



คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual)

คู่มือการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

กรมชลประทาน

คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual)

คู่มือการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

กรมชลประทาน

รหัสคู่มือ สชป.๒/บท.๑๐/๒๕๖๑

หน่วยงานที่จัดทำ

ฝ่ายบริหารทั่วไป งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ
สำนักงานชลประทานที่ ๒

ที่ปรึกษา

นางวาสนา การสมดี

พิมพ์ครั้งที่ ๑

จำนวน ๑ เล่ม

เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๑

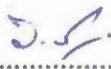
หมวดหมู่ บริหารทั่วไป (งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ)


คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual)

คู่มือการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

ได้ผ่านการตรวจสอบ กลั่นกรองจากคณะทำงานตรวจสอบกลั่นกรองคู่มือการปฏิบัติงาน
ของสำนักงานชลประทานที่ ๒ เรียบร้อยแล้ว จึงถือเป็นคู่มือฉบับสมบูรณ์
สามารถใช้เป็นเอกสารเผยแพร่และใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

ลงชื่อ..... 
(นายวิฑูรย์ ฐิติธนภาค)
ตำแหน่ง ประธานคณะทำงาน ฯ

ลงชื่อ..... 
(นางวาสนา การสมติ)
หัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป
ตำแหน่ง คณะกรรมการกลั่นกรอง

ลงชื่อ..... 
(นายเกียรติกวิน เพิ่มทวีสิน)
ตำแหน่ง คณะทำงาน ฯ และเลขานุการ

คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual)

คู่มือการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

จัดทำโดย

ชื่อ-สกุล	นางวราลักษณ์ คงศรีเจริญ	
ตำแหน่ง	หัวหน้างานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ สังกัด ฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักงานชลประทานที่ ๒	
ชื่อ-สกุล	นางกชพร คำฟูบุตร	
ตำแหน่ง	หัวหน้าเจ้าหน้าที่พัสดุ	สังกัด โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาแม่วัง
ชื่อ-สกุล	นายรพีพงศ์ รัชฎาศรี	
ตำแหน่ง	เจ้าพนักงานเครื่องคอมพิวเตอร์	สังกัด โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาแม่วัง
ชื่อ-สกุล	นายสุรศักดิ์ สุทธิมวล	
ตำแหน่ง	เจ้าพนักงานธุรการ	สังกัด โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาภิวัตน์-ภิวัตน์
ชื่อ-สกุล	นางสาวจิตนรินทร์ พรมวัง	
ตำแหน่ง	นักประชาสัมพันธ์	สังกัดฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักงานชลประทานที่ ๒

สามารถติดต่อสอบถามรายละเอียด/ข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ สำนักงานชลประทานที่ ๒
เบอร์โทรศัพท์ ๐๕๔ ๒๑๗ ๑๘๖ ต่อ ๒๑๓

คำนำ

การศึกษาสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญและมีความจำเป็นสำหรับผู้ทำงานประชาสัมพันธ์ เพราะความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับการใช้เครื่องมือสื่อสารที่ถูกต้อง เหมาะสมกับ ข่าวสาร กลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เป็นสำคัญ

เครื่องมือสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีหลายประเภท แต่ละประเภทยุ่มีข้อดี ข้อเสีย ข้อจำกัดการใช้งานที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้การสร้างควมเข้าใจ วิธีการเลือกใช้สื่อ ตลอดจนจนวนิธิพลของเครื่องมือและสื่อต่างๆ จึงเป็นความสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์

คู่มือการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นคู่มือที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางสำหรับงานประชาสัมพันธ์ ที่ต้องเลือกใช้สื่อเพื่อนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับ ซึ่งปัจจุบันสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นมีจำนวนมากและหลากหลาย การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จะทำให้สิ่งที่ต้องการสื่อสาร เผยแพร่ออกไปสู่ผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาดในการสื่อสาร การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงต้องมีความหลากหลายและมีความต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

คณะผู้จัดทำ งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ

สำนักงานชลประทานที่ ๒

กรมชลประทาน

สารบัญ

	หน้า
วัตถุประสงค์	๒
ขอบเขต	๒
คำจำกัดความ	๒
หน้าที่ความรับผิดชอบ	๒
Work Flow	๕
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	๑๐
ระบบติดตามประเมินผล	๑๙
เอกสารอ้างอิง	๒๑
แบบฟอร์มที่ใช้	๒๑
ภาคผนวก	๒๒
๑) การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	๒๓
๒) แบบฟอร์มแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	๓๔
๓) แบบฟอร์มค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานแผนการประชาสัมพันธ์	๓๕

คู่มือการปฏิบัติงาน การเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

๑. วัตถุประสงค์

- ๑.๑ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- ๑.๒ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารถึงผู้รับสาร จากสื่อที่หลากหลาย มีความต่อเนื่องและมีความน่าสนใจ
- ๑.๓ เพื่อให้การเลือกใช้สื่อ มีความเหมาะสม สามารถเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร จากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย อันจะนำมาซึ่งความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กร

๒. ขอบเขต

คู่มือการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ฉบับนี้ ครอบคลุมขอบเขตขั้นตอนการปฏิบัติงานในการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

- ๒.๑ การเตรียมข้อมูล ประเด็น เรื่องที่ต้องการเผยแพร่ทำการประชาสัมพันธ์
- ๒.๒ การศึกษารายละเอียดลักษณะของสื่อ และความสามารถของสื่อแต่ละประเภท
- ๒.๓ การศึกษาข้อดี ข้อจำกัด รวมถึงรายละเอียดค่าใช้จ่ายของสื่อแต่ละประเภท
- ๒.๔ การวิเคราะห์และเลือกสื่อให้เหมาะสมกับเรื่อง/ประเด็น ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ เสนอต่อหัวหน้างาน เพื่อทบทวนความเหมาะสมของสื่อที่เลือกใช้
- ๒.๕ การระบุสื่อที่เลือกใช้ พร้อมรายละเอียดค่าใช้จ่าย ลงไปในแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
- ๒.๖ การเสนอขอความเห็นชอบแผนต่อผู้บริหาร และขออนุมัติงบประมาณในส่วนของสื่อที่มีค่าใช้จ่ายตามที่ระบุไว้ในแผนการประชาสัมพันธ์
- ๒.๗ การเริ่มดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ ตามแผนการประชาสัมพันธ์ที่วางไว้

๓. คำจำกัดความ

- ๓.๑ ผส.ชป.๒ หมายถึง ผู้อำนวยการสำนักงานชลประทานที่ ๒
- ๓.๒ ผผง.ชป.๒ หมายถึง ผู้อำนวยการส่วนแผนงาน สำนักงานชลประทานที่ ๒
- ๓.๓ ผบท.ชป.๒ หมายถึง หัวหน้างานฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักงานชลประทานที่ ๒
- ๓.๔ ปท.ชป.๒ หมายถึง หัวหน้างานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ สำนักงานชลประทานที่ ๒
- ๓.๕ สื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราวจากสำนักงานชลประทานที่ ๒ เผยแพร่ไปสู่สาธารณชน

๔. หน้าที่ความรับผิดชอบ

- ๔.๑ ผู้อำนวยการสำนักงานชลประทานที่ ๒ เห็นชอบและอนุมัติแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ได้กำหนดสื่อที่เลือกใช้ ไว้ในแผนการดำเนินงานเรียบร้อยแล้ว
- ๔.๒ ผู้อำนวยการส่วนแผนงาน สำนักงานชลประทานที่ ๒ ดำเนินการในส่วนของงบประมาณ สำหรับสื่อที่มีค่าใช้จ่ายตามที่ระบุไว้ในแผนการประชาสัมพันธ์

