

ผลงานส่วนที่ 1

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

รายการเสียงตามสายของสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

ชื่อรายการ “ที่นี่มีข่าว”

ผลงานส่วนที่ 1

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

รายการเสียงตามสายของสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

ชื่อรายการ “ที่นี่มีข่าว”

1. ชื่อผลงาน รายการเสียงตามสายของสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ชื่อรายการ “ที่นี่มีข่าว”

2. ระยะเวลาที่ดำเนินการ

ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2547 - กุมภาพันธ์ 2550 โดยออกอากาศทางเสียงตามสายในช่วงเวลา 08.45 - 09.30 น. ในวันจันทร์-วันศุกร์

3. ความรู้ทางวิชาการหรือแนวความคิดที่ใช้ในการดำเนินการ

3.1 หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์สามารถจำแนกได้เป็นสองลักษณะโดยในอดีตนั้นการประชาสัมพันธ์เป็นเพียงการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจข่าวสารข้อมูลและเรื่องราวต่างๆ ของสถาบันไปสู่ประชาชน หรืออาจสรุปได้ว่าเป็นการสื่อสารทางเดียวในอันที่จะให้ประชาชนได้รับทราบ มีความรู้ความเข้าใจ เกิดความนิยมและศรัทธา แต่ในปัจจุบันบทบาทของการประชาสัมพันธ์ได้เปลี่ยนแปลงไป นอกจากจะมีความหมายและความสำคัญในการส่งเสริม และสนับสนุนด้านการตลาดและการขาย มีความสัมพันธ์กับการโฆษณาพร้อม ๆ กับมีบทบาทหน้าที่ในการสร้างบำรุงรักษาและแก้ภาพพจน์ให้แก่สถาบันแล้ว การประชาสัมพันธ์ยังสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับประชาชนให้ถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการตระหนักและเคารพในความรู้ ความคิดเห็น ความต้องการและพฤติกรรมของประชาชนที่เกี่ยวข้องมากขึ้น ซึ่งยังผลให้การประชาสัมพันธ์มีลักษณะของการสื่อสารแบบยูกิวิตีหรือการสื่อสารสองทางไป - กลับ (two way communication) ที่สมบูรณ์ขึ้น

3.2 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

คำว่า “การประชาสัมพันธ์” มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “public relations” หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “PR” ตามคำศัพท์นี้หมายถึง การมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชน ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน และถ้าจะขยายความหมายให้เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น จะหมายถึง “ความพยายามที่มีการวางแผนและเป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่จะมีอิทธิพล

/เหนือความคิด ...

เหนือความคิดจิตใจของประชาชน กลุ่มเป้าหมายโดยการกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานกิจกรรม และบริการ หรือสินค้าของหน่วยงานนี้ และเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว” อย่างไรก็ตาม ได้มีผู้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ดร.เสรี วงษ์มณฑา ให้ความหมายว่า “การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยกระทำสิ่งที่ดีที่มีคุณค่ากับสังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อย ๆ”

สุพิน ปัญญาภัก อธิบายไว้ว่า “ความพยายามที่มีแผนที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติของประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน”

สก๊อต เอ็ม. คัทลิป (Scott M. Cutlip) และ แอลเลน เอช. เซ็นเตอร์ (Allen H. Center) ผู้ซึ่งมีอิทธิพลต่อวิชาการประชาสัมพันธ์ในช่วง 20 กว่าปีนี้ได้ให้ความหมายไว้ว่า “เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนโดยให้ยอมรับการดำเนินธุรกิจของสถาบันและเป็นสื่อสารสองทาง”

จอห์น อี. มาร์สตัน (John E. Marston) นักวิชาการชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียงมากที่สุดคนหนึ่งกล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ”

สถาบันการประชาสัมพันธ์ (The Institute Public Relations) ของประเทศอังกฤษได้ให้ความหมายของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ว่า “เป็นความพยายามที่สุขุมรอบคอบมีการวางแผนและมีการติดตามผลเพื่อเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์กรกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย”

สะอาด ตันสุภผล อาจารย์ผู้ซึ่งมีความสำคัญมากผู้หนึ่งในการวางรากฐานการเรียน การสอนวิชาการประชาสัมพันธ์ของไทยในปัจจุบันได้กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์ คือวิธีการของสถาบันอันมีแผนการและกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจ และให้การสนับสนุนร่วมมือกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย”

/ จากตัวอย่าง ...

จากตัวอย่างความหมายของการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้นนี้ถึงมีความแตกต่างกันแต่ก็พอสรุปความหมายได้ 4 ประเด็น คือ

1. มีการวางแผน

การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่เป็นการกระทำที่จะทำเมื่อมีงานเกิดขึ้นแล้วจึงต้องทำ หรือ จะกระทำการประชาสัมพันธ์เมื่อมีความต้องการจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้บังคับบัญชาสั่งให้ทำ แต่ที่ถุ่กนั้นการประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่มีแผนเตรียมไว้อย่างรอบคอบตรงตามจุดมุ่งหมาย ที่ได้ตั้งไว้อย่างชัดเจน มีลำดับขั้นตอนในการทำงาน โดยประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่ประสานและ สอดคล้องกันเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายนั้น

2. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว

การประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องไม่มีวันจบสิ้น ทั้งนี้ เพราะประชาชนจำเป็นต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้องอยู่อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง การขาดการรับรู้ เกี่ยวกับข่าวสารและกิจกรรมนาน ๆ จะเป็นสาเหตุของการเกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนและจะเป็น บ่อเกิดของความรู้สึกที่ไม่ดี ซึ่งยังผลต่อปฏิกิริยาในทิศทางที่เป็นผลเสียต่อหน่วยงานได้ นอกจากนี้ แล้วการประชาสัมพันธ์จะให้ผลที่เห็นเป็นรูปธรรมได้จะต้องใช้เวลาระยะหนึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะ การประชาสัมพันธ์และกลวิธีในการประชาสัมพันธ์ด้วย

3. มีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติ

จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ คือ การโน้มน้าวจิตใจของประชาชน กลุ่มเป้าหมายให้มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรมและการบริการหรือสินค้าของหน่วยงาน การที่จะมี ทัศนคติที่ดีนั้นหมายถึงการมีความรู้การเข้าใจที่ถูกต้องที่จะส่งผลให้มีความรู้สึกที่ดีและมีพฤติกรรม ที่เป็นการสนับสนุนหรือร่วมมือ

4. มีความสัมพันธ์กับประชาชน

ถ้าหากไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนแล้ว ก็จะไม่มีการประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นได้ ความสัมพันธ์นี้จะเป็นความเข้าใจที่ถูกต้องและมีคุณค่าแก่ประชาชน และขณะเดียวกันหน่วยงานก็ยินดีที่จะรับฟังความคิดเห็น และให้ความสำคัญต่อปฏิกิริยาได้ตอบ ของประชาชนด้วย

3.3 การสร้างภาพลักษณ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพลักษณ์ (IMAGE) หรือบางแห่งก็อาจใช้ว่า จินตภาพ หรือ ภาพพจน์ มีความสำคัญ ต่อการประชาสัมพันธ์มากจนอาจกล่าวได้ว่า เมื่อใดก็ตามที่มีการพูดถึงคำว่าประชาสัมพันธ์ เมื่อนั้นก็มักจะมีคำว่า IMAGE หรือภาพลักษณ์ไปเกี่ยวข้องอยู่ด้วยเสมอ ทั้งนี้เนื่องจากการประชาสัมพันธ์

/ เป็นงาน ...

เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ และเป็นงานที่มีส่วนเสริมสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน สถาบัน หรือองค์การให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชน เพื่อผลแห่งชื่อเสียง ความเชื่อถือ ศรัทธา จากประชาชน ที่มีต่อตัวองค์กร สถาบัน นั้นเอง

ตามหลักวิชาการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานหรือองค์การ สถาบันต่าง ๆ จึงพยายามอย่างยิ่งที่จะสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เป้าหมายที่ตนเกี่ยวข้องอยู่ รวมทั้งกลุ่มประชาชนทั่วไปด้วย เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ มีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร สถาบัน ไปในทางที่ดี ความพยายามดังกล่าวนี้ ยังรวมไปถึงการสร้างสรรคสิ่งที่ดีงามหรือบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ ต่อสาธารณชนหรือสังคมส่วนรวม โดยมีจุดมุ่งหมายให้ประชาชนเกิดภาพลักษณ์ที่ดีงามต่อองค์กร หรือสถาบัน ซึ่งความจริงนี้บรรดาผู้บริหารระดับสูงขององค์กรต่างก็ทราบกันดีอยู่แล้วว่าการประชาสัมพันธ์ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ (IMAGE) และพัฒนาปรับปรุงภาพลักษณ์ของหน่วยงานให้ดียิ่งขึ้น ในสายตาของประชาชน

ที่มาของภาพลักษณ์นั้น มักจะเกิดขึ้นได้ 2 ลักษณะ

1. ภาพลักษณ์ที่เกิดโดยธรรมชาติ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เราไม่สามารถจะควบคุมได้ เช่น เกิดจากลักษณะของธุรกิจเองที่เสี่ยงต่อการถูกโจมตีอยู่แล้ว โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการสาธารณะหรืออาจจะเกิดขึ้นจากสิ่งบังเอิญทั้งหลาย เช่น การกระทำผิดพลาดโดยฝ่ายจัดการ หรือโดยพนักงาน หรือเกิดอุบัติเหตุ และที่พบบ่อยครั้งคือ การเข้าใจผิดคลาดเคลื่อนหรือข่าวลือ

2. ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นด้วยการปรุงแต่ง โดยการกำหนดเอาไว้ล่วงหน้าว่าเราต้องการให้สถาบันของเรามีภาพลักษณ์เช่นไรบ้าง เช่น ต้องการให้มีภาพลักษณ์ของความมั่นคงทางธุรกิจต้องการให้มีภาพลักษณ์เช่นไรบ้าง เช่น ต้องการให้มีภาพลักษณ์ของความมั่นคงทางธุรกิจ, ต้องการให้มีภาพลักษณ์ของความก้าวหน้าทันสมัย หรือต้องการให้มีภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และอยู่ภายใต้กฎหมายบ้านเมือง ฯลฯ

จากลักษณะที่มาของภาพลักษณ์ทั้ง 2 ลักษณะนี้ ภาพลักษณ์ที่ไม่พึงประสงค์มีโอกาสเกิดขึ้นได้เสมอ โดยเฉพาะภาพลักษณ์ที่เกิดโดยธรรมชาติซึ่งเราควบคุมไม่ได้ การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เพื่อป้องกันหรือแก้ไขภาพลักษณ์ที่ไม่พึงประสงค์ นั้น จะต้องอาศัยหลักปฏิบัติพื้นฐานดังนี้

1. มีการติดตามตรวจสอบความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ
2. มีการตรวจสอบและประเมินข่าวสารที่ได้ปรากฏออกไปสู่ประชาชนอย่างใกล้ชิด
3. ไม่ว่าจะป็นกิจกรรมหรือพฤติกรรมใด ๆ ขององค์กร จะต้องได้รับการชี้แจงให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย มีความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้องเป็นหลักฐานเบื้องต้นเพราะความรู้เหล่านั้นจะเป็นพื้นฐานของความรู้สึก และการสร้างความประทับใจ ต่อไป

/ 4. ภาพลักษณ์ ...

4. ภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ เมื่อเกิดขึ้นแล้วไม่ใช่จะคงทนถาวรได้เองแต่จะต้องมีการตอกย้ำและทำงานอย่างต่อเนื่อง การหยุดกระทำในอันที่จะสร้างสรรค์หรือตอกย้ำ อาจนำมาสู่การเปิดโอกาสให้ภาพพจน์ที่ไม่พึงประสงค์เข้าแทรกแซงได้

5. การทำงานนั้นจะต้องมีการวางแผนกำหนดว่า ควรทำอะไรบ้างในเวลาใดอย่างเหมาะสม การวางแผนที่ดีจะทำให้การทำงานประชาสัมพันธ์ทั้งการสร้างการบำรุงรักษาและการแก้ไขภาพลักษณ์ เป็นไปอย่างมีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ และสิ่งที่ไม่ควรมองข้ามไปสำหรับการเกิดภาพลักษณ์ที่ดีนั้นจะต้องมาจากความร่วมมือ ประสานงาน และทำกิจกรรมที่สอดคล้องกันของบุคคลหลาย ๆ ฝ่าย บทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ จึงไม่ใช่หน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์แต่เพียงผู้เดียวต้องมาจากหลายฝ่าย เพียงแต่มีฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นผู้ที่เอาข่าวสารสาระต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากฝ่ายต่าง ๆ นำออกไปเผยแพร่สู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

หน่วยงานหรือองค์กรสถาบันใดก็ตาม หากมีภาพลักษณ์ที่เป็นไปในทางที่เสื่อมเสียแล้ว หน่วยงานหรือสถาบันนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัย หรือเกลียดชังต่อหน่วยงานนั้น รวมทั้งอาจไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อหน่วยงานนั้น ๆ ในทางตรงกันข้าม หากหน่วยงานหรือองค์กร สถาบัน มีภาพลักษณ์ที่ดีภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานสถาบันนั้นย่อมเป็นภาพที่บรรเจิด สวยสด งดงาม นั่นคือเป็นภาพของหน่วยงาน สถาบัน ที่เป็นไปในทางดี มีความน่าเชื่อถือ ศรัทธา สมควรแก่การไว้วางใจหรือนำคบหา สมาคมด้วย

“ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร หรือสถาบันใดสถาบันหนึ่ง ย่อมเป็นผลแห่งความเพียรพยายาม ด้วยเวลาอันยาวนานขององค์กรสถาบันนั้น”

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี จึงไม่อาจทำได้ในเวลาอันรวดเร็ว หรือใช้เวลา เพียงช่วงสั้น ๆ ได้เพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นทีละน้อย และสะสมเพิ่มพูนมากขึ้นจนฝังรากฐานมั่นคงแน่นหนา อยู่ในจิตใจและทัศนคติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชน

การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรสถาบัน เพื่อให้ประชาชนมีความนิยมและประทับใจ จึงเป็นงานที่ต้องใช้เวลาพอสมควร และเมื่อภาพลักษณ์นั้นตราตรึง อยู่ในจิตใจของประชาชนแล้ว ผลที่ตามก็คือ ชื่อเสียง เกียรติคุณ ความเชื่อถือศรัทธาต่อองค์กร สถาบันจะติดตามมาในที่สุด และประทับใจแน่นอยู่ในความทรงจำของประชาชนตราบนานเท่านาน ตัวอย่างที่พอจะสังเกตได้เห็นจะ ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ธุรกิจ มีอยู่หลายกิจการที่ได้รับความนิยมชมชอบจากประชาชน ประชาชนเชื่อถือ ไว้วางใจในสินค้า หรือบริการ ของบริษัทแห่งนั้น อย่างมั่นคง เพราะสินค้าและบริการของบริษัทนั้น ๆ เป็นสินค้าและบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน

/ พอสมควร ...

พอสมควร มีความซื่อสัตย์ มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี บริการดี ไม่เอาไรค์เอาเปรียบประชาชน ฯลฯ บริษัทแห่งนี้จึงมีภาพลักษณ์ที่ดีในความรู้สึกนึกคิดของเราเสมอแม้จะมีสินค้าและบริการของบริษัทอื่น ๆ ออกมาแข่งขันในภายหลัง โดยการพยายามโฆษณาว่าดีกว่า ถูกกว่า คุ่มค่ากว่า หรือมีรางวัลและของแถมล่อใจมากมาย ฯลฯ แต่ทว่า เรายังคงเป็นลูกค้าที่ซื่อสัตย์ของสินค้าหรือบริการจากบริษัทแรกอย่างมั่นคงไม่เสื่อมคลาย สิ่งเหล่านี้เป็น ผลแห่งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจากการกระทำหรือการประพฤติปฏิบัติของบริษัทนั่นเอง

“ภาพลักษณ์ที่บุคคลหรือประชาชนมีต่อองค์การสถาบันจะเป็นไปอย่างไรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับ”

ประสบการณ์ข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับย่อมจะก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจจะเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ สุดแล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำขององค์การสถาบัน การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีหน้าที่อีกประการหนึ่งในการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์องค์การ สถาบัน ซึ่งเป็นงานที่จะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อให้ภาพลักษณ์ที่แท้จริงขององค์การสถาบันเกิดขึ้นในความรู้สึกสำนึกคิดจิตใจของประชาชน และการสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ดีโดยอาศัย การให้ข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์อย่างเพียงพอแก่ประชาชน เช่น ภาพลักษณ์ของความซื่อสัตย์ มั่นคง หรือมีการบริการที่ดีเยี่ยม องค์การสถาบันก็ต้องประพฤติปฏิบัติในสิ่งดังกล่าวอย่างเคร่งครัด แล้วจึงนำเสนอภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้แก่ประชาชนสร้างภาพลักษณ์นี้ให้เกิดขึ้นในจิตใจประชาชนด้วย การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบและเกิดความประทับใจ นิยมชมชอบในตัวของสถาบันการประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้น องค์การสถาบันจึงต้องสร้างภาพลักษณ์ที่แท้จริงตามที่ตนประสงค์ให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนเพื่อให้เกิดความประทับใจ

การประชาสัมพันธ์ มีลักษณะเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ (SCIENCE AND ART) พร้อมกันในตัว

คำว่า “ศาสตร์” (SCIENCE) หมายถึงวิชาความรู้ และความเชื่อที่กำหนดไว้อย่างมีระเบียบ และสามารถพิสูจน์ หรือศึกษาหาข้อเท็จจริงได้

ศาสตร์ในการประชาสัมพันธ์จึงหมายถึง วิชาที่มีหลักเกณฑ์ มีทฤษฎี มีระเบียบ มีเหตุผล มีการศึกษาจากตำราต่าง ๆ มีการเรียนรู้ และสอนให้ผู้อื่นมีความรู้ได้ มีการศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ มีการศึกษาสื่อการประชาสัมพันธ์ มีการศึกษาประชาคมติ และความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มประชาชน กับสถาบัน

/ ส่วนที่เรียกว่า ...

ส่วนที่เรียกว่า การประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นศิลป์ (art) นั้น หมายถึง ผู้ที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์จะต้องมีประสบการณ์ มีความชำนาญ มีความสามารถเฉพาะตัวสูงบางคนมีความสามารถเฉพาะตัวต่ำ

การนำเทคนิคในการประชาสัมพันธ์ไปใช้ นักประชาสัมพันธ์คนหนึ่งอาจนำไปใช้ได้ผลดี แต่เทคนิคอันเดียวกันนี้ นักประชาสัมพันธ์อีกคนหนึ่ง อาจนำไปใช้ไม่ได้ผลเลย ทั้งนี้เนื่องจากความสามารถเฉพาะตัวของนักประชาสัมพันธ์ต่างกัน สภาพแวดล้อมต่างกัน

ความสำเร็จของนักประชาสัมพันธ์ จึงต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์กล่าวคือ การรู้จักนำเอาทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มประชาชน และเหมาะสมกับเหตุการณ์แวดล้อม ในแต่ละครั้ง ซึ่งยึดหยุ่นได้ไม่เป็นกฎตายตัว

นั่นหมายถึง ความสำเร็จของนักประชาสัมพันธ์ จึงต้องรู้จักใช้คำว่า “ศาสตร์” และ “ศิลป์” ให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและการปฏิบัติหน้าที่ให้ได้มากที่สุด โดยให้ศาสตร์เป็นจุดยืน และเป็นแกนกลางของการทำงานประชาสัมพันธ์ และมีศิลป์ เป็นตัวเสริม

3.4 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

สำหรับกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

สก๊อต เอ็ม.กัทลิป (Scott m.utlip) และ แอลถิ่น เอช.เซ็นเตอร์ (Allen H. Center) ผู้ซึ่งมีอิทธิพลต่อวิชาการประชาสัมพันธ์ในช่วง 20 กว่าปีนี้ ซึ่งทั้ง 2 ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพไว้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ควรปฏิบัติเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนการวิจัย - การรับฟัง (Research-Listening) เป็นขั้นแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จะต้องปฏิบัติโดยการสำรวจค้นหาปัญหาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความคิดเห็น ปฏิกริยา อคติ ท่าที ความรู้สึกและอื่น ๆ ของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานหรือนโยบายของสถาบันเพื่อประมวลข้อมูลที่ได้ ซึ่งรวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริงของสถาบันด้วย อันจะนำมาซึ่งขั้นตอนต่อไปในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

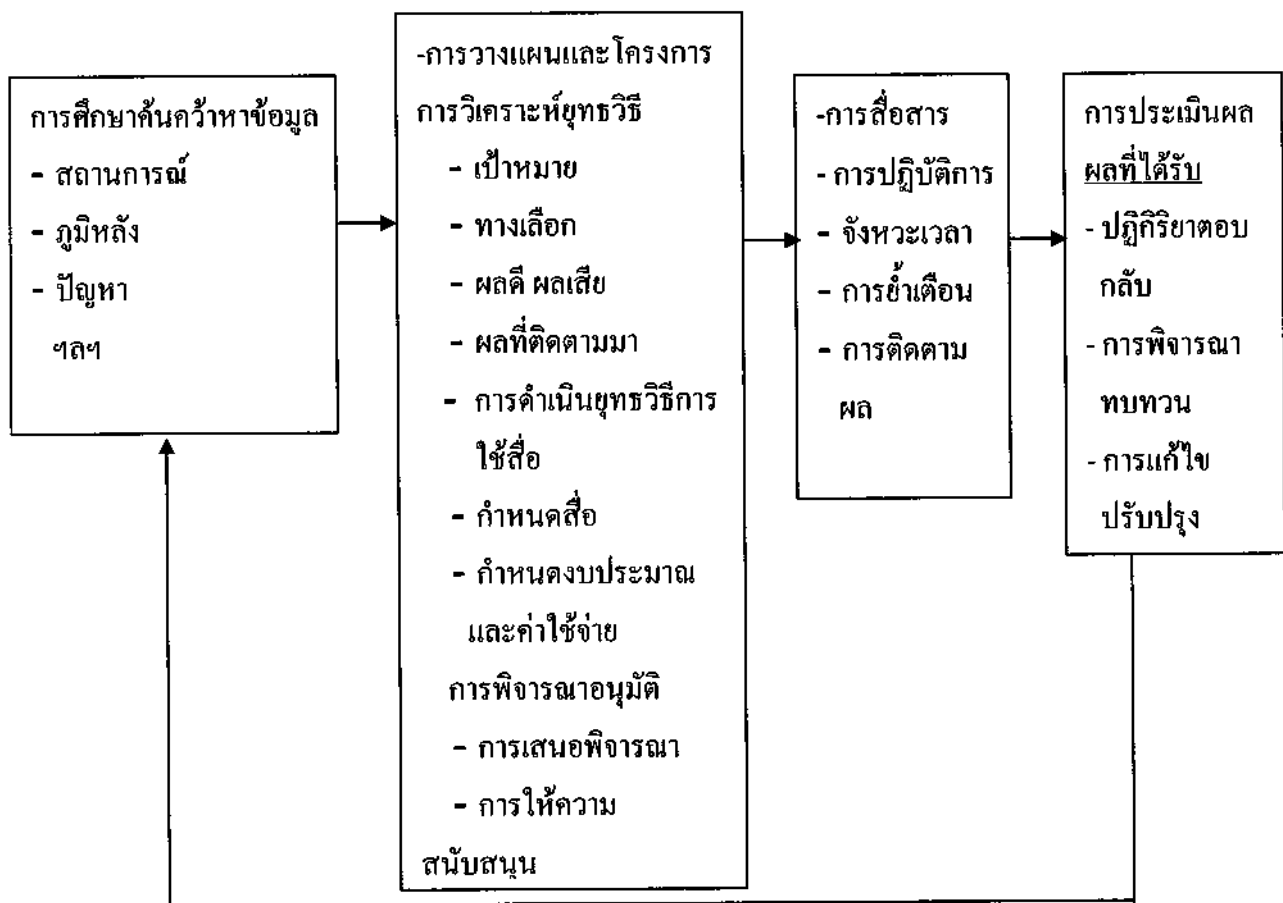
2. ขั้นตอนการวางแผนตัดสินใจ-เตรียมปฏิบัติงาน (Planning-Discision- Making) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการนำเอาข้อมูลที่ได้จากขั้นที่หนึ่งมาเป็นตัวกำหนดนโยบายและโครงการของสถาบันเพื่อประโยชน์ของทุก ๆ ฝ่าย

3. ขั้นตอนการติดต่อสื่อสาร-การปฏิบัติการ (Communication-Action) เป็นขั้นตอนของการเผยแพร่ข่าวสารนโยบายท่าที ตลอดจนความรู้สึกและข้อเท็จจริงต่าง ๆ ไปยังกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

/ 4. ขั้นตอนการประเมิน ...

4. ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายสำหรับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ในการประเมินผลโครงการต่าง ๆ ตลอดจนเทคนิคทั้งหลายที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อปรับปรุงแก้ไข ในกรณีที่ไม่ได้ผลดีตามคาดหวังหรือเป็นแนวทางปฏิบัติในงานประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ต่อไป

กระบวนการ และขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์



1. การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล และข้อเท็จจริงต่าง ๆ (Fact - Fincling) การศึกษาค้นคว้าข้อเท็จจริง ๆ ซึ่งเป็นงานวิจัยและรับฟังความคิดเห็นและเป็นขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขั้นแรก งานดังกล่าวอาจเป็นการ ค้นหารวบรวม เอกสาร ข่าวสาร หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ ที่อาจเป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน หรือผู้บริหารกระทรวงแรงงาน โดยการรวบรวมข้อมูลจากสภาพแวดล้อม หรือปฏิกริยาที่ประชาชน

/ ผู้เกี่ยวข้อง ...

ผู้เกี่ยวข้องแสดงออกหรือมีต่อหน่วยงาน ด้วยการตรวจสอบบทความหรือข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ที่ข่าวนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับกระทรวงฯ แล้วตัดข่าวนั้นเพื่อเก็บรวบรวมไว้ใช้ประโยชน์ในรายการที่นี้มีข่าวต่อไป

นอกจากนี้ ยังอาจใช้วิธีพบปะพูดคุยกับข้าราชการกระทรวงแรงงาน ประชาชนที่เป็นผู้นำความคิดเห็น หรือผู้นำทางประชามติ (Public Opinion Leader) และการสดับรับฟังความคิดเห็น จากบทความหรือบทวิจารณ์ทางวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ รวมทั้งตรวจสอบดูจากบทบรรณาธิการ บทวิจารณ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ หรือคอลัมน์ต่าง ๆ ที่เปิดโอกาสให้ประชาชน ถามคำถาม และแสดงความคิดเห็น ตลอดจนอาจศึกษา รวบรวมจากจดหมายที่แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ วิพากษ์วิจารณ์ คำชมต่าง ๆ ที่มีเข้ามายังกระทรวงแรงงาน ฯลฯ ซึ่งเป็นการวิจัยรับฟังความคิดเห็นอย่างไม่เป็นทางการ

สำหรับการวิจัยรับฟังความคิดเห็นอย่างเป็นทางการนั้น อาจจะใช้วิธีการสำรวจวิจัยประชามติ (Public Opinion Survey) จากกลุ่มประชาชนอย่างเป็นทางการ ด้วยวิธีใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งวิธีดังกล่าวเป็นวิธีที่ค่อนข้างยุ่งยาก สลับ ซับซ้อน และต้องอาศัยหลักวิชาการ ด้านการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และสถิติเข้าร่วมด้วย อย่างไรก็ตาม วิธีนี้มีแนวโน้มที่จะทำให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุด แม้จะสิ้นเปลืองเวลาและงบประมาณค่อนข้างสูงก็ตาม แต่กระทรวงแรงงานยังไม่ได้ดำเนินการเรื่องวิจัยด้านประชาสัมพันธ์แต่อย่างใด

สรุปแล้วงานในขั้นตอนนี้ ก็คือการถามตนเองว่า “ องค์กรของเรามีปัญหาอะไรบ้าง ” หรือ “ อะไรเป็นปัญหาสำหรับเรา ” ซึ่งโดยทั่วไปแล้วปัญหาต่าง ๆ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของ องค์กรสถาบันมักจะได้แก่ปัญหาต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสารหรือการเผยแพร่ข่าว
2. ปัญหาเกี่ยวกับการที่กลุ่มประชาชนไม่ให้ความร่วมมือหรือสนับสนุนต่อกระทรวงแรงงาน รวมทั้งความเฉยเมยต่อการดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานขององค์กร
3. ปัญหาเกี่ยวกับการที่ประชาชนเกิดความเข้าใจผิดต่อกระทรวงแรงงานรวมทั้งความเชื่อถือศรัทธา และไว้วางใจด้วย
4. ปัญหาเกี่ยวกับการที่ประชาชนมีปฏิกิริยาหรือทำที่ที่ขัดแย้งไม่เป็นมิตรรวมทั้งการต่อต้านนโยบายหรือการดำเนินงานของกระทรวงฯ ซึ่งปัญหานี้จะต้องศึกษา ดูให้คิดว่า การที่ประชาชนแสดงปฏิกิริยาต่อต้านนี้จะเป็นเพราะสาเหตุอะไร องค์กรมีนโยบายหรือการดำเนินงานที่สอดคล้องกับความคิดเห็น หรือความต้องการของประชาชนหรือไม่ เป็นต้น

/ 5. ปัญหา ...

5. ปัญหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของกระทรวงแรงงาน อันได้แก่ การที่ประชาชน มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อกระทรวงฯ มีภาพลักษณ์ที่เสื่อมเสียในสายตาของประชาชน ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้ย่อมมีผลต่อความนิยม หรือชื่อเสียงเกียรติคุณขององค์กรด้วยเสมอ

2. การวางแผน (Planning) คือ ขบวนการขั้นหนึ่งในการบริหารงานให้ลุล่วงตามวัตถุประสงค์ และนโยบายที่กำหนดไว้ แผนเป็นเรื่องเกี่ยวกับการใช้ความรู้ในทางวิทยาการและวิจารณ์ญาณวินิจฉัย เหตุการณ์ในอนาคตแล้วกำหนดวิธีการโดยถูกต้องและมีเหตุผล เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนเป็นไปได้โดยเรียบร้อยสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพที่สุด ฉะนั้นจึงเป็นเรื่องที่คิดถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นหรือหวังจะให้มีขึ้นในอนาคต การวางแผนจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่ต้องการจะมีขึ้น การกำหนดให้มีแผนเป็นการแสดงออกให้เห็นถึงอัจฉริยภาพของมนุษย์ที่ใช้ความพากเพียรให้พยายามปรับสิ่งแวดล้อม ให้เป็นประโยชน์แก่การดำรงชีวิต

ฉะนั้น การวางแผนจึงเป็นการกำหนดวิธีการปฏิบัติอย่างถูกต้องและมีเหตุผลเพื่อที่จะใช้เป็นแนวทาง ในการดำเนินงานตามแผน เพื่อให้งานของฝ่ายประสานสอดคล้องกันตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่ต้องการอย่างสมบูรณ์เรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ การวางแผนเป็นงานขั้นตอนที่ต่อจากการสำรวจ วิจัยค้นคว้าหาข้อมูล อันเป็นงานขั้นแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่างานในขั้นวางแผนนี้ เริ่มมีความยุ่งยากสลับซับซ้อนขึ้น เพราะเป็นงานที่ต้องใช้สติปัญญาความรอบคอบ ตลอดจนวิจารณ์ญาณในการกำหนดวางแผน รวมทั้งการใช้การตัดสินใจเข้าร่วมด้วย การวางแผนที่ดีย่อมต้องอาศัยข้อมูลที่ ใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุด และควรมีน้ำหนักพอที่จะเชื่อถือได้ ฉะนั้นงานในขั้นนี้จึงเป็นการนำเอา ข้อมูล ประชาคมติ ทศนคติ ความคิดเห็น ฯลฯ ที่ได้มาวิเคราะห์ตัดสินใจว่า อะไรเป็นสิ่งที่พึงแก้ไข และอะไรบ้างเป็นสิ่งที่พึงยึดถือปฏิบัติ เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาจัดตั้ง หรือกำหนดเป็นนโยบาย และโครงการขององค์การสถาบันต่อไป อันจะเป็นการช่วยให้องค์การสถาบันสามารถกำหนดหรือ วางนโยบายที่เป็นประโยชน์หรือเป็นผลดีต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย งานขั้นนี้จึงต้องอาศัยความสุจริตรอบคอบ เป็นพิเศษในการมองหรือพิจารณาปัญหาต่าง ๆ แล้วจึงทำการตัดสินใจกำหนดเป็นแผนขั้นในที่สุด

หลักในการวางแผนการประชาสัมพันธ์

การพิจารณาวางแผนนั้น มีหลักสำคัญ ๆ ดังต่อไปนี้คือ

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

/ 1. การกำหนด ...

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ จะต้องกำหนดหรือระบุไว้อย่างชัดเจนว่าเพื่ออะไรบ้าง เราต้องการสร้างสรรค์ความเข้าใจในสิ่งใดบ้าง หรือต้องการแก้ปัญหาใด เป็นต้น

2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย จะต้องระบุให้แน่ชัดว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร มีพื้นฐานการศึกษาหรือภูมิหลังอย่างไร รวมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ เช่น ฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมตลอดจนด้านจิตวิทยา เช่น ใครสามารถจะเป็นผู้นำความคิดเห็นมีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชนอีกต่อหนึ่ง

3. การกำหนดแนวหัวเรื่อง จะต้องกำหนดให้แน่นอนว่าแนวหัวข้อเรื่องนั้นจะเน้นไปทางใด ตลอดจนการกำหนดสัญลักษณ์หรือข้อความสั้น ๆ เป็นคำขวัญ ต่าง ๆ ที่จดจำได้ง่าย หรือดึงดูดความสนใจและเตือนใจได้ดี

4. การกำหนดช่วงระยะเวลา จะต้องมีการกำหนดช่วงระยะหรือจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น จะเริ่มทำการเผยแพร่ล่วงหน้า (Advanced publicity) เพื่อเป็นการอุ่นเครื่องหรือปูพื้นเสียก่อน เป็นการเรียกความสนใจและถึงวันรณรงค์เพื่อปฏิบัติงานอย่างเต็มที่เมื่อไร วันเวลาอะไร สิ่งเหล่านี้จะต้องกำหนดไว้ล่วงหน้าอย่างแน่ชัด

5. การกำหนดสื่อและเทคนิคต่าง ๆ จะต้องกำหนดลงไปว่าจะใช้สื่อหรือเครื่องมือใดบ้าง รวมทั้งจะใช้เทคนิคอื่น ๆ อะไรบ้างเข้าร่วมด้วย เป็นต้น

6. การกำหนดงบประมาณ จะต้องกำหนดงบประมาณที่จะใช้ในการดำเนินการให้ชัดเจน เพื่อมิให้เกิดปัญหาภายหลัง เช่น งบประมาณไม่พอ หรือต้องใช้จ่ายเกินงบประมาณไป ฯลฯ การกำหนดงบประมาณนี้ยังหมายรวมถึงกำลังบุคลากร ต่าง ๆ ที่จะใช้ในการดำเนินการด้วย

3. การติดต่อสื่อสาร

เมื่อมีการวางแผนที่จะดำเนินการเรียบร้อยแล้ว งานขั้นต่อไป ก็คือการติดต่อสื่อสารหรือการปฏิบัติการสื่อสารนั่นเองการดำเนินงานในขั้นนี้จึงเป็นการลงมือปฏิบัติการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินงานตามแผนหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ รวมทั้งการเลือกเครื่องมือและวิธีการสื่อสารเข้ามาช่วยดำเนินงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดอันจะทำให้การติดต่อสื่อสารจากองค์กรไปยังประชาชนเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ราบรื่น ประหยัด และสะดวกยิ่งขึ้น ในการปฏิบัติตามสื่อสารนี้จะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันการณ์ จึงจะได้ผลตอบสนองที่น่าพอใจ อนึ่ง การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง คือ องค์กรสถาบันสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชนแล้ว ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็น ปฏิกริยา ทำที่ ของประชาชนที่มีต่อข่าวสารนั้น หรือต่อองค์กรสถาบันด้วย

ประเภทของการติดต่อสื่อสาร

การติดต่อสื่อสารขององค์การอาจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การติดต่อสื่อสารภายใน (Internal Communication) หมายถึงการติดต่อสื่อสารภายในองค์การสถาบัน ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายในองค์การ บริษัท อันได้แก่พนักงานลูกจ้างภายในบริษัท ซึ่งนับว่าเป็นหลักสำคัญแห่งโครงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ มีตัวอย่าง ในอดีตที่ผ่านมาเจ้าของหน่วยงานธุรกิจขนาดเล็กต้องประสบกับการขยายตัวเติบโตอย่างมากภายในองค์การ กลายเป็นองค์การธุรกิจขนาดใหญ่เป็นเหตุให้การติดต่อสื่อสารอย่างใกล้ชิดระหว่างบริษัทกับพนักงานได้สูญสลายไป พนักงานลูกจ้างก็ไม่ได้รับทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวจากบริษัทเหมือนเช่นเดิม ทำให้เกิดการเข้าใจผิดกันขึ้นระหว่างบริษัทกับพนักงานลูกจ้าง และเกิดข่าวลือแพร่สะพัดออกไปในทางด้านที่ไม่เป็นมงคล ก่อให้เกิดขวัญเสียแก่พนักงานลูกจ้าง แม้ว่าข่าวลือในทางที่ไม่ว่าเป็นมงคลดังกล่าว เช่น เจ้าของบริษัทกำลังจะปิดโรงงานหรือเลิกกิจการ ฯลฯ จะไม่เป็นความจริงแต่ประการใดก็ตาม แต่ก็ทำให้พนักงานลูกจ้างที่มีฝีมือและเป็นคนดีอีกหลายคนเกิดความหวาดกลัว เขาจะต้องตกงาน ต่างก็พากันไปหางานทำยังบริษัทแห่งอื่น จนในที่สุดโรงงานแห่งนี้ก็ต้องปิดไปโดยปริยาย และหน่วยงานธุรกิจแห่งนี้ก็ต้องเลิกสัมกิจการไป นี่เป็นกรณีตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความล้มเหลว ในการติดต่อสื่อสารภายในหน่วยงาน ซึ่งปัญหายุ่งยากเหล่านี้ น่าจะหลีกเลี่ยงได้โดยการ จัดให้มีการติดต่อสื่อสารภายในองค์การที่มีประสิทธิภาพ

2. การติดต่อสื่อสารภายนอก (External Communication) การติดต่อสื่อสารภายนอกองค์การก็เช่นกันบ่อยครั้งที่ฝ่ายบริหารของบริษัทต้องเผชิญปัญหายุ่งยากในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มประชาชนภายนอกในลักษณะที่คล้ายคลึงกับปัญหาของการติดต่อสื่อสารภายในองค์การดังได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว อนึ่ง การเพิ่มจำนวนของประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ความสลับซับซ้อนของสังคมได้ก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ในด้านการติดต่อสื่อสารเพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัว นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายในการจ้างสื่อมวลชนต่าง ๆ ให้เผยแพร่ข่าวสารสู่ประชาชนภายนอกก็มีราคาแพงมากขึ้น จนบริษัทธุรกิจหลายแห่งไม่สามารถที่จะใช้เครื่องมือสื่อมวลชนหลาย ๆ ประเภทในการเข้าถึงประชาชนภายนอกได้ถึงเหล่านี้ย่อมเป็นอุปสรรคสกัดกั้นให้การติดต่อสื่อสารภายนอกขององค์การดำเนินไปได้ไม่เต็มที่ บริษัทหลายแห่งได้ใช้วิธีเลี่ยงจากการสื่อสารด้วยสื่อมวลชนหลาย ๆ ประเภทซึ่งทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณมากมาย ใช้วิธีการติดต่อสื่อสารกับประชาชนภายนอกองค์การด้วยสิ่งพิมพ์ของบริษัท เป็นการทุนค่าใช้จ่ายได้มากพอสมควร เช่น ออกวารสาร จุลสารต่าง ๆ ของบริษัท รวมทั้งปรับปรุงเทคนิคการสื่อสารต่าง ๆ

/ ภายนอก ...

ภายนอกองค์การให้ดีขึ้น นอกจากนี้ก็ยังใช้วิธีบอกกล่าวชี้แจงข่าวสารขององค์การ รวมทั้งนโยบายและการดำเนินงานขององค์การให้บรรดาพนักงานลูกจ้างได้ทราบและเข้าใจเป็นอย่างดี เพื่อให้พนักงานลูกจ้างเหล่านี้ สามารถแพร่กระจายข่าวสารดังกล่าวไปยังกลุ่มประชาชนต่าง ๆ ภายนอกองค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกต่อหนึ่งด้วย

สื่อเสียงตามสาย (Line Audio)

ประกอบด้วยเสาสำหรับติดตั้งลำโพงเป็นแนวให้เข้าไปในกลุ่มผู้ฟังหลายจุด โดยจุดหรือเสาที่ติดตั้งแต่ละต้นต้องไม่สูงนักนิยมติดลำโพง 1-2 ตัว เพื่อหันไปในทิศทางของผู้ฟังเหมาะสำหรับหมู่บ้านที่อยู่กระจัดกระจายที่อยู่ห่างออกไปเป็นกลุ่ม ๆ ต้องต่อสายลำโพงยาวมาจากสถานที่ติดตั้งเครื่องเสียงไปยังเสาลำโพงที่อยู่ใกล้และต่อพ่วงไปเรื่อย ๆ จนถึงเสาต้นสุดท้ายสามารถลดความดังลงให้พอเหมาะได้ โดยไม่ก่อให้เกิดความรำคาญ ต้องให้ช่างผู้ชำนาญเป็นผู้ดำเนินการ เพราะต้องติดตั้งอุปกรณ์เพิ่มเติมกับลำโพงแต่ละตัว เครื่องขยายเสียงที่ใช้ต้องเป็นแบบที่มีขั้วต่อลำโพงสำหรับเสียงตามสาย

สื่อเสียงตามสาย เป็นสื่อกระจายเสียงที่ต้องสร้างภาพด้วยเสียง เช่น เสียงพูด เสียงดนตรี และเสียงประกอบให้เป็นสื่อกระจายเสียงขึ้นจากเสียงที่เข้ามาได้ยินผ่านจากลำโพงของเครื่องรับภาพที่เขาวาดขึ้นในใจนั้นจะสวยงาม ชัดเจน แจ่มใสเพียงไรขึ้นอยู่กับเสียงต่าง ๆ ที่เข้าได้ยินเพียงเสียงเพียงอย่างเดียว สื่อกระจายเสียงมีข้อจำกัดคือได้ยินเพียงเสียงไม่มีภาพ เป็นสื่อที่ต้องใช้จินตนาการอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้จัดรายการสามารถสร้างจินตนาการให้ผู้ฟังได้โดยไม่มีขอบเขตจำกัดสามารถนำพาผู้ฟังให้นึกฝันไปตามสถานที่ต่างๆ ได้อย่างกว้างใหญ่ไพศาลโดยใช้คำพูด เสียงดนตรี และเสียงประกอบที่เหมาะสม

สื่อเสียงตามสายมีข้อจำกัดเรื่องเวลา ผู้จัดรายการไม่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้ละเอียดในระยะเวลา 45 นาที ซึ่งแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อไม่คงที่มีการเปลี่ยนแปลงรายการไปตามเวลาถ้าผู้ฟังพลาดโอกาสฟังรายการตามเวลานั้นก็เสียโอกาสในการรับสารไปด้วยไม่สามารถย้อนกลับมาฟังใหม่ได้นอกจากนำเรื่องนั้นมาเสนอซ้ำในวันหลัง ผู้ฟังสื่อนี้สามารถฟังรายการไปในขณะที่ทำงานหรือกิจกรรมอื่นควบคู่ไปได้ ดังนั้นผู้ดำเนินรายการเสียงตามสายจึงต้องเลือกเรื่อง เลือกเสียง และเลือกรูปแบบรายการให้ถูกต้องและเหมาะสม

การใช้สื่อเสียงตามสายในการประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีการเผยแพร่ที่ต่อเนื่อง และสร้างให้เป็นที่ยึดมั่นเคยกับผู้ฟังได้ดี เป็นวิธีที่ได้ผลในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กรให้ผู้ฟังในกระทรวงแรงงานได้รับทราบข่าวสาร ประกาศ ความรู้ ในเวลาที่จำกัด รวดเร็ว ประหยัดเวลา และงบประมาณ

/ กระทรวงแรงงาน ...

