสัมพันธ์นี้เป็นทุนเดิมเสียก่อน จึงจะช่วยส่งเสริมให้บุคคล

ผู้นั้นประสบความสำเร็จในอาชีพนี้ อย่างไรก็ตาม การมีนิสัยรักหรือชอบในงานด้านนี้ เพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ ย่อมต้องมีคุณสมบัติข้ออื่น ๆ ควบคู่ประกอบอีกด้วย

3. ต้องเป็นคนที่มีความตั้งใจในการทำงานด้านนี้อย่างแน่วแน่จริงจัง หากบุคคลที่มีใจรักหรือชอบในงานด้านนี้อยู่แล้ว หากมีคุณสมบัติข้อนี้ประกอบด้วย ก็ย่อมทำให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสมตามความมุ่งหมาย

4. มีความอยากรู้อยากเห็นและกระตือรือร้นเสมอ นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีหูตาไว มีความรอบรู้และทันเหตุการณ์เสมอ มิใช่เฉื่อยชาหรือล้าหลัง

5. มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวย่อมจะต้องอาศัยการศึกษาและฝึกฝนวิชาทางด้านสังคมศาสตร์ และรู้ซึ่งถึงกลไกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดีด้วย ฉะนั้น การเรียนการสอนในวิชาการประชาสัมพันธ์ จึงควรครอบคลุมถึงวิชาการต่าง ๆ ทางด้านสังคมศาสตร์ เช่น วิชาจิตวิทยา จิตวิทยาสังคม มานุษยวิทยา สังคมวิทยาหรือวิชาสังคมศาสตร์ต่าง ๆ ที่มีหลักทฤษฎีและแนวปฏิบัติซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้

งานของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา ได้จำแนกประเภทงานของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์หรือผู้ที่ทำงานทางด้านนี้ไว้ ดังนี้ คือ

1. งานด้านการเขียน

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องมีความรู้ ความสามารถในการเขียนเป็น อย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเขียนทางด้านการประชาสัมพันธ์ หรือการเขียนเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ เช่นการเขียนบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่หรือนำลงตีพิมพ์ ใน วารสาร นิตยสารต่าง ๆ การเขียนข่าวแจก รวมทั้งการเขียนหรือร่างสุนทรพจน์ด้วย

2. งานการกำหนดตำแหน่งหน้าที่

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องติดต่อกับสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารต่าง ๆ จะต้องทราบถึงตำแหน่งหน้าที่ต่าง ๆ ในการส่งข่าว หรือติดต่อกับสื่อมวลชนเหล่านี้ รวมทั้งจะต้องมีความรู้และเข้าใจถึงความต้องการของสื่อ มวลชนต่าง ๆ ว่า เขาต้องการข่าวประเภทไหน ลักษณะเช่นไร เป็นต้น ข่าวที่ส่งไปนั้น ควรจะมีความถูกต้องเหมาะสมและมีคุณค่าของความเป็นข่าว สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องที่จะต้อง ทราบเป็นอย่างดี

3. งานบรรณาธิการ

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ อาจต้องรับหน้าที่ในการผลิตสิ่งพิมพ์เพื่อการ ประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่แก่ประชาชนทั้งกลุ่มภายในและภายนอกหน่วยงาน เช่น จัดทำวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในสำนักงาน จัดหมายข่าว หนังสือรายงานประ จำปี ฉะนั้น จะต้องทำหน้าที่ในการเป็นบรรณาธิการด้วย เช่น การพิจารณาเรื่องราวต่าง ๆ ที่นำลงตีพิมพ์ในหนังสือ การติดต่อกับโรงพิมพ์ การจัดรูปเล่ม เป็นต้น

4. งานด้านการวางโครงการ

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องรู้จักการวางโครงการประชาสัมพันธ์ตามที่ ประสงค์ เพื่อให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายขององค์กร รวมทั้งการให้คำแนะนำในการ ปฏิบัติโครงการนั้น ๆ การวางโครงการหรือการจัดโครงการนี้ เป็นงานที่มีความสำคัญ

ซึ่งต้องอาศัยความสุขุมรอบคอบในการตัดสินใจ รวมทั้งการขอคำแนะนำปรึกษาจากฝ่ายบริหารขององค์กรด้วย

5. งานด้านการพูด

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องพร้อมเสมอที่จะต้องพูดแถลงชี้แจงกับประชาชน ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารแบบซึ่งหน้า รวมทั้งการพูดเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีในสถานที่และโอกาสต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ในการเตรียมร่างสุนทรพจน์ให้แก่ผู้บริหาร หรือบางครั้งก็ต้องเป็นผู้กล่าวเอง และจำเป็นต้องฝึกฝนให้สามารถพูดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

6. งานด้านการส่งเสริม

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องจัดงานต่าง ๆ เป็นเช่น งานเหตุการณ์พิเศษ งานนิทรรศการ งานฉลองครบรอบปี งานแสดงพิเศษต่างๆ งานเลี้ยงและแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน งานเปิดสำนักงานใหม่ การนำเข้าเยี่ยมชมกิจการ กิจกรรมเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน และเป็นการส่งเสริมหน่วยงานสถาบันให้เป็นที่รู้จักและเข้าใจแก่ประชาชนยิ่งขึ้น

7. งานด้านการผลิต

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อหรือเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์บางประเภท เช่น โปสเตอร์ และจุลสาร หรือแผ่นพับ และแผ่นปลิวต่างๆ เพื่อใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8. งานด้านการโฆษณาสถาบัน

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ การโฆษณาเพื่อมุ่งหวังผลทางด้านการประชาสัมพันธ์ ในด้านชื่อเสียง ศรัทธา และภาพลักษณ์ของหน่วยงาน จะต้องทำงานประสานร่วมมือกับฝ่ายโฆษณาในการเผยแพร่สื่อสารเพื่อบริการสาธารณะ ซึ่งปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมนจากองค์การสถาบันต่าง ๆ มากพอสมควร

หน้าที่ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องทำหน้าที่หลาย ๆ อย่างประกอบกันไปดังนี้
คือ

1. ทำหน้าที่เป็นผู้รับฟังความคิดเห็น โดยจะต้องทำการสำรวจวิจัยหรือรับฟังความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน เพื่อจะได้สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง และสอดคล้องกับประชาคมติ วิธีการรับฟังความคิดเห็นนี้อาจทำได้หลายวิธี เช่น การรับฟังจากกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ผู้นำความคิดเห็นการร้องเรียนทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ และสื่อมวลชนต่าง ๆ จัดหมายแสดงความคิดเห็น ดิชมวิพากษ์วิจารณ์ ที่มีเข้ามายังหน่วยงาน รวมทั้งการสำรวจวิจัยประชามติ โดยการสัมภาษณ์หรือออกแบบสอบถาม เพื่อนำเอาข้อมูลเหล่านี้มาเสนอต่อฝ่ายบริหารและหาทางปรับปรุงแก้ไขต่อไป

2. ทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำแนะนำปรึกษา จะต้องทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำปรึกษาแนะนำในด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการของหน่วยงาน เพื่อให้องค์การสถาบันสามารถกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน นอกจากนี้ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ทางด้านการประชาสัมพันธ์แก่ผู้บริหาร

3. ทำหน้าที่เป็นผู้ติดต่อสื่อสาร จะต้องทำหน้าที่เป็น “สื่อกลาง” หรือผู้ติดต่อสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงความเข้าใจแก่กลุ่มประชาชนทั้งภายในสถาบัน และนอกองค์การสถาบัน ในการปฏิบัติหน้าที่นี้นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักวิธีใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น

4. ทำหน้าที่เป็นผู้ประเมินผล จะต้องติดตามประเมินผลทุกครั้งที่ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปแล้ว ว่าได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ เพื่อจะได้ทราบและหาทางขจัดข้อบกพร่อง สำหรับการดำเนินงานและหาช่องทางปรับปรุงการดำเนินงานครั้งต่อไปให้รัดกุมเหมาะสมยิ่งขึ้น

บทที่ 3

การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์

เมื่อสำนักงานแรงงานจังหวัด จะดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ภารกิจ บทบาท หน้าที่ แผนงาน โครงการที่เร่งด่วน โครงการสำคัญของรัฐบาล ของกระทรวง แรงงานและของจังหวัด ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงาน จะต้องนำ เรื่องเข้าประชุมประจำเดือนของหัวหน้าหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน เพื่อขอมติ ในที่ประชุมในการจัดทำ ดำเนินการในด้านประชาสัมพันธ์ โดยมีการแต่งตั้งคณะทำงาน ทำหน้าที่ปฏิบัติงาน แต่งตั้งผู้ปฏิบัติหน้าที่ปรึกษา เพื่อทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ชี้แนะ เป็นต้น

ในการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ผู้ทำหน้าที่เป็นคณะทำงาน จะต้องเป็นผู้ที่มีความรักในงาน มีการอุทิศเวลาให้กับการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ เพราะบางครั้งต้องไป จัดเก็บข้อมูลไม่เป็นเวลา อาจจะเป็นวันหยุด นอกเวลาราชการ เช่นการเรียกร้อง หรือ ชุมนุมของลูกจ้าง ต้องมีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง เพราะต้องไปจัดเก็บข้อมูลนอกสำนักงาน ต้องมีความมั่นใจและมีความกล้า เช่นการถ่ายภาพรัฐมนตรี ปลัดกระทรวง อธิบดี หรือผู้ว่าราชการจังหวัด จะต้องเข้าไปถ่ายภาพให้ใกล้ที่สุด (ตัวอย่างภาคผนวก 5) เพื่อจะได้ภาพชัดเจนที่สุด ผู้ปฏิบัติหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ต้องมีความรักองค์กร รักหน่วยงาน ต้องรู้นโยบาย แผนงาน โครงการของกระทรวงแรงงาน รู้นโยบายของรัฐบาลในงานที่เกี่ยวข้อง รู้นโยบายของจังหวัด มีทัศนคติที่ดี ต่อผู้ใช้แรงงาน นายจ้าง สถานประกอบการ กลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงาน ต้องคิดค้นโครงการที่เป็น ประโยชน์ เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจให้กับผู้บริหารของหน่วยงานในสังกัด กระทรวงแรงงาน ต้องมีความรู้และความเข้าใจในหลักของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1.) คุณลักษณะสำคัญของการประชาสัมพันธ์

1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกระทรวงแรงงานกับประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมาย นำแผนงานโครงการเร่งด่วน ภารกิจสำคัญ หรือบทบาทหน้าที่ของกระทรวงแรงงาน ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานให้เป็นที่รับทราบ การติดต่อ วิธีการ ขั้นตอนการดำเนินการ