๔.๓ หัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักงานชลประทานที่ ๒ ตรวจสอบ ทบทวน ความถูกต้องเหมาะสมของ แผนการประชาสัมพันธ์ ก่อนนำเสนอขอความเห็นชอบและอนุมัติแผนต่อผู้บริหาร

๔.๔ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ ตรวจสอบความเหมาะสมของสื่อที่ใช้ในแผนการ ประชาสัมพันธ์ เพื่อแก้ไขปรับปรุงสื่อที่เลือกใช้แผนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ก่อนเสนอความเห็นชอบต่อ หัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป เพื่อดำเนินการต่อไป

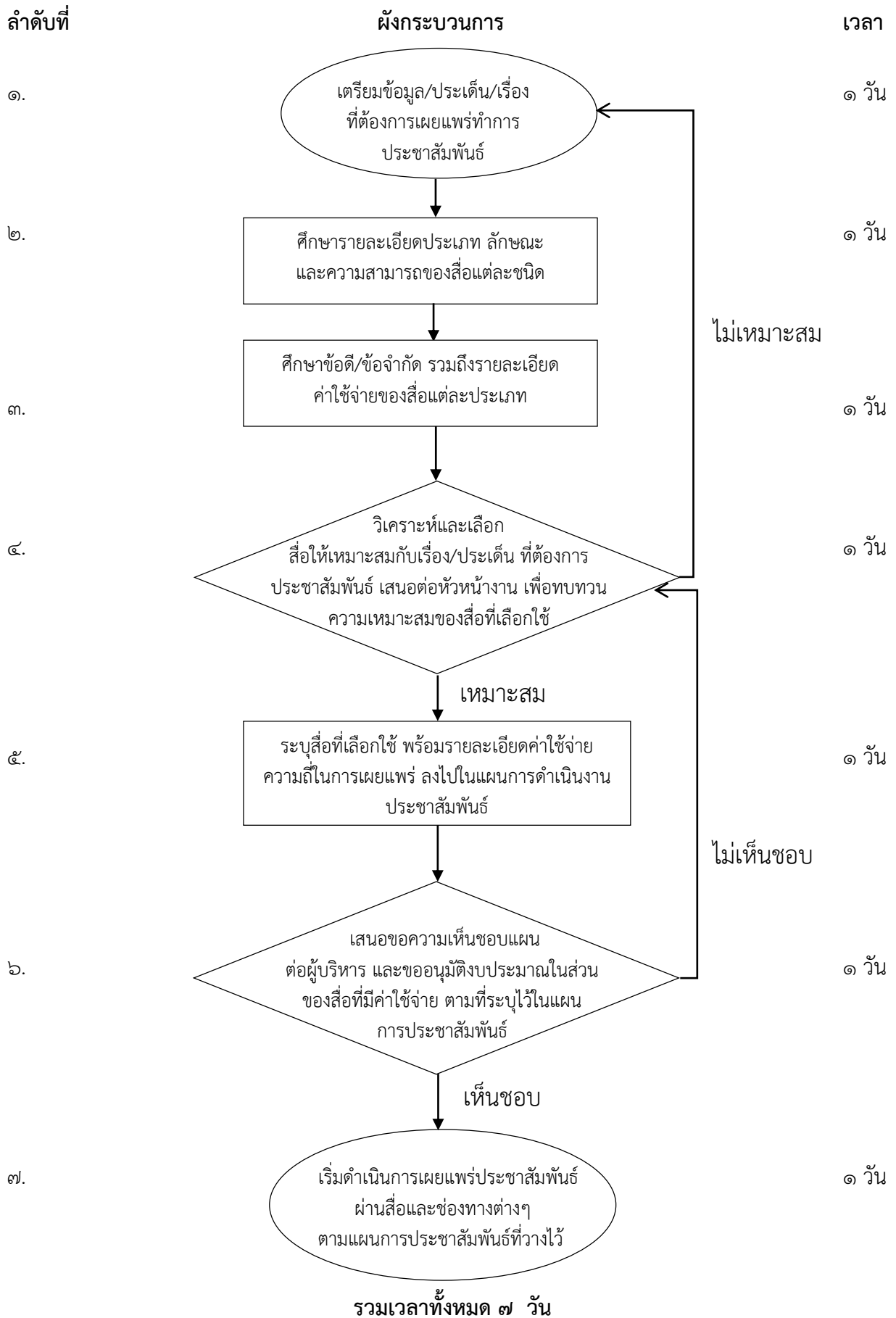
๔.๕ งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ ศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมากำหนดสื่อประเภทต่างๆ ที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานชลประทานที่ ๒ ให้มีความหลากหลาย น่าสนใจ และมีความต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ ที่ระบุสื่อที่ เลือกใช้ ลงไปในแผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อเสนอต่อผู้บริหารและปฏิบัติงานตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้

สรุปกระบวนการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

กระบวนการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ สำนักงานชลประทานที่ ๒ ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

๑. เตรียมข้อมูล ประเด็น เรื่องที่ต้องการเผยแพร่ทำการประชาสัมพันธ์
๒. ศึกษารายละเอียดลักษณะของสื่อ และความสามารถของสื่อแต่ละประเภท
๓. ศึกษาข้อดี ข้อจำกัด รวมถึงรายละเอียดค่าใช้จ่ายของสื่อแต่ละประเภท
๔. วิเคราะห์และเลือกสื่อให้เหมาะสมกับเรื่อง/ประเด็น ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ เสนอต่อหัวหน้างาน เพื่อทบทวนความเหมาะสมของสื่อที่เลือกใช้
๕. ระบุสื่อที่เลือกใช้ พร้อมรายละเอียดค่าใช้จ่าย ลงไปในแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
๖. เสนอขอความเห็นชอบแผนต่อผู้บริหาร และขออนุมัติงบประมาณในส่วนของสื่อที่มีค่าใช้จ่าย ตามที่ระบุไว้ในแผนการประชาสัมพันธ์
๗. เริ่มดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ ตามแผนการประชาสัมพันธ์ ที่วางไว้

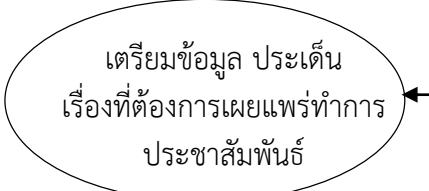
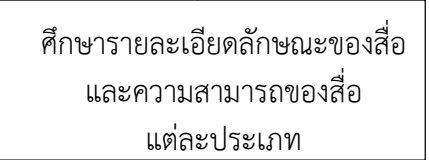
Work Flow กระบวนการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

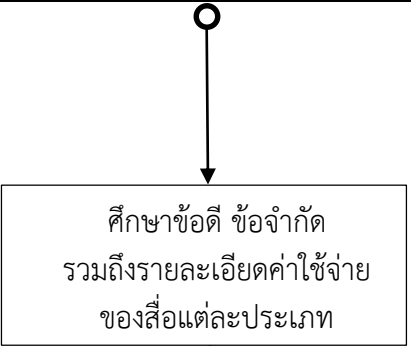
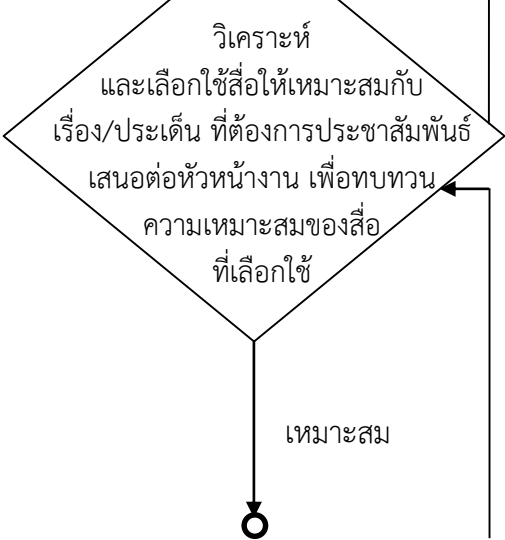