กระทรวงแรงงานกับสื่อเสียงตามสาย

เป้าหมายหลักของการจัดรายการเสียงตามสายของกระทรวงแรงงาน คือ การนำเสนอข้อมูลและข่าวสารด้านแรงงาน และอื่นๆ เช่น ด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของข้าราชการในสังกัดหน่วยงานของกระทรวงแรงงาน ซึ่งส่วนใหญ่ทำงานอยู่ภายในอาคารกระทรวงแรงงาน ประกอบด้วยสำนักงานปลัดกระทรวง แรง การจัดทำงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 3 จัดเป็นระบบกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในลักษณะประจำเป็นเครื่องมือที่ใกล้ชิดกลุ่มผู้ฟังมากที่สุดจะเห็นได้ว่าผู้ใช้สื่อเสียงตามสายสามารถผลิตข้อมูลข่าวสารตรงกับปัญหาและความต้องการของกลุ่มผู้ฟังในกระทรวงแรงงานได้ถูกต้อง หากผู้ผลิตรายการมีประสบการณ์ และความรู้เพียงพอรวมทั้งสามารถประกาศประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ทันที เช่น กิจกรรมของกระทรวงแรงงานตลอดจนงานบุญงานกุศลตลาดนัด เหตุการณ์เหตุร้ายและภัยพิบัติต่างๆ เป็นต้น

รูปแบบรายการต่างๆ สำหรับเผยแพร่เสียงตามสาย

ในที่นี้ขอแนะนำรูปแบบของรายการที่เหมาะสม ในการเผยแพร่เสียงตามสาย 6 รูปแบบดังนี้

- รายการข่าว เป็นรายการที่ให้ข่าวสาร ความรู้ ความเคลื่อนไหวต่างๆ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สุขภาพอนามัย โดยเฉพาะเรื่องที่อยู่ใกล้ตัวของผู้รับฟัง ลักษณะของข่าวที่คืนนั้นต้องสั้นจุกง่ายและใกล้ตัว โดยมีหลัก “ใคร ทำอะไร ที่ไหน กับใคร เมื่อไหร่ และอย่างไร”
- รายการสัมภาษณ์ ในการสัมภาษณ์สด คือการเชิญผู้ให้สัมภาษณ์มาออกอากาศสด ๆ โดยมีการเขียนบทรวๆไว้ก่อน แล้วดำเนินการสัมภาษณ์ในช่วงเวลาออกอากาศ ในการสัมภาษณ์นี้ควรจะเป็นเรื่องที่น่าสนใจเกี่ยวกับงานและอาชีพ การศึกษา หรือสุขภาพ ฯลฯ
- รายการสัมภาษณ์บันทึกเทป สัมภาษณ์บันทึกเสียงไว้แล้วนำมาออกอากาศ จะสะดวกในแง่ของความถูกต้อง สามารถตัดต่อได้ก่อนออกอากาศจริง

ในการสัมภาษณ์นั้นมีหลักอยู่ว่า

ใครเป็นผู้ให้สัมภาษณ์

ใครเป็นผู้สัมภาษณ์

สัมภาษณ์เรื่องอะไร

จะต้องมีบทหรือไม่ ถ้าไม่มีควรกำหนดหัวข้อเรื่องไว้ให้ชัดเจนก่อน และผู้ให้สัมภาษณ์จะต้องมีความคล่องตัวพอสมควร คือ กล้าพูด กล้าแสดงออกพูดตามไม่ติดขัด มีการสรุปหรือย่อใจ ความสำคัญในเรื่องที่ทำการสัมภาษณ์

/ 4. รายการสนทนา ...

- รายการสนทนา ในการสนทนานั้น อาจเชิญมาได้หลายคนพร้อมกัน แต่มีหลักอยู่ว่าทุกคนที่จะสนทนาร่วมกันนั้น จะต้องความรู้ในเรื่องที่จะสนทนานั้นใกล้เคียงกัน และต้องมีการแนะนำผู้ร่วมรายการสนทนาทุกคนประโยชน์ในการสนทนาของแต่ละคนไม่ควรยาวเกินไป หากไม่มีบทสนทนาผู้ดำเนินรายการจะต้องดำเนินรายการให้กระชับ เข้าใจได้ง่าย (ควรมีการซักซ้อมก่อน)

- รายการบทความ การเขียนบทความเพื่อออกอากาศทางหอกระจายข่าวและเสียงตามสาย ต้องเขียนให้เป็นภาษาพูด มีส่วนที่เป็นบทนำ เนื้อเรื่อง และสรุป มีความยาวตั้งแต่ 5 - 10 นาที อาจมีดนตรีหรือเพลงสลับต้นรายการ มีการขำจุกหรือประเด็นสำคัญที่ต้องการให้ผู้ฟังทราบ และเนื้อหาจะต้องมีความชัดเจนและถูกต้อง

- รายการพูดคุยกับผู้ฟัง การผลิตรายการพูดคุยทางหอกระจายข่าว และเสียงตามสายสามารถทำได้ดีถ้าหากผู้ดำเนินรายการมีพรสวรรค์ในด้านนี้ โดยการนำเอาสาระต่าง ๆ ข่าวคราวความเคลื่อนไหว เรื่องสัพเพเหระต่างๆมาผลิตรายการ โดยยึดหลักให้ความรู้ ความบันเทิง เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง

4. การประเมินผล การประชาสัมพันธ์ ซึ่งเรากำลังปฏิบัติกันในปัจจุบัน โดยส่วนรวมแล้วยังทำกันไม่ถูกต้องตรงตามหลักการ อีกทั้งยังขาดการเหลียวแลเอาใจใส่อย่างจริงจังจากผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงาน จึงมีการปฏิบัติกันไปอย่างผิดพลาดและปราศจากความเข้าใจถึงลักษณะที่แท้จริงของงานในทางปฏิบัติทำกันอยู่ทุกวันนี้ จึงยังอาจห่างไกลจากลักษณะและความหมายที่แท้จริงของงาน อันได้แก่ความไม่เข้าใจในความหมายของงานประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ วิธีการ หลักการ ฯลฯ เหล่านี้ล้วนเป็นจุดอ่อนของการประชาสัมพันธ์ที่จะต้องหาทางขจัด และแก้ไขให้หมดสิ้นไปอย่างรีบด่วน จะเห็นได้ว่างานทุกประเภทย่อมต้องมีจุดอ่อนในตัวมันแฝงอยู่เสมอซึ่งถ้าค้นคว้าให้ดีก็จะพบได้โดยไม่ยาก แต่ข้อสำคัญ อยู่ที่ว่าเราอยากจะทำจุดอ่อนเหล่านั้นหรือไม่

สำหรับในด้านการวิจัยและประเมินผลก็เช่นกัน เรายังมีการดำเนินงานในด้านนี้น้อยมาก ซึ่งการวิจัยนี้อาจเป็นการวิจัยที่เราทำขึ้นก่อนที่จะนำมาจัดตั้งเป็นนโยบายหรือแผนการของเรา หรืออาจวิจัยเพื่อประเมินผลว่าที่เราทำการประชาสัมพันธ์ไปตามแผนนั้นสำเร็จมากน้อยเพียงใด ทักษะคติ และท่าทีของประชาชนเป็นอย่างไร เพื่อที่เราจะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมและดียิ่งขึ้น สำหรับงานคราวต่อไป กล่าวได้อีกนัยหนึ่งคือการวิจัยทางการประชาสัมพันธ์นั้นเราทำขึ้นเพื่อ

ก. สำรวจสภาพของกลุ่มชน ในด้าน จำนวน เชื้อชาติ ศาสนา สถานะทางเศรษฐกิจ สถานะทางการเมือง วัฒนธรรม ตลอดจนสภาพอื่น ๆ อันเป็นส่วนประกอบแห่งบุคลิก ลักษณะของกลุ่มชนนั้น ๆ

ข. ค้นหาท่าทีและความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อนโยบาย การบริหาร ตลอดจนกิจการงานของสถาบัน

/ก. ทำนาย ...

ค. ทำนายล่วงหน้าถึงท่าทีของประชาชน อันจะเกิดปฏิกิริยาต่อนโยบายที่สถาบันจะนำออกใช้ แล้วนำมาประกอบพิจารณาแก่ผู้บริหารของสถาบัน ต่อปัญหาหนึ่งปัญหาใดนั้น

ง. ค้นหาความเข้าใจผิดหรือความคิดที่ประชาชนมีต่อสถาบัน ตลอดจนสืบหาข้อกระทบกระเทือนที่ก่อกวนความเชื่อมั่นซึ่งประชาชนมีต่อสถาบัน เพื่อหาทางแก้ไขความเข้าใจผิดและลบล้างข้อกระทบกระเทือนใจใด ๆ ที่มีอยู่ให้หมดสิ้นไป

จ. ดูปฏิกิริยาที่ประชาชนที่มีต่อสถาบัน เมื่อมีสถานการณ์อันใดอันหนึ่งเกิดขึ้น

3.5 การเลือกใช้สื่อและเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

การเลือกใช้สื่อเป็นกลยุทธ์ของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะเข้าถึงประชาชนเป้าหมาย เมื่อทราบว่ากลุ่มเป้าหมายคือใครแล้ว การหาวิธีการและการวางแผนการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกใช้สื่อ โดยเฉพาะในกรณีที่ต้องซื้อสื่อ ผู้วางแผนต้องคำนึงถึงความครอบคลุม (COVERAGE) หรือจากที่สื่อ่นั้นสามารถเข้าถึงประชาชนได้มากน้อยเพียงใด โดยอาจจะพิจารณาจากยอดจำหน่าย หรือจากบทบรรณาธิการว่ามีลักษณะและคุณภาพน่าเชื่อถือ น่าอ่านเพียงใด

ความครอบคลุมนี้ หมายถึง การสื่อสารเข้าถึงประชาชนเป้าหมาย ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ณ ช่วงเวลาที่กำหนดไว้ ประชาชนเป้าหมายควรมีโอกาสรับฟัง ข่าวสารอย่างน้อยหนึ่งครั้ง โดยทั่วไปจะกำหนดระยะเวลาประมาณ 4 สัปดาห์ นอกจาก คำนึงถึงความครอบคลุมของการเลือกใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ข่าวสารออกไปแล้วยังต้องคำนึงถึงความบ่อยครั้ง หรือความถี่ (FREQUENCY) หมายถึง จำนวนครั้งภายในระยะเวลาที่กำหนดที่ประชาชนได้รับฟังข่าวสารนั้น (อย่างน้อยในช่วงระยะ 4 สัปดาห์) และสิ่งที่สำคัญที่ต้องพิจารณาคือ ความต่อเนื่อง (CONTINUITY) ความต่อเนื่องหมายถึง การใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารออกไปในช่วงระยะเวลาที่กำหนดไว้ (เช่น ในช่วงของการณรงค์)ว่าจะใช้ระยะเวลาานเท่าใด ซึ่งบางครั้งอาจใช้ฤดูกาลเทศกาลหรือวันสำคัญทางประเพณีเป็นเครื่องช่วยในการพิจารณาตัดสินใจว่าจะใช้สื่อให้มีความต่อเนื่องอย่างไร นอกจากนี้ที่กล่าวมาแล้ว ควรพิจารณาด้วยว่า จะใช้สื่อตัวใด เนื่องจากสื่อ ชนิดเดียวกัน มีความหลากหลายในเนื้อหา รูปแบบ กลุ่มเป้าหมาย หรือสื่อวิทยุ ซึ่งมีหลายสถานีที่ทำการกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีรายการในช่วงเวลาต่าง ๆ มากมาย แต่ละรายการอาจมีความหมายแตกต่างในด้านกลุ่มเป้าหมาย

/ คือ ผู้อ่าน ...

คือ ผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม อันมีผลต่อการจัดเนื้อหาในรูปแบบการนำเสนอเพื่อออกอากาศเผยแพร่ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ ด้วยเหตุนี้การเลือกใช้สื่อจึงต้องมีความพิถีพิถันพอสมควร เพื่อให้การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์นั้นได้ผลมากที่สุด หรือมีประสิทธิภาพมากที่สุดด้วย

สื่อในการประชาสัมพันธ์มีหลายสื่อเช่น “บุคคล” นับว่าเป็นสื่อเรียกว่าสื่อบุคคลในสังคมไทย สื่อบุคคล นับว่ามีความสำคัญมากต่อการโน้มน้าวทัศนคติของบุคคล ไปจนถึงขั้นการยอมรับความคิดใหม่ สื่อบุคคลที่สำคัญ คือ ผู้นำความคิดซึ่งที่ทราบกันดีอยู่แล้วอยู่ ผู้นำความคิดมีโอกาสของการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น และสังคมภายนอกมากกว่าผู้อื่นเพราะฉะนั้นโอกาสที่จะรู้มาก เห็นมากและมีประสบการณ์ย่อมมีมากกว่า จึงเป็นโอกาสที่ผู้นำความคิดจะได้มีการถ่ายทอดความคิดใหม่พร้อมๆกับถ่ายทอด ทัศนคติของตนเองต่อเรื่องราวนั้น อันมีผลต่อการเปลี่ยนแปลง และปฏิกริยาสะท้อนกลับของผู้ฟังอื่น นอกจากสื่อบุคคลยังมีสื่อมวลชนอื่น เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสาร วารสารต่าง ๆ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และหน่วยเคลื่อนที่จากบรรดาสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ผู้วางแผนการประชาสัมพันธ์จะต้องเข้าใจกลไกการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมตามโอกาสและช่วงเวลาที่เอื้ออำนวย ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพผลมากที่สุด นอกจากการเข้าใจการเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆแล้ว ในการเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายด้วยการเยี่ยมเยียน และเข้าถึงตัวบุคคลที่ต้องการจะติดต่อประชาสัมพันธ์ด้วย ก็เป็นวิธีหนึ่งที่มีประสิทธิภาพและนิยมกระทำกันมาก ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน เช่น นักการเมือง ในช่วงของการหาเสียงเลือกตั้งจากประชาชน นอกจากจะมีการกล่าวปราศรัยแล้ว ยังมีการออกหาเสียงโดยการเยี่ยมเยียนชาวบ้านโดยแวะพูดคุยกับประชาชน ถึงบ้านของชาวบ้านในละแวกที่ตัวเองต้องการหาเสียงสนับสนุนอีกวิธีหนึ่งในการเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายก็คือการสาธิตซึ่งเป็นการนำมาแสดงให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้เห็นประจักษ์ด้วยตนเอง ดังคำพังเพยที่ว่า “ ลิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น ลิบตาเห็นไม่เท่ามือคลำ ” ปัจจุบันการสาธิตเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การตลาด และการให้การศึกษา การสาธิต จึงนับว่าเป็นวิธีการที่ดีเพราะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายได้มีประสบการณ์ด้วยตนเองได้สัมผัสจับต้องเป็นการเพิ่มโอกาสของการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์การหน่วยงานกับประชาชนได้มากขึ้น

ศิลปะในการเลือกใช้สื่ออย่างหนึ่ง คือการเข้าใจและเข้าถึงคุณสมบัติหรือความสามารถของสื่อที่จะมีผลกระทบต่อกลุ่มประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจในตัวสื่อที่จะมีผลความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของประชาชน จึงแบ่งสื่อต่าง ๆ ที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ ออกเป็น 2 ประเภท

/ 1.) สื่อที่ ...

1.) สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถควบคุมได้ ซึ่งมีลักษณะดังนี้

1.1 สามารถควบคุมได้ทั้งการผลิต (เนื้อหา, สาร, วิธีการนำเสนอ, รูปแบบ, เทคนิค ฯลฯ) และช่องทางการส่งสาร (ถึงใคร เมื่อไร ความถี่หรือจำนวนเท่าใด)

1.2 สื่อมวลชนที่นักประชาสัมพันธ์ซื้อเนื้อที่ หรือ เวลาเพื่อเผยแพร่ ข่าวสาร สารที่ต้องการหรืออาจเป็นข้อตกลงกับสื่อมวลชนที่ให้เนื้อที่หรือเวลาเพื่อเผยแพร่แทนการจ่ายเงิน

2.) สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ไม่สามารถควบคุมได้ โดยมากมักจะเป็นสื่อมวลชนที่นักประชาสัมพันธ์ ขอความร่วมมือให้เผยแพร่ข่าวสารซึ่งปกติจะมีความเป็นอิสระมีดุลพินิจเป็นของตัวเองที่จะพิจารณา อะไรน่าเป็นข่าวได้ หรือเป็นข่าวที่ดีน่าสนใจแก่สาธารณชน สมควรที่จะเผยแพร่ต่อไปหรือไม่

นักประชาสัมพันธ์ต้องรู้จักการเลือกใช้สื่อให้ถูกต้องเหมาะสม พยายามใช้ทั้งสื่อที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้ประสมประสานกัน เพราะหากสื่อทั้งสองทำงานอย่างสอดคล้องตรงกันจะเป็นการเพิ่มความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้แก่ประชาชน

“ข้อแตกต่างของสื่อที่ควบคุมได้และสื่อที่ควบคุมไม่ได้”

ควบคุมได้	ควบคุมไม่ได้
1. สามารถกำหนดให้เป็นไปตามแผน	1. ไม่สามารถควบคุมได้ทุกขั้นตอน
2. ครอบคลุมพื้นที่ได้มาก-น้อยขึ้นอยู่กับ งบประมาณของการใช้สื่อ	2. ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับตัวผู้บริหารสื่อ
3. เนื้อหาสาระสามารถกำหนดได้ตามทิศทางที่องค์กรต้องการ	3. เนื้อหาสาระขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ผลิตสื่อ ความสนใจของประชาชน
4. ค่าใช้จ่ายสูงกว่า	4. ประหยัดกว่า เพราะเกิดจากความสัมพันธ์ ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ
5. ความน่าเชื่อถือมีน้อยกว่าและต้องใช้เทคนิคการนำเสนอที่พิถีพิถัน	5. ความน่าเชื่อถือมีมากกว่า และขึ้นอยู่กับตัวของสื่อ โดยไม่ต้องอาศัยเทคนิคความพิถีพิถัน ของแหล่งข่าว
6. ได้เปรียบในด้านการเผยแพร่	6. ได้เปรียบในแง่การสร้างความสำเร็จ

/3.6 สื่อประเภท ...

3.6 สื่อประเภทต่างๆ ที่นักประชาสัมพันธ์ควรรักษาเพื่อนำมาพิจารณาใช้เพื่องานประชาสัมพันธ์

1. การพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์บางอย่าง ต้องใช้งบประมาณลงทุนมากมาย แต่ถ้าใช้คำพูดให้ได้ผลก็ประหยัดค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างดี

การพูดหรือการใช้คำพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น จะว่าไปแล้วใครๆก็พูดกันได้ และพูดมาแล้วตั้งแต่โบราณ นักประชาสัมพันธ์มีโอกาสดำเนินการใช้การพูดทั้งในการติดต่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก และประชาสัมพันธ์ภายใน สื่อต่าง ๆ อาจ ต้องใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายสูง แต่ถ้าพูดได้ดีให้คนเข้าใจประทับใจได้ก็เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายอีกมาก

- เมื่อการแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน เพื่อเผยแพร่ข่าวสารทางสื่อมวลชน เราจะต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการพูดเพื่อให้เกิดความเข้าใจ

- โอกาสที่นักประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นต้องพูด เช่น การประชุมเจ้าหน้าที่ ลูกจ้าง สมาชิก การประชุมผู้นำชุมชน การอภิปรายกลุ่ม การอภิปรายตอบปัญหา การสนทนาพบปะกับคนทั่วไปอย่างไม่เป็นทางการ และแสดงการสาธิตในงานนิทรรศการ การพูดทางวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ การบรรยายสรุปสำหรับผู้มาศึกษาดูงานขององค์การ การประชุมเชิงปฏิบัติการ ตลอดจนการพูดในที่ชุมชน เป็นต้น การพูดแบบนักประชาสัมพันธ์ จะต้อง “ไม่พูดทุกอย่างที่รู้ แต่จะมีการกลั่นกรองก่อนว่าจะไรควรพูดหรือไม่ควรพูด

- สิ่งที่สำคัญคือผู้พูดต้องมีความรู้จริงในเรื่องที่จะพูด จะต้องมีการเตรียมการพูดมีการศึกษาค้นคว้า เพราะถ้าไม่รู้จริงแล้วจะเป็นการทำลายศรัทธาหรือความเชื่อถือของประชาชน ดังนั้นจึงต้องมีการศึกษาค้นคว้า ในรายละเอียดต่าง ๆ และมีการเตรียมตัวพูดมีหลักฐานข้อมูลต่าง ๆ มีการยกตัวอย่างให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น มีการ จูงใจหรือพูดโน้มน้าวใจผู้ฟัง

- คนที่พูดเป็นข้อมสร้างเสน่ห์ให้แก่ตนเองอยู่เสมอไม่ว่าจะอยู่ในกลุ่ม คนหมู่มากก็ตาม จะมีคนนิยมยกย่องชมเชย ใคร ๆ ก็อยากจะติดต่อหรือทำธุรกิจด้วย

- การพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักสำหรับผู้ที่ไม่คุ้นเคยในการพูด และไม่ค่อยมีโอกาสพบปะคุ้นเคยกับการพูดในที่ชุมชน

คุณพร้อมหรือยังที่จะพูดให้คนอื่นเข้าใจ รักคุณ ตลอดจนรักหน่วยงานของคุณ โดยเฉพาะคนที่ทำหน้าที่ติดต่อกับประชาชนที่เรียกตนเองว่า “นักประชาสัมพันธ์”

2. ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความสามารถในการเขียน ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญที่ทำให้งานประชาสัมพันธ์ดำเนินการติดต่อส่งข่าวสารกับสื่อมวลชน ทั้งทางหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และโทรทัศน์

/ พยายาม ...