2. มีการวางแผนสุขุมรอบคอบและมีการติดตามผลงาน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องมีการวางแผน กำหนดแนวปฏิบัติที่ดีในอนาคต จะทำอะไร เมื่อไร ทำแล้วคาดว่าจะได้ผลอะไร เช่น การจัดรายการวิทยุแรงงาน จะต้องประชาสัมพันธ์เรื่องอะไร วันเวลาใดที่เหมาะสมในการรับข้อมูลข่าวสารทางวิทยุเกี่ยวกับเรื่องแรงงาน เวลาเข้าอยู่ระหว่างการเดินทางของพนักงาน เวลาเย็นครอบครัวอยู่กันพร้อมเพรียงได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ได้เต็มเวลา มีความสุขุมในการประชาสัมพันธ์ไม่วกไปวนมา มีการติดตามผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ อาจจะแจกแบบสอบถามให้ตอบหรือสำรวจเรื่องผู้ที่ได้รับข่าวสารมีความสนใจมากน้อยเพียงใด (ตัวอย่างภาคผนวก 1)

3. มีการสื่อสารสองทางและเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ การประชาสัมพันธ์จะต้องมีการติดต่อซึ่งกันและกันได้ เช่น การจัดรายการวิทยุแรงงาน ผู้จัดรายการวิทยุแรงงานจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้รับฟังมีความสนใจ โดยการโทรศัพท์สอบถามหรือมีหนังสือสอบถามเข้ามา และผู้จัดรายการตอบปัญหา จะทำให้การรับฟังของผู้อื่นรับทราบปัญหาตามไปด้วย

4. การทำงานที่ต้องการมีอิทธิพลทางความคิดและทัศนคติของแรงงานกลุ่มเป้าหมาย คือต้องทำความรู้จักแรงงานกลุ่มเป้าหมาย เช่น พื้นฐานความรู้ ความเชื่อ ค่านิยมเดิมของเขาเหล่านั้น การประชาสัมพันธ์ทางด้านใดจะเหมาะสมที่สุด เช่น การประชาสัมพันธ์ทางวิทยุจะเหมาะสมกับกลุ่มที่มีการศึกษาน้อย หรือกลุ่มที่ไม่มีเวลาติดตามสื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์

5. การประชาสัมพันธ์ต้องต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว การประชาสัมพันธ์จะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง หากดำเนินการแล้วหยุดไปกลุ่มผู้ใช้แรงงาน สถานประกอบการ ก็จะมีความรู้สึกว่าไม่มีความน่าเชื่อถือของเรื่องที่ประชาสัมพันธ์ หรือเข้าใจว่ามีปัญหาภายในหน่วยงาน

2.) กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อความคิดของนักวิชาการ และนักประชาสัมพันธ์ทั่วไป ได้แก่ สก็อต เอ็ม. คิทลิป และ แอลเลน เอช. เซ็นเตอร์ ซึ่งได้แบ่งกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การวิจัย - การรับฟัง

เป็นขั้นตอนแรกของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการหาข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการประชาสัมพันธ์ ตัวอย่างที่ควรประชาสัมพันธ์ในขณะนี้ ได้แก่ การจัดระบบแรงงานต่างด้าวหลบหนีเข้าเมือง ซึ่งกระทรวงแรงงานได้ดำเนินการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวที่เข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย และลักลอบทำงานในประเทศไทยซึ่งมี 3 สัญชาติ ได้แก่ พม่า ลาวและกัมพูชา เมื่อปี พ.ศ. 2539 จนถึงปี พ.ศ. 2546 ได้ผ่านคณะรัฐมนตรีเห็นชอบมาตรการแก้ไขแรงงานต่างด้าวหลบหนีเข้าเมือง จำนวน 7 ครั้ง แต่ทุกครั้งจะมีการกำหนดกฎเกณฑ์ไม่เหมือนกัน บางครั้งกำหนดให้มีการจดทะเบียนได้เฉพาะนายจ้างที่มาแจ้งจำนวนไว้กับสำนักงาน จัดหางานจังหวัด บางครั้งกำหนดให้จดทะเบียนได้เฉพาะต่างด้าวที่เข้าเมืองผิดกฎหมายลักลอบอยู่ในประเทศไทยเท่านั้น บางครั้งให้จดทะเบียนหรือต่อทะเบียนเฉพาะผู้ที่มีบัตรหรือเคยทำบัตรไว้แล้วเท่านั้น หรือบางครั้งจะห้ามลูกจ้างที่เป็นแรงงานต่างด้าวเปลี่ยนนายจ้าง แต่บางครั้งให้เปลี่ยนนายจ้างได้ ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ ต้องมีการวิจัยการรับฟัง สะท้อนกลับจากสถานประกอบการด้วย

2. การวางแผน — การตัดสินใจ

เป็นขั้นตอนของการวางแผน และการตัดสินใจว่า จะใช้กิจกรรม และกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ใดบ้าง ตัวอย่าง การประชาสัมพันธ์โครงการทดลองการบูรณาการงานประกันสังคมกรณีว่างงาน เป็นหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบร่วมกันของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน ซึ่งจะเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2547 - 31 มีนาคม 2547 เป็นระยะเวลาเตรียมการ วันที่ 1 - 30 มิถุนายน 2547 เป็นระยะเวลาทดลองให้บริการและทุกเดือน เป็นระยะเวลาติดตามผลและรายงานผล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานจะต้องมีการประชุมวางแผนร่วมกัน

การประกันการว่างงานดังกล่าว มีหน่วยงานทั้งสำนักงานจัดหางานจังหวัด สถาบัน/ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด รวมทั้งสำนักงานประกันสังคมจังหวัด ซึ่งจะมีขั้นตอนการติดต่อขอรับบริการภารกิจที่แตกต่างกัน ดังนั้นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานจะต้องมีการประชุมวางแผน และตัดสินใจร่วมกันว่าจะใช้สื่อใดที่สามารถเข้าถึงผู้รับสื่อได้มากที่สุด และผู้รับสื่อมีความสนใจและเข้าใจมากที่สุด เช่น โทรทัศน์หรือวิทยุ สำหรับผู้ที่ไม่มีเวลา หรือมีเวลาว่างน้อยในการที่จะรับสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ถ้ามีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ ควรจะมีขั้นตอนการติดต่อ ที่เป็นแผนภูมิ เพื่อให้มีความง่าย และเข้าใจในการติดต่อขอรับบริการของผู้ที่ว่างงานได้อย่างถูกต้องเป็นต้น หรือการเตรียมการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้งปี 2547 ซึ่งกรมอุตุนิยมวิทยาคาดหมายสภาวะความแห้งแล้งบริเวณประเทศไทยปี 2547 ปริมาณฝนที่ตกส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ต่ำกว่าปกติเกือบทุกภาค ซึ่งจะส่งผลกระทบทำให้เกิดสภาวะความแห้งแล้งในหลายพื้นที่ในประเทศไทย ศูนย์ช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติกระทรวงแรงงาน ซึ่งเป็นศูนย์ถาวรที่ตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2546 ณ สำนักงานแรงงานจังหวัดทุกจังหวัด นอกจากจะทำหน้าที่ในการประสานการช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ภัยแล้ง พร้อมทั้งกำกับดูแล และติดตามการปฏิบัติงานของหน่วยงานในสังกัด เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายแล้ว จะต้องมีการวางแผนร่วมกันของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ภารกิจ

ของศูนย์ช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติ ว่ามีการกิจอะไรบ้าง มีหน่วยงานใดรับผิดชอบ
กรณีประสบภัยธรรมชาติจะต้องขอรับบริการภารกิจ ณ ที่ใด มีหลักเกณฑ์ขั้นตอนอย่างไร
เป็นต้น

3. การสื่อสาร

เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้ในขั้นตอนที่ 2 โดยใช้เทคนิค
เครื่องมือ และกลยุทธ์ทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร เช่น การประชาสัมพันธ์
โครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชนในจังหวัดที่ดำเนินการ โดยหน่วยงานในสังกัด
ได้แก่สำนักงานแรงงานจังหวัด สำนักงานจัดหางานจังหวัด สำนักงานประกันสังคมจังหวัด
สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด และศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด เจ้า
หน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องใช้กลยุทธ์ทางการสื่อสาร เพื่อที่จะให้กลุ่มเป้าหมายได้มี
ความสนใจ มาร่วมงานจำนวนมาก โดยเน้นหัวข้อการรับสมัครงานเป็นจุดเด่น การฝึก
อาชีพ การตรวจสุขภาพการให้คำแนะนำด้านการประกันสังคม การประกันตน ข้อ
กฎหมายแรงงาน และเบ็ดเตล็ดตามลำดับ ซึ่งอาจเป็นการประชาสัมพันธ์ โดยใช้แผ่น
พับ ภาพโปสเตอร์ สติกเกอร์ การกระจายเสียงทางสถานีวิทยุ หรือทางโทรทัศน์
เป็นต้น

4. การประเมินผล

เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นที่จะติดตาม
ว่างานที่ประชาสัมพันธ์ไปนั้น ได้ผลดีไม่น้อยเพียงใด อาจจะมีแบบสอบถามจากผู้ที่มา
ร่วมงาน เช่น การประชาสัมพันธ์โครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชนในจังหวัด
เพื่อมีวัตถุประสงค์ว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการไปนั้น ทราบโดยทางใด เช่น
การกระจายเสียงทางสถานีวิทยุ แผ่นพับ ป้ายผ้าประชาสัมพันธ์ แผ่นปลิว โปสเตอร์
การบอกเล่าของผู้ใกล้ชิด อื่น ๆ ปัญหาอุปสรรค โดยมีเป้าหมายเพื่อนำไปปรับปรุงประ
สิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ในโอกาสต่อไป
(บทที่ 4 บทที่ 5 และภาคผนวก 1)

3.) ศิลป์ของการประชาสัมพันธ์

คำว่า “ ศิลป์ ” ความจริงมีความหมายถึง งานฝีมือ การแสดงออกให้เห็นถึง อารมณ์ แต่ในที่นี้มองงานประชาสัมพันธ์ในแง่ศิลป์ที่หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างสถาบันกับประชาชนได้ด้วยการใช้ฝีมือเฉพาะบุคคล (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์)