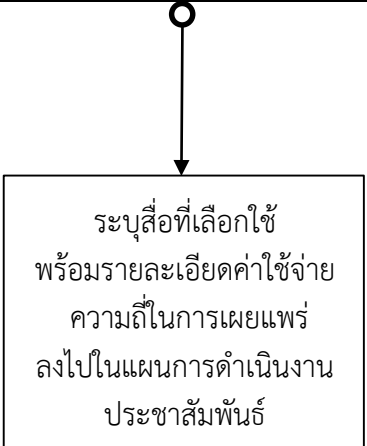
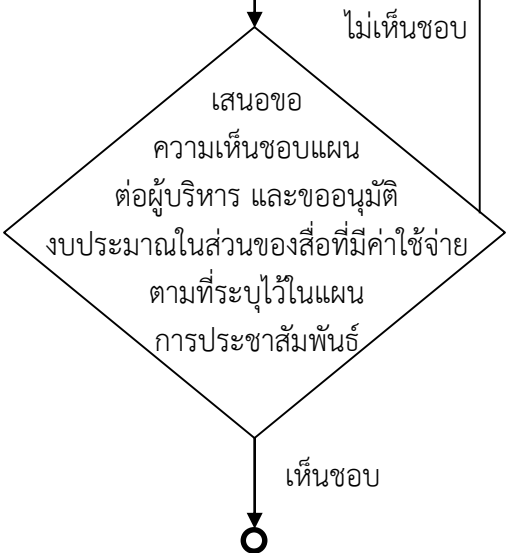
๕. Work Flow

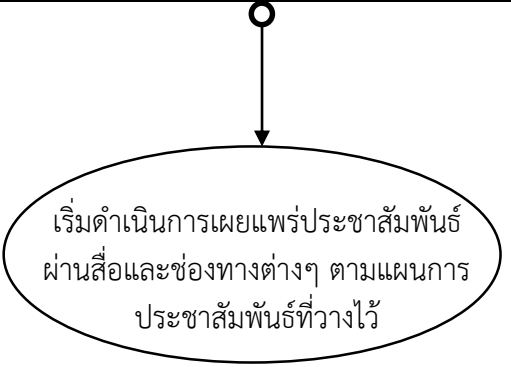
ชื่อกระบวนการ : การเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

ตัวชี้วัดผลลัพธ์กระบวนการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน: ร้อยละของจำนวนความถี่ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แล้วเสร็จตามแผน

ลำดับ	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	ผู้รับผิดชอบ
๑.		๑ วัน	เตรียมข้อมูล พร้อมทั้งศึกษาข้อมูล บทบาทหน้าที่ การปฏิบัติงานของกรม ชลประทาน ทั้งงานตามนโยบาย กระทรวงเกษตรฯ และงานตามภารกิจ เพื่อนำมากำหนดเป็นหัวข้อเรื่อง/ ประเด็น ที่จะทำการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ	ต้องมีการศึกษาข้อมูลที่ถูกต้อง และเป็นปัจจุบัน จากแหล่งข้อมูลที่ เชื่อถือได้ และเป็น ประโยชน์ สามารถนำมากำหนดเป็นหัวข้อ เรื่อง/ประเด็น ในการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ ให้มีความน่าสนใจ กลุ่มเป้าหมายมีความอยากรู้ในสิ่งที่ จะนำเสนอออกไป	งาน ประชาสัมพันธ์ และสารสนเทศ
๒.		๑ วัน	เลือกศึกษารายละเอียด ประเภท ลักษณะของสื่อ ที่มีความสามารถ เผยแพร่ในประเด็น/เรื่อง ที่ต้องการ ประชาสัมพันธ์ ของสำนักงาน ชลประทานที่ ๒	สื่อที่เลือกมาศึกษาข้อมูล ต้องมีความ เหมาะสมกับเรื่องหรือประเด็น ที่ต้องการเผยแพร่ และสามารถ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด	งาน ประชาสัมพันธ์ และสารสนเทศ

ลำดับ	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	ผู้รับผิดชอบ
๓.		๑ วัน	ศึกษาข้อดี ข้อจำกัดของสื่อ เนื่องจากสื่อแต่ละประเภทนั้น มีความสามารถในการสร้างการรับรู้ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน รวมถึงศึกษารายละเอียดค่าใช้จ่าย เพื่อที่จะเลือกใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความคุ้มค่ามากที่สุด	ควรศึกษาข้อดี ข้อจำกัดของสื่ออย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบ ประกอบการตัดสินใจในการที่จะเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานชลประทานที่ ๒	งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ
๔.		๑ วัน	วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ศึกษา และเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับ ประเด็น/เรื่องที่ต้องการนำเสนอ ของสำนักงานชลประทานที่ ๒ และมีความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว กว้างขวาง สามารถดำเนินงานตามวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	สื่อที่เลือกใช้ในการประชาสัมพันธ์ ผ่านการทบทวนจากหัวหน้างาน ประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ สามารถกำหนดเป็นสื่อที่เลือกใช้ ลงไป ใน แผน การ ดำ เนิน งาน ประชาสัมพันธ์ได้	งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ

ลำดับ	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	ผู้รับผิดชอบ
๕.		๑ วัน	ระบุสื่อที่เลือกใช้พร้อมรายละเอียดค่าใช้จ่าย และจำนวนความถี่ ลงไปในแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานชลประทานที่ ๒	ร้อยละความถี่ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แล้วเสร็จตามแผน	งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ
๖.		๑ วัน	นำแผนประชาสัมพันธ์ที่ระบุสื่อที่เลือกใช้ เสนอขอความเห็นชอบและอนุมัติงบประมาณต่อ ฝบท.ชป.๒, ผผง.ชป.๒ และ ผส.ชป.๒	สื่อที่เลือกใช้ในแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานชลประทานที่ ๒ ได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหาร ก่อนนำไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง	งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ

ลำดับ	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	ผู้รับผิดชอบ
๗	 <p>เริ่มดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ ตามแผนการ ประชาสัมพันธ์ที่วางไว้</p>	๑ วัน	เริ่มดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ ตามแผนการ ประชาสัมพันธ์	ร้อยละของจำนวนความถี่ในการ เผยแพร่และประชาสัมพันธ์แล้วเสร็จ ตามแผน	งาน ประชาสัมพันธ์ และสารสนเทศ