✎ พยายามหลีกเลี่ยงการเขียนข่าวแบบเชียร์หน่วยงานของตนเองเป็นหลัก เพราะนักหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะมีนโยบายของการเสนอข่าวอยู่แล้วทำให้ประชา-สัมพันธ์หรือ ประเภท “ข่าวแจก” ไม่ได้ได้รับความสนใจเท่าที่ควร แม้จะได้รับความสนใจแต่นักนสพ. จะทำการแก้ไขสำนวนแบบราชการให้เป็นแบบหนังสือพิมพ์ที่เขาสังกัดอยู่

✎ จุดอ่อนของผู้ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่มักไม่ประสบผลสำเร็จมักจะเป็นผู้มองไม่เห็นข่าวในหน่วยงานของตน มองไม่เห็นความเคลื่อนไหวหรือความก้าวหน้าในหน่วยงานของตนที่จะนำมาเขียนเป็นข่าว จึงมิได้มีการเสนอข่าวหรือออกข่าวประกอบกับไม่ถนัดในการเขียนข่าว

✎ นักประชาสัมพันธ์ที่คิดสามารถที่จะเขียน หรือบอกได้เลยว่าหน่วยงานมีอะไรที่ประชาชนสนใจและน่าจะเขียนเป็นข่าวให้ประชาชนทราบ

เทคนิคการเขียนข่าว เพื่องานประชาสัมพันธ์

► พิจารณาดูให้ดีว่าเขียนไปลงหนังสือพิมพ์อะไร ลีลาการเขียนข่าวของ นสพ. นั้นเป็นอย่างไร การรู้นโยบายและการทำงานของ นสพ.ทำให้ข่าวเขียนส่งไปได้มีโอกาสพิมพ์เผยแพร่มากขึ้น

► พิจารณาเนื้อหาในข่าวว่าเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน และมีข้อมูลเพียงพอหรือไม่

► อย่าเขียนเชียร์หน่วยงานจนเกินไป เพราะหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะเฟื่องถึงข่าวประชาสัมพันธ์มากกว่าข่าวอย่างอื่น เพราะอาจจะทำให้ผู้อ่านคิดได้ว่าหนังสือพิมพ์นั้นมีผลประโยชน์อะไรจึงเชียร์หน่วยงานนั้น “ข่าวแจก” ที่เขียนเชียร์หน่วยงานตนเองมาก ๆ จึงมักถูกละเลยไม่ให้ความสนใจจากสำนักพิมพ์ที่ส่งไป

► แยกแยะให้ได้ว่าอะไรเป็นข่าว และอะไรไม่เป็นข่าว โดยมีวิธีการเขียนข่าวที่ดีมีเนื้อหาสาระที่ขยับย่อเข้าใจง่ายส่งตรงเวลาไม่เป็นข่าวล้าเป็นข่าวที่มีประโยชน์ต่อชุมชนนั้น ๆ หรือประชาชนทั่วไป

► ข่าวที่เขียนอย่างถูกต้องตามหลักวิธีจะทำให้การอ่านสะดวกยิ่งขึ้น ทำให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น จัดหน้าง่ายขึ้น เริ่มต้นเนื้อหาข่าว ควรมีวรรคนำ ว่าใคร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร ทำไม พยายามให้มีรายละเอียดที่จำเป็นหรือความสำคัญก่อนหลัง ในรูปปิรามิดหัวคว่ำ และต้องมีกระดาศข่าว ระบุชื่อหน่วยงานซึ่งจำเป็นต้องใช้มาก

- ข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ทางเสียงตามสายเป็นการเสนอข่าวสั้น แต่ได้สาระ โดยการตัดสำนวนยื่นยื้อไว้สาระออกไปให้มีจำนวนข่าวมากขึ้น หรือ จัดรายการในลักษณะสัมภาษณ์, การอภิปราย โดยศึกษากลุ่มผู้ฟัง หรือฟังเสียงติชมรายการอยู่เสมอ

- นักประชาสัมพันธ์ ควรศึกษารายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ มาศึกษาในแต่ละวันว่ารายการของเราจะเสนอได้ตอนใด สถานีอะไร การจัดรายการแต่ละครั้งแต่ละวัน ต้องพยายามทำอย่างสุดฝีมือ

- ต้องศึกษาว่าผู้ฟังรายการส่วนมากเป็นใคร เช่นเป็นข้าราชการ มีความต้องการฟังรายการอย่างไร โดยอาจสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง
- นักประชาสัมพันธ์ ต้องพิจารณาว่ารายการใดและประเภทใดที่จะได้รับจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
- การเสนอข่าวหรือเรื่องราวทั่วไปของประเทศ มักจะเป็นรายการของสถานีวิทยุและโทรทัศน์โดยทั่ว ๆ ไป แต่ถ้าเสนอเรื่องราวหรือปัญหาเฉพาะของกระทรวงแรงงานจะน่าสนใจ และผู้ฟังในกระทรวงแรงงานได้รับประโยชน์มากกว่า

การเขียนข่าว สำหรับวิทยุกระจายเสียงหรือเสียงตามสายควรเขียนให้ลักษณะย่อกระชับอย่าให้เหมือนกับการอ่านหนังสือพิมพ์ให้คนฟัง เพราะคอลัมน์ของหนังสือพิมพ์ จัดเป็นคนละแบบกันกับการเขียนข่าวทางวิทยุโทรทัศน์ ความรวดเร็วและความใหม่ของข่าว ก็เป็นเรื่องสำคัญ ข่าวล่าช้าหรือเป็นข่าวเรื่องราวตามหลังหนังสือพิมพ์จะไม่ได้ได้รับความสนใจ ควรเขียนในลักษณะเดียวกับการพูด คิดว่าจะพูดอย่างไร ก็เขียนออกไปอย่างนั้น ให้มีลักษณะการสนทนาพูดคุยกับผู้ฟัง อย่าให้เป็นลักษณะการอ่าน หรือมีสำนวนเป็นภาษาเขียน แต่ควรเขียนให้เป็นสำนวนการพูด ใช้ภาษาที่ฟังเข้าใจง่าย ไม่จำเป็นไม่ควรใช้ศัพท์ทางวิชาการเกินไปจะทำให้เบื่อหน่ายได้ง่าย

3.7 การฝึกตนเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้ประกาศวิทยุกระจายเสียง / เสียงตามสาย

การพูดการอ่านให้คนฟังทางวิทยุกระจายเสียงต้องคำนึงถึงลักษณะของการสื่อข่าวสารไปถึงผู้รับซึ่งกระทำโดยใช้เสียงแต่เพียงอย่างเดียวเป็นการพูดการฟังที่ทั้งผู้พูดและผู้ฟังไม่ได้เห็นอกกับกิริยาท่าทางซึ่งกันและกัน ผู้พูดไม่สามารถมองเห็นหรือรับรู้ปฏิกิริยาตอบสนองของผู้ฟังขณะกำลังพูดได้ผู้พูดจึงต้องทำอะไรให้มั่นใจได้ว่า การพูดแต่ละครั้งผู้ฟังต้องรับทราบและเข้าใจตามเนื้อหาที่พูด ดังนั้นจึงต้องมีการฝึกและเตรียมตัวให้พร้อมเพื่อการเป็นผู้ประกาศด้วยการฝึกตนเองดังต่อไปนี้

1. ฝึกการเปล่งเสียง ให้ถ้อยคำที่พูดแต่ละคำแต่ละความออกมาอย่างชัดถ้อยชัดคำรักษาระดับเสียงให้คงที่ไม่แห้งหายด้วยการเปล่งออกมาอย่างเต็มเสียงไม่ใช่แบบตะโกนแต่เป็นเสียงที่แสดงความมั่นใจไม่ลังเล ระดับเสียงต้องคงที่ไม่ดังแบบเบาบาง แต่เป็นของตนเองเปล่งออกมาให้เป็นเสียงเป็น คือเสียงที่มีสูงบ้าง ต่ำบ้าง อย่างมีชีวิตชีวาตามธรรมชาติ มิใช่เป็นการจงใจจะให้สูง ๆ ต่ำ ๆ ตามที่ต้องการแล้วทำเป็นเสียงเพราะจะได้เสียงที่ไม่ใช่เสียงแท้และเสียงเป็น หากแต่เป็นเสียงที่จงใจให้เป็นขาดชีวิตชีวาแบบธรรมดาธรรมชาติ

2. ฝึกพูดให้มีจังหวะจะโคน มีน้ำหนักค้ำน้ำหนักความ ไม่พูดเร็วเกินไปแบบรีบให้จบๆหรือ ลุกสี่ลุกกลน ไม่อืดอาดยืดเยื้อแบบลากเสียงคำยาว ๆ ไม่กระชับคำกระชับความ คือ ต้องพยายามฝึกการพูดให้ฟังกระชับกระฉับกระฉ่องตลอดแล้ว การหยุดการต่อทำได้ตรงที่ คือ ไม่หยุดแยกคำแยกความและไม่คร่อมวรรค การพูดในแต่ละวรรคอาจจะมิต้นบ้างยาวบ้างแล้วแต่ช่วงความตามเนื้อหา

/ ไม่ใช่หยุด ...

ไม่ใช่หยุดบ่อย ๆ จนฟังเป็นช่วงสั้นๆขณะเดียวกันไม่ใช่ว่าจะพูดต่อเนื่องกันไปแบบไม่มีการแบ่งวรรคโดยไม่หยุด ทั้งต้องให้ฟังคล่องแคล่วไม่สะดุดหรือตะกุกตะกักไม่ราบรื่น จึงจะเรียกว่าเป็นการพูดที่มีจังหวะโคนนำฟัง

3. ฝึกการออกเสียงคำหรือข้อความที่ยาว ๆ ยาก ๆ แต่มักจะมีอยู่ในข่าวหรือบทความต่าง ๆ เช่น พระปรมาภิไธย และพระนามต่างๆที่เกี่ยวข้องในสถาบันพระมหากษัตริย์หรือคำศัพท์พิเศษ เช่น คำราชาศัพท์ สมณโวรหาร ซึ่งต้องฝึกการออกเสียงอย่างถูกต้องฝึกบ่อยๆ ให้ชินปากลิ้น เมื่อถึงเวลาที่ปฏิบัติงานจริงจะได้ไม่ติดๆ ขัดๆ หรือผิดพลาด

4. ฝึกออกเสียง ร ล และคำควบกล้ำในภาษาไทยให้ชัดเจนเป็นธรรมชาติ และไม่สับสนเสียง ร ล และเสียงคำกล้ำแท้ในภาษาไทยเป็นเสียงที่มีปัญหาในการออกเสียงมากที่สุดจนกลายเป็นปัญหาระดับชาติในปัจจุบันผู้ที่ต้องการจะเป็นผู้ประกาศจำเป็นต้องฝึกตนเองด้วยวิธีระมัดระวังการออกเสียง ร ล และคำควบกล้ำให้ชัดเจนอยู่เสมอหากมีข้อบกพร่องต้องรีบฝึกแก้ไข จนออกเสียงคำเหล่านี้ชัดเจนเป็นธรรมชาติ จนติดเป็นนิสัย

5. ฝึกการควบคุมลมหายใจ คือ วิธีการที่จะช่วยให้การพูดการอ่านมีความชัดเจน ไม่มีเสียงลมหายใจสอดแทรกและไม่เหนื่อยง่าย เพราะเสียงลมหายใจที่ดังออกอากาศไปพร้อมๆกับถ้อยคำที่พูดหรืออ่านจะทำให้ผู้ฟังเกิดความรำคาญและเหนื่อยตาม ทั้งทำให้ลีลาและจังหวะการพูดการอ่านเสียไปด้วย การฝึกควบคุมลมหายใจนี้มีวิธีการที่อาจารย์หญิงรัตนา สยามมิตร ได้เคยให้ไว้ครั้งที่ท่านเป็นวิทยากรการฝึกอบรมผู้ประกาศที่กรมประชาสัมพันธ์มีหลายวิธีการดังนี้

(1) ยืนหรือนอนราบกับพื้น..หายใจเข้าทางจมูก สูดลมหายใจเข้าปานกลาง...ผ่อนออกทางปาก(ทำซ้ำๆหลายครั้ง)อย่าหายใจยาวเกินไปจนเป็นภัยมากกว่าช่วย

(2) หายใจเข้าทางจมูก..ผ่อนออกทางปากเป็นเสียงฮัม หรือนับ 1- 2- 3 เร็ว ๆ จนสูดลมหายใจ ต้องไม่อึด หรือนับยาวจนล้าลมหายใจ

(3) ฝึกพูดยาวๆด้วยลมหายใจครั้งเดียว

(4) ฝึกการอ่านโดยการผ่อนลมหายใจเข้าระหว่างที่อ่าน โดยไม่ต้องหยุดลมหายใจ

(5) กีฬาทุกชนิดดีและช่วยการหายใจมาก

6. ฝึกการใช้สายตา โดยการฝึกอ่านหนังสือออกเสียงในขณะที่ใช้สายตาเหลือบดูเวลา (นาฬิกา) ไปด้วย เพราะการอ่านบทวิทยุกระจายเสียงที่ดีต้องไม่จบก่อนหรือหลังเวลาที่กำหนดไว้เกินไป นอกจากนี้ผู้ประกาศที่ดีต้องใช้สายตาที่จะตกลงที่ตัวอักษรตามวรรคและตอนในบทล่วงหน้าให้สัมพันธ์กับลีลาและจังหวะการพูดการอ่านของตนเองด้วย จึงจะออกเสียงพูดหรืออ่านได้ไม่พลาดวรรคผิดความ

/ 7. ฝึกความแข็งแรง ...

7. ฝึกความแข็งแรง เช่น การออกกำลังกาย การเล่นกีฬา ว่ายน้ำ รวมทั้งรักษาสุขภาพของร่างกายให้แข็งแรง ไม่ป่วยง่ายๆ โดยเฉพาะใช้หวัด ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกาศอย่างยิ่ง

การฝึกทักษะการออกเสียงในเบื้องต้น

การที่จะสามารถพูด อ่าน ออกเสียงภาษาไทยได้ชัดเจน ชัดถ้อยชัดคำ ถูกต้องตามอักขรแบบแผนวิธี มีลีลาการนำเสนอที่ราบรื่น และเป็นการพูดเล่านั้น ขอแนะนำการฝึกทักษะเรียงลำดับ ดังนี้

1. การฝึกออกเสียง /ร/ล/ร – ล กล่าวให้เป็นธรรมชาติ

การฝึกออกเสียง /ร/ล/ร – ล กล่าวให้เป็นธรรมชาติ ไม่ต้องเน้น เกร็ง หรือรัวมากจนเกินไป ฝึกออกเสียง ร/ล เพื่อให้การออกเสียง มั่นยำและชัดเจนยิ่งขึ้น

แบบฝึกหัด ร ล ชุดที่ 1

นกรุ่งบินเล่นลอยลมอย่างร่าเริง
ลูกสิงว้างล้อเล่นในที่รกรุงรัง
ลุงหลานรีบร้อนทำงานลูกถนน
ต้นตาลงขึ้นพันรุงรังอยู่ริมรั้ว
บ๊วยโรงแรงลิ้นล้มอาการร่อแร่
เธอเรียงร้อยคอรักเป็นลวดลาย
เรือรบแล่นเลยทำไปอย่างรวดเร็ว

แบบฝึกหัด ร ล ชุดที่ 2

ลาโรงเรียนเรียบและรื่นรม
เด็กรื่นรมย์ซ่อนเร้นเล่นซ่อนหา
ลูกสี่ลูกถนนักซักระอา
อย่ารอร่าเร่งเร้าเข้าห้องเรียน
การเล่นเรียนมามวลล้วนหลากหลาย
เรียนไม่ยากพูดฟังทั้งอ่านเขียน
ครูรับรองลองวิชาถ้าพากเพียร
จักเป็นเชียวคนเทิดเรียนเลิศเคย

/ แบบฝึกหัด ...

แบบฝึกหัด ร ด ชุดที่ 3

นักเรียนชอบล้อเลียน	พื้นโล่งเตียนเลียนเรียบดี
ลิลาย่าอรุณี	เราเริ่งรื้นลื่นลุ่มลง
พวกเราเล่าเรื่องราว	ร้องเพลงลาวครวชมดง
ไปไร่วิ่งไล่หลง	ร้องเรียกเพื่อนเลื่อยลอยหาย
ลมโชนโยกคลื่นอวล	มาลีล้วนงามเรียบเรียงราย
รื่นรมย์ชมลวดลาย	วิไลลักษณะน่ารักจริง
ของของรักใคร่ชอบลัก	ลูกถนนักณะลูกถึง
เรือล่องร้องประวิง	เหล่านักเลงเร่ร่ำวี
รักเร่เล่หล่มลวง	คอกรักโรยร่วงปวงมาลี
รำไรอาลัยมี	มาโลมเร้าเราร้อนรน
เรไรร้องจำเรียง	ลองไล่เรียงเสียงสับสน
รูปร่างช่างชอบกล	คนเรียบเรียงเสียงแล้วเอย

ในกรณีออกเสียง /ร/ ไม่ได้เลยให้ฝึกออกเสียง /กร/ ให้ได้ชัดเจนแล้วจึงฝึกออกเสียงแยกเสียงกร เช่น กรง ให้ฝึกออกเป็น กะ - รง ซ้ำหลายๆ ครั้ง ถ้าไม่ได้ให้กลับมาก่อเสียง /กร/ กล้าซ้ำอีก จนสามารถเข้าใจได้ว่าการออกเสียง /ร/ นั้น ตนเองวางลิ้น สะบัดลิ้นอย่างไร

เมื่อออกเสียง /ร/ /ล/ /ร, ล/ ถ้าได้ชัดเจนเป็นธรรมชาติแล้วให้ฝึกอ่านบทที่เป็นประโยคยาวๆ โดยต้องอ่านให้ได้คล่องแคล่ว ราบรื่น เป็นธรรมชาติด้วยเช่นกัน

แบบฝึกหัด ก ร

แม่เลี้ยง เกรี้ยวกราด กับลูกเลี้ยง
 คุณชาย กราบพระ แล้วจึงกรวดน้ำ
 เขาเป็นคนเจ้าชู้ ที่ชอบทำ กรุ่มกริม
 นายเกรียงไกร เก็บกระดาด ใส่กระเป่า
 นายโกร่ง ใช้มีดคมกริบ ทำท่ากรีดกราย
 เด็กชายเกริก ใช้กรรไกรตัดรูปภาพ กุ้งก้ามกราม
 นงนุชร้องกรี๊ด เพราะว่าถูกน้ำกรด ขณะเดินกรีดกราย
 นักตะกร้อจากกรุงเทพฯ มีชัยชนะ จึงโห่ร้องเกรี้ยวกราว

/ แบบฝึกหัด ก ด ...

แบบฝึกหัด ก ล

เขาชอบกิน ส้มเกลี้ยงและกล้วย มากกว่ากับแกล้ม
 นายกล้าใจกล้า เดินพบผู้หญิงเกล้าผม เดินอยู่กลางถนน
 เขากลับกลายเป็นคนกตัญญูเหมือนน้ำกลิ้งบนใบบอน
 เขาชอบพูดกลับกลอก จนฉันกั๊กกั๊ก หัวอกกั๊กหนอง
 นายกลม นากเลื้อ ถูกแก้ง ให้นอนเกลี้ยงเกลือกบนกองแกลบ
 เมียนายกล่อมชื่อนางเกลี้ยงเป็นเกลื่อน เกลื่อนกลางดงหลัง
 นายกลั่นเป็นคนกล้า ชอบเดินทางไกลกับเกลอที่เป็นมือกลอง
 ลูกกล้ากินกลอยทิ้งกากไว้เกลื่อนตาเหมือนกลั่นแก้งให้ฉันทวาด
 นายกลดกลับกลายเป็นอื่น สุดที่นางเถลาจะกล้ากลั่นความกั๊กกั๊ก

แบบฝึกหัด ค ร

เสียงดังอีกทีก็ครึกโครม
 คุณครูมาหาใครครับ
 ตะไคร้กอใหญ่ของใคร
 เสียงใครร้องครวญคราง

แบบฝึกหัดออกเสียง ก ล

คลองแควนี้เต็มไปด้วยโคลนตม
 หล่อนเคลิบเคลิ้มไปกับเสียงเพลง
 อย่าไปคลุกคลีกับคนจรหมอนหมิ่น
 วันเวลาสืบคลานเข้ามาทุกขณะ
 คนพิวคล้ำกำลังค้นหาอะไรในกล่อง
 เขามีอาการคลุ้มคลั่งเพราะฤทธิ์สุรา
 ความจริงได้คลี่คลายออกมาบ้างแล้ว
 เสียงเพลงทำให้ทุกคน คลั่งไคล้และเคลิบเคลิ้ม
 ชายคนนี้กลับคล้ายคลิบคลาว่าเคยเห็นหน้ามาก่อน
 กำหนดการคลาดเคลื่อน จึงทำให้เขาแคล้วคลาดจากอุบัติเหตุ

/ แบบฝึกหัดออกเสียง ...

แบบฝึกหัดออกเสียง ปร ปล

ศรีปราชญ์เป็นกวีที่ปราดเปรื่อง และเป็นที่โปรดปรานของสมเด็จพระนารายณ์ฯ
กรมตำรวจปริกษาวิธีที่จะปรับปรุงวิธีการปราบปรามผู้ที่ปลอมแปลง เครื่องราชอิสริยาภรณ์

2. ฝึกเปล่งเสียงให้ดัง ชัดถ้อยชัดคำ ไม่เร็ว รัว ๆ รวบ ๆ

การออกเสียงไม่เต็มคำ คือการออกเสียงเหมือนไม่มีตัวสะกด เช่น ต่อจากนี้ไปขอเชิญ
ท่านฟังรายการ อ่านเป็น “ต่อ – จะ – นี้ – ประ – ขอ – เซอ – ถ้า – พะ – รา – กัน วิธีฝึกแก้ไขให้ฝึก
โดยอ่านแยกคำ แยกพยางค์ให้เต็มทุกคำ ทุกพยางค์ จนกว่าจะแก้ไขข้อบกพร่องได้

3. การอ่านออกเสียงให้ตรงกับพยัญชนะ สระ วรรณยุกต์

เป็นเรื่องที่เด็กรุ่นใหม่ต้องพยายามกับเรื่องนี้ให้มาก ๆ โดยใช้วิธีบันทึกเสียงผู้ที่สามารถ
ออกเสียงได้ชัดเจน ตรงทั้งพยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ เป็นดือนแบบฝึกออกเสียง เช่น สายสวรรค์
ขยันยิ่ง (ทีไอทีวี) นพ. ยงยุทธ มัยลาภ (ช่อง 5) เป็นต้น

4. การอ่านอย่างมีน้ำหนักคำและความ วรรณคดีต้อง ราบรื่น แม่นยำ มีชีวิตชีวาแบบพูดเล่า

ข้อนี้ต้องอาศัยการฝึกพูดออกเสียงบทภาษาไทยบทต่างๆเป็นประจำสม่ำเสมออย่างน้อยวันละ
20 - 30 นาที ทุกวันต่อเนื่องเป็นเดือนๆ เพื่อพัฒนาทักษะการมองการทำงานของสมอง และการใช้
อวัยวะประคองเสียงให้สัมพันธ์สอดคล้องกันเป็นอัตโนมัติ รวมทั้งผู้อ่าน ผู้พูดต้องมีสมาธิแน่วแน่
อยู่กับบท หรือข้อความที่น่าเสนอ มีความเข้าใจเนื้อหาอย่างถ่องแท้ จึงจะสามารถหยุดเว้นวรรค
และลงน้ำหนักคำ ความได้ถูกต้อง

4. กระบวนการดำเนินงานเสียงตามสายกระทรวงแรงงาน

กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ
เสียงตามสาย “รายการที่นี้มีข่าว” โดยปฏิบัติเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

4.1 ขั้นตอนการวิจัย - การรับฟัง (Research-Listening) เป็นขั้นแรกของการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์ โดยการดำเนินการดังนี้

- สำรวจความคิดเห็น ปฏิกริยา อคติ ท่าที ความรู้สึก ของข้าราชการสังกัดกระทรวงแรงงาน
และประชาชนคนหางานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานหรือนโยบายของกระทรวงแรงงานเพื่อประมวลข้อมูล
ที่ได้แบบไม่เป็นทางการ โดยการสอบถามปากต่อปากอันนำมาซึ่งขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ผ่านสื่อเสียงตามสาย “รายการที่นี้มีข่าว” ว่าควรผลิตรายการประเภทข่าวให้กลุ่มผู้ฟังได้มีโอกาสรับฟัง
ข่าวสารในช่วงเช้าควบคู่ไปกับการทำงานด้วยโดยไม่เสียเวลาทำงาน

- ศึกษาค้นคว้าข้อเท็จจริง ๆ การค้นหารวบรวม เอกสาร ข่าวสาร หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ ที่อาจเป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน หรือผู้บริหารกระทรวงแรงงาน โดยการรวบรวมข้อมูลจากสภาพแวดล้อม หรือปฏิบัติที่ประชาชนผู้เกี่ยวข้องแสดงออกหรือมีต่อหน่วยงาน ด้วยการตรวจสอบบทความหรือข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ที่ข่าวนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับกระทรวงฯ แล้วตัดข่าวนั้นเพื่อเก็บรวบรวมไว้ใช้ประโยชน์ในรายการ “ที่นี่มีข่าว” ในแต่ละวันอย่างน้อยวันละ 10 ฉบับ

- นอกจากนี้ ยังอาจใช้วิธีพบปะพูดคุยกับข้าราชการกระทรวงแรงงาน คนหางานและประชาชนที่เป็นผู้นำความคิดเห็น หรือผู้นำทางประชาคม (Public Opinion Leader) และการสับดับรับฟังความคิดเห็นจากบทความหรือบทวิจารณ์ทางวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ รวมทั้งตรวจสอบดูจากบทบรรณาธิการ บทวิจารณ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ หรือคอลัมน์ต่าง ๆ ที่เปิดโอกาสให้ประชาชน ถามคำถาม และแสดงความคิดเห็น ตลอดจนอาจศึกษารวบรวมจากจดหมายที่แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ วิพากษ์วิจารณ์ คำชมต่าง ๆ ที่มีเข้ามายังกระทรวงแรงงาน ฯลฯ ซึ่งเป็นการวิจัยรับฟังความคิดเห็นอย่างไม่เป็นทางการ

- ในอนาคตเห็นควรให้มีการวิจัยรับฟังความคิดเห็นอย่างเป็นทางการ โดยอาจใช้วิธีการสำรวจวิจัย ประชาชน (Public Opinion Survey) จากกลุ่มประชาชนอย่างเป็นทางการ ด้วยวิธีใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งวิธีดังกล่าวเป็นวิธีที่ค่อนข้างยุ่งยาก สลับ ซับซ้อน และต้องอาศัยหลักวิชาการ ด้านการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และสถิติเข้าร่วมด้วย อย่างไรก็ตาม วิธีนี้มีแนวโน้มที่จะทำให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุด แม้จะสิ้นเปลืองเวลาและงบประมาณค่อนข้างสูงก็ตาม แต่กระทรวงแรงงานยังไม่ได้ดำเนินการเรื่องวิจัยด้านประชาสัมพันธ์แต่อย่างใด

สรุปแล้วงานในขั้นตอนนี้ ก็คือการถามตนเองว่า “องค์กรของเรามีปัญหาอะไรบ้าง” หรือ “อะไรเป็นปัญหาสำหรับเรา” ซึ่งโดยทั่วไปแล้วปัญหาต่าง ๆ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้แก่ปัญหาต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสารหรือการเผยแพร่ข่าว
2. ปัญหาเกี่ยวกับการที่กลุ่มประชาชนไม่ให้ความร่วมมือ หรือสนับสนุนต่อกระทรวงแรงงาน รวมทั้งความเฉยเมยต่อการดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานขององค์กร
3. ปัญหาเกี่ยวกับการที่ประชาชน เกิดความเข้าใจผิดต่อกระทรวงแรงงานรวมทั้งความเชื่อถือศรัทธา และไว้วางใจด้วย

/ 4. ปัญหา ...

4. ปัญหาเกี่ยวกับการที่ประชาชนมีปฏิกริยาหรือท่าทีที่ขัดแย้งไม่เป็นมิตรรวมทั้งการต่อต้านนโยบายหรือการดำเนินงานของกระทรวงฯ ซึ่งปัญหานี้จะต้องศึกษา ดูให้คิดว่า การที่ประชาชนแสดงปฏิกริยาต่อต้านนี้จะเป็นเพราะสาเหตุอะไร องค์กรมีนโยบายหรือการดำเนินงานที่สอดคล้องกับความคิดเห็น หรือความต้องการของประชาชนหรือไม่ เป็นต้น

5. ปัญหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของกระทรวงแรงงาน อันได้แก่ การที่ประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อกระทรวงฯ มีภาพลักษณ์ที่เสื่อมเสียในสายตาของประชาชน ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้ย่อมมีผลต่อความนิยม หรือชื่อเสียงเกียรติคุณขององค์กรด้วยเสมอ

4.2 ขั้นตอนการวางแผนตัดสินใจ-เตรียมปฏิบัติงาน (Planning-Discision- Making) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสอบถามในขั้นที่หนึ่งมาเป็นตัวกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อผลิตรายการทางสื่อเสียงตามสายชื่อรายการ “ที่นี่มีข่าว” ให้มีประสิทธิภาพที่สุด

งานในขั้นนี้จึงเป็นการนำเอาข้อมูล ประชาชน ทักษะ ทักษะ ความคิดเห็น ฯลฯ ที่ได้มาวิเคราะห์ตัดสินใจว่าจะอะไรเป็นสิ่งที่พึงแก้ไขและอะไรบ้างเป็นสิ่งที่พึงยึดถือปฏิบัติ เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาจัดตั้ง หรือกำหนดเป็นนโยบายและโครงการขององค์กรสถาบันต่อไป อันจะเป็นการช่วยให้องค์กรสถาบันสามารถกำหนดหรือวางนโยบายที่เป็นประโยชน์ หรือเป็นผลดีต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย งานขั้นนี้จึงต้องอาศัยความสุรอบรอบเป็นพิเศษในการมองหรือพิจารณาปัญหาต่าง ๆ แล้วจึงทำการตัดสินใจกำหนดเป็นแผนขั้นในที่สุด

แผนประชาสัมพันธ์รายการ “ที่นี่มีข่าว” ทางสื่อเสียงตามสายสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ออกอากาศเวลา 08.45 - 09.00 น. ทุกวันจันทร์-ศุกร์

1. วัตถุประสงค์รายการเสียงตามสาย

1.1 เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวด้านแรงงานทั้งภายใน และภายนอกให้ข้าราชการ พนักงานราชการ ซึ่งเป็นบุคคลกรภายในกระทรวงแรงงานได้รับทราบข่าวสารต่าง ๆ เกิดความเข้าใจอันดีต่อหน่วยงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมเกิดความภาคภูมิใจในหน่วยงานเป็นศูนย์กลางของการสร้างความสามัคคีสร้างจิตสำนึกที่ดีของข้าราชการในการให้บริการประชาชน และเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานในที่สุด

1.2 เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวด้านแรงงานทั้งภายใน และภายนอกให้ประชาชนคนหางาน นายจ้าง ลูกจ้าง ที่เข้ามาติดต่องานภายในกระทรวงแรงงานได้รับทราบให้เกิดความเข้าใจอันดี มีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานที่ให้ความใส่ใจต่อผู้ฟังยินดีให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของกระทรวงแรงงาน และเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อกระทรวงแรงงานในที่สุด

/ 1.3 เป็นช่อง ...

1.3 เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารของกระทรวงแรงงานที่กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ได้ผลิตขึ้นเพื่อส่งให้สื่อมวลชนเผยแพร่ให้ข้าราชการ พนักงานราชการ ซึ่งเป็นบุคคลภายในกระทรวงแรงงาน ได้รับทราบข่าวสารที่ตรงกันกับสื่อมวลชน

1.4 การผลิตรายการผ่านสื่อเสียงตามสายที่มีอยู่แล้ว นับเป็นการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ให้คุ้มค่า ประหยัดตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงแต่เกิดประโยชน์สูงสุด

2. กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

เป็นข้าราชการ พนักงานราชการ ลูกจ้าง สังกัดหน่วยงานกระทรวงแรงงาน ณ อาคารที่ตั้งอยู่ในบริเวณกระทรวงแรงงาน

3. การกำหนดชื่อรายการ

รายการ “ที่นี่มีข่าว” โดยกำหนดให้เป็นรายการประเภทข่าวที่ใช้รูปแบบการจัดรายการพูดคุย

4. ช่วงระยะเวลาออกอากาศ

กำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการดำเนินรายการข่าวทางสื่อเสียงตามสายให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เวลา 08.45 น.-09.30 น. ทุกวันจันทร์ - ศุกร์ (วันเวลาราชการ)

5. การกำหนดสื่อและเทคนิคต่าง ๆ ได้แก่

- การเปิดเพลงไตเติ้ลเปิด-ปิดรายการ , สปอตประชาสัมพันธ์ และเทปสัมภาษณ์ผ่านเครื่องเทปคาสเซ็ท
- เครื่องเล่นซีดี
- ไมโครโฟน
- เครื่องขยายเสียง
- เครื่องผสมเสียง
- เครื่องเทปเล็กเพื่อสัมภาษณ์แหล่งข่าวเช่น ผู้บริหารหรือผู้ใช้แรงงาน คนหางาน

6. การกำหนดงบประมาณ

ใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่แล้ว (งบปกติของสำนักงาน)

4.3 ขั้นตอนการติดต่อสื่อสาร-การปฏิบัติการ (Communication-Action) เมื่อมีการวางแผนที่จะดำเนินการเรียบร้อยแล้ว งานขั้นต่อไปก็คือการติดต่อสื่อสารหรือการปฏิบัติ การสื่อสารนั่นเอง การดำเนินงานในขั้นนี้จึงเป็นการลงมือปฏิบัติการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินงานตามแผนหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ รวมทั้งการเลือกเครื่องมือและวิธีการสื่อสารเข้ามาช่วยดำเนินงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด อันจะทำให้การติดต่อสื่อสารจากองค์กร ไปยังประชาชน เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ราบรื่น ประหยัด และสะดวกยิ่งขึ้น ในการปฏิบัติตามสื่อสารนี้ จะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์

/ และทันการณ์ ...

และทันการณ์ จึงจะได้ผลตอบสนองที่น่าพอใจ อนึ่ง การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง คือ องค์การสถาบันสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชนแล้ว ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็น ปฏิกริยาทำทีของประชาชนที่มีต่อข่าวสารนั้น หรือต่อองค์การสถาบันด้วย

จะเห็นได้ว่าเป็นขั้นตอนของการเผยแพร่ข่าวสาร นโยบาย ทำที่ ตลอดจนความรู้สึกและข้อเท็จจริงต่าง ๆ ไปยังกลุ่มผู้ฟังประกอบด้วย ข้าราชการสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงานที่ทำงานภายในบริเวณอาคารกระทรวงแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมการจัดหางาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 3 ที่ทำงานภายในบริเวณอาคารกระทรวงแรงงานประชาชนคนหางานที่เกี่ยวข้อง

รายการ “ที่นี่มีข่าว” เป็นรูปแบบรายการข่าว เป็นรายการที่ให้ข่าวสาร ความรู้ ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง สุขภาพอนามัย โดยเฉพาะเรื่องที่อยู่ใกล้ตัวของผู้รับฟัง ลักษณะของข่าวที่ดีนั้นต้องสั้นจดจำง่ายและใกล้ตัว โดยมีหลัก “ใคร ทำอะไร ที่ไหน กับใคร เมื่อไหร่ และอย่างไร ” และ รายการพูดคุยกับผู้ฟังโดยการนำเอาสาระต่าง ๆ ข่าวคราวความเคลื่อนไหวเรื่องสัพเพเหระต่างๆมาผลิตรายการ โดยยึดหลักให้ความรู้ ความบันเทิง เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง

4.4 ขั้นตอนการดำเนินการรายการที่นี่มีข่าว

4.4.1 วิเคราะห์ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายจากการสอบถามก่อนว่าต้องการฟังอะไร

4.4.2 เลือกผลิตรายการตามที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ คือประเภทรายการข่าว

4.4.3 ประชุมหารือในฝ่ายข้อมูลข่าวสารเพื่อระดมความคิด เช่น ร่วมเสนอและเลือกชื่อรายการ

4.4.4 เลือกเวลาออกอากาศ เวลา 08.45 -09.30 น.เพราะเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายเดินทางมาถึงกระทรวง สามารถรับฟังข่าวสารได้เหมาะสมในช่วงเช้าจากรายการที่นี่มีข่าวทางเสียงตามสาย

4.4.5 วางแผนรูปแบบรายการให้เป็นรายการคุยข่าว มีข้าพเจ้านางวรรณกานต์ ขาวลากเป็นผู้ดำเนินรายการ

4.4.6 ทำบันทึกเสนอผู้อำนวยการกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และเห็นชอบให้ดำเนินรายการได้

4.4.7 จัดทำไต่เต้เปิดรายการ

4.4.8 เนื้อหาของรายการประกอบด้วย

- การนำเสนอข่าวสำคัญจากหน้า 1 ของหนังสือพิมพ์หลาย ๆ ฉบับ
- การนำเสนอข่าวที่ผลิตโดย ฝ่ายข้อมูลข่าวสาร กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

/- ข่าวกระทย ...

- ข่าวกระทบกระทรวงแรงงานที่หนังสือพิมพ์ลงในแต่ละวัน
- ข่าวประกอบเสียง จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้ใช้แรงงาน
- นำเสนอกำหนดการของผู้บริหาร และโครงการในแต่ละวัน
- ให้ความรู้ที่เหมาะสมด้านเศรษฐกิจพอเพียง ความสามัคคี ผู้กระทำความดี สุขภาพ

คุณธรรมเกี่ยวกับการครองตน ครองคน ครองงาน

4.4.9 เริ่มลงมือดำเนินรายการออกอากาศตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2547

4.5 ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) ในส่วนของกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ได้ดำเนินการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเสียงตามสาย “รายการที่นี้มีข่าว” โดยการเปิดสายโทรศัพท์ให้โทรตอบคำถาม ตีชมรายการหรือเปิดรับฟังความคิดเห็นโดยตรงกับผู้รับผิดชอบรายการ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีให้ข้อเสนอแนะและตีชมการดำเนินรายการจากกลุ่มผู้ฟังด้วยดี ทั้งนี้ในอนาคตเห็นควรให้เปิดทำการวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบเพื่อการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

ตัวอย่างรายการที่นี้มีข่าว

เพลงไตเติลรายการ fade in แล้วค่อยๆ fade under

Ginggel รายการ

“ก้าวทันโลก ทันเหตุการณ์ และสถานการณ์ด้านต่างด้านแรงงาน ขอเชิญติดตามรับฟังรายการ ที่นี้มีข่าว”

เพลงไตเติลรายการ fade in แล้ว fade out

ผู้ดำเนินรายการ สวัสดีค่ะท่านผู้ฟังที่เคารพคะ วันนี้ตรงกับวันที่ 3 เดือน มกราคม พุทธศักราช 2550 แล้วนะคะ ในวาระดิถีขึ้นปีใหม่ ขออวยชัยให้ท่านจงสุข ไร้โรคอาพาธอย่างพึงมี สวยรวยหล่ออีกหลายลี้ตลอดไป ในช่วงปีใหม่นี้หลายท่านก็ได้มีโอกาสหยุดไปขอพรพระ และญาติผู้ใหญ่ คุณพ่อคุณแม่ที่บ้านทั้งคนที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและอยู่ที่ต่างจังหวัด เทศกาลนี้หลายหน่วยงานก็รณรงค์เรื่องเมาไม่ขับ เพราะเกรงว่าจะหลับไม่ตื่น ฟันไม่มี หนีไม่พ้นความตายกัน เพราะว่าอุบัติเหตุในบางครั้งแม้เราไม่เจ็บไม่ตาย แต่อาจทำให้ผู้อื่นเขาเจ็บหรือตายก็ได้ เรายังก็ไม่อยากตายผู้อื่นก็คงไม่อยากตายเหมือนกันนะคะ ต้องขอชื่นชมหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานที่ได้เสียสละเวลาในการเข้าร่วมโครงการในช่วงปีใหม่โดยเฉพาะกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

/ ประกอบด้วย ...

ประกอบด้วยสถาบันและศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานทั่วประเทศได้ร่วมมือเข้าร่วมโครงการณรงค์มาไม่ซ้ำเหมือนทุก ๆ ปี ทั้งนี้ได้เปิดศูนย์รับเช็คสภาพรถก่อนออกเดินทาง รับซ่อมรถที่มีปัญหา ระหว่างเดินทาง จะสังเกตเห็นมีเต็นท์อยู่บริเวณหน้าศูนย์หรือสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ซึ่งดิฉันมีโอกาสไปไหว้พระทางด้านจังหวัดสมุทรสงคราม สมุทรสาครก็ได้พบเจ้าหน้าที่บริการแล้วก็ชื่นชมค่ะ ต้องขอเป็นกำลังใจให้เจ้าหน้าที่ที่ได้เสียสละเวลาไปทำกิจกรรมที่ดีๆ ได้ทั้งงานได้ทั้งบุญกุศลนะค่ะ

นอกจากนั้นในส่วนของกรมสวัสดิการฯก็ได้ขอให้สถานประกอบการ ได้ดูแลคุ้มครองแรงงาน ให้ได้รับสวัสดิการที่ดีและประพฤตินให้ห่างไกลยาเสพติด กรมการจัดหางานก็จัดนัดพบแรงงาน กันเช่นเคยไม่ว่าปีเก่าปีใหม่ก็อยากให้คนมีงานทำกันถ้วนหน้า เมื่อคนไทยมีงานทำก็หมายความว่าทุกคนมีรายได้ ความจนจะได้เลือนหายไปแล้วก็หายไปจากคนไทยค่ะ ส่วนสำนักงานประกันสังคมก็ไม่น้อยหน้าใครไปเที่ยวปีใหม่ทั่วทิศทั่วไทย ก็สามารถเข้ารับรักษาในโรงพยาบาลที่ใกล้กับที่เกิดเหตุ หรือเจ็บไข้ได้ป่วยได้ ความห่วงใยเหล่านี้นับเป็นความปรารถนาดีจากกระทรวงแรงงานที่มีต่อพี่น้องประชาชนเสมอในช่วงเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่และตลอดไปและตลอดปีค่ะ

ช่วงนี้ขอเข้าสู่โลกของข่าวหน้าหนึ่งหนังสือพิมพ์ค่ะ
เริ่มจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐหน้าหนึ่งวันนี้ บอกว่า ...
มาที่หนังสือพิมพ์มติชนหน้าหนึ่งเป็นดังนี้...
สำหรับหนังสือพิมพ์เดลินิวส์เป็นดังนี้...
หนังสือพิมพ์คมชัดลึกหน้าหนึ่งวันนี้มีข่าวที่น่าสนใจได้แก่...
หนังสือพิมพ์ข่าวสดบอกว่า...
ส่วนแนวหน้าหน้าหนึ่งมีอยู่ว่า...
โพสต์ทูเดย์หน้าหนึ่งวันนี้ว่า...
หน้าหนึ่งไทยโพสต์ก็บอกว่า...

ช่วงที่สองเรามาคุยกันถึงข่าวความเคลื่อนไหวในแวดวงกระทรวงแรงงาน ซึ่งเป็นข่าวที่ประชาสัมพันธ์ กระทรวงและกรมต่างๆ ได้ช่วยกันผลิตขึ้นดังนี้

ข่าวจากกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มี 3 ข่าวได้แก่...
ข่าวจากข่าวเกี่ยวกับสำนักงานประกันสังคมได้แก่...
ข่าวจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้แก่...
ข่าวจากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานมีว่า...
ข่าวจากกรมการจัดหางานก็บอกว่า...

/ ช่วงสุดท้าย ...

ช่วงสุดท้ายเป็นเรื่องของข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์จากหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆ ได้แก่...

ข่าวความเคลื่อนไหวของผู้บริหารกระทรวงแรงงาน ได้แก่...

ข่าวเกี่ยวกับสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ได้แก่...

ข่าวเกี่ยวกับ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ได้แก่...

ข่าวเกี่ยวกับกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ได้แก่...

ข่าวเกี่ยวกับกรมการจัดหางาน ได้แก่...

ข่าวเกี่ยวกับสำนักงานประกันสังคม ได้แก่...

ท่านผู้ฟังคะวันนี้ที่กระทรวงแรงงานของเรามีกำหนดการในภารกิจของผู้บริหาร ดังนี้ค่ะ

เวลา 09.00 น. ท่านรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงานแถลงข่าวเรื่อง.....เพื่อเข้าหารือ...

เวลา 10.00 น. ท่านปลัดกระทรวงแรงงานให้การต้อนรับผู้นำแรงงาน...เพื่อเข้าหารือ
ปัญหาด้านแรงงาน

เวลา 11.00 น. ท่านรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงานให้การต้อนรับตัวแทนจาก
สภาอุตสาหกรรม...

เวลา 10.00 น. ท่านรองปลัดไพโรจน์ สุขสัมฤทธิ์ เป็นประธานเปิดการสัมมนาการ
วางแผนกรอบกำลังคน

สำหรับวันนี้เวลาหมดลงแล้วล่ะค่ะ รายการที่มีข่าวต้องจากลาท่านผู้ฟังไปก่อน พรุ่งนี้
พบกันใหม่ นะคะ ขอเป็นกำลังใจในการทำงานสำหรับท่านผู้ฟังพี่น้องชาวกระทรวงแรงงานทุกท่าน
นะคะ สวัสดีค่ะ

เพลงไตเติ้ลรายการ fade in แล้ว fade out

6. ผลสำเร็จของงาน

6.1 ผลสำเร็จเชิงปริมาณ คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์

- เป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกกระทรวง สามารถรับฟังได้พร้อมกัน
จำนวนมาก ประมาณ 5,000 คน/วัน คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์
- เป็นสื่อราคาถูกประหยัดงบประมาณของทางราชการ ประมาณ 480,000 บาท/ปี
คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์

/ นำเสนอข่าวสาร ...

- นำเสนอข่าวสารจากหน้า 1 ของหนังสือพิมพ์ 2,400 ฉบับ/ปี คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์
- นำเสนอข่าวที่ผลิตโดย ฝ่ายข้อมูลข่าวสาร กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งข้าพเจ้าเป็นผู้ร่วมผลิตด้วย จำนวน 7,400 ข่าว/ปี คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์
- นำเสนอข่าวประกอบเสียงที่สัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือแหล่งข่าว โดยการบันทึกเทปคาสเซ็ทมาออกอากาศ จำนวน 4,800 ข่าว คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์
- จัดทำสปอตประชาสัมพันธ์ อาทิ ถวายพระพรพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระบรมราชินีนาถ การจัดแข่งขันกีฬา จำนวน 6 ครั้ง/ปี คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์
- นำเสนอข่าวกระทบกระทั่งแรงงานที่หนังสือพิมพ์ลงในแต่ละวันจำนวน 4,800 ข่าว/ปี คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์
- นำเสนอกำหนดการของผู้บริหาร และ โครงการในแต่ละวันจำนวน 240 ครั้ง/ปี คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์
- นำเสนอความรู้ด้านเศรษฐกิจพอเพียง ความสามัคคี ผู้กระทำความดี สุขภาพ หลักธรรมเกี่ยวกับการครองตน ครองคน ครองงาน จำนวน 480 ครั้ง/ปี คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์
- พุดโน้มน้ำสออดแทรกกับการให้กำลังใจในการทำงานแก่ข้าราชการและพนักงานราชการ ให้เกิดความสามัคคีในหน่วยงานให้เกิดจิตสำนึกของการมีส่วนร่วมให้พึงพอใจและภาคภูมิใจที่ได้ทำงานอยู่ในกระทรวงนี้ และมีกำลังใจที่จะทำงานบริการประชาชนให้บรรลุเป้าหมายของกระทรวงแรงงาน เช่น คำขวัญของกระทรวงแรงงานที่ว่า “รวมกันเป็นหนึ่งเป็นที่พึงของประชาชน” จำนวน 240 ครั้ง/ปี คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์

6.2 ผลสำเร็จของงานเชิงคุณภาพ คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ข้าราชการ พนักงานราชการ ที่ทำงานภายในบริเวณกระทรวงแรงงาน ประมาณ 4,000 คน/วัน ได้รับทราบข่าวสารต่างๆผ่านทางรายการ ที่มีข่าวแล้วมีโลกทัศน์และมุมมองต่อการปฏิบัติงานได้อย่างเท่าทันสถานการณ์เกิดความเข้าใจอันดีต่อหน่วยงานการมีส่วนร่วมมีความภาคภูมิใจในหน่วยงานของตนเองเป็นศูนย์กลางของการสร้างความสามัคคีป้องกันและลดความขัดแย้งอันอาจเกิดขึ้นได้ในหน่วยงาน สร้างจิตสำนึกที่ดีของข้าราชการในการให้บริการประชาชนให้ดียิ่งขึ้น และประชาชนเกิดความพึงพอใจในบริการของกระทรวงแรงงานมากขึ้น บ่มเพาะความรู้สึกที่ประทับใจ และเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของกระทรวงแรงงาน คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์

/ 2. กลุ่มเป้าหมาย ...

2. กลุ่มเป้าหมายรอง คือ ประชาชนคนหางาน สถานประกอบการ นายจ้าง ลูกจ้าง ที่เข้ามาติดต่องานภายในกระทรวงแรงงานประมาณ 1,000 คน / วัน ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากรายการที่นี้มีข่าวแล้วเกิดความเข้าใจอันดีในบริการของกระทรวงแรงงานมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานที่ให้ความใส่ใจต่อผู้ฟังเกิดความรู้สึกยินดีพร้อมให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของกระทรวงแรงงานลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างเจ้าหน้าที่และประชาชน และเกิดการบ่มเพาะความรู้สึกที่ประทับใจและภาพลักษณ์ที่ดีของกระทรวงแรงงาน คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์

3. กลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรองได้รับทราบข่าวสารที่ถูกต้องในรูปแบบที่น่าสนใจตรงกับความต้องการของผู้รับข่าวสาร คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์

4. เป็นการใช้สื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ภายในกระทรวงแรงงาน มีความเด่นคือสามารถฟังไปพร้อมกับการทำงานได้ คิดเป็นสัดส่วน 100 เปอร์เซ็นต์

7. การนำไปใช้ประโยชน์

รายการที่นี้มีข่าวทางเสียงตามสายของกระทรวงแรงงาน นับเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ เป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจให้เกิดความสัมพันธอันดี เสริมสร้างความสามัคคีในหน่วยงาน เป็นการใช้สื่อที่มีอยู่ให้เกิดความคุ้มค่า ประหยัดงบประมาณตามนโยบายเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นเครื่องมือที่จะทำให้กระทรวงแรงงานเป็นกระทรวงที่ดีที่สุดตามนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน

8. ปัญหาอุปสรรค/ความซับซ้อนในการดำเนินการ

8.1 เป็นงานที่มีลักษณะประจำที่เสียสละรวมทั้งรับผิดชอบอย่างสม่ำเสมอทุกวันมีขั้นตอนที่ต้องเตรียมการทั้งด้านเอกสาร ข้อมูล การคัดกรองข่าวสารให้มีความเหมาะสม การเตรียมตัวของผู้ดำเนินรายการในด้านสุขภาพและน้ำเสียง

8.2 เป็นงานที่ต้องใช้ความสามารถเฉพาะด้านเพื่อสื่อสารถึงกลุ่มผู้ฟังให้เกิดการยอมรับและสร้างบรรยากาศของการมีส่วนร่วมในรายการ เช่นการใช้ภาษาที่เหมาะสมในสื่อกระจายเสียง คือ ต้องเป็นภาษาที่ฟังง่าย สั้น กระชับได้ใจความ ในเวลาสั้นในขณะที่รับฟังรายการ

8.3 เป็นงานที่ต้องใช้เทคนิคเฉพาะตัว ในการใช้น้ำเสียงที่ดีในการพูดตามหลักของการเป็นผู้ประกาศและน้ำเสียงของผู้ดำเนินรายการจะสร้างภาพลักษณ์ให้แก่รายการและองค์กร

8.4 เป็นงานที่ผู้รับผิดชอบต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีทัศนคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสาร และต้องเป็นผู้ตื่นตัวในการแสวงหาข้อมูลต้นทุนก่อนเข้าดำเนินรายการเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟังอย่างแท้จริง

/ 8.5 ต้องระมัดระวัง ...

8.5 ต้องระมัดระวังในการพูดคำเนิรรายการไม่ให้เกิดความแตกแยก ต้องมีความเป็นกลาง พุดเชิงบวก ให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง โดยไม่ใช้อารมณ์ของตัวเองเป็นหลักและให้เกิดคติต่อผู้ฟังอยู่เสมอ รวมทั้งรับผิชอบอย่างสม่ำเสมอทุกวัน มีขั้นตอนที่ต้องเตรียมการทั้งด้านเอกสารข้อมูล การคัดกรองข่าวสาร ให้มีความเหมาะสม การเตรียมตัวของผู้ดำเนินรายการในด้านสุขภาพและน้ำเสียง

8.6 เป็นผู้มีประสบการณ์ด้านวิชาชีพเฉพาะทางโดยจบการศึกษาทางด้านศิลปะศาสตรวิชาเอกนิเทศศาสตร์ เคยผ่านการอบรมหลักสูตรผู้จัดรายการวิทยุโทรทัศน์จากกรมประชาสัมพันธ์ เมื่อปี 2525 และได้รับบัตรผู้ประกาศจากกรมประชาสัมพันธ์เมื่อปี 2526

8.7 เป็นผู้มีประสบการณ์ตรงโดยเคยเป็นผู้ประกาศและผู้จัดรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดมหาสารคาม และสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร สถานีวิทยุ ยานเกราะฯ รวมเป็นเวลา 24 ปี

8.8 สภาพของห้องส่งกระจายเสียงยังไม่เป็นระบบที่สมบูรณ์แบบ เช่นอุปกรณ์ด้านเทคนิคและการจัดวางผังห้องส่ง ยังไม่เอื้อต่อการออกอากาศและบันทึกเสียงตามมาตรฐานสากล

8.9 ระบบเทคนิคที่เป็นอยู่ยังเป็นระบบการสื่อสารทางเดียวยังขาดการติดตั้งเครื่องโทรศัพท์ให้ผู้บริหารหรือผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการ โดยโทรศัพท์เข้ามาขณะจัดรายการได้

8.10 เรื่องการจัดการเวลาของผู้ดำเนินรายการติดภารกิจอื่นตรงกันในช่วงเวลาจัดรายการจำเป็นต้องงดการออกอากาศทำให้ไม่เกิดความต่อเนื่องและเสียประโยชน์ต่อผู้ฟังและหน่วยงาน

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 เรื่องคุณภาพของห้องส่งกระจายเสียงยังไม่เป็นระบบที่สมบูรณ์แบบเท่าที่ควร โดยเฉพาะอุปกรณ์ด้านเทคนิคและการจัดวางผังห้องส่งควรมีการดำเนินการติดตั้งให้เป็นห้องส่งสามารถใช้ประโยชน์ในการออกอากาศและบันทึกเสียงตามมาตรฐานสากลด้วยผู้เชี่ยวชาญคงสะดวกในการดำเนินการให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

9.2 ระบบเทคนิคที่เป็นอยู่ยังเป็นระบบการสื่อสารทางเดียว หากติดตั้งเครื่องโทรศัพท์ให้ผู้บริหารหรือผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการโดยโทรศัพท์เข้ามาขณะจัดรายการได้

9.3 การจัดการเรื่องเวลาของผู้ดำเนินรายการมีภารกิจต้องไปทำภารกิจอื่น เช่น ไปทำข่าวหรือไปประชุมสัมมนาตรงกันในช่วงเวลาจัดรายการ จำเป็นต้องงดออกอากาศทำให้ไม่เกิดความต่อเนื่องและทำให้เสียประโยชน์ต่อผู้ฟัง และหน่วยงานเห็นควรมีการส่งเจ้าหน้าที่ไปฝึกอบรมหลักสูตรเทคนิคการจัดรายการวิทยุและการเป็นผู้ประกาศเพิ่มเติม เพื่อสามารถดำเนินรายการแทนกันได้ รวมทั้งการพัฒนางานด้านการจัดรายการวิทยุซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญให้สามารถถ่ายทอดแก่เจ้าหน้าที่ผู้สนใจของกระทรวงแรงงานให้เกิดขบวนการเรียนรู้ (KM) ในองค์กร

9.4 เห็นควรนำเสนอรายการดังกล่าวขึ้นระบบอินเทอร์เน็ตของกระทรวงฯ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ทุกสำนักงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน ในส่วนภูมิภาคสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้พร้อมกันทั่วประเทศ

9.5 เรื่องสิทธิเสรีภาพในการกระจายเสียงตามปกติแล้วกฎหมายให้เสรีภาพแก่ประชาชนในการแสดงความคิดเห็นทางการพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณาอยู่แล้ว แต่การให้เสรีภาพดังกล่าวก็จำเป็นต้องมีขอบเขต เพื่อป้องกันมิให้ผู้ใช้เสรีภาพดังกล่าวสิทธิเสรีภาพของคนอื่น ที่ผ่านมายุคปรากฏเป็นคดีความฟ้องร้องกันเกี่ยวกับเรื่องการหมิ่นประมาทบุคคลอื่น ทำให้บุคคลอื่นเสียหายต่อเกียรติยศชื่อเสียง หรือเป็นผู้ถูกดูหมิ่น เหยียดชัง จากคนทั่วไป เพราะฉะนั้น การที่จะเป็นผู้ดำเนินรายการที่ดีจึงไม่ควรนำข้อมูลที่เป็นผลลบอันอาจจะทำให้ผู้อื่นเสียหายมากแล้ว ทั้งนี้ผู้ดำเนินรายการพึงตระหนักถึงการให้เกียรติต่อผู้ฟังและไม่ละเมิดสิทธิผู้อื่นซึ่งถือว่าขาดคุณธรรมจริยธรรมอย่างยิ่ง

9.6 การนำข่าวหนังสือพิมพ์มาออกอากาศสำหรับทางวิทยุ โทรทัศน์ ห้ามนำข่าวหนังสือพิมพ์ มาออกอากาศ แต่ได้มีการอนุโลมว่าถ้าข่าว ข้อความ หรือบทความจากหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์มาอ่านและวิจารณ์โดยการกระจายเสียง ต้องระบุว่าเป็นมาจากหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์ใด ประจำวันที่ใด หากมีชื่อผู้เขียนให้อ่านด้วย และต้องการสาระสำคัญที่ปรากฏเป็นข่าว ข้อความ หรือบทความโดยไม่มีการตัดแปลงหรือต่อเติมแต่อย่างใด การวิจารณ์ข่าวจากหน้าหนังสือพิมพ์จะต้องเป็นไปในทางที่ไม่เกิดความเสื่อมเสียแก่บุคคล สถาบัน หรือหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง หรือขัดกับนโยบายของรัฐบาล ความมั่นคง ปลอดภัยของประเทศ หรือก่อให้เกิดความแตกแยก ความสามัคคีระหว่างคนในชาติด้วย

ขอรับรองว่าผลงานดังกล่าวข้างต้นเป็นความจริงทุกประการ

ลงชื่อ อรพรรณ กษัตริ์ ขาวลาภ

(นางวรรณกานต์ ขาวลาภ)

ผู้เสนอผลงาน

...30 / พฤษภาคม/2550.



นางวรรณกานต์ ขาวลาภ ขณะดำเนินรายการ “ที่นี่มีข่าว”
ณ กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน



ผลงานส่วนที่ 2

**โครงการเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายแรงงาน
ด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครนายก**

ผลงานส่วนที่ 2

เรื่อง

“โครงการเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายแรงงานด้าน ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครนายก”

1. หลักการและเหตุผล

นโยบายรัฐบาล ภายใต้การนำของพลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ นายกรัฐมนตรี ได้แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2549 ได้กำหนดนโยบายการบริหารราชการแผ่นดินไว้ 5 ด้าน ซึ่งในแต่ละด้านจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานด้านแรงงานหลายประการ กล่าวคือนโยบายการปฏิรูปการเมือง การปกครอง และการบริหาร มีการส่งเสริมบทบาทขององค์กร ภาคเอกชน และภาคประชาชน ให้มีบทบาทควบคู่กับองค์กรภาครัฐในการพัฒนาศักยภาพของประชาสังคมและชุมชนท้องถิ่น เพื่อก่อให้เกิดการรวมกลุ่มที่มีความเข้มแข็งสามารถพิทักษ์ปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ของคนและสังคมไทย มุ่งเน้นการบริหารทรัพยากรบุคคลและการจัดองค์กรภาครัฐให้สอดคล้องกับทิศทางการนำพาประเทศไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน สังคมมีความเข้มแข็งและประชาชนมีความสุข ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญที่จะเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาคแรงงาน ภาคเอกชน และภาครัฐ ให้ครอบคลุมถึงการพัฒนาคุณภาพและฝีมือของแรงงานในระดับต่าง ๆ เพื่อให้สามารถมีผลผลิตและรายได้สูงขึ้นตามมาตรฐานฝีมือแรงงาน ตลอดจนส่งเสริมให้แรงงานทุกส่วนมีงานทำ มีอาชีพเสริมได้รับการคุ้มครองความปลอดภัยในการทำงาน ตลอดจนมีหลักประกันความมั่นคง รวมทั้งสวัสดิการแรงงานอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม รวมทั้งนโยบายการคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของคนงานไทยในต่างประเทศ และเสริมสร้างบทบาทของชุมชนไทยในต่างประเทศ

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ประเทศไทยไว้ว่ามุ่งพัฒนาสู่ “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (Green and Happiness Society) คนไทยมีคุณธรรมนำความรอบรู้ รู้เท่าทันโลก ครอบครัวยุบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติสุข เศรษฐกิจมีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพและทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืนอยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการประเทศที่มีธรรมาภิบาล ดำรงไว้ซึ่งระบอบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข และอยู่ในประชาคมโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี” การพัฒนาประเทศเพื่อมุ่งไปสู่วิสัยทัศน์ดังกล่าวจะยังคงยึดหลักการแห่งปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นแนวปฏิบัติในการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี “คนเป็นศูนย์กลาง การพัฒนา” สร้างโอกาส

/ ในการ ...

ในการเข้าถึงแหล่งทุนเพื่อการประกอบอาชีพและรายได้ ขยายการคุ้มครองทางสังคมให้ทั่วถึง โดยเฉพาะแรงงานนอกระบบ สตรี และผู้ด้อยโอกาส ส่งเสริมการดำรงชีวิตที่มีความปลอดภัย น่ายุติและสงบสุขบนพื้นฐานของความยุติธรรมในสังคมและได้รับการคุ้มครองสิทธิต่าง ๆ อย่างเป็นธรรม เร่งขยายโอกาสการเข้าถึงบริการสังคมสำหรับผู้สูงอายุ ผู้พิการและผู้ด้อยโอกาสให้ทั่วถึง ทั้งการบริการ และการพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพ

กระทรวงแรงงานในฐานะที่เป็นส่วนราชการของรัฐบาล จึงต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ไข วิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นด้วย เพื่อให้การดำเนินงานของกระทรวงแรงงานในเรื่องนี้เป็นไปตามพันธกิจ และบรรลุลุทธิวิสัยทัศน์ที่กำหนด จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ดำเนินงานให้บรรลุผลรวม 5 ยุทธศาสตร์ และ 1 โครงการสำคัญ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การช่วยเหลือผู้ประสบความเดือดร้อน ยุทธศาสตร์แรงงาน ไสยะอาดยุทธศาสตร์จัดหาและพัฒนาแรงงานคุณภาพ ยุทธศาสตร์แรงงานสมานฉันท์มุ่งสู่สังคม แห่งความสุข ยุทธศาสตร์การพัฒนาการบริหารแรงงานให้มีประสิทธิภาพ และโครงการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว กระทรวงแรงงาน ได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาชุมชน ตั้งแต่ระดับรากหญ้า โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ กระทรวงแรงงานมากยิ่งขึ้น โดยการสร้างเครือข่ายในรูปแบบของ “ อาสาสมัครแรงงาน ” เพื่อทำหน้าที่ ให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์งานด้านต่าง ๆ ของกระทรวงแรงงาน ตลอดจนแจ้งเบาะแสข้อมูล ความเคลื่อนไหวสถานการณ์แรงงาน รวมทั้งติดต่อประสานกับ คนหางาน หรือผู้ใช้แรงงานในพื้นที่ เป็นเบื้องต้นเพื่อให้หน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดทราบ เพื่อใช้ประโยชน์ เป็นข้อมูลปรับแนวทางการดำเนินงานในพื้นที่อย่างแท้จริง

ปัจจุบันกระทรวงแรงงาน มีอาสาสมัครแรงงานทั่วประเทศจำนวนกว่า 11,000 คน ซึ่งเป็นการขยายโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกระทรวงแรงงานให้เป็นรูปธรรม มากขึ้น โดยมีหน้าที่เป็นผู้ประสานข้อมูลข่าวสารแรงงานระหว่างกระทรวงแรงงานกับประชาชน ในพื้นที่ให้มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร และบริการด้านแรงงานเสมือนเป็นนักประชาสัมพันธ์ ของกระทรวงแรงงาน โดยคาดหวังว่าจะสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกับเจ้าหน้าที่ของรัฐกับประชาชน เพื่อการทำงานร่วมกันอย่างมีคุณภาพและมีความสุข

จังหวัดนครนายกเป็นจังหวัดที่มีประชากรจำนวน 237,759 คน มีกำลังแรงงานจำนวน 133,800 คน ผู้มีงานทำจำนวน 131,755 คน ผู้ว่างงาน 875 คน มีลูกจ้างในสถานประกอบการ จำนวน 13,761 คน มีสถานประกอบการจำนวน 893 แห่ง มีแรงงานต่างด้าวหลบหนีเข้าเมือง สัญชาติพม่าลาว กัมพูชาจำนวน 842 คน แต่การที่จะทำให้แรงงานกลุ่มดังกล่าวได้รับทราบสิทธิประโยชน์

/และความคุ้มครอง ...

และความคุ้มครอง ด้านแรงงานอย่างทั่วถึงและเท่าทันสถานการณ์ได้นั้น การสื่อสารจึงถือเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งหากมีการพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งมาจากอาสาสมัครแรงงานในพื้นที่ได้เข้ารับการอบรมถึงระบบข้อมูลข่าวสารให้เกิดความรวดเร็วทันสมัย เพื่อเป็นเครื่องมือในการออกไปทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ขยายผลการสร้างความรู้ความเข้าใจ ไปยังกลุ่มแรงงานดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำนักงานแรงงานจังหวัดนครนายก เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่ในการร่วมจัดทำยุทธศาสตร์ การพัฒนาระดับจังหวัดประสานกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด และแผนด้านแรงงานในจังหวัด เช่น การสนับสนุนยุทธศาสตร์อยู่ดีมีสุขของจังหวัดนครนายก ซึ่งเป็นจังหวัดนำร่องในแผนยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์จัดหาและพัฒนากำลังแรงงานคุณภาพ กลยุทธ์ที่ 1 จัดทำแผนพัฒนากำลังคนเป็นต้น การประสานหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานในการดำเนินการตาม นโยบายของกระทรวงแรงงานให้ประชาชนได้เข้าถึงบริการด้านต่าง ๆ ของกระทรวงแรงงาน เช่น บริการจัดหางานในและต่างประเทศ บริการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าว บริการแนะแนวอาชีพ บริการด้านฝึกพัฒนาฝีมือแรงงาน ยกกระดับฝีมือแรงงาน ส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระ ให้ความคุ้มครอง แรงงานในระบบ เช่น เรื่องสวัสดิการด้านแรงงาน กฎหมายแรงงานที่เกี่ยวข้องด้านต่าง ๆ รวมทั้งสิทธิประโยชน์ในด้านการประกันสังคมทั้ง 7 กรณี เป็นต้น การติดตามประเมินผลแผนการ ปฏิบัติราชการของกระทรวงแรงงาน พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศและเป็นศูนย์กลางสารสนเทศ ด้านแรงงานให้บริการเครือข่ายข้อมูลข่าวสารสารสนเทศ และการสื่อสารของหน่วยงานในสังกัดกระทรวง แรงงาน ส่วนราชการในจังหวัด และส่วนกลาง งานตรวจราชการ และงานรับเรื่องราวร้องทุกข์ของนายจ้าง ลูกจ้างและประชาชน ทั้งนี้การดำเนินการดังกล่าวถือว่าเป็นภารกิจที่สำคัญอย่างยิ่งในการให้บริการประชาชน ให้มีโอกาสดำเนินชีวิต การแนะแนวอาชีพ มีงานทำ ตามความถนัดได้อย่างเหมาะสม ไม่ให้เกิดปัญหา กระทบต่อการดำเนินชีวิต เพื่อให้แรงงานไทยได้มีความสุขกับการทำงานเพื่อความมั่นคงทาง ด้านเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของชาติต่อไป

2. สภาพปัญหาทำไมต้องมีการจัดฝึกอบรมหลักสูตร “เพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายแรงงาน ด้านประชาสัมพันธ์”

1. จากข้อเสนอแนะของนายสมคิด ปิ่นแก้ว อาสาสมัครแรงงานเลขที่ 36 /2549 จังหวัด นครนายก ได้เสนอโครงการสื่อกลางประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ ให้คำปรึกษา แนะนำด้านแรงงานด้วย เหตุผลที่ว่าเพราะประชาชนในพื้นที่ตำบลเกาะโพธิ์ อ. ปากพลี จ.นครนายก ขาดความรู้ความเข้าใจ ปัญหาด้านแรงงาน ซึ่งมีความสอดคล้องกับจากข้อเสนอแนะของอาสาสมัครแรงงาน จำนวน 80 ราย

/ ที่ได้เข้ารับ ...

ที่ได้เข้ารับการอบรมทั้งหมดประมาณ 100 ราย ในหลักสูตร “เพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายแรงงานด้านประชาสัมพันธ์” วันที่ 22 พฤษภาคม 2550 ณ โรงเรียนบ้านนา“นายกพิทยากร” ได้ระบุว่าขาดความรู้ความเข้าใจในภารกิจของกระทรวงแรงงานและหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานก่อนเข้ารับการฝึกอบรม

2. จากปัญหาของอาสาสมัครแรงงานจังหวัดนครนายก ในปีงบประมาณ 2550 - 2552 ที่สำนักงานแรงงานจังหวัดนครนายกเสนอถึงสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงานตามหนังสือ ที่นย. 0022/11315 สรุปได้ว่าในปัจจุบันจังหวัดนครนายกประสบปัญหาด้านตลาดแรงงาน เรื่องการขาดแคลนแรงงานในภาคอุตสาหกรรม การว่างงาน การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านแรงงานได้น้อย ถึงพบว่าควรเน้นหนักในด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านแรงงาน ให้เข้าถึงประชาชนในพื้นที่ดังกล่าวให้ได้รับโอกาสตามที่ต้องการ

3. จากโครงการเสริมสร้างพัฒนาศักยภาพอาสาสมัครแรงงานของสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ได้สรุปถึงปัญหาแรงงานในสังคมไทยว่ามีความสลับซับซ้อนในประเด็นต่าง ๆ มาก เช่น ปัญหาแรงงานไร้ฝีมือไม่เข้าถึงบริการพัฒนาฝีมือแรงงาน การขาดแคลนแรงงานฝีมือ ปัญหาการว่างงาน ปัญหาการหลอกลวงคนหางานไปทำงานทั้งในและต่างประเทศ ปัญหาการใช้แรงงานไม่ได้รับความเป็นธรรม ปัญหาการเสียชีวิตประโยชน์ด้านสวัสดิการสังคม

3. บทวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

3.1 ตามบทบาทหน้าที่ของอาสาสมัครแรงงาน ตามระเบียบกระทรวงแรงงานที่ต้องเป็นผู้ประสานงานด้านแรงงานในพื้นที่ระหว่างประชาชนในพื้นที่หมู่บ้าน ชุมชนของตน และกับหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานเป็นผู้ต้องทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ให้คำปรึกษาด้านแรงงานแก่ประชาชนในพื้นที่ของตน

3.2 ตามนโยบายกระทรวงแรงงานที่เน้นให้มีการจัดอบรมอาสาสมัครแรงงาน โดยพัฒนารูปแบบการฝึกอบรมให้ความรู้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ส่งเสริมให้มีกิจกรรมสายพันธุ์ใหม่เกิดขึ้นในอาสาสมัครแรงงาน

3.3 การจัดฝึกอบรมหลักสูตร “เพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายแรงงานด้านประชาสัมพันธ์” เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่จะสามารถเสริมสร้างให้อาสาสมัครแรงงานที่มีข้อจำกัดหรือความแตกต่างกันทางด้านพื้นฐานการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ สิ่งแวดล้อม ให้มีโอกาสได้รับความรู้ ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงแรงงานและวิธีการสื่อสารเท่า ๆ กัน ให้สามารถนำความรู้ ทักษะ ในการสื่อสารและความรู้ ข้อกฎหมายต่าง ๆ ของกระทรวงแรงงานที่ได้จากการฝึกอบรมไปใช้ในการสื่อสารในพื้นที่หมู่บ้าน ชุมชนของตนตามบทบาทหน้าที่ของอาสาสมัครแรงงาน ได้ดีขึ้น

/ 3.4 เนื่องจาก ...

3.4 เนื่องจากเครือข่ายของอาสาสมัครแรงงานมาจากหลายกลุ่มอาชีพ เช่น อาสาสมัครเครือข่ายของสำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน เครือข่ายแรงงานสตรี และแรงงานนอกระบบ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ภารกิจและบริการของหน่วยงาน เพื่อความเป็นหนึ่งเดียว กระทรวงแรงงานได้มีนโยบายให้บูรณาการเครือข่ายอาสาสมัครแรงงานเป็นเอกภาพ จึงให้ร่วมกันจัดพัฒนาเครือข่ายอาสาสมัครแรงงานให้ต่อเนื่องเสริมความรู้ ให้มีศักยภาพอย่างเหมาะสมเหมือนติดอาวุธทางปัญญา มีมาตรฐานเดียวกันเป็นอาสาสมัครมืออาชีพ เพื่อทำหน้าที่ของอาสาสมัครแรงงานได้อย่างเต็มภาคภูมิ

3.5 การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ด้านแรงงานเป็นอีกความต้องการหนึ่งใน 3 เรื่องตามข้อเสนอของอาสาสมัครแรงงานจังหวัดนครนายก ซึ่งขณะนี้มียู่จำนวน 100 คน และเป็นเบื้องต้นในการวางรากฐาน ในการดำเนินการขยายเครือข่ายอาสาสมัครแรงงานจังหวัดนครนายกให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่จังหวัดนครนายกอย่างมีประสิทธิภาพ

3.6 ในเบื้องต้นจังหวัดนครนายกมีอาสาสมัครแรงงานจำนวน 45 คน ซึ่งขาดโอกาสในการฝึกอบรมส่งผลให้ขาดความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของ “อาสาสมัครแรงงาน” อย่างต้องแท้ เพราะขาดการเรียนรู้และเข้าใจในข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานว่ามีภารกิจในการให้บริการด้านแรงงานด้านไหน อย่างไร เช่น ด้านการแนะแนวอาชีพ พัฒนาฝีมือแรงงาน การให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องสิทธิประโยชน์และกฎหมายต่างๆด้านแรงงานอย่างเป็นทางการไม่ทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านแรงงาน

4. ความเป็นมาในการดำเนินการเรื่องอาสาสมัครแรงงานจังหวัดนครนายก

กระทรวงแรงงานได้มีหนังสือ ที่ รง 0203.3/331 ลงวันที่ 11 มกราคม 2549 เรื่อง การดำเนินงานพัฒนาอาสาสมัครแรงงาน ตามระเบียบกระทรวงแรงงานว่าด้วยอาสาสมัครแรงงาน พ.ศ.2548 โดยกระทรวงแรงงานได้ขอให้จังหวัดดำเนินการแต่งตั้งอาสาสมัครแรงงาน ตามระเบียบกระทรวงแรงงานว่าด้วยอาสาสมัครแรงงาน พ.ศ. 2548 ลงวันที่ 2 ธันวาคม 2548 เพื่อให้แต่งตั้งเครือข่ายอาสาสมัครแรงงานดำเนินกิจกรรมของอาสาสมัครแรงงานและกำหนดพื้นที่ที่ให้อาสาสมัครแรงงานดำเนินการ โดยให้สำนักงานแรงงานจังหวัดรายงานผลการติดตามการดำเนินงานพัฒนาอาสาสมัครแรงงาน ให้สำนักตรวจและประเมินผล กลุ่มงานสนับสนุนเครือข่ายและประสานภูมิภาคทราบทุกสิ้นเดือน ตั้งแต่ 30 มีนาคม - 30 กันยายน 2549

/ จังหวัดนครนายก ...

จังหวัดนครนายก ได้ดำเนินการแต่งตั้งอาสาสมัครแรงงานจำนวน 45 คนตามหนังสือคำสั่ง ที่ 485/2549 ลงวันที่ 11 เมษายน 2549 และคำสั่งจังหวัดนครนายก ที่ 673 / 2550 ลงวันที่ 22 พฤษภาคม 2550 ได้แต่งตั้งอาสาสมัครแรงงาน จำนวน 55 คน รวมอาสาสมัครแรงงานของจังหวัดนครนายกมีทั้งหมดจำนวน 100 คน

รวมทั้งได้แต่งตั้งหัวหน้าส่วนราชการ และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จำนวน 11 คน เพื่อเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานอาสาสมัครแรงงาน ตามคำสั่งจังหวัดนครนายก ที่ 673/ 2550 ลงวันที่ 23 พฤษภาคม 2550 จำนวน 11 ราย เพื่อทำหน้าที่จัดประชุมหรือดำเนินการเพื่อพัฒนาอาสาสมัครแรงงาน แปลงนโยบายและยุทธศาสตร์ของกระทรวงแรงงานลงสู่แผนปฏิบัติ โดยใช้อาสาสมัครแรงงานเป็นกลไกในการขับเคลื่อน และส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินการอาสาสมัครแรงงานอย่างชัดเจน

5. ข้อเสนอแนะ / วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพอาสาสมัครแรงงาน

ผู้เสนอผลงานจึงเห็นควรให้สำนักงานแรงงานจังหวัดนครนายกจัดการฝึกอบรมให้แก่อาสาสมัครแรงงาน หลักสูตร “การเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายแรงงานด้านประชาสัมพันธ์ ” ให้แก่อาสาสมัครแรงงาน ของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครนายก ให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างถูกต้องตรงประเด็น ภารกิจ นโยบาย และบริการของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน โดยวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ในหน่วยงานนั้นๆให้ครบทุกหน่วยงาน และเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์มาบรรยาย เพื่อให้อาสาสมัครแรงงานให้ทราบถึงวิธีการสื่อสารอย่างถูกต้องและประสบความสำเร็จ รวมทั้งการสร้างขวัญและกำลังใจและเสริมสร้างความตระหนักร่วมกันในการร่วมรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาสังคมด้านแรงงานของพื้นที่ในชุมชน

“ อาสาสมัครแรงงาน ” เป็นสื่อบุคคลที่จะสามารถเป็นเครือข่ายประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานให้แก่กระทรวงแรงงานและหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานได้ดียิ่ง เพราะเป็นบุคคลในพื้นที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชน ซึ่งสามารถเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากสำนักงานแรงงานจังหวัด สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด สำนักงานจัดหางานจังหวัด สำนักงานประกันสังคมจังหวัด ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด ถึงประชาชนในพื้นที่ของตนอย่างทั่วถึง ขณะนี้จังหวัดนครนายกได้ขยายปริมาณของอาสาสมัครเป็นจำนวน 100 คน นับว่าเป็นการวางรากฐาน เพื่อการดำเนินการขยายเครือข่ายอาสาสมัครแรงงานจังหวัดนครนายก ให้ขยายผลการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงแรงงาน ได้ครอบคลุมในทุกพื้นที่จังหวัดนครนายกอย่างมีประสิทธิภาพ

/ ผู้นำเสนอ ...

ผู้นำเสนอผลงานจึงเห็นควรมีการจัดฝึกอบรมในหลักสูตร “การเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายแรงงานด้านประชาสัมพันธ์” ให้แก่อาสาสมัครแรงงานของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครนายก กระทรวงแรงงาน ทั้งนี้เพื่อเป็นการพัฒนาให้อาสาสมัครแรงงานที่ผ่านการฝึกอบรม เป็นผู้มีความรู้ และทักษะ ทักษะที่ดีในการประชาสัมพันธ์โดยการพูดผ่านสื่อบุคคล สื่อกลุ่มคน โดยผ่านหอกระจายข่าวหรือเสียงตามสายและสื่อมวลชนโดยผ่านสถานีวิทยุชุมชนในท้องถิ่น เพื่อเพิ่มศักยภาพของอาสาสมัครแรงงาน ในการสื่อสารด้านต่างๆให้สามารถดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงานตามบทบาทหน้าที่ของอาสาสมัครแรงงานตามระเบียบกระทรวงแรงงานว่าด้วยอาสาสมัครแรงงาน พ.ศ. 2548 ได้บรรลุวัตถุประสงค์สูงสุดต่อไป

6. หลักวิชาการที่ใช้ในการดำเนินการพัฒนาอาสาสมัครแรงงาน

6.1 การฝึกอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

การอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาประเทศชาติ เพราะมนุษย์เป็นทรัพยากรที่สำคัญ ที่จะสร้างความเจริญให้แก่ประเทศในด้านต่าง ๆ เนื่องจากปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อความเจริญก้าวหน้าของประเทศ คือ คุณภาพของมนุษย์ซึ่งคุณภาพของมิใช่ได้มาแต่กำเนิดเท่านั้น แต่มาจากลักษณะและขอบเขตของการศึกษา การฝึกฝนอบรม และการพัฒนาประกอบกัน ผลสำเร็จของหน่วยงาน องค์กร และประเทศ มาจากการที่มนุษย์เหล่านั้นได้รับการศึกษา ฝึกฝนอบรม และการพัฒนาให้มีความรู้ความสามารถที่จะปฏิบัติภารกิจให้สำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการหนึ่งที่จะทำให้บุคลากรมีคุณภาพ โดยการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้เป็นไปในทางที่ปรารถนาทั้งด้านความรู้ ทักษะ ทักษะ ทักษะ (สุทิน นพเกตุ, 2537)

6.2 ความหมายของการอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

โรเบิร์ต แมทิส และ จอร์น แจ็กสัน (Robert Mathis and John Jackson, 1970) ได้ให้ความหมายว่า การอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือกระบวนการของการเรียนรู้ที่บุคคลต้องการทักษะ แนวความคิดและความรู้ เพื่อที่จะช่วยทำงานได้ผลสำเร็จและบรรลุเป้าหมาย

เอ็ดวิน บีฟลิปโป (Edwin B. Flippo, 1970) กล่าวว่า การอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือ กระบวนการในการเสริมสร้างและเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ ความชำนาญให้แก่ผู้ปฏิบัติงานแต่ละคนในขอบเขตของการปฏิบัติงานเฉพาะอย่าง

เดล เอส บีช (Dale S. Beach 1970) ให้ความหมายว่า การอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือ กระบวนการที่จัดขึ้นเพื่อให้บุคคลได้เรียนรู้และมีความชำนาญเพื่อวัตถุประสงค์อย่างหนึ่ง โดยมุ่งหวังให้คนได้รู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของคนไปในทางที่ต้องการ

/ การ์เตอร์ ...

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good 1973 : 613) กล่าวว่า การอบรมและพัฒนาคนมนุษย์ เป็นกระบวนการที่ช่วยให้บุคคลอื่นมีทักษะและความรู้โดยจัดขึ้นภายใต้สภาวะเงื่อนไขบางประการ และไม่ถึงกับทำอะไรใหญ่โตแบบที่นักเรียนเรียนทักษะ และความรู้กันในสถาบันการศึกษาทั่วไป

กิติ สิงคาลวณิช (2529 : 14) ให้ความหมายการอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่าเป็นเครื่องมือและวิธีการในการพัฒนาบุคคล หรือวิธีการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ให้แก่บุคคลเพื่อทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีทัศนคติ ค่านิยม ตลอดจนความเชื่อต่าง ๆ ให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น

เฉลิม วราวิทย์, สดิส อัครวิไล และสุภาศิริ อมาตยกุล (2524 : 63) กล่าวถึงการอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่าหมายถึง การจัดระบบการสอนเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ให้ผู้เข้ารับการอบรม มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับงานที่บุคคลผู้นั้นจะปฏิบัติหน้าที่ที่รับผิดชอบ

เครือวัลย์ ลิมอภิชาติ (2531) ให้ความหมายของการอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่าหมายถึงกิจกรรมการเรียนรู้ (Learning) เฉพาะอย่างของบุคคลเพื่อเพิ่มพูนและปรับปรุงความรู้ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) อันเหมาะสมจนสามารถก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และทัศนคติเพื่อการปฏิบัติหน้าที่ (Specific Knowledge) เพื่อยกมาตรฐานการปฏิบัติงานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นและทำให้บุคลากรมีความเจริญก้าวหน้าในงาน

เชี่ยวชาญ อาศวีตมกุล ให้ความหมายว่า การฝึกอบรมเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาในองค์กร

อำนาจ วีรวรรณ ให้ความหมายว่า การฝึกอบรมเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาบุคลากรของประเทศให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีค่า

สุปราณี ศรีฉัตรภิมุข ให้ความหมายว่า การฝึกอบรมและพัฒนาบุคคลเป็นการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและความชำนาญให้แก่พนักงานในองค์กรจนสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และทัศนคติอย่างค่อนข้างถาวร อันอำนาจประโยชน์ให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และทำให้มีความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน

สมพงษ์ เกษมสิน (2513 : 257) ได้อธิบายว่าการฝึกอบรมหมายถึงกรรมวิธีต่าง ๆ ที่มุ่งจะเพิ่มพูนความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ เพื่อให้ทุกคนในหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งสามารถปฏิบัติหน้าที่ที่อยู่ในความรับผิดชอบได้ดียิ่งขึ้น การฝึกอบรมเป็นกระบวนการพัฒนาความรู้และประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม คุณธรรม และทักษะความชำนาญเฉพาะด้าน โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้บุคลากรสามารถดำเนินการกิจที่รับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าทันเทคโนโลยีและวิทยาการที่เปลี่ยนแปลงไป

/ จากข้อความ ...

จากข้อความข้างต้นสรุปได้ว่า การอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการในการเสริมสร้างความรู้ ทักษะ ความชำนาญตลอดจนทัศนคติที่เหมาะสมกับงานในหน้าที่ที่รับผิดชอบ เพื่อช่วยให้บุคลากรมีความเจริญก้าวหน้าในอาชีพ

6.3 ความจำเป็นและความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับคน ซึ่งเป็นทั้งผู้กำหนด ผู้สนับสนุนให้กระบวนการพัฒนาดำเนินตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยที่คนเป็นผู้รับประโยชน์และรับผลกระทบจากการพัฒนาโดยตรง ดังนั้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในช่วงที่เศรษฐกิจของประเทศไทยกำลังก้าวไปสู่ระดับนานาชาติและต้องแข่งขันในเวทีโลกมากยิ่งขึ้นทุกขณะ โดยโครงสร้างเศรษฐกิจภายในประเทศได้เปลี่ยนแปลงไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการที่ทันสมัย ในขณะที่ฐานที่ตั้งของชุมชนได้เริ่มเปลี่ยนจากเกษตรสังคมชนบทมาสู่ความเป็นสังคมเมืองยิ่งขึ้น ดังนั้น ถ้าจะให้คนเป็นผู้กำหนดหรือผู้สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาคนให้มีศักยภาพและขีดความสามารถสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (ลาวัลย์ ปานประดิษฐ์, 2536)

ปัจจุบันนี้องค์กรทั้งภาครัฐบาลและเอกชนต่างก็ให้ความสำคัญในเรื่องการอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จึงมีการส่งเสริมให้บุคลากรได้มีโอกาสเข้ารับการอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากเห็นผลลัพธ์ที่ตามมาภายหลังการอบรมว่าหน่วยงานมีการพัฒนาและมีความเจริญก้าวหน้า ส่วนสาเหตุที่ทำให้ต้องมีการอบรม และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ก็เนื่องจากสาเหตุดังนี้ (เครีอวัลย์ ลิมอภิชาติ, 2531)

1. ไม่มีสถาบันการศึกษาใดที่สามารถผลิตคนให้มีความสามารถที่จะทำงานในองค์กรต่าง ๆ ได้ทันที องค์กรที่รับบุคลากรใหม่จึงต้องทำการอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ประเภทก่อนเข้าทำงาน (Pet-Service Training) การปฐมนิเทศ (Orientation) หรือการแนะนำการทำงาน (Introduction Training) เพื่อให้เข้าใจสิทธิ หน้าที่ และวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

2. สภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทั้งสภาพสังคม การเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยีต่างๆ การเปลี่ยนแปลงตำแหน่งหน้าที่ วิธีการทำงาน จึงต้องมีการอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระหว่างการทำงาน (In Service Training) เพื่อให้บุคลากรทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

/ 3. ได้มีการพิสูจน์ ...

3. ได้มีการพิสูจน์แล้วว่า การขาดการอบรม และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างมีระบบก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายในการอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สูงกว่า เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานต้องฝึกงานเองโดยการลองผิดลองถูก เมื่อองค์ใดมีการอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นระบบองค์กรนั้นจะได้รับประโยชน์สูงสุดจากการอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

6.4 จุดมุ่งหมายของการอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

แวกเวลีย์ และ ลาทัม (Wexley and Latham, 1981) ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ดังนี้

เพื่อปรับปรุงแก้ไขความรู้เพื่อการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลในแต่ละระดับเกี่ยวกับการเข้าใจ กฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับและหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานการจัดการ การบริการ เพื่อเพิ่มทักษะความชำนาญ การเพิ่มทักษะและความชำนาญการ เป็นจุดมุ่งหมายของการอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มาช้านานแล้ว ทักษะนั้นรวมถึงแต่งานไฟฟ้า วาดรูป การใช้คอมพิวเตอร์ในกิจการต่าง ๆ การตัดสินใจ การรักษาความปลอดภัย เพื่อเป็นการจูงใจบุคลากรให้ปฏิบัติงานในหน้าที่ให้ดีขึ้น การอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยทั่วไปแล้วจุดมุ่งหมายมักจะเน้น เพื่อการปรับปรุงแก้ไขความรู้เพื่อการปฏิบัติงานและเพิ่มทักษะความชำนาญการ แต่มักจะละเลยการจูงใจบุคลากรให้ปฏิบัติงานในหน้าที่ให้ดีขึ้น

6.5 ประโยชน์ของการอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

การอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ถ้าพิจารณาอย่างผิวเผินดูเหมือนว่าทำให้องค์กรต้องสิ้นเปลืองทั้งเวลา แรงงาน และงบประมาณมากกว่าประโยชน์ที่ได้รับ อย่างไรก็ตามองค์กรจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับผู้ปฏิบัติงาน เนื่องจากเมื่อผู้ปฏิบัติงานได้รับการอบรมและพัฒนาให้มีความรู้ความชำนาญและมีทัศนคติที่ดีแล้ว ผลงานที่เกิดขึ้นย่อมมีคุณค่าและเกิดผลดีต่อองค์กรมากที่สุด ดังนั้นการอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จึงถือว่าเป็นการลงทุนอย่างหนึ่งขององค์กร และเป็นการลงทุนที่ก่อให้เกิดประโยชน์อันคุ้มค่า แม้บางครั้งจะไม่สามารถวัดผลให้เป็นรูปธรรมได้ แต่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมดังนี้ (ชิราพร หนูฤทธิ์, 2532)

ตัวผู้ปฏิบัติงานจะมีการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่สามารถช่วยให้ทำงานดีขึ้นทั้งผู้ที่เข้าทำงานใหม่ และผู้ที่ทำงานอยู่แล้วให้ได้รับความเจริญก้าวหน้าทำให้เกิดขวัญกำลังใจ มีทัศนคติที่ดี ลดการขาดงาน ช่วยเพิ่มความจงรักภักดีต่อองค์กร ทำให้ผู้ปฏิบัติงานที่มีความชำนาญ สามารถเพิ่มผลผลิต ลดปัญหาในการทำงานรู้จักวิธีการใช้วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือต่าง ๆ ช่วยแบ่งเบาภาระของผู้บังคับบัญชา

/ ไม่ต้องเสียเวลา ...

ไม่ต้องเสียเวลามากในการสอนงาน ช่วยแก้ปัญหาของการบริการงาน เช่น ลดการขัดแย้งในการทำงาน ก่อให้เกิดการประสานงานที่ดี แก้ปัญหาการขาดแคลนผู้ปฏิบัติงานในบางตำแหน่งเกิดความมั่นคงขององค์กรเนื่องจากการอบรม และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีการพัฒนาอยู่เสมอ ถ้าขาดแคลนผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งใดก็สามารถหามาแทนได้ และยังช่วยลดการร้องเรียนจากผู้รับบริการอีกด้วย

7. การจัดฝึกอบรมอาสาสมัครแรงงาน เป็นการประชาสัมพันธ์โดยการติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร (External Communication) กรณีที่พบปัญหาในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มประชาชนภายนอกหน่วยงาน ในลักษณะที่คล้ายคลึงกับปัญหาของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ดังได้กล่าวมาในผลงานแรกข้างต้นแล้ว อาจเป็นเพราะปริมาณการเพิ่มจำนวนของประชากรที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ความสลับซับซ้อนของสังคมได้ก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ในด้านการติดต่อสื่อสารเพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัว นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการจ้างสื่อมวลชนต่าง ๆ ให้เผยแพร่ข่าวสารสู่ประชาชนภายนอกก็มีราคาแพงมากขึ้น จนบริษัทธุรกิจหลายแห่งไม่สามารถที่จะใช้เครื่องมือสื่อมวลชนหลาย ๆ ประเภทในการเข้าถึงประชาชนภายนอกได้ สิ่งเหล่านี้ย่อมเป็นอุปสรรคสกัดกั้นให้การติดต่อสื่อสารภายนอกขององค์กรดำเนินไปได้ไม่เต็มที่ บริษัทหลายแห่งได้ใช้วิธีเลี่ยงจากการสื่อสารด้วยสื่อมวลชนหลาย ๆ ประเภท ซึ่งทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณมาก มาใช้วิธีการติดต่อสื่อสารกับประชาชนภายนอกองค์กรด้วยการฝึกอบรมและผ่านเอกสารประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน เช่น หนังสือคู่มืออาสาสมัครแรงงาน วารสารกระทรวงแรงงาน แผ่นพับ จุลสารต่าง ๆ ของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครนายก และหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน นอกจากนี้ก็ยังใช้วิธีบอกกล่าวชี้แจงข่าวสารของหน่วยงาน รวมทั้งนโยบายและการดำเนินงานของหน่วยงานให้อาสาสมัครแรงงานที่มาจากลูกจ้าง นายจ้าง ครูแนะแนว พ่อค้า ประชาชนได้ทราบและเข้าใจเป็นอย่างดี เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นสามารถเป็น “สื่อบุคคล” ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารความรู้ภารกิจของกระทรวงแรงงานไปยังกลุ่มประชาชนต่าง ๆ ภายนอกองค์กร ได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

8. ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการพัฒนาอาสาสมัครแรงงาน

- สมาชิกเครือข่ายที่ผ่านการฝึกอบรมแล้วจะมีความรู้ ทักษะ และวิธีการในการสื่อสารด้านการพูดในรูปแบบต่างๆอย่างเป็นรูปแบบ เพื่อเป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านแรงงานถ่ายทอดไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

/ -สมาชิกเครือข่าย ...

- สมาชิกเครือข่ายที่ผ่านการฝึกอบรมแล้ว สามารถนำความรู้ บริการ ปัญหา และข้อกฎหมายต่างๆ เกี่ยวกับกระทรวงแรงงานที่ได้รับไปประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้แก่ประชาชนในพื้นที่หมู่บ้าน ชุมชน ของตน เพื่อขยายผลให้ทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในภารกิจ บริการ และข้อกฎหมายแรงงานได้มากขึ้น

- เป็นการเสริมสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงานให้มีความเข้มแข็งเหนียวแน่นเพื่อ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าหน้าที่ของกระทรวงแรงงานกับสมาชิกเครือข่ายอาสาสมัครแรงงาน ซึ่งจะส่งผลให้การร่วมกันทำงานเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านแรงงานมากขึ้นอย่างสม่ำเสมอและ ต่อเนื่องให้สามารถดำเนินงานตามภารกิจของกระทรวงแรงงานได้บรรลุเป้าหมายสูงสุด

- เป็นการประหยัดงบประมาณกว่าการผลิตสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ซึ่งต้องใช้งบประมาณ แพงมากกว่าจะได้ผลครอบคลุมทุกพื้นที่ทุกหมู่บ้านตำบลอย่างแท้จริง

9. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

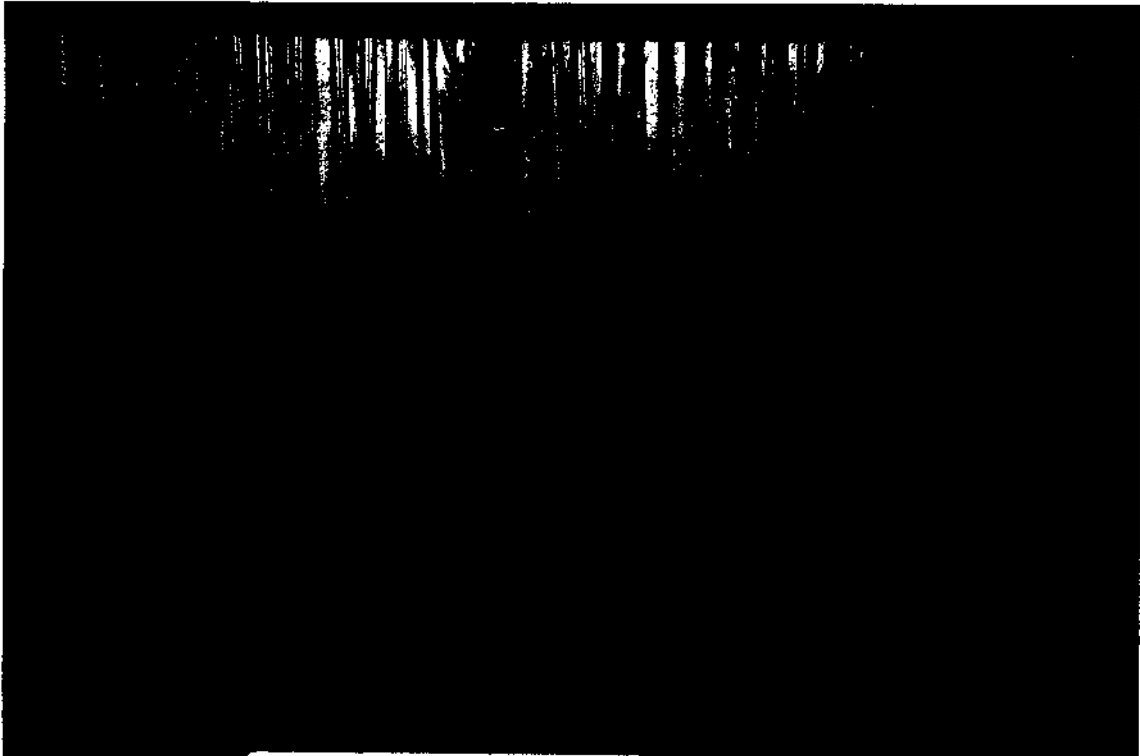
ประชาชน คนหางาน นายจ้าง ลูกจ้าง และกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงานในพื้นที่จังหวัด นครนายก จำนวน 80 เปอร์เซนต์ เข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านแรงงานอย่างครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน และมีความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเป็นอย่างดี ส่งผลให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อกระทรวงแรงงาน รวมทั้งการให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาด้านแรงงานในระดับพื้นที่ อย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผล

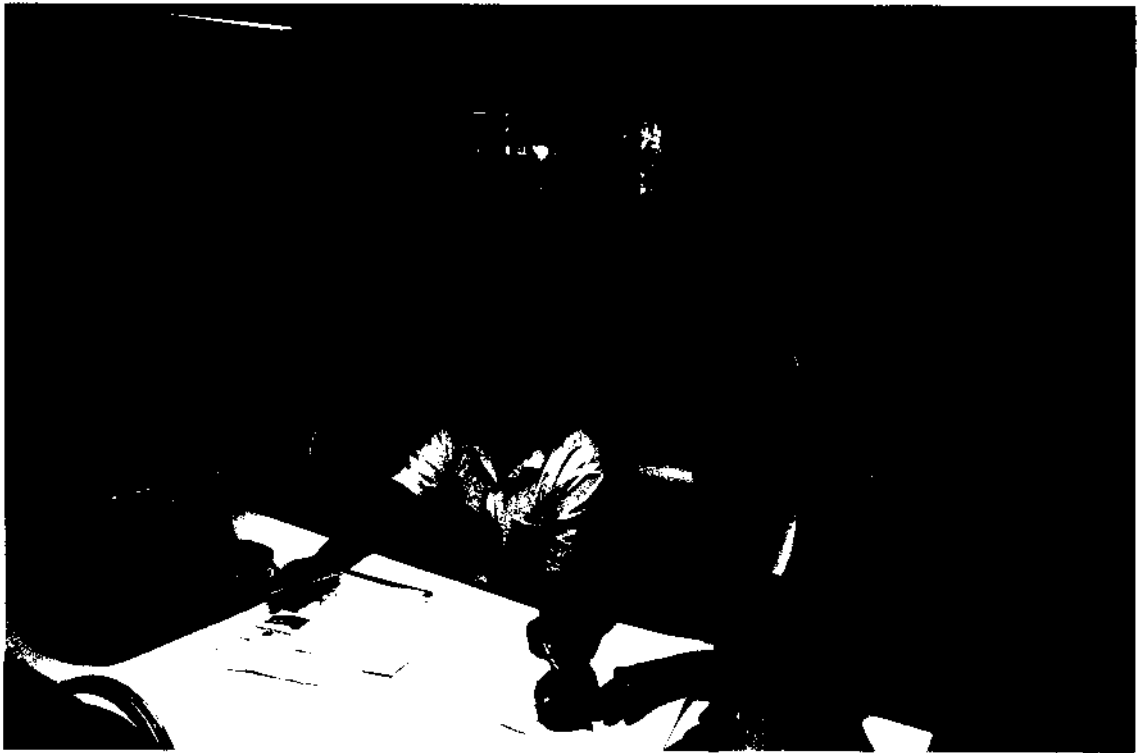
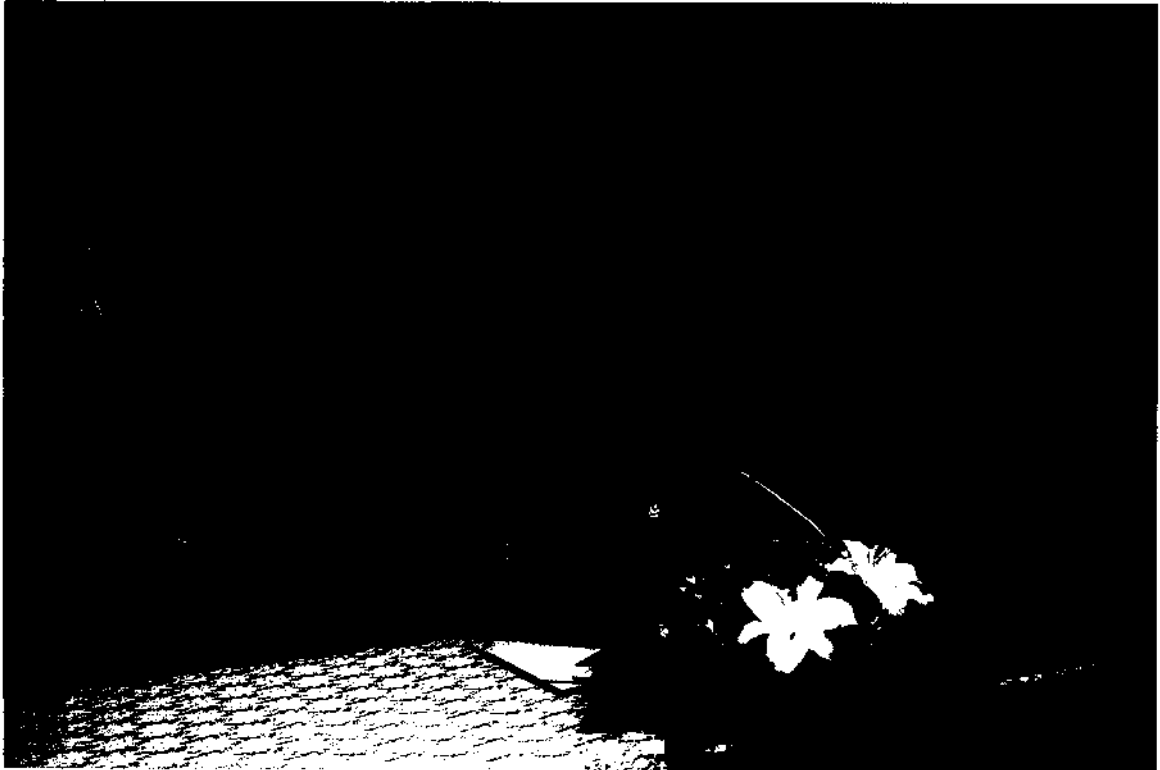
ลงชื่อ อรอนทนภรณ์ ขาวลาภ

(นางวรรณภรณ์ ขาวลาภ)

ผู้เสนอผลงาน

..30./พฤษภาคม/2550.







บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

หนังสือ

กระทรวงแรงงาน.แผนพัฒนาแรงงาน พ.ศ. 2550. กรุงเทพมหานคร.

รุ่งนภา พิศปรีชา รศ., อรสา ปานขาว ผศ.,สุวัฒน์ ทองธนากุล. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.กรุงเทพมหานคร:2545.

สุมาลี สังข์ศรี ผศ.ดร., กิตติ พัทธวิทย์, บุญเลิศ ไพลินทร์ ดร.หลักการเรียนรู้และเทคนิคการฝึกอบรม. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.นนทบุรี:2533.

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน.คนประชาสัมพันธ์.กรุงเทพมหานคร

เอกสาร

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน.เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์รุ่นที่ 2.กรุงเทพมหานคร:2541.

มหาวิทยาลัยเกริก. ก้าวสู่การประชาสัมพันธ์ยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร:2548

พิศาล นิเมพานิช,.วิริติ ศักดิ์จิรพาพงศ์, สมปอง ดวงไสว.การพัฒนาบุคลากรและศิลปการพูด. กรุงเทพมหานคร:2540.

กรมส่งเสริมการเกษตร.สรุปผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อสัมมนาประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ผลิตรายการวิทยุด้านการเกษตรในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค.กรุงเทพมหานคร:2547.

สำนักงานจัดหางานจังหวัดนครนายก.เอกสารการตรวจราชการสำนักงานแรงงานจังหวัดนครนายก.2550.

เว็บไซต์

www.mol.go.th

[www.pibul2.psrุ.ac.th](http://www.pibul2.psrु.ac.th)

www.dca.vtat.mi.th

www.uconnect.dpu.ac.th