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน จะต้อง มีทักษะความสามารถในการสื่อสาร พูดจาดีไพเราะ มีเสน่ห์ในการพูด เขียน อ่าน เข้าใจ ง่าย เขียนสวย ถ่ายรูปดี ตัวอย่างเช่น การเขียนข่าวจะต้องมีโครงสร้างข่าวว่า ใคร ทำ อะไร เมื่อไร ที่ไหน อย่างไร มีส่วนพาดหัว ความน่าโปรย ส่วนเชื่อม มีเนื้อเรื่อง หัวข่าว ส่วนนำ เนื้อข่าว สรุปข่าวประเด็น ข่าวจะต้องแสดงออกถึงความรู้สึก เช่น คีใจ เสียใจ สะเทือนใจ มีจุดสตูดยของเหตุการณ์ จุดน่าสนใจ ต้องมีย่อหน้า 6 ถึง 7 บรรทัดตามความเหมาะสม สารสำคัญต้องเขียนไว้ตอนต้น สั้น กระชับ ได้ใจความ ข่าวเหตุการณ์ที่พบเห็นด้วยตนเอง ให้ไว้ตอนต้น บุคคลสำคัญมาภายหลังให้ไว้ตอน กลาง จะต้องมีระบุ วัน เดือน ปี เวลา สถานที่ ก่อนใช้คำย่อให้เขียนคำเต็มก่อน เช่น สำนักงานแรงงานจังหวัด (สรจ.) ข้อความหรือบรรทัดต่อไปถ้ามีชื่อเป็น สำนักงานแรงงานจังหวัดให้ใช้คำย่อว่า สรจ. ตัวเลขมาก ๆ ให้เขียนเป็นตัวอักษร เช่น สิบล้านบาท ข่าวที่เป็นรูปภาพให้เขียนบรรยายสั้น ๆ ไม่ควรเกิน 3 บรรทัด ไม่ลงชื่อบุคคลจำนวนมาก ทำข่าวในเชิงรับ - รุก มีการเผยแพร่ข่าวสารให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่นการส่ง ภาพข่าวให้กระทรวงแรงงานเพื่อเผยแพร่ต่อไป มีคนจำนวนมากมีทักษะและความ สามารถทาง “ ศิลป์ ” ในงานประชาสัมพันธ์ อดีตคาราพายยนตร์ อดีตนางงาม ลูก เสรษฐี หรือบุคคลบางคนที่มีทักษะในการสื่อสาร สามารถประสบผลสำเร็จในวิชาชีพ การประชาสัมพันธ์ สิ่งเหล่านี้เป็น “ ศิลป์ ” ทั้งสิ้น ยิ่งไปกว่านี้ ในงานประชาสัมพันธ์ ยังมีความต้องการงานด้านศิลป์อยู่มาก โดยเฉพาะการแปลง “ ข่าวสาร ” (Message) ที่ ต้องการเผยแพร่ออกไป ให้เป็นไปในรูปของภาษา หรือรูปภาพ ซึ่งความสามารถนี้จะรู้ เพียงทางศาสตร์ไม่เพียงพอ

ส่วน “ สื่อ ” นั้นถ้าพิจารณาถึงตัวสื่อจริงๆ แล้วอาจเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อคำพูด สื่อภาพ และสื่อเสียง ซึ่งปกติก็ต้องการความสามารถและทักษะทางศิลป์ เข้ามาช่วยเหมือนการเพิ่มสีสันให้แก่ภาพ แต่สิ่งที่น่าสนใจจะพิจารณาใช้ศิลป์ให้มากในงานก็คือ “ งานสร้างสรรค์ ” เพื่อการดึงดูดความสนใจจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาร่วมกันให้มาก หรือการสร้างให้เป็นจุดเด่นของข่าว ดังนั้นงานสร้างสรรค์ จึงเป็นงานที่แปลกใหม่ ไม่ใช่การลอกเลียนแบบ

สรุป งาน “ ศิลป์ ” เป็นสิ่งจำเป็นของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ แต่การใช้ศิลป์เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะทำวิชาชีพนี้ และจะไม่ได้ประสบความสำเร็จเพียงพอ ดังนั้น “ ศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์ ” ก็ยังเป็นแกนกลางอยู่ โดยจากแกนกลางนี้ที่จะต้องใช้เป็นที่ยึดเหนี่ยวแล้วพัฒนาสร้างสรรค์ด้วยศิลป์ให้เข้ากับสถานการณ์จริง ทั้งศาสตร์และศิลป์โดยศาสตร์เป็นหัวใจ ศิลป์เป็นมือและเท้า นี่คือหลักการประชาสัมพันธ์

4.) การจัดเหตุการณ์พิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

เหตุการณ์พิเศษ (Special events) ถือเป็นกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ ซึ่งใช้เป็นที่หรือเครื่องมือในด้านการประชาสัมพันธ์อีกประเภทหนึ่ง นอกเหนือจากเครื่องมือสื่อสารอื่น ๆ ที่หน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานจะต้องนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น หรือสิ่งที่เป็นสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น จุลสาร จดหมายข่าว แผ่นพับ และแผ่นปลิว เป็นต้น

การจัดเหตุการณ์พิเศษของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน

การจัดเหตุการณ์พิเศษของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน นับได้ว่าเป็นกิจกรรมทางด้านการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ โดยจัดเหตุการณ์พิเศษขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ลูกจ้าง และนายจ้าง การจัดงานเหตุการณ์พิเศษนี้ ย่อมได้ผลทางด้านจิตวิทยาการประชาสัมพันธ์

สัมพันธ์ที่ค่อนข้างสูง อีกทั้งยังได้ผลดีทางด้านการเผยแพร่ กระจายข่าว กิจการ ความเคลื่อนไหว ตลอดจนผลงานและความก้าวหน้าของหน่วยงานอีกด้วย สิ่งเหล่านี้ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจ พร้อมกับสร้างความประทับใจ และภาพลักษณ์ที่ดีได้โดยง่าย เพราะเหตุการณ์พิเศษ เป็นกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการ ความอยากรู้ อยากรูเห็นได้หลายประการ รวมทั้งเป็นการให้ความรู้ความเข้าใจ พร้อม ๆ กับความบันเทิงไปในตัว เนื้อหาอื่นใด ก็คือการเปิดโอกาสให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ลูกจ้าง นายจ้าง มีส่วนเข้าร่วมในงานหรือกิจกรรมนั้น

5.) ประเภทของเหตุการณ์พิเศษ

โดยที่การจัดเหตุการณ์พิเศษ เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน ฉะนั้น การจัดเหตุการณ์พิเศษจึงอาจทำได้มากมายหลายรูปแบบ ทั้งนี้ก็เพื่อให้หน่วยงาน สามารถเลือกแบบหรือประเภทของเหตุการณ์พิเศษให้เหมาะสมสอดคล้องกับนโยบายและวัตถุประสงค์ของแต่ละหน่วยงาน เหตุการณ์พิเศษจึงสามารถจำแนกออกเป็นรูปแบบหรือประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ (Special Days and Weeks)

คือ การที่หน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานจัดงานหรือเหตุการณ์พิเศษขึ้น โดยเลือกกำหนดเอาวันสำคัญหรือสัปดาห์สำคัญโดยเฉพาะเจาะจงขึ้นมาเอง แล้วถือเอาวันหรือสัปดาห์ช่วงนั้นเป็นระยะเวลาจัดเหตุการณ์พิเศษ เช่น เลือกกำหนดเอาวันที่ 1 พฤษภาคม ของทุกปีเป็นวันจัดงานตามโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชนในจังหวัด หรือวันแรงงานแห่งชาติ เป็นต้น

ส่วนสัปดาห์พิเศษนั้นก็นิยมจัดกันโดยกำหนดเอาสัปดาห์ใดสัปดาห์หนึ่งของเดือนใดเดือนหนึ่ง มาจัดงานซึ่งเป็นประโยชน์ต่อประชาชนส่วนรวม หรืออำนวยความสะดวกแก่ประชาชน รวมทั้งการรณรงค์ต่าง ๆ เช่น การจัดสัปดาห์ความปลอดภัยในการ

ทำงาน ของสำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด หรือสําคาห์การแข่งขันยก
ระดับฝีมือแรงงาน ของศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด เป็นต้น

2. การจัดนิทรรศการ

เป็นการจัดงานของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานเพื่อผลทางด้านการ
ประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแสดงให้เห็นถึง กิจกรรมความก้าวหน้า ตลอดจน
ผลงานที่ผ่านมาของหน่วยงานให้ประชาชนได้ชม การจัดแสดงนิทรรศการนี้ทำได้
หลายวิธี อาจเป็นกิจกรรมการแสดง หรือนิทรรศการ ก็ได้ เช่น งานแนะแนวอาชีพ
หรืองานมหกรรมอาชีพ ของสำนักงานจัดหางานจังหวัด การจัดนิทรรศการความก้าว
หน้าของกองทุนประกันสังคม หรือกองทุนเงินทดแทนของสำนักงานประกันสังคม
จังหวัด

อาจกล่าวได้ว่า การจัดนิทรรศการนี้เป็นกิจกรรมที่ได้ผลทางด้านการประชา
สัมพันธ์มากพอสมควร เพราะประชาชนได้มีโอกาสเข้ามาสัมผัสด้วยตนเอง และมีส่วน
ร่วมอย่างแท้จริงประชาชนผู้เข้ามาชมงาน ย่อมได้พบได้เห็น ได้ยินได้ฟัง ได้จับต้องดู
คลำ และได้ร่วมอยู่ในสภาพแวดล้อมและบรรยากาศนั้น ๆ ด้วยตนเอง ตลอดจนได้รับความ
รู้ และความบันเทิง เพลิดเพลิน ไปพร้อมกันในตัวด้วย จึงนับได้ว่ามีผลทางจิต
วิทยาการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม การจัดนิทรรศการเป็นการจัดงานที่มี
ความยุ่งยากสลับซับซ้อนพอสมควรและมีงบประมาณค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงทั้งทางด้าน
เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ตลอดจนการเผยแพร่ประกาศให้คนทราบ เพราะฉะนั้นเจ้าหน้าที่
ประชาสัมพันธ์หรือผู้ที่จัดนิทรรศการจะต้องมั่นใจว่า การจัดงานนี้สามารถล่อใจหรือดึง
คูใจประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มิใช่จัดขึ้นแล้วประสบความล้มเหลว จัดได้ไม่ดี
พอหรือไม่พร้อมอาจมีประชาชนมาชมน้อยมาก หรืออาจทำให้เสียชื่อและเสื่อมความ
ศรัทธาได้เช่นกัน

3. การจัดงานวันครบรอบปี

การจัดงานวันครบรอบปี เป็นการจัดงานในวันเวียนมาบรรจบครบรอบของการก่อตั้งหรือสถาปนากระทรวงแรงงาน การจัดงานวันครบรอบปีนิยมจัดกันทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพราะการจัดงานดังกล่าวเป็นการสร้างโอกาส ในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชน สถานประกอบการ นายจ้างและลูกจ้าง เป็นโอกาสอันดีที่จะได้แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้า ความสำเร็จ และการมีส่วนร่วมช่วยเหลือสร้างสรรค์สังคมส่วนรวม ให้ประจักษ์แก่สายตาประชาชน รวมทั้งเป็นการสร้างความไว้วางใจ และชื่อเสียงเกียรติคุณ ตลอดจนความกลมใสรักทรา หน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน เช่น การจัดการแข่งขันกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงานที่มีนโยบายให้จัดทุกเดือนตุลาคม โดยเริ่มตั้งแต่ปี 2547 และเป็นวันสถาปนากระทรวงแรงงาน

4. การพบปะและการประชุม

คือการจัดให้มีการพบปะหรือการประชุมเพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลหลายฝ่ายได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนทัศนะความคิดเห็นของซึ่งกันและกัน ซึ่งถือเป็นเหตุการณ์พิเศษเหมือนกัน เช่น การจัดประชุมสัมมนาสถานประกอบการที่มีฝ่ายนายจ้าง ลูกจ้าง เพื่อให้ผู้จัดได้มีโอกาสฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้สัมมนา

5. การให้รางวัลพิเศษ

การให้รางวัลพิเศษ คือ การที่หน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานจัดมอบรางวัลพิเศษให้แก่บุคคลที่สร้างสรรค์หรือบำเพ็ญประโยชน์ในสิ่งที่ดีงามแก่สังคมส่วนรวม หรือเป็นบุคคลดีเด่นหรือบุคคลตัวอย่าง

การมอบรางวัลพิเศษนี้ อาจมอบให้แก่บุคคลภายในหน่วยงานและภายนอกหน่วยงานก็ได้ โดยการมอบนี้อาจจะเป็นการมอบประกาศนียบัตรเชิดชูเกียรติ หรือประกาศนียบัตรชมเชยแก่ผู้มีผลงานดีเด่นในรอบปี รวมทั้งการมอบรางวัลพิเศษเป็นของรางวัลที่ระลึกหรือสิ่งที่เป็นอนุสรณ์ เช่น เหรียญตรา ถ้วยโล่เกียรติยศ หรือของขวัญเพื่อ

เชิงธุรกิจ และ เป็นสินน้ำใจแห่งคุณงามความดี ตลอดจนการเลื่อนยศ เลื่อนขั้น ตำแหน่งในการทำงานด้วย อาจจะมีการมอบรางวัลพิเศษเป็นโล่เกียรติยศสำหรับเจ้าหน้าที่ที่ ให้คำแนะนำหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่หน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่มา ทำงานสม่ำเสมอโดยไม่มีการหยุดหรือขาดงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่ประสบความสำเร็จใน ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ สำหรับการมอบรางวัลให้กับบุคคลภายนอกหน่วยงาน เช่น การมอบประกาศเกียรติคุณ “โรงงานสีขาว” ให้กับสถานประกอบการที่ปลอดภัยเสพติด ซึ่งจัดโดยสำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด

6. การเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงาน

การเปิดโอกาสให้เยี่ยมชมหน่วยงาน หมายถึงการที่หน่วยงานต่าง ๆ เปิด หน่วยงานให้บุคคลภายนอกเข้าเยี่ยมชม ซึ่งนับว่าเป็นเหตุการณ์พิเศษประเภทหนึ่ง ที่สร้าง ความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชน การเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงานจะต้อง เปิดโอกาสให้กับบุคคลทั่วไป ทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ เข้าเยี่ยมชม มิใช่เปิดให้แต่เฉพาะ บุคคลบางกลุ่มเท่านั้น ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกว่าลำเอียง หรือเลือกที่รักมักที่ชัง อันอาจ สร้างทัศนคติที่ไม่ดีแก่ประชาชนได้ องค์การสถาบันธุรกิจที่มีกิจการขนาดใหญ่ หรือมี ผลงานที่น่าสนใจ มักมีประชาชนกลุ่มต่าง ๆ เข้าเยี่ยมชมอยู่เสมอ เช่น กลุ่มนักเรียน นิสิตนักศึกษา กลุ่มเกษตรกร กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มสื่อมวลชน เป็นต้น ถ้าเป็นการเยี่ยมชม บริษัทหรือสถานประกอบการก็จะนำชมกิจการในแผนกต่าง ๆ การแสดงสาริต ระบบ การทำงาน รวมทั้งการบรรยายสรุปในห้องประชุมหรือฉายภาพยนตร์ให้ดูประกอบด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้กลุ่มบุคคลเข้าชมเกิดความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานของ บริษัท หรือสถานประกอบการ เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไป

7. การจัดขบวนเดินรณรงค์

การจัดขบวนเดินรณรงค์ นับว่าเป็นเหตุการณ์พิเศษที่มีบทบาทสำคัญสำหรับ งานด้านชุมชน ความสัมพันธ์ของสถานประกอบการ ซึ่งส่วนมากมักจะเป็นการจัดขบวน

เฉลิมรณรงค์เนื่องในโอกาสสำคัญต่าง ๆ ซึ่งมีหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานเป็นผู้
 รับผิดชอบ เช่น การจัดขบวนเดินรณรงค์ต่อต้านยาเสพติดของสถานประกอบ
 การในจังหวัดนครปฐม เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2546 ณ บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ อำเภอ
 เมือง จังหวัดนครปฐม เป็นต้น

8. การจัดงานประกวด

การจัดงานประกวดนี้ อาจเป็นการจัดประกวดเฉพาะกลุ่มบุคคลภายในหน่วย
 งานในสังกัดกระทรวงแรงงาน หรืออาจมีการจัดประกวดสำหรับบุคคลภายนอกด้วย
 สำหรับบุคคลภายในหน่วยงานอาจเป็นการจัดประกวดข้อเสนอแนะเกี่ยวกับขั้นตอนการ
 บริการประชาชนผู้มาติดต่อ หากข้อเขียนของผู้ใดชนะการประกวดก็จะได้รับรางวัลตาม
 ที่กำหนดไว้

นอกจากนี้ยังมีการจัดประกวดสำหรับบุคคลภายนอก เพื่อสร้างชื่อเสียงเกียรติ
 คุณ เช่น จัดประกวดคัดลายมือสำหรับบุคคลภายนอกกลุ่มต่าง ๆ หลายระดับ การ
 ประกวดคัดลายมือในระดับนักเรียนมัธยม ระดับนิสิต นักศึกษา ระดับประชาชนทั่วไป
 ตลอดจนการจัดประกวดกลอนหรือคำประพันธ์หรือการประกวดเรื่องสั้นสำหรับประชา
 ชนทั่วไป ผู้ชนะการประกวดจะได้รับรางวัลเป็นเงินสดตามจำนวนที่ระบุไว้รวมทั้งโล่
 หรือประกาศนียบัตรเกียรติยศ เป็นต้น

9. สัญลักษณ์ทางการประชาสัมพันธ์

สัญลักษณ์ทางการประชาสัมพันธ์ หมายถึงการที่องค์กรการสถาบัน หรือ
 หน่วยงานบางแห่งจะใช้วิธีคัดเลือกสาวงามที่มีเสน่ห์และฉลาดปราดเปรียว คล่องแคล่ว
 ไว้เป็นสัญลักษณ์ หรือผู้แทนของบริษัท ทำหน้าที่เป็นทูตแห่งความสัมพันธ์ของบริษัท
 เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความประทับใจให้แก่ประชาชน เป็นต้น

10. การจัดงานฉลอง

การจัดงานฉลอง เป็นเหตุการณ์พิเศษเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงบริการใหม่ๆ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกใหม่ของหน่วยงาน เช่น การให้บริการในระบบใหม่ การจัดงานฉลองนี้นับว่าเป็นโอกาสแห่งการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ ซึ่งทำให้หน่วยงานสามารถชี้แจงทำความเข้าใจในสิ่งใหม่หรือระบบใหม่ให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจ การจัดงานนี้จะต้องมีการวางแผนล่วงหน้าโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน เพื่อจัดเตรียมงาน มีการเลือกกำหนดวัน กำหนดครายชื่อแขกที่เชิญมา เตรียมรถรับส่งแขกและผู้ร่วมงาน รวมทั้งเตรียมการต้อนรับต่าง ๆ ตลอดจนเตรียมการเผยแพร่สู่ประชาชน การจัดงานฉลองนี้อาจมีการสาธิตให้ชมถึงระบบใหม่ๆ ที่ประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อความรู้ความเข้าใจของประชาชน

11. การให้ความสนับสนุนแก่องค์กรต่าง ๆ

การให้ความสนับสนุนแก่องค์กรต่าง ๆ หมายถึงการที่หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดให้การสนับสนุนโดยเข้าไปจัดการหรือดำเนินการสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้แก่องค์กรต่าง ๆ ในชุมชนเพื่อสร้างความนิยมนิยมนครัทธาให้แก่หน่วยงาน เช่น เข้าไปเปิดการจัดฝึกอบรมอาชีพให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น หรือช่วยการฝึกอบรมโดยเป็นวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน หรือความรู้ด้านการประกันสังคม เป็นต้น

6.) การจัดเตรียมงานเหตุการณ์พิเศษ

การจัดเหตุการณ์พิเศษ เป็นงานประชาสัมพันธ์ซึ่งสร้างความนิยม และภาพลักษณ์ที่ดีแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงาน ในการดำเนินงานดังกล่าว คณะผู้จัดงานจะต้องมีการวางแผนและเตรียมการล่วงหน้าไว้อย่างรัดกุม โดยแบ่งการดำเนินงานเป็นขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. การตั้งชื่องาน

การตั้งชื่องานเหตุการณ์พิเศษนี้ ควรจะแสดงออกถึงวัตถุประสงค์ของงานนั้น หรือตั้งให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้มาร่วมงานหรือแขกที่เชิญมาในงาน เช่น การจัดงานเหตุการณ์พิเศษเพื่อให้พนักงานและบุคลากรของบริษัทมาร่วมงานนั้น ก็อาจตั้งชื่อว่า “การแข่งขันฟุตบอล LABOUR CUP”

2. การเลือกวันจัดงาน

หลังจากตั้งชื่องานแล้วก็ควรกำหนดวันจัดงาน การเลือกงานวันจัดงานนี้มีหลักอยู่ว่าพยายามหลีกเลี่ยง ไม่เลือกวันที่ตรงกับเหตุการณ์สำคัญอื่น ๆ เพราะถ้าหากตรงกันแล้ว อาจมีผู้มาร่วมงานไม่มากเท่าที่ควรเพราะมีเหตุการณ์สำคัญอื่นมาแย่งความสนใจไป หรือแขกอาจไปร่วมในงานเหตุการณ์สำคัญอื่น ๆ เช่น จัดงานโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชนในวันสงกรานต์หรือวันปีใหม่ อาจมีผู้ไปร่วมงานน้อย เพราะคนไปเที่ยวสงกรานต์หรือปีใหม่ในต่างจังหวัดหมด ฉะนั้น ควรพิจารณาเลือกวันให้เหมาะสมด้วย