๖. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ระเบียบ เอกสาร บันทึก แนวทางแบบฟอร์มที่ใช้	ผู้รับผิดชอบ	เงื่อนไขการปฏิบัติงาน
๑. เตรียมข้อมูล ประเด็น/เรื่อง ที่ ต้องการเผยแพร่ทำการประชาสัมพันธ์	ศึกษาข้อมูลการปฏิบัติงาน ตามภารกิจกรม ชลประทาน และงานตามนโยบายกระทรวง เกษตรฯ เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นประเด็น/ เรื่อง ที่จะทำการประชาสัมพันธ์	-	งานประชาสัมพันธ์ และสารสนเทศ	ประเด็น/เรื่อง ที่หยิบมานำเสนอ ควรเป็นประเด็นที่กลุ่มเป้าหมาย ต้องการทราบ มีความน่าสนใจ และทันต่อเหตุการณ์
๒. ศึกษารายละเอียดประเภท ลักษณะ และความสามารถของสื่อแต่ละชนิด	<p>ศึกษาประเภทของสื่อต่างๆ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น ๒ ประเภท คือ</p> <p>๑. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controllable Media) ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) - สื่อบุคคล (Personal Media) - สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual Media) - สื่อกิจกรรมต่าง ๆ (Activity Media) <p>๒. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Media) ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - สื่อมวลชน (Mass Media) <p>ลักษณะและความสามารถของสื่อ</p> <p>๑. หนังสือพิมพ์ เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการ เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ เพราะหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อมวลชน ที่สามารถเข้าถึงประชาชน จำนวนมาก และมีระยะเวลากำหนดออกที่ แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ สามารถเสนอ ข่าวสารเรื่องราวต่างๆ ได้หลายด้าน มีทั้ง ข่าวสาร เรื่องราว ที่ประชาชนเฉพาะกลุ่ม และ ประชาชนทั่วไปสนใจ เช่น ข่าวการเมือง</p>	เอกสารหมายเลข ๑ ภาคผนวก	งานประชาสัมพันธ์ และสารสนเทศ	สื่อที่เลือกมาศึกษาข้อมูล ต้องมี ความเหมาะสมกับเรื่องหรือ ประเด็นที่ต้องการเผยแพร่ และ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้มากที่สุด สื่อที่เลือกมาศึกษา ข้างต้น เป็นเพียงส่วนหนึ่งของ สื่อประชาสัมพันธ์ ที่เลือกมา ศึกษาเท่านั้น ผู้ที่ทำงานด้าน ประชาสัมพันธ์ อาจมีการศึกษา ข้อมูลสื่อประเภทอื่นๆ ให้มี ความหลากหลาย และเหมาะสม กับเรื่อง/ประเด็น ที่ต้องการทำ การประชาสัมพันธ์ในครั้งนั้นๆ

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ระเบียบ เอกสาร บันทึก แนวทางแบบฟอร์มที่ใช้	ผู้รับผิดชอบ	เงื่อนไขการปฏิบัติงาน
	<p>อาชญากรรม เศรษฐกิจ สังคม กีฬา บันเทิง เป็นต้น</p> <p>๒. วารสาร เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่จัดทำเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นภายในหรือภายนอกองค์กร จัดทำเป็นรูปเล่ม มีระยะเวลาออกที่แน่นอน และมีความต่อเนื่อง</p> <p>๓. โปสเตอร์ ป้ายประกาศ มักนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจ หรือปฏิบัติตาม ลักษณะข้อความต้องกะทัดรัด อักษรชัดเจน อ่านง่าย เห็นแต่ไกล จึงต้องออกแบบให้มีความสวยงามเหมาะสม</p> <p>๔. แผ่นพับ เป็นสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ที่บรรจุข่าวสาร หรือข้อเขียน ที่ต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยมากจะเป็นกระดาษพิมพ์แผ่นเดียว หรือสองหน้า แต่อาจพับสอง พับสาม หรือพับสี่ก็ได้ตามความมุ่งหมาย เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างละเอียด</p> <p>๕. สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีทั้งคำพูด กริยาท่าทางการแสดงออกทางอวัชกริยา วิธีการสื่อสารด้วยบุคคล จะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลัก ด้วยวิธีการสนทนา อภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม คำพูดนอกจากนี้หากคำพูดนั้นพูดโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สังคมยกย่องนับถือ ก็จะมีน้ำหนักในคำพูดนั้นมากขึ้น การพูดจึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดชักนำความรู้สึนึกคิดของมนุษย์ออกมาให้ผู้อื่นได้ทราบและเข้าใจ คำพูดจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้มนุษย์เกิดความ</p>			

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ระเบียบ เอกสาร บันทึก แนวทางแบบฟอร์มที่ใช้	ผู้รับผิดชอบ	เงื่อนไขการปฏิบัติงาน
<p>๓. ศึกษาข้อดี ข้อจำกัด รวมถึงรายละเอียดค่าใช้จ่าย ของสื่อแต่ละประเภท</p>	<p>ร่วมมือร่วมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน</p> <p>๖. วิทยุ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว และเผยแพร่ข่าวไปได้ไกล เป็นที่นิยมทั่วไป ประชาชนรับฟังวิทยุกันมากแม้ในชนบทที่อยู่ห่างไกล มีหลากหลายรายการ ทั้งข่าวสารบันเทิง รายการเพลง รายการละคร</p> <p>๗. โทรทัศน์ เป็นสื่อที่ถ่ายทอดข่าวสารได้ทั้งโดยคำพูด ข้อเขียน รูปภาพ ทั้งภาพสี ขาวดำ และภาพนิ่ง ภาพยนตร์และอื่นๆ สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้เร็วมาก และส่งภาพในระยะทางไกลๆ ได้เป็นสื่อที่มีความสามารถหลากหลายโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีผู้นิยมมาก</p> <p>๑. หนังสือพิมพ์ <u>ข้อดีของหนังสือพิมพ์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่เสนอข่าวที่น่าสนใจ สม่่าเสมอและรวดเร็ว จึงเป็นสื่อที่ประชาชนเชื่อถือและยอมรับข่าวการเผยแพร่ - มีความคงทนถาวรกว่าสื่อประเภทอื่น เพราะเมื่อผู้อ่านไม่เข้าใจ สามารถย้อนกลับมาอ่าน ทบทวน ใหม่ได้ - เสนอเรื่องราวข่าวสารหลายประเภท มีทั้งเรื่องราวข่าวสารที่ประชาชนเฉพาะกลุ่ม และประชาชนทั่วไป สนใจ จึงสามารถเข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่มกลุ่มเป้าหมาย - เสนอข่าวหรือเรื่องราวต่างๆ ครั้งละหลายๆ ได้ รวมทั้งเสนอข่าวประจำวันทุกวัน ทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสารเรื่องราวต่างๆ 	-	งานประชาสัมพันธ์ และสารสนเทศ	ควรศึกษาข้อดี ข้อจำกัดของสื่ออย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อนำมาวิเคราะห์ เปรียบเทียบ ประกอบการตัดสินใจ ในการที่จะเลือกใช้สื่อ ในการประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานชลประทานที่ ๒

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ระเบียบ เอกสาร บันทึก แนวทางแบบฟอร์มที่ใช้	ผู้รับผิดชอบ	เงื่อนไขการปฏิบัติงาน
	<p>ได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีภาพถ่ายประกอบช่วยดึงดูดความสนใจและเข้าใจข่าวสารได้ยิ่งขึ้น - ราคาถูก หาซื้อได้ง่าย <p><u>ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ไม่มีสีสันสวยงาม ไม่มีสิ่งใดสะดุดตาผู้อ่านนอกจากพาดหัวข่าวซึ่งควรเป็นข้อความที่ กะทัดรัด อ่านเข้าใจง่าย และสัมพันธ์กับเนื้อเรื่องของข่าว - มีช่วงอายุสั้น ผู้อ่านอ่านครั้งเดียว ประชาชนไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นเวลานาน - ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเพียงบางเรื่องหรือบางคอลัมน์ที่เขาเกี่ยวข้องหรือสนใจเท่านั้น <p>๒. วารสาร</p> <p><u>ข้อดีของวารสาร</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปเล่มแข็งแรงและสวยงาม - สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ตามความประสงค์เจาะจงตามที่ต้องการ - มีผลทางด้านช่วยย้ำเตือน เพราะออกเผยแพร่ติดต่อกันเป็นประจำต่อเนื่อง สม่ำเสมอ - มีเนื้อที่เพียงพอที่จะใส่สารหรือชี้แจงรายละเอียดต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์ - มีความยืดหยุ่นสูง เพราะอาจเปลี่ยนแปลงเนื้อหา รูปเล่มให้เป็นที่ไปตามความต้องการและงบประมาณของ องค์กรได้ง่าย <p><u>ข้อจำกัดของวารสาร</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - วารสารมักขาดคุณภาพ เพราะจัดทำกันเองในองค์กรเป็นส่วนใหญ่ 			

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ระเบียบ เอกสาร บันทึก แนวทางแบบฟอร์มที่ใช้	ผู้รับผิดชอบ	เงื่อนไขการปฏิบัติงาน
	<p>- ผู้จัดทำไม่มีเวลาเพียงพอ เพราะต้องมิงงาน ภาระอื่นๆ ภายในองค์กร</p> <p>- หากวารสารนั้นมีวัตถุประสงค์ที่ไม่แน่ชัด หรือ ขาดความรู้ที่น่าสนใจและสารประโยชน์ที่แท้จริง ก็อาจจะไม่ได้รับความสนใจจากประชาชน</p> <p>๓. โปสเตอร์ ป้ายประกาศ <u>ข้อดีของโปสเตอร์ ป้ายประกาศ</u></p> <p>- มีความแปลก สะดุดตาทันทีเมื่อพบเห็น</p> <p>- ถ่ายทอดประเด็นที่จะสื่อได้อย่างชัดเจน</p> <p>- สื่อสารได้เข้าใจ ชัดเจน ในส่วนของภาพ และ ตัวหนังสือ มีทั้งพาดหัวหลัก และพาดหัวรอง</p> <p><u>ข้อจำกัดของ โปสเตอร์ ป้ายประกาศ</u></p> <p>- จะต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ เพื่อสร้างจุดสนใจ</p> <p>- เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว</p> <p>๔. แผ่นพับ <u>ข้อดีของแผ่นพับ</u></p> <p>- เป็นสื่อที่แจกจ่ายตามสถานที่ต่างๆ ได้ เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ</p> <p>- มีขนาดเล็ก หยิบถือได้สะดวก</p> <p>- สามารถเผยแพร่ข้อมูลได้ครั้งละหลายๆ</p> <p>- ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่ำ เมื่อเทียบกับสิ่งพิมพ์อื่นๆ</p> <p><u>ข้อจำกัดของแผ่นพับ</u></p> <p>- ไม่เหมาะกับผู้ที่พิการทางสายตา</p> <p>- การกำหนดกระดาษสำหรับทำแผ่นพับมักจะ คำนึงถึงต้นทุนในการผลิตเป็นหลัก</p> <p>- แผ่นพับหนึ่งใบที่ออกไปนั้น จะมีผู้พบเห็นเพียงคน เดียวเท่านั้น</p>			

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ระเบียบ เอกสาร บันทึก แนวทางแบบฟอร์มที่ใช้	ผู้รับผิดชอบ	เงื่อนไขการปฏิบัติงาน
	<p>- แผ่นพับนั้นจะเป็นลักษณะที่ยังพับอยู่ ทำให้ผู้อ่าน ได้เห็นด้านหน้าก่อนหน้าอื่นๆ เมื่อผู้อ่านคลี่แผ่นพับ นั้นออกก็จะค่อยๆ เห็นหน้าอื่นๆ ดังนั้นจึงต้อง กำหนดลำดับของเนื้อหา ให้อยู่ในตำแหน่งหน้าที่ สอดคล้องกับลำดับของการคลี่แผ่นพับนั้นออกอ่าน โดยต้องกำหนดว่าเนื้อหาส่วนใดควรมาก่อน ส่วนใด ควรมาทีหลัง แล้วจัดวางไปตามส่วนต่างๆ ให้ถูกต้อง ตามลำดับ</p> <p>๕. สื่อบุคคล <u>ข้อดีของสื่อบุคคล</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ฟังสามารถเห็นหน้าตา บุคลิก สีตา ท่าทาง น้ำเสียงประกอบการพูดของผู้พูด ซึ่งมีอิทธิพลใน การชักจูงและสร้างความสนใจได้มากกว่า - เป็นการสื่อสารสองทาง ทั้งผู้พูดและผู้ฟัง สามารถโต้ตอบกันได้ทันที - ผู้พูดสามารถปรับเนื้อหาให้เหมาะกับผู้ฟังได้ ทันที - เหมาะกับการเผยแพร่เรื่องราวที่ไม่ สลับซับซ้อนหรือติดต่อสัมพันธ์กันเป็นการ ส่วนตัว <p><u>ข้อจำกัดของสื่อบุคคล</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีความคงทนถาวร พูดแล้วก็ผ่านไป - ไม่สามารถครอบคลุมผู้ฟังจำนวนมากได้ - หากผู้พูดขาดความสามารถในการพูดจูงใจ ก็ จะทำให้การพูดล้มเหลวได้ - เนื้อหาสาระที่นำมาพูดหากสลับซับซ้อนเกินไป ทำให้ผู้ฟังไม่เข้าใจ จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ ประกอบการพูด เช่น ภาพถ่าย ภาพสไลด์ 			

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ระเบียบ เอกสาร บันทึก แนวทางแบบฟอร์มที่ใช้	ผู้รับผิดชอบ	เงื่อนไขการปฏิบัติงาน
	<p>๖. วิทยู <u>ข้อดีของวิทยู</u> - ราคาถูก มีความรวดเร็ว แม้จะอยู่ห่างไกลจาก สถานีก็ตาม ครอบคลุมบริเวณพื้นที่กว้างขวาง - เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกก็ สามารถรับฟังได้ - ให้ความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ฟัง สร้างความ ใกล้ชิด - ให้ความรู้สึกเร้าอารมณ์ และเป็นสื่อที่จูงใจได้ ง่าย เพราะเน้นจังหวะ สโลโก้ที่ใส่อารมณ์ทำให้ ผู้ฟังจินตนาการ และมีความรู้สึกร่วมด้วย - สามารถฟังไปด้วยและทำงานอื่นไปด้วยได้</p> <p><u>ข้อจำกัดของวิทยู</u> - ไม่สามารถเสนอรายละเอียดได้มาก เพราะต้อง พูดให้สั้น กระชับ เข้าใจง่าย - ถ้ามีข้อผิดพลาดจะแก้ไขได้ยาก - ต้องฟังอย่างมีสมาธิจึงจะได้ใจความทั้งหมด - เป็นการสื่อสารทางเดียว ไม่สามารถโต้ถาม เรื่องราวที่ไม่เข้าใจได้</p> <p>๗. โทรทัศน์ <u>ข้อดีของโทรทัศน์</u> - ดึงดูดความสนใจได้มาก - ผู้ชมเก็บข่าวสารได้มากเพราะมีทั้งภาพและ เสียง - ถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ข้อมูล ข่าวสารเป็นที่น่าเชื่อถือ</p> <p><u>ข้อจำกัดของโทรทัศน์</u> - ราคาแพงกว่าสื่อประเภทอื่น</p>			

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ระเบียบ เอกสาร บันทึก แนวทางแบบฟอร์มที่ใช้	ผู้รับผิดชอบ	เงื่อนไขการปฏิบัติงาน
<p>๔. วิเคราะห์และเลือกสื่อให้เหมาะสมกับ เรื่อง/ประเด็น ที่ต้องการ ประชาสัมพันธ์ เสนอต่อหัวหน้างาน เพื่อทบทวนความเหมาะสมของสื่อที่เลือกใช้</p>	<p>- เป็นการสื่อสารทางเดียว</p> <p>หลักการพิจารณาเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมาย ฉะนั้นการที่จะตัดสินใจเลือกสื่อควรพิจารณาอย่างรอบคอบว่าสื่อ นั้นจะเหมาะสมและช่วยให้บรรลุเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์หรือไม่ การพิจารณาเลือกสื่อมาใช้นั้น ควรจะคำนึงถึงลักษณะของสื่อที่แตกต่างกัน ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ด้านเนื้อที่ – เวลา (Space – Time) ๒. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป้าหมาย (Audience's participation) ๓. ด้านความรวดเร็ว (Speed) ๔. ด้านความคงทน (Permanence) <p>เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลและเลือกสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เรียบร้อยแล้ว นำเสนอสื่อที่เลือกใช้ต่อหัวหน้างานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ เพื่อทบทวนความเหมาะสมของสื่อก่อนดำเนินการต่อไป</p>	-	งานประชาสัมพันธ์ และสารสนเทศ	เมื่อศึกษาข้อมูลของต่างๆ อย่างครบถ้วนแล้ว นำข้อมูลที่ได้ศึกษามาวิเคราะห์ และเลือกใช้สื่อให้มีความหลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง สามารถเผยแพร่ข่าวสารให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ทำให้สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น
<p>๕. ระบุสื่อที่เลือกใช้ พร้อมรายละเอียดค่าใช้จ่าย ความถี่ในการเผยแพร่ ลงไปในแผนการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์</p>	<p>ระบุสื่อที่เลือกใช้ พร้อมรายละเอียดค่าใช้จ่าย ความถี่ในการเผยแพร่ รายละเอียดต่างๆ ลงไปแผนการประชาสัมพันธ์ ให้ครบถ้วน</p>	เอกสารหมายเลข ๒ ภาคผนวก เอกสารหมายเลข ๓ ภาคผนวก	งานประชาสัมพันธ์ และสารสนเทศ	-

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ระเบียบ เอกสาร บันทึก แนวทางแบบฟอร์มที่ใช้	ผู้รับผิดชอบ	เงื่อนไขการปฏิบัติงาน
๖. เสนอขอความเห็นชอบแผนต่อผู้บริหาร และขออนุมัติงบประมาณในส่วน of สื่ที่มีค่าใช้จ่าย ตามที่ระบุไว้ในแผนการประชาสัมพันธ์	จัดทำใบ ประหน้า พร้อมแนบแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ได้รับขุสื่ที่ใช้เลือกใช้และความถี่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เสนอต่อ ผบท.ชป.๒ หากผ่านความเห็นชอบแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แล้ว นำแผนนั้นเสนอต่อ ผผง.ชป.๒ เพื่อดำเนินการในส่วน of สื่ที่มีงบประมาณ แล้วเสร็จนำเสนอขออนุมัติแผนการดำเนินงาน ต่อ ผอ.ชป.๒ ต่อไป	-	งานประชาสัมพันธ์ และสารสนเทศ	-
๗. เริ่มดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่และช่องทางต่างๆ ตามแผนการประชาสัมพันธ์ที่วางไว้	เมื่อแผนการประชาสัมพันธ์ได้รับความเห็นชอบและอนุมัติจากผู้บริหารแล้ว เริ่มดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ต่างๆ ตามที่ได้วางแผนไว้	-	งานประชาสัมพันธ์ และสารสนเทศ	ควรดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ ให้เป็นไปตาม ระยะเวลา และความถี่ที่กำหนดไว้ในแผนการประชาสัมพันธ์

๗. ระบบติดตามประเมินผล

กระบวนการ	มาตรฐาน/คุณภาพงาน	วิธีการติดตามประเมินผล	ผู้ติดตาม/ ประเมินผล	ข้อเสนอแนะ
๑. เตรียมข้อมูล ประเด็น/เรื่อง ที่ต้องการเผยแพร่ทำการประชาสัมพันธ์	มีการศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้องครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน สามารถนำมากำหนดเป็นประเด็น/เรื่อง ในการทำการประชาสัมพันธ์ได้อย่างครบถ้วน ถูกต้อง มีความน่าสนใจ	ตรวจสอบความถูกต้องข้อมูลที่ศึกษาให้ครบ ค ลุ่ม ครบ ถ้วน และ ตรง ตาม วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์	งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ	-
๒. ศึกษารายละเอียดประเภท ลักษณะ และความสามารถของสื่อแต่ละชนิด	สื่อที่เลือกมาศึกษาข้อมูล ต้องมีความเหมาะสมกับเรื่องหรือประเด็นที่ต้องการเผยแพร่ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด	ศึกษาข้อมูลของสื่อทั้งหมดอย่างละเอียด	งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ	-
๓. ศึกษาข้อดี ข้อจำกัด รวมถึงรายละเอียดค่าใช้จ่าย ของสื่อแต่ละประเภท	ศึกษาข้อดี ข้อจำกัดของสื่ออย่างละเอียดถี่ถ้วน และวิเคราะห์ เปรียบเทียบ เพื่อตัดสินใจในการที่จะเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานชลประทานที่ ๒	วิเคราะห์เปรียบเทียบสื่อแต่ละชนิด ให้มีความเหมาะสม	งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ	-
๔. วิเคราะห์และเลือกสื่อให้เหมาะสมกับเรื่อง/ประเด็น ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ เสนอต่อหัวหน้างาน เพื่อทบทวนความเหมาะสมของสื่อที่เลือกใช้	สื่อที่เลือกใช้ในการประชาสัมพันธ์ มีความหลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง สามารถเผยแพร่ข่าวสารให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ทำให้สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้สะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น	ตรวจสอบความถูกต้อง ของสื่อที่เลือกใช้ว่ามีความเหมาะสมกับ เรื่อง/ประเด็น และกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสาร	งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ	-
๕. ระบุสื่อที่เลือกใช้ พร้อมรายละเอียด ค่าใช้จ่าย ความถี่ในการเผยแพร่ ลงไปในแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	ระบุสื่อที่เลือกใช้ และรายละเอียด เรื่อง/ประเด็น ที่จะทำการประชาสัมพันธ์ ความถี่ในการเผยแพร่ ลงไปในแผนการประชาสัมพันธ์ให้ครบถ้วน	ตรวจสอบรายละเอียดทั้งหมด ที่อยู่ในแผนการประชาสัมพันธ์ให้ครบถ้วนและถูกต้อง	งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ	-

กระบวนการ	มาตรฐาน/คุณภาพงาน	วิธีการติดตามประเมินผล	ผู้ติดตาม/ ประเมินผล	ข้อเสนอแนะ
<p>๖. เสนอขอความเห็นชอบแผนต่อผู้บริหาร และขออนุมัติงบประมาณในส่วนของสื่อที่มีค่าใช้จ่าย ตามที่ระบุไว้ในแผน การประชาสัมพันธ์</p>	<p>แผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้รับความเห็นชอบ และอนุมัติงบประมาณในส่วนของสื่อที่มีค่าใช้จ่าย จากผู้บริหาร ก่อนนำไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง</p>	<p>ตรวจสอบความถูกต้องของสื่อต่างๆ ที่ระบุไว้ในแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ใน ขั้นตอนสุดท้ายก่อนเสนอขออนุมัติต่อผู้บริหาร</p>	<p>งานประชาสัมพันธ์ และสารสนเทศ</p>	<p>-</p>
<p>๗. เริ่มดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ ตามแผนการ ประชาสัมพันธ์ที่วางไว้</p>	<p>สามารถดำเนินงานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ ตามแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>การดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์ เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ พร้อมทั้งติดตาม ผลการดำเนินงาน และจัดทำรายงานผลการ ประชาสัมพันธ์เป็นประจำทุกเดือน</p>	<p>งานประชาสัมพันธ์ และสารสนเทศ</p>	<p>-</p>

๘. เอกสารอ้างอิง

๘.๑ การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

รายละเอียดตามเอกสารภาคผนวกที่แนบ

๙. แบบฟอร์มที่ใช้

๙.๑ แบบฟอร์มแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

๙.๒ แบบฟอร์มค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานแผนการประชาสัมพันธ์

รายละเอียดตามเอกสารภาคผนวกที่แนบ

ภาคผนวก

การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

ความหมาย สื่อ แปลมาจากคำว่า medium หรือ media ซึ่งเป็นภาษาละติน แปลว่า กลาง อยู่ตรงกลาง สิ่งที่อยู่ตรงกลาง แต่เมื่อนำมาใช้ในภาษาอังกฤษก็มีความหมายกว้างออกไป จนรวมถึงวิธี (means) สิ่งแวดล้อมทอหุ้ม (environmental element) อาทิกอากาศสำหรับคน น้ำสำหรับปลา เครื่องมือ (instrument) ตัวแทนหรือตัวนำ (agency) วัสดุ (material) เทคนิค (technique) หรือแม้แต่ person as medium แต่เมื่อวิชาการด้านการสื่อสาร และการสื่อสารมวลชนก้าวหน้ามากขึ้น คำว่า สื่อ (medium หรือ media) ก็ได้รับการวิเคราะห์ศึกษาและตกแต่งพัฒนาจนมีความหมายเป็นศัพท์เทคนิค (technical term) หรือศัพท์เฉพาะที่มีความสำคัญยิ่ง ทั้งนี้เพราะสื่อกลายเป็นองค์ประกอบที่จะขาดเสียมิได้ในการสื่อสารทุกรูปแบบและทุกประเภท ความหมายเดิมที่จำกัดอยู่เฉพาะเรื่องของภาษาที่ใช้ในการพูดหรือการสอน (อาทิ ภาษาไทยที่เป็นสื่อการสอนที่ใช้กันมากที่สุด ในสถาบันการศึกษาของไทย) ก็ได้ขยายออกมามีครอบคลุมถึงสื่อวัตถุ (อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์) สื่อบุคคล (อาทิ สื่อภาษา สื่อท่าทาง พ่อสื่อแม่สื่อ สื่อประชาชน หรือ population media) สื่อผสม (อาทิ สื่อมวลชน สื่อการสอน สื่อข้อมูล สื่อโสตทัศน์) หรือแม้กระทั่งสาร (อาทิ สื่อวัจนภาษา สื่อ อวัจนภาษา)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์แต่การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

โดยปกติทั่วไปมีการแบ่งประเภทของสื่อกันไว้หลายประเภท และหลายหลักเกณฑ์ (criteria) ได้ประมวลสรุปไว้ดังนี้

1. แบ่งตามวิวัฒนาการ ได้แก่ สื่อประเพณี (traditional media) สื่อมวลชน (mass media) สื่อเฉพาะกิจ (specialized media)
2. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม ได้แก่ สื่อข่าวสาร (information media) สื่อการศึกษา (education media) สื่อบันเทิง (entertainment media)
3. แบ่งตามประสาทที่ใช้ในการรับสาร ได้แก่ สื่อโสต (audio media) สื่อทัศน์ (visual media) สื่อโสตทัศน์ (audio-visual media)
4. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค (technical functions) ได้แก่ สื่อถ่ายทอดสาร transmission media) สื่อบันทึกสาร (record media)
5. แบ่งตามเครื่องนำรหัสสาร ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (print media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media) สื่อบันทึกเสียงหรือภาพ (film or tape)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controllable Media) ได้แก่
 - สื่อสิ่งพิมพ์ Print Media)
 - สื่อบุคคล (Personal Media)
 - สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual Media)
 - สื่อกิจกรรมต่าง ๆ (Activity Media)
2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Media)
 - สื่อมวลชน (Mass Media)

ความสำคัญของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ คือ

1. เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
2. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
3. เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท

สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)

สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (The Printed Words)

- 1.1 สื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน (House or Home Journal) เป็นหนังสือวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้สื่อสัมพันธ์ในหน่วยงานให้รู้หรือเข้าใจและแจ่มแจ้งกันเฉพาะภายในหน่วยงาน
- 1.2 สื่อสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน (External Publication) เป็นวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคลภายนอกหน่วยงาน จัดทำรูปเล่ม ประณีต ใช้ถ้อยคำ สำนวน ภาษา เป็นทางการ การระมัดระวังมากกว่าหนังสือสัมพันธ์ภายใน
- 1.3 สื่อสัมพันธ์แบบผสม (Combination) เป็นการจัดทำสิ่งพิมพ์ สื่อสัมพันธ์ในลักษณะผสมใช้อ่านได้ ทั้งคนภายในและภายนอกหน่วยงานในเล่มเดียวกัน

การเตรียมสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (Preparation for Publication) ก่อนจะทำสิ่งพิมพ์ควรมีการวางแผนให้เรียบร้อย การวางแผนที่ดีต้องคำนึงถึงสิ่ง 3 ประการด้วยกัน คือ วัตถุประสงค์ (Purpose) ผู้อ่าน (Reader) และรูปแบบ (Format) ในขณะเดียวกันจะต้องพิจารณาปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้ร่วมกัน

1. วัตถุประสงค์ (Purpose) ก่อนที่จะทำหนังสือควรระวางวัตถุประสงค์อย่างรอบคอบ เขียนวัตถุประสงค์และให้ผู้อ่านมีอำนาจอนุมัติและทำงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้
2. ผู้อ่าน (Reader) งานสำคัญอันดับแรกคือ ทำงานให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้และงานนั้นจะเป็นจริงได้ต้องคำนึงถึงผู้อ่านเป็นหลัก ผู้อ่านจะเป็นผู้ตัดสินผลงาน ถ้าเขารู้สึกชอบซึ่งกับหนังสือก็ประสบความสำเร็จ แต่ถ้าเขาไม่อ่านหนังสือเขาก็จะไม่ชอบซึ่ง ดังนั้น เราต้องตอบให้ได้ว่านิสัยในการอ่านหนังสือของเขาเป็นอย่างไร ตัวอย่างประเภทไหนที่จะดึงดูดความสนใจของเขา จะวางเค้าโครงเรื่องอย่างไรจึงจะเอาชนะใจเขาได้ ควรจะเป็นส่วนไหน เป็นต้น
3. รูปแบบ (Format) มีสิ่งพิมพ์ที่ไม่คำนึงถึงผู้อ่าน แล้วก็ไม่อยากที่จะวางรูปแบบ ควรกำหนดขนาดของหน้า จำนวนหน้า รูปภาพ มีการ์ตูนหรือไม่ และอื่น ๆ อีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยในการกำหนดรูปแบบ คือ หาจุดประสงค์ที่มีวัตถุประสงค์เหมือนกัน และกลุ่มผู้อ่านเดียวกัน ลองอ่านและวิเคราะห์และลองวางรูปแบบซึ่งในการวางรูปแบบนั้นควรคำนึงถึงงบประมาณและเนื้อหาที่จะให้

สื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะต่าง ๆ คือ

1.1 หนังสือพิมพ์ (Newspaper) หนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก และมีระยะเวลาที่กำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ หนังสือพิมพ์ผลิตกับสื่อชนิดอื่น ๆ ตรงที่ว่าหนังสือพิมพ์นั้นอาจจะเป็นเครื่องเร่งเร้าก่อให้เกิดประชามติขึ้นในหมู่ประชาชนได้ และขณะเดียวกันก็จะสื่อประชามติของประชาชนสะท้อนออกมาให้เห็นอีกด้วย เราจึงสามารถกล่าวได้อย่างเต็มปากว่า หนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมืออันสำคัญยิ่งในวงการประชาสัมพันธ์หนังสือพิมพ์ สามารถเสนอข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ หลายด้านปะปนผสมผสานกันไปในระดับเดียวกัน มีทั้งข่าวสาร เรื่องราว ที่ประชาชนเฉพาะกลุ่มและประชาชนทั่วไปสนใจ เช่น ข่าวการเมือง อาชญากรรม เศรษฐกิจ สังคม กีฬา บันเทิง เป็นต้น หนังสือพิมพ์เป็นสื่อในการติดต่อ 2 ทาง (Two-Way Communication) เพราะเป็นสื่อในการถ่ายทอดความคิดเห็น นโยบายการดำเนินงานของกิจการ แล้วยังเป็นสื่อแสดงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อองค์กรด้วย เช่น การวิจารณ์การปฏิบัติงานหรือนโยบายของรัฐบาล เพื่อองค์การที่ถูกวิจารณ์จะได้ปรับปรุงนโยบายให้ดีขึ้น หรือรัฐบาลใช้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อชี้แจงให้ประชาชนเข้าใจ เพื่อขอความร่วมมือในการปฏิบัติให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยใช้เป็นสื่อแถลงนโยบาย ข้อคิดเห็นทางการเมือง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน ใช้ในการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักของประเทศต่าง ๆ หรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ข้อดีของหนังสือพิมพ์

1. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่เสนอข่าวที่น่าสนใจสม่ำเสมอและรวดเร็ว จึงเป็นสื่อที่มวลชนยอมรับข่าวการเผยแพร่
2. มีความคงทนถาวรกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น เพราะเมื่อผู้อ่านไม่เข้าใจตอนใดก็ย้อนกลับมาอ่านทบทวน ใหม่ได้
3. เสนอเรื่องราวข่าวสารหลายประเภท มีทั้งเรื่องราวข่าวสารที่ประชาชนเฉพาะกลุ่ม และประชาชนทั่วไป สนใจ จึงสามารถเข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่มหลายอาชีพ

4. เสนอข่าวหรือเรื่องราวต่าง ๆ ครึ่งละมาก ๆ ได้ รวมทั้งเสนอข่าวประจำวันทุกวันเป็นประจำ ทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ ได้ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง
5. มีภาพถ่ายประกอบช่วยดึงดูดความสนใจและเข้าใจข่าวสารได้ยิ่งขึ้น
6. ราคาถูก หาซื้อได้ง่าย และมีหลายภาษา

ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์

1. ไม่สามารถเข้าถึงผู้อ่านที่อ่านหนังสือไม่ออก หรือผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี
2. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ไม่มีสีสันสวยงาม ไม่มีสิ่งใดสะดุดตาผู้อ่านนอกจากภาพหัวข่าวซึ่งควรเป็นข้อความที่ กะทัดรัด อ่านเข้าใจง่าย และสัมพันธ์กับเนื้อเรื่องของข่าว
3. มีอายุสั้น ผู้อ่านอ่านครั้งเดียวแล้วจะทิ้งไป ประชาชนไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นเวลานาน
4. มีช่วงอายุที่สั้น เมื่อคนอ่านเพียงครั้งเดียวแล้วก็จะผ่านไป เพราะข่าวต่าง ๆ มีผ่านเข้ามาทุกวัน
5. ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ จะอ่านเพียงบางเรื่องหรือบางคอลัมน์ที่เขาเกี่ยวข้องหรือสนใจเท่านั้น
6. ไม่มีสีสันหรือภาพสีที่สวยงามสะดุดตาชวนอ่าน

นักประชาสัมพันธ์ ควรรู้จักผูกพันกับหนังสือพิมพ์ และถือว่า การหนังสือพิมพ์สัมพันธ์ เป็นส่วนหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีข้อเสนอแนะในการปฏิบัติดังนี้

1. ต้องศึกษารวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับวงการหนังสือพิมพ์ เช่น นโยบาย จุดมุ่งหมาย ความต้องการของ หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับซึ่งแตกต่างกันไป และต้องศึกษาบุคคลในวงการหนังสือพิมพ์เพื่อทำความรู้จักสร้าง ความสนิทสนมคุ้นเคย
2. ต้องให้ข่าวหนังสือพิมพ์ เช่น ข่าวเกี่ยวกับนโยบาย ความมุ่งหมาย โครงการ ผลงาน และเหตุการณ์ เพื่อให้ หนังสือพิมพ์นำไปลงเผยแพร่ ทำให้ประชาชนผู้อ่านเกิดความสนใจ ความรู้ ความเข้าใจ และนิยมเลื่อมใสในสถาบัน
3. ต้องอำนวยความสะดวกแก่นักข่าว หรือนักเขียนที่มาติดต่อ
4. ต้องผูกสัมพันธ์ และส่งสรรค์กับบรรดานักข่าว และนักเขียนให้ใกล้ชิดสนิทสนม
5. ต้องคอยตัดข่าว บทวิจารณ์ และสารคดีที่หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ลง เพื่อติดตามวัดผลงาน
6. แพร่ข่าวให้หนังสือพิมพ์ ตรวจสอบกระแสข่าว ตรวจสอบข่าวและความคิดเห็นที่เป็นความเข้าใจผิด

1.2 วารสาร (Journal) จัดทำเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นภายในหรือภายนอกองค์กรก็ได้ จัดทำเป็นรูปเล่ม มีระยะเวลาออกที่แน่นอน และมีความต่อเนื่อง

ข้อดีของวารสาร

1. รูปเล่มแข็งแรงและสวยงาม
2. สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ตามความประสงค์เจาะจงหรือต้องการ
3. มีผลทางด้านช่วยย้ำเตือนความทรงจำและประทับใจ เพราะออกติดต่อกันเป็นประจำและต่อเนื่องโดย สม่ำเสมอ
4. มีเนื้อที่เพียงพอที่จะสื่อสารหรือชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์
5. มีความยืดหยุ่นสูง เพราะอาจเปลี่ยนแปลงเนื้อหา รูปเล่มให้เป็นที่ไปตามความต้องการและงบประมาณของ องค์กรสถาบันได้ง่าย

ข้อจำกัดของวารสาร

1. คุณภาพของวารสารมักไม่ค่อยดีและขาดคุณภาพ เพราะจัดทำกันเองในองค์กรเป็นส่วนใหญ่
2. งบประมาณเป็นอุปสรรคสำคัญในการจัดทำ
3. ยุกติได้ง่าย หากผู้บริหารไม่เห็นด้วย หรือเมื่อไม่ได้รับงบประมาณ
4. ผู้จัดทำไม่มีเวลาเพียงพอ เพราะต้องมิงงานภาระอื่น ๆ ภายในองค์กรอีกมