



เอกสารผลงาน

เรื่อง คู่มือนักประชาสัมพันธ์ในองค์กรภาครัฐ

โดย

นางสุอำภา คชไกร
นักประชาสัมพันธ์ 7ว

ผู้ขอรับการประเมินเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ 8 ว
กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำนักบริหารกลาง
สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน



ว 12.05.6
ศ885ก
2547

ห้องสมุดกระทรวงแรงงาน



09058

คู่มือนักประชาสัมพันธ์ใน

คำนำ

การประชาสัมพันธ์ได้เริ่มมีบทบาทมากขึ้นในหน่วยงานภาครัฐ จะเห็นได้จากการเผยแพร่ภารกิจ ผลงาน ผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ และผ่านทางสื่อสารมวลชน ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์มากขึ้น รวมทั้งมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ

ดังนั้น เมื่อหน่วยงานเริ่มให้ความสำคัญ และเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ บุคลากรที่รองรับ หรือประจำอยู่ในหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ ก็จำเป็นต้องมีความรู้ ความสามารถที่จะรองรับภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปด้วย

การจัดทำคู่มือนักประชาสัมพันธ์ในองค์กรภาครัฐฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ คุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และวิธีปฏิบัติงานที่จำเป็นเบื้องต้นสำหรับนักประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งเสนอแนวทางการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ภาครัฐในทิศทางที่ควรจะเป็น โดยได้สะท้อนแง่มุมการทำงานจากประสบการณ์ที่ผ่านมา เพื่อเป็นกรณีตัวอย่างสำหรับผู้ที่อยู่ในแวดวง และรับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์ให้มีแนวทางการดำเนินงานโดยไม่ต้องเริ่มนับหนึ่งใหม่ หรือลองผิดลองถูก แต่ได้เรียนรู้จากจุดอ่อน จุดด้อยจากประสบการณ์ผู้อื่น และเติมเต็มสิ่งที่ขาดหาย หรือนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานตามภารกิจที่แต่ละคนรับผิดชอบให้มีความสมบูรณ์และเกิดประสิทธิผลต่อองค์กร รวมทั้งบรรลุถึงความคาดหวังสูงสุดของผู้เขียน คือต้องการให้เจ้าหน้าที่ที่ก้าวสู่ถนนสายวิชาชีพนี้ ได้มีความรู้พื้นฐาน และพัฒนาตนเองให้นักประชาสัมพันธ์ได้อย่างเต็มภาคภูมิ

สุอำภา คชไกร

สิงหาคม 2546

สารบัญ

คำนำ	
บทที่ 1 บทนำ	1
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์	3
ที่มา ... และความหมาย	3
อดีต – ปัจจุบัน : แนวคิดในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	4
กระบวนการและหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์	5
คุณสมบัติ – บุคลิกภาพนักประชาสัมพันธ์	8
บทที่ 3 แนวปฏิบัติในฐานะนักประชาสัมพันธ์ภาครัฐ	12
นักประชาสัมพันธ์ ในฐานะผู้ปฏิบัติ	15
นักประชาสัมพันธ์ ในฐานะผู้บริหาร	26
การวางแผน และบริหารการประชาสัมพันธ์ โดยใช้หลัก Management by Objective (MBO)	30
บทที่ 4 ข้อควรรู้และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของนักประชาสัมพันธ์	36
ครั้งแรกที่ต้องไปทำข่าว	36
แถลงข่าว งานหินสำหรับนักประชาสัมพันธ์	37
เมื่อต้องเป็น โฆษก หรือพิธีกรจำเป็น	38
จะเก่งจริง ต้องลงมือปฏิบัติ	39
สื่อประชาสัมพันธ์ คือ สิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ควรรู้	40
ประชาสัมพันธ์ คือ งานด้านหน้า	40
ข้อมูลหนึ่งชิ้น กระจายได้ทุกสื่อ	41
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	42
ภาคผนวก ภาคผนวก 1 ขั้นตอนการทำข่าวและตัวอย่างการเขียนข่าว	44
ภาคผนวก 2 ตัวอย่างการเขียนบทความ	50
ภาคผนวก 3 ตัวอย่างการเขียนแผนประชาสัมพันธ์	58
ภาคผนวก 4 ตัวอย่างงานด้านอื่น ๆ สำหรับนักประชาสัมพันธ์	67
บรรณานุกรม	95