3. แขกที่รับเชิญ

การเชิญแขกรับเชิญมาร่วมงานนั้น อาจเชิญแขกที่มาจากหลาย ๆ วงการเข้าร่วมด้วย โดยเฉพาะอาจเชิญแขกที่เป็นบุคคลสำคัญของแต่ละสถาบัน ได้แก่ ผู้นำหน่วยงานราชการ บริษัทและประชาชนทั่วไป เช่น การจัดโครงการโรงเรียนในโรงงานควรเชิญประธานหรือผู้จัดการบริษัทที่มีพนักงานจำนวนมากมาร่วมพิธีเปิด เพื่อเป็นตัวอย่างในการขยายโครงการโรงเรียนในโรงงาน ในโอกาสต่อไป

4. การจัดรถรับส่งและสถานที่จอดรถ

การจัดงานเหตุการณ์พิเศษนั้นผู้จัดจะต้องคำนึงถึงความสะดวกคล่องตัวในการเดินทางของแขกผู้มาร่วมงานด้วย จะต้องจัดเตรียมสถานที่จอดรถให้เรียบร้อย เพียงพอแก่รถของแขกผู้มาร่วมงาน หากงานนั้นจัดอยู่สถานที่ห่างไกลมาก หรือสถานที่จัดงาน ทุรกันดารไม่เหมาะแก่การขับรถส่วนตัวไปเอง ผู้จัดก็ควรเตรียมรถบัสสำหรับส่งแขกที่มาร่วมงาน การอำนวยความสะดวกในด้านยานพาหนะและขนส่งนี้เป็นเรื่องที่จะต้องคำนึงถึงด้วย

5. การต้อนรับ

ในวันงานผู้จัดจะต้องจัดเตรียมคณะกรรมการฝ่ายต้อนรับขึ้นมาชุดหนึ่งสำหรับทำหน้าที่ต้อนรับเชื้อเชิญแขกโดยเฉพาะ เตรียมจัดโต๊ะสำหรับให้บริการข่าวสารต่างๆ แก่แขกผู้ร่วมงาน หากเป็นงานพบปะประชุมกัน ก็ควรเตรียมเพิ่มเอกสารคู่มือต่างๆ ให้พร้อม รวมทั้งป้ายสำหรับให้แขกติดที่หน้าอก นอกจากนี้ยังต้องจัดเตรียมห้องน้ำต่างๆ ให้พร้อม รวมทั้งระบบกระจายเสียงภายในหน่วยงาน สำหรับประกาศข่าวต่างๆ ให้แก่แขกผู้ร่วมงาน

6. การเตรียมพาเที่ยวภายในบริเวณงาน

หากเหตุการณ์พิเศษที่จัดขึ้นนั้น ผนวกรายการเยี่ยมชมด้วยแล้วผู้จัดก็ต้องวางแผนจัดเตรียมการพาเที่ยวหรือเยี่ยมชมนี้ไว้อย่างรอบคอบ เพื่อให้แขกได้ชมสิ่งต่างๆ อย่างทั่วถึงโดยไม่ต้องเสียเวลามากนัก อาจมีการแจกแผ่นพับรายการกำหนดการเยี่ยมชมต่างๆ เส้นทางต่างๆ ที่จะชมในงาน นอกจากนั้นผู้จัดจะต้องเตรียมบริการความปลอดภัยแก่แขกผู้ชมด้วย

สำหรับมัคคุเทศก์ผู้นำแขกชมนั้น ควรจะได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดี ชำนาญเส้นทางต่างๆ มีป้ายชี้ชัดไว้ที่หน้าอก และสามารถอธิบายสิ่งต่างๆ หรือตอบข้อซักถามแก่แขกผู้มาร่วมงานได้อย่างคล่องแคล่ว นอกจากนี้ยังอาจมีการพาแขกเข้าห้อง

บรรยายสรุป แล้วฉายสไลด์ประกอบหรือภาพยนตร์ประกอบด้วย ฉะนั้นจะต้องจัดเตรียมรายการที่วขมนี้ให้พร้อมทั้งบุคลากร สถานที่ และอุปกรณ์สิ่งจำเป็นต่าง ๆ

7. เครื่องดื่มและของที่ระลึก

ในการจัดเหตุการณ์พิเศษนี้ จะต้องเตรียมบริการเครื่องดื่มแก่แขกผู้ร่วมงานด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นการนำเข้าเยี่ยมชมกิจการหรือโรงงานเพราะแขกอาจเหนื่อยและร้อน สิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ เหล่านี้มีค่าทางด้านน้ำใจพอสมควร ผู้จัดไม่ควรละเลย และการบริการเลี้ยงเครื่องดื่ม เช่น น้ำส้ม หรือน้ำอัดลมต่าง ๆ นั้นไม่จำเป็นต้องสิ้นเปลืองงบประมาณมากนัก หน่วยงานบางแห่ง อาจจัดเลี้ยงอาหารแก่แขกผู้เข้าเยี่ยมชมด้วยหากเวลาที่เยี่ยมชมนั้นมีรายการกำหนดการต่าง ๆ ที่ยาวนานมาก หรือเกือบตลอดวัน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังควรจัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับแขกผู้เข้าชมด้วย อาจเป็นของชำร่วยเล็ก ๆ เพื่อเตือนความทรงจำ เช่น พวงกุญแจชื่อหน่วยงาน สมุดคอนุทินพก หรือปากกาพิมพ์ชื่อหน่วยงาน เป็นต้น

8. การเตรียมโฆษณาเผยแพร่งานล่วงหน้า

ก่อนการจัดงานเหตุการณ์พิเศษนี้ ควรจะมีการโฆษณาเผยแพร่ให้ประชาชนได้ทราบล่วงหน้าสักระยะหนึ่งก่อนที่จะถึงกำหนดวันงาน หน่วยงานบางแห่งเริ่มออกข่าวเนิ่น ๆ ก่อนหน้า 2-3 เดือน บางแห่งก็ส่งข่าวแจกไปยังสื่อมวลชนล่วงหน้าก่อนวันงาน 1-2 เดือน แล้วจึงเริ่มเผยแพร่ให้มากยิ่งขึ้นเป็นลำดับในช่วงระยะเวลาที่ใกล้วันงาน การเผยแพร่ล่วงหน้านี้อาจเผยแพร่ด้านสื่อต่าง ๆ ทั้งทางวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายประกาศ โปสเตอร์ เป็นต้น

9. ความร่วมมือจากชุมชน

การจัดเหตุการณ์พิเศษ ย่อมต้องได้รับความร่วมมือจากบุคคลหลายฝ่าย จึงจะประสบความสำเร็จได้ ความร่วมมือจากชุมชนนับเป็นสิ่งสำคัญ ผู้จัดจะต้องได้รับ

ความร่วมมือจากชุมชนด้วย งานจึงจะสามารถลุล่วงไปด้วยดี การที่จะได้รับความร่วมมือจากชุมชนวิธีหนึ่งก็คือ การเชิญผู้นำชุมชนให้เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการในการจัดงาน ซึ่งอาจจะเชิญ ผู้นำชุมชน หรือผู้นำในท้องถิ่นนั้นซึ่งเป็นผู้ที่มีความคิดเห็น หรือผู้ที่ชุมชนให้ความเคารพนับถือ เช่น ประธานบริษัท ผู้จัดการบริษัท ผู้ใหญ่บ้าน กฐ กหบดี เป็นต้น

7.) องค์ประกอบของข่าวและข่าวที่ดี

ข้อเท็จจริงหรือ “ ข่าว ” นี้มี ผู้นิยามไว้หลายอย่างหลายประการ แต่ที่ผู้เขียนเห็นว่าเหมาะสมที่สุด ก็เห็นจะได้แก่ข้อความที่ว่า “ ข่าว ” คือการรายงานเหตุการณ์หรือสิ่งที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม การจะเลือกรายงานเหตุการณ์อะไรนั้นเราก็จะมีหลักการพิจารณา โดยยึดองค์ประกอบของข่าว ดังต่อไปนี้

1. ความใกล้ชิด หมายถึงความใกล้ชิดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อผู้อ่าน
2. ความเด่นหรือความสำคัญของเรื่อง ในที่นี้หมายถึงความเด่นของบุคคล สถานที่ วัตถุ หรือสถานการณ์ต่างๆ เป็นต้น
3. ความรวดเร็ว เป็นความรวดเร็วของเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้น หรือความรวดเร็วในการรายงานเหตุการณ์นั้น ๆ
4. ข่าวที่เป็นความสนใจของคนทั่วไป ซึ่งได้แก่เหตุการณ์ที่มีลักษณะแปลกใหม่เป็นเหตุการณ์ที่น่าตื่นเต้นและเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่อยากรู้อยากเห็น
5. ผลกระทบกระเทือน หมายถึงความถึงเหตุการณ์ของข่าวนั้นมีผลกระทบกระเทือนต่อคนในสังคมมากน้อยเพียงไร

นอกเหนือจากองค์ประกอบของข่าวที่กล่าวมาข้างต้นนี้แล้ว ข่าวที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติ ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ทำให้ข่าวมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากรายงานธรรมดา เรื่องสั้น บทกวี หรือสารคดีต่าง ๆ

ข่าวที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. ความถูกต้อง ความถูกต้องในการเสนอข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่มีความคลาดเคลื่อน
2. ความสมดุล โดยที่นักข่าวจะต้องพยายามเน้นหนักในข้อเท็จจริง และความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อเท็จจริง
3. ความชัดเจนและกะทัดรัด ภาษาที่ใช้ในการเขียนข่าวนั้นจะต้องเป็นภาษาที่เข้าใจง่ายมีความกะทัดรัดและไม่กำกวม
4. ความเป็นกลาง หมายถึง ข่าวที่ดีจะต้องไม่มีการสอดแทรกหรือแสดงความคิดเห็นเข้าไปในเนื้อหาข่าว

ข่าวแบ่งความสำคัญออกได้เป็น 4 ส่วนดังนี้

1. หัวข่าว
2. วรรคนำ
3. ส่วนเชื่อมระหว่างวรรคนำกับเรื่อง
4. รูปแบบของการเขียนข่าว

หัวข่าว หัวข่าวและการพาดหัวข่าวเป็นหัวใจสำคัญของการเสนอข่าว เป็นแหล่งสำคัญแหล่งแรกที่จะบอกผู้อ่านให้ทราบว่า มีข่าวที่น่าสนใจอะไรบ้าง หัวข่าวมีหน้าที่และวัตถุประสงค์สำคัญหลายประการ หน้าที่สำคัญอันดับแรกได้แก่ สร้างความดึงดูด

ใจของผู้อ่าน โดยการใช้คำหรือข้อความที่น่าสนใจ สะดุดตา และชวนติดตาม หน้าที่สำคัญอันดับสองของการพาดหัวข่าว ได้แก่ การให้สาระสำคัญของข่าว การพาดหัวข่าวที่ดีจะช่วยประหยัดเวลาผู้อ่านได้อย่างดี โดยผู้อ่านจะสามารถทราบได้ทันทีจากหัวข่าวว่าเรื่องราวหรือข่าวที่เสนอนั้นเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์อะไรบ้าง นอกจากนี้วิธีการพาดหัวข่าวจะช่วยให้ผู้อ่านได้ทราบว่าข่าวนั้นมีความสำคัญมากน้อยอย่างไร ซึ่งผู้อ่านสามารถได้จากการใช้ขนาดของตัวพิมพ์และจำนวนคอลัมน์ซึ่งมีความแตกต่างกันไป ข่าวที่มีความสำคัญมากจะมีการพาดหัวข่าวที่ใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่กว่าและสะดุดตากว่าข่าวที่มีความสำคัญน้อยลงไป ซึ่งเป็นการจัดความสำคัญของข่าวให้กับผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม ภาษาที่ใช้ในการโปรยหัวข่าวหรือพาดหัวข่าวจะต้องเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่กำกวม ผู้เขียนจะต้องพยายามใช้คำที่สั้นกะทัดรัดแต่มิำหนัก เพื่อดึงดูดความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่าน

ประเภทของหัวข่าว

หัวข่าวที่นิยมใช้โดยทั่วไปมี 5 ประเภท

1. แบบเต็มคอลัมน์หรือเต็มบรรทัด

เป็นการพาดหัวข่าวแบบเต็มคอลัมน์หรือเต็มบรรทัดและมักเป็นข้อความเพียงบรรทัดเดียว ได้แก่ หัวข่าวที่สำคัญที่สุดในแต่ละวันในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์

2. แบบรูปปิรามิด

เป็นหัวข่าวที่มีความยาว 2 – 3 บรรทัด และมีลักษณะเป็นรูปปิรามิดหัวกลับ

3. แบบขีดมาทางซ้ายมือ

เป็นหัวข้อที่มีความยาว 2-3 บรรทัด และแต่ละบรรทัดมีความยาวแตกต่างกัน โดยทุกบรรทัดขีดมาทางซ้ายมือเสมอกันหมด

4. แบบเรียงบรรทัดคล้ายขั้นบันได

เป็นหัวข้อที่มีลักษณะการเรียงบรรทัดคล้ายขั้นบันได ความยาว 2-3 บรรทัด แต่ละบรรทัดอาจจะมีข้อความยาวเท่ากันหรือใกล้เคียงกัน โดยบรรทัดแรกเรียงขีดซ้ายมือบรรทัดต่อไปขยับไปทางขวา

5. แบบเรียงข้อความเต็มคอลัมน์

เป็นหัวข้อที่บรรทัดแรกจะเรียงข้อความเต็มคอลัมน์ ส่วนบรรทัดที่ 2-3-4 จะย่อหน้าเข้าไปเล็กน้อย โดยจัดข้อความในบรรทัดที่ 2-3-4 ให้เท่ากันชิดไปทางขวา

การเขียนวรรณนำ วรรณนำเป็นส่วนสำคัญมากที่สุดส่วนหนึ่งในการเขียนข่าว ส่วนใหญ่มักจะเขียนวรรณนำแบบสรุปใจความ คือย่อเรื่องสำคัญ โดยวรรณนำนั้นจะต้องตอบคำถามของ 5 W's และ H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Where, When, Why และ How

ประเภทของวรรณำ

1. วรรณำแบบสรุปเรื่อง เป็นวรรณำที่สามารถนำให้ผู้อ่านได้เข้าใจเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้มากและรวดเร็วที่สุด

- 1.1 Who Lead จะใช้เมื่อบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์มีความสำคัญและเด่นเป็นพิเศษ
- 1.2 What Lead เมื่อเหตุการณ์มีความเด่น ตัวอย่างผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานเปิดงานโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชน
- 1.3 Why ตามปกติผู้อ่านมักจะสนใจผลมากกว่าเหตุแต่ในบางโอกาส บางเหตุการณ์ สาเหตุมักจะเป็นที่สนใจมากกว่าผลตัวอย่าง เพราะเหตุที่รถบรรทุกหลบเกี่ยวเป็นผลให้รถชนกัน
- 1.4 Where เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของสถานที่และ
- 1.5 When เวลา
- 1.6 How เป็นการเสนอรายละเอียดของเหตุการณ์โดยเป็นการอธิบายว่าเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นได้อย่างไรเช่นเป็นการบรรยายถึงสภาพความเสียหายที่เกิดขึ้นจากไฟไหม้หรือบรรยายให้เห็นภาพพจน์ของขั้นตอนการจีหรือปล้น เป็นต้น

2. วรรณำแบบเปรียบเทียบ วรรณำแบบนี้มักจะนำมาเขียนกับเหตุการณ์ที่มีความขัดแย้งกันในด้านเนื้อหาและความขัดแย้งนั้นเป็นจุดเด่น และน่าสนใจ ตัวอย่างเช่น “ ถึงแม้ว่าผู้ก่อการร้ายจะมีกำลังคนมาก แต่ด้วยอาศัยชั้นเชิงและอาวุธที่ทันสมัยกว่าเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลจึงสามารถสู้และเอาชนะผู้ก่อการร้ายได้ในที่สุด ”

3. **วรรณนำแบบคำถาม** เป็นวิธีการเขียนแบบหนึ่งที่เรียกร้อยความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่านโดยตั้งประโยคในรูปแบบของคำถาม ตัวอย่าง ผู้หญิงที่แต่งงานแล้วควรจะใช้ชื่อนามสกุลสามีหรือไม่ เป็นสิ่งที่ผู้หญิงส่วนใหญ่ให้ความสนใจมากจากการสัมภาษณ์ผู้ที่แต่งงานแล้วได้ให้ความเห็นว่า “ การจะใช้ชื่อนามสกุลสามีหรือไม่นั้น ไม่เป็นสิ่งที่สำคัญ สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือความเข้าใจกันมากกว่า ”

4. **วรรณนำแบบภาพพจน์** เป็นวรรณนำที่ผู้เขียนพยายามหาถ้อยคำหรือคำประเภทคุณศัพท์มาอธิบายเหตุการณ์หรือบุคคลในข่าว สามารถทำให้ผู้อ่านเห็นภาพพจน์ไปด้วย ตัวอย่าง ผู้ว่าราชการจังหวัดฉะเชิงเทราเปิดงานการแข่งขันฟุตบอล “ LABOUR CUP ”

5. **วรรณนำแบบให้ภูมิหลัง** เป็นวรรณนำที่เขียนย่อภูมิหลังของเหตุการณ์ดียิ่งขึ้น ส่วนมากมักจะใช้กับคำประเภทวลี หรืออนุประโยคเป็นส่วนขยาย

6. **วรรณนำแบบเลขใน** ส่วนมากจะใช้ในการเขียนข่าวประเภทสัมภาษณ์ ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์เพื่อหาข้อเท็จจริง เพื่อแสดงความคิดเห็น หรือสัมภาษณ์บุคคลสำคัญ ๆ

7. **วรรณนำแบบพิเศษหรือเฉพาะ** เป็นวรรณนำที่มีแบบอย่างการเขียนไม่ซ้ำแบบใคร ขึ้นอยู่กับศิลปะและลีลาของการเขียนแต่ละบุคคลส่วนมากมักจะเป็นวรรณนำที่สร้างความสนเท่ห์ ความตลกขบขันและความบันเทิงใจให้กับผู้อ่าน

8. **วรรณนำแบบฉงนสนเท่ห์** ได้แก่ วรรณนำที่ผู้เขียนนำเอาใจความที่สำคัญที่สุดของเรื่องที่เกิดขึ้นมาเริ่มต้น และพยายามหาคำที่หนักแน่นมาใช้ เช่น “ นายกรัฐมนตรีประกาศยุบสภา วันนี้ ทั้งนี้เนื่องมาจากเห็นความวุ่นวายของสมาชิก...” จะเห็นได้ว่าประโยคที่ตามมาจะขยายประโยคแรกให้ผู้อ่านได้เข้าใจเหตุการณ์ดียิ่งขึ้น หลังจากที่ได้รับความสะเทือนใจหรือตกใจจากคำที่ใช้ในประโยคแรกมาแล้ว

ส่วนเชื่อมระหว่างวรรคนำกับเนื้อเรื่อง

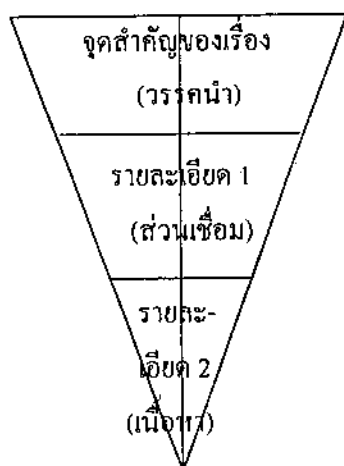
บ่อยครั้งนักที่นักเขียนข่าวประเภทต่าง ๆ มักจะประสบปัญหาว่าจะนำเอาอะไรมาเขียนหลังจากที่เขียนวรรคนำเสร็จ เพราะฉะนั้นความสำคัญของเนื้อเรื่องจึงมีมากพอสมควร เพื่อให้การดำเนินการเขียนข่าวนั้นเป็นไปอย่างดีและราบรื่นเนื้อเรื่องนี้ อาจเป็นย่อหน้าเดียวที่ประกอบด้วยสองสามประโยคหรือสองสามย่อหน้าทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสำคัญของข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ส่วนเชื่อมระหว่างวรรคนำกับเนื้อเรื่องทำหน้าที่สำคัญ ๆ หลายอย่าง เช่น อาจจะเป็นการให้รายละเอียดของบุคคล สถานที่ เพิ่มเติมจากวรรคนำหรืออธิบายขยายความ W ตัวหนึ่งตัวใด และเพื่อให้ความให้ผู้อ่านได้เข้าใจเรื่องราวที่เกิดขึ้นได้ดียิ่งขึ้น

รูปแบบของการเขียนข่าว

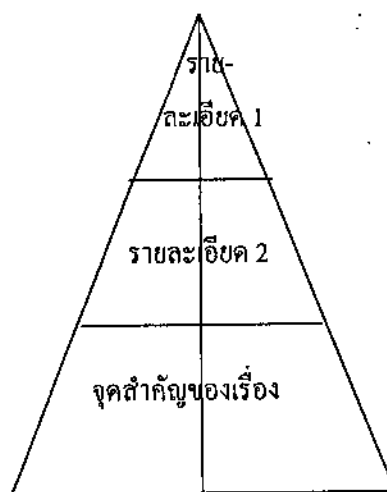
รูปแบบของการเขียนข่าวนั้น มีความแตกต่างจากการเขียนบทความ สารคดี เรื่องสั้น และนวนิยาย เพราะการเขียนประเภทนี้ไม่มีรูปแบบที่แน่นอนแต่การเขียนข่าวนั้น จะเป็นการเขียนข่าวเพื่อบอกข่าวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามข้อเท็จจริงที่มีความเด่นและสำคัญอย่างแท้จริง

รูปแบบของการเขียนข่าวมี 3 แบบ

1. แบบพีรามิดหัวกลับ
2. แบบพีรามิดหัวตั้ง
3. แบบผสม



(1) แบบการเขียนข่าว



(2) แบบการเขียนบทความ - เรื่องสั้น - สารคดี - นวนิยาย

จากรูปแบบการเขียนข่าว แบบที่ 1 จะเห็นได้ว่าส่วนประกอบของข่าวจะประกอบด้วย

1. วรรณคดี
2. ส่วนเชื่อม
3. ส่วนเนื้อเรื่อง

วรรณคดี เป็นส่วนประกอบที่มีประเด็นสำคัญที่สุดของเรื่องราว โดยผู้อ่านจะสามารถทราบในเวลารวดเร็วว่า มีอะไรเกิดขึ้น ที่ไหน เวลาเท่าไรหรืออย่างไร และทำไมจึงเกิดขึ้น เป็นส่วนประกอบที่มุ่งให้ความสำคัญต่อ 5 W's กับ 1 H ส่วนประเภทของวรรณคดีนั้นมีหลายรูปแบบ

ส่วนเชื่อม เป็นส่วนประกอบที่โยงความสัมพันธ์ระหว่างวรรณคดีกับเนื้อหา ความยาวขึ้นอยู่กับเนื้อหา ส่วนเชื่อมมักจะใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มเติมข้อความบางส่วนจากวรรณคดี ซึ่งถ้าหากใส่ไว้ในวรรณคดีจะทำให้เย็นเยื่อ ส่วนเชื่อมจะเป็นข้อความที่ต่อเนื่องที่มีความสำคัญรองลงมาจากข้อความในส่วนของวรรณคดี นอกจากส่วนเชื่อมจะให้ความต่อเนื่องแล้วยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมขยายข้อความจากข้อความในวรรณคดี บอกที่มาของแหล่งข่าวและให้ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังของเหตุการณ์หรือความคิดเดิมที่เกิดขึ้นมาแล้ว จะเห็นได้ว่า ส่วนเชื่อมนี้มีความสำคัญในการให้ความต่อเนื่องแก่ผู้อ่านเพื่อไม่ให้เกิดความสับสนในการอ่านข่าวแต่ละข่าว

ส่วนเนื้อเรื่อง เป็นส่วนประกอบที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์หรือเรื่องราวให้ผู้อ่านได้ทราบและเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมดเป็นการเขียนในส่วนที่จะให้ข้อมูลและความละเอียดที่มากกว่าในส่วนวรรณคดีและส่วนเชื่อม

8.) สรุปการประชาสัมพันธ์

คู่มือการประชาสัมพันธ์ จะเป็นส่วนสำคัญของเจ้าหน้าที่สังกัดกระทรวงแรงงานในส่วนภูมิภาค ที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินงานในด้านการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร บทบาทภารกิจหน้าที่ปกติ และแผนงาน โครงการของกระทรวงแรงงานที่เร่งด่วน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ได้ทราบเทคนิควิธีการจัดทำข่าว เพื่อเผยแพร่แก่กลุ่มสถานประกอบการ นายจ้าง ลูกจ้าง และประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับการบริการที่ได้ถูกต้อง รวดเร็ว ได้ทราบการจัดเหตุการณ์พิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ แผนงาน

โครงการ หรือกิจกรรมของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในส่วนภูมิภาค ที่จัดขึ้น และที่สำคัญเป็นการสร้างแรงงานสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเจ้าหน้าที่สังกัดกระทรวงแรงงานในส่วนภูมิภาคกับสถานประกอบการ นายจ้าง ลูกจ้าง และประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะส่งผลให้ผลิตผลโดยรวมและฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น สังคมมีความสงบสุขร่วมเย็นตลอดไป

9.) ข้อคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่ดี

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในส่วนภูมิภาค นอกจากจะมีเทคนิควิธีการประชาสัมพันธ์แล้วจะต้องมีคุณลักษณะพิเศษด้วยได้แก่

1. เป็นผู้ที่มีความอดทนหนักแน่น ต้องอดทนและอดกลั้นทั้งปัญหาและอุปสรรค ทั้งจากประชาชนและผู้บริหาร

2. มีความเข้าใจในความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้อื่น

3. มีความรู้ ความสามารถ รู้ถึงหลักการและปรัชญาแห่งการประชาสัมพันธ์ ต้องใฝ่หาความรู้อยู่เสมอ เพื่อให้ทันโลกทันเหตุการณ์

4. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความคิดแปลกใหม่นำมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินการประชาสัมพันธ์

5. มีการตัดสินใจเป็นอย่างดี คิดและแก้ไขสถานการณ์ในยามฉุกเฉินได้ดี มีความกล้าตัดสินใจ และตัดสินใจได้รวดเร็วฉับพลัน

6. มีสามัญสำนึกและเป็นผู้ที่มีเหตุผล รู้จักกาลเทศะ และความเหมาะสม

7. มีความสามารถในการจัดระเบียบหน่วยงานมีความรู้ในด้านโครงสร้างของหน่วยงาน และมีความรู้เกี่ยวกับการบริหาร เพื่อช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

8. รู้ความต้องการในการจัดทำข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน มีมนุษยสัมพันธ์ในการประสานงาน

9. มีอารมณ์ขันรู้จักกาลเทศะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

10. มีนิสัยหรือมีใจรักงานด้านการประชาสัมพันธ์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้มาขอรับบริการบริการโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชน

ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้มาขอรับบริการโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชน จังหวัดเพชรบุรี เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2547 ณ โรงเรียนกองคารม อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ผู้ขอรับการประเมินได้แจกแบบประเมินประสิทธิภาพของโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชนจังหวัด และได้รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 120 คน โดยให้ผู้ตอบแบบประเมินทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่คิดว่าเหมาะสมที่สุด ซึ่งแยกเป็น 2 ตอน ได้แก่ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว ตอนที่ 2 ข้อมูลการประเมินผล (ดูภาคผนวก 1 ประกอบ)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัว และข้อมูลการประเมินผล

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

1. เพศ

กลุ่มตัวอย่างจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 120 คน เป็นเพศหญิงจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 80.83 เพศชาย 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.17 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

2. ระดับการศึกษา

จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด การศึกษาของผู้ร่วมงานส่วนใหญ่จบปริญญาตรี ร้อยละ 55.83 ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 27.5 ระดับ ปวช. และ ปวส. ร้อยละ 10 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 4.17 ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

3. สถานภาพการสมรส

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น โสด ร้อยละ 80.83 สมรส ร้อยละ 10 หย่า ร้อยละ 8.34 และเป็นหม้าย ร้อยละ 0.83 สถานภาพผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ เป็น โสดซึ่งหมายถึง แรงงานใหม่ที่เพิ่งจบการศึกษา

4. อายุ

จากกลุ่มตัวอย่าง 120 คน อายุของผู้ร่วมงานอายุระหว่าง 15 – 25 ปี ร้อยละ 64.17 ช่วงอายุ 26 – 30 ปี ร้อยละ 15.83 ช่วงอายุ 31 – 45 ร้อยละ 14.17 อายุมากกว่า 55 ปี ร้อยละ 4.17 กลุ่มนี้ส่วนหนึ่งต้องการร่วมกิจกรรมบันเทิงด้วย ช่วงอายุ 46 – 55 ปี ร้อยละ 1.67

5. สถานภาพการทำงาน

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผู้ว่างงาน ร้อยละ 73.33 ผู้มีงานทำ ร้อยละ 18.33 และผู้ต้องการเปลี่ยนงาน ร้อยละ 8.33 ผู้ว่างงานมีจำนวนมากที่มาขอรับบริการบริการ โครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชน แสดงให้เห็นว่า มีวัตถุประสงค์เพื่อสมัครงานมากกว่า การขอรับบริการด้านอื่น ๆ

6. วัตถุประสงค์ของการร่วมงานครั้งนี้

ผู้ตอบแบบประเมินมีวัตถุประสงค์สมัครงาน ร้อยละ 60 ต้องการขอคำแนะนำด้านกฎหมายแรงงาน ร้อยละ 10 ต้องการฝึกอาชีพ ร้อยละ 8.33 ต้องการซื้อสินค้าและอื่น ๆ (ชมดนตรี) ร้อยละ 6.67 เท่ากัน ขอคำแนะนำด้านประกันสังคม ร้อยละ 5.83 และตรวจสุขภาพ ร้อยละ 2.5

ตอนที่ 2 ข้อมูลการประเมินผล

1. การทราบข้อมูลข่าวสารการจัดงานครั้งนี้ทางสื่อ

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดได้ทราบข้อมูลข่าวสารทางสื่อ วิทยุ เท่ากับ โปสเตอร์ คือ ร้อยละ 21.67 จากแผ่นปลิวเท่ากับผู้ใกล้ชิดคือ ร้อยละ 16.67 จากแผ่นป้ายผ้า ร้อยละ 15.83 จากแผ่นพับ ร้อยละ 5.83 และอื่น ๆ (การรับฟังจากผู้อื่น) ร้อยละ 1.67 จะเห็นได้ว่าสื่อทางวิทยุ ที่จัด โดยหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดเพชรบุรี มีความสำคัญเท่ากับสื่อโปสเตอร์

2. ความคิดการประชาสัมพันธ์การจัดงานที่ควรใช้สื่อ

กลุ่มตัวอย่าง 120 คน มีความคิดว่าสื่อที่ควรใช้การประชาสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ วิทยุ ร้อยละ 45 ป้ายผ้า ร้อยละ 22.5 โปสเตอร์ ร้อยละ 20.83 แผ่นปลิวร้อยละ 7.5 แผ่นพับ ร้อยละ 3.33 และอื่น ๆ ร้อยละ 0.83

3. สถานที่ที่ควรใช้การประชาสัมพันธ์การจัดงาน

พบว่าสถานที่ที่ควรมีการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ สถานศึกษา ร้อยละ 57.5 ริมทาง ร้อยละ 15 สถานีรถโดยสาร ร้อยละ 13.33 ตลาดร้อยละ 7.5 วัด ร้อยละ 5.83 และอื่น ๆ (บริเวณทางแยก) ร้อยละ 0.83 การประชาสัมพันธ์ทางสถานศึกษามีความสำคัญ เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีผู้คนผ่านไปมาจำนวนมาก และเป็นแหล่งผลิตผู้จบการศึกษาไปทำงาน

4. ความเข้าใจกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความเข้าใจ โครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชน จำนวนปานกลาง ร้อยละ 52.5 มาก ร้อยละ 34.17 น้อย ร้อยละ 12.5 และน้อยมาก ร้อยละ 0.83

5. ความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีความคิดเห็นว่าเหมาะสมปานกลาง ร้อยละ 55 เหมาะสมมาก ร้อยละ 31.67 น้อย ร้อยละ 10.83 และน้อยมาก ร้อยละ 2.5

6. ก่อนการกรอกแบบสอบถาม ได้ไปขอรับบริการจากเจ้าหน้าที่และมีความพึงพอใจ

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ไม่มีการขอรับบริการจากเจ้าหน้าที่ในงาน ร้อยละ 13.33 และมี การขอรับบริการจากเจ้าหน้าที่ในงาน มีความพึงพอใจ ปานกลาง ร้อยละ 42.5 มาก ร้อยละ 25 น้อย ร้อยละ 16.67 และไม่ได้รับความพึงพอใจ ร้อยละ 2.5

7. ในการจัดงานครั้งนี้ มีกิจกรรมมากน้อย

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีความคิดเห็นว่า มีกิจกรรมให้ร่วม ปานกลาง จำนวนร้อยละ 58.33 มาก ร้อยละ 28.33 น้อย ร้อยละ 9.17 และควรเพิ่มกิจกรรม ร้อยละ 4.17

8. การมาร่วมกิจกรรม มีค่าใช้จ่ายในการร่วมงาน

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า มีค่าใช้จ่าย ปานกลาง ร้อยละ 50 น้อย ร้อยละ 40 อื่น ๆ (ไม่ระบุสาเหตุ) ร้อยละ 5.83 และมาก ร้อยละ 4.17

9. จำนวนการจัดงานโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชน

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีความคิดเห็นว่า ควรจัดโครงการนี้ ปีละ 4 ครั้ง ร้อยละ 35.83 ปีละ 2 ครั้ง ร้อยละ 32.5 ปีละ 3 ครั้ง ร้อยละ 21.67 และปีละ 1 ครั้ง ร้อยละ 10

10. การจัดงานครั้งนี้มีประโยชน์ต่อประชาชน

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีความคิดเห็นว่า การจัดงานครั้งนี้มีประโยชน์ต่อประชาชน มาก จำนวนร้อยละ 80.83 และ ปานกลาง ร้อยละ 19.17 ผู้ตอบแบบประเมินมีความเห็นในการจัดงานมีประโยชน์จำนวนมาก และปานกลาง ตามลำดับ

11. การใช้บริการของกระทรวงแรงงาน

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า หน่วยงานสำนักงานจัดหางานใช้บริการมากที่สุด มีถึง ร้อยละ 30.83 รองลงมาคือ สำนักงานประกันสังคม ร้อยละ 30 ไม่เคยใช้บริการ ร้อยละ 18.33 สำนักงานแรงงาน ร้อยละ 10 ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน ร้อยละ 7.5 และสำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ร้อยละ 3.33

12. ทราบภารกิจของสำนักงานแรงงานจังหวัด

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า ทราบภารกิจของสำนักงานแรงงานจังหวัด มีจำนวนน้อย คือ ร้อยละ 33.33 มาก ร้อยละ 28.33 ปานกลาง ร้อยละ 26.67 และไม่ทราบ ร้อยละ 11.67 ผู้ตอบแบบประเมิน ทราบภารกิจของสำนักงานแรงงานจังหวัดจำนวนน้อย

ร้อยละ 33.33 ดังนั้น สำนักงานแรงงานจังหวัดต้องมีการประชาสัมพันธ์ภารกิจ หน้าที่ของหน่วยงานให้มากขึ้นกว่าเดิม

13. ทราบภารกิจของสำนักงานจัดหางานจังหวัด

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า ทราบภารกิจของสำนักงานจัดหางานจังหวัด มีจำนวนปานกลาง คือ ร้อยละ 65.83 น้อย ร้อยละ 18.33 มาก ร้อยละ 9.17 และไม่ทราบ ร้อยละ 6.67

14. ทราบภารกิจของสำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า ทราบภารกิจของสำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด มีจำนวน ปานกลาง คือ ร้อยละ 65 น้อย ร้อยละ 24.17 มาก ร้อยละ 5.83 และไม่ทราบ ร้อยละ 5

15. ทราบภารกิจของสำนักงานประกันสังคมจังหวัด

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า ทราบภารกิจของสำนักงานประกันสังคมจังหวัด มีจำนวน ปานกลาง คือ ร้อยละ 62.5 น้อย ร้อยละ 23.33 มาก ร้อยละ 7.5 และไม่ทราบ ร้อยละ 6.67

16. ทราบภารกิจของศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า ทราบภารกิจของศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด มีจำนวน ปานกลาง คือ ร้อยละ 55.83 น้อย ร้อยละ 29.17 มาก ร้อยละ 9.17 และไม่ทราบ ร้อยละ 5.83

บทที่ 5

สรุป ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

เพื่อความชัดเจนในการสรุปปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ผู้ขอรับการประเมินได้แบ่งออกเป็น 2 งาน คือปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะจากการปฏิบัติหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์และปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะจากการประเมินประสิทธิภาพของโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชนจังหวัดเพชรบุรี ดังนี้

1.) สรุปปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะจากการปฏิบัติหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์

1.1 ปัญหา อุปสรรค

จากประสบการณ์ที่ผู้ขอรับการประเมิน ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา ให้ปฏิบัติหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานจังหวัด ซึ่งเป็นหน่วยงานผู้แทนกระทรวงแรงงานในส่วนภูมิภาค ทำให้ไม่มีความมั่นใจในการปฏิบัติหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์ เพราะไม่มีความรู้ ไม่ได้มีการศึกษามาก่อน ประกอบกับภารกิจหน้าที่หนึ่งของสำนักงานแรงงานจังหวัด คือ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหน้าที่ แผนงาน โครงการของกระทรวงแรงงาน จึงจำเป็นต้องได้รับข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในส่วนภูมิภาค ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานไม่ได้รับการอบรม ด้านการประชาสัมพันธ์มาก่อน การส่งข้อมูลข่าวสารให้สำนักงานแรงงานจังหวัดเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์เป็นภาพรวมของกระทรวงแรงงาน สู่กลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงานจึงไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร เช่น การจัดทำวารสารประจำเดือน การจัดรายการวิทยุแรงงาน ยังไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความร่วมมือจากหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัด เพื่อออกอากาศเท่าที่ควร บางหน่วยงานต้องขอรับสื่อการประชาสัมพันธ์ จากส่วนกลางหรือหน่วยงานในส่วนภูมิภาคการจัดงาน โครงการในพื้นที่ สื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์หลัก

คือ ป้ายผ้าที่ไม่มีรูปภาพ สีสัน ที่สร้างความสะดุดตาแก่ผู้พบเห็น สื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ภารกิจหน้าที่ ตลอดจนแผนงาน โครงการต่าง ๆ เป็นการเขียนบรรยายธรรมดาไม่สะดุดตาแก่ผู้พบเห็น สำหรับบทบาท หน้าที่ ภารกิจของหน่วยงาน สังกัดกระทรวงแรงงานในส่วนภูมิภาค ประชาชนผู้มาขอรับบริการยังมีความสับสนในการมาขอรับบริการผิดหน่วยงาน ยกเว้นผู้ที่เคยมาขอรับบริการมาบ้างแล้ว ที่มาขอรับบริการภารกิจหน้าที่ถูกต้องตรงกับหน่วยงาน

1.2 ข้อเสนอแนะ

1.2.1 สำนักงานแรงงานจังหวัด ควรจะมีการของบประมาณ หรือสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ควรจะมีการจัดสรรงบประมาณให้สำนักงานแรงงานจังหวัด เพื่อดำเนินการฝึกอบรมงานด้านการประชาสัมพันธ์ ให้กับเจ้าหน้าที่สังกัดกระทรวงแรงงานในส่วนภูมิภาค ให้ทราบเทคนิคและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ดี

1.2.2 การจัดรายการตาม โครงการวิทยุแรงงาน ควรมีงบประมาณส่วนหนึ่งให้กับหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในส่วนภูมิภาคทุกหน่วยงานเป็นค่าใช้จ่ายในการส่งข้อมูลข่าวสารเช่น ค่ากระดาษ หมึกพิมพ์ หรือ ค่าพาหนะ เพื่อร่วมออกรายการวิทยุแรงงาน มีหนังสือจากกรม/ สำนักงานประกันสังคม หรือให้หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในส่วนภูมิภาค รายงานผลงานการจัดรายการวิทยุแรงงาน

1.2.3 โครงการวิทยุแรงงานที่ดำเนินการในส่วนภูมิภาค ควรออกอากาศให้กลุ่มเป้าหมาย เช่น พนักงาน ลูกจ้าง นักเรียน นักศึกษา ผู้ว่างงาน สามารถรับฟังรายการได้ในวัน เวลาที่อยู่ที่บ้าน เช่น วันหยุด หรือช่วงเย็น

1.2.4 การแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน ในส่วนภูมิภาคทุกหน่วยงาน มีความจำเป็นเพื่อเป็นผู้แทนของหน่วยงานในการประสานงาน จัดทำข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

1.2.5 การแต่งตั้ง ย้ายข้าราชการ ผู้ทำหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในส่วนภูมิภาค ผู้ได้รับการแต่งตั้ง หรือย้ายไปหน่วย

งานจังหวัดอื่น ควรมีการมอบงานและถ่ายทอดเทคนิค วิธีการ การประชาสัมพันธ์ให้กับผู้มารับหน้าที่แทน

1.2.6 การจัดประชุม อบรมของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานให้กับพนักงาน ลูกจ้าง ผู้ว่างงาน นักเรียน นักศึกษาและประชาชนทั่วไป ผู้จัดควรชี้แจงบทบาท หน้าที่ ภารกิจของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานตามลำดับได้แก่

- 1) ศูนย์/สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด
- 2) สำนักงานจัดหางานจังหวัด
- 3) สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด
- 4) สำนักงานประกันสังคมจังหวัด
- 5) สำนักงานแรงงานจังหวัด

ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้ติดต่อขอรับบริการบริการหน้าที่ได้ถูกต้องกับหน่วยงานในโอกาสต่อไป

2.) สรุป ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะจากการประเมินประสิทธิภาพของโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชนจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการประเมินประสิทธิภาพของโครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชน จังหวัดเพชรบุรี จากบทที่ 4 ซึ่งผลการประเมินค่าเป็นร้อยละ จากจำนวนผู้ตอบแบบประเมินจำนวน 120 คน ทำให้ทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ ในการจัดงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดเพชรบุรี และต้องเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดงานและการประชาสัมพันธ์ ในครั้งต่อไปให้ดียิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้อาจมีตัวแปรอื่น ๆ ที่สอดแทรกในการแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินได้ เช่น กลุ่มบุคคลเป้าหมาย ช่วงเวลาของการจัดงาน การศึกษาที่แตกต่างกัน เป็นต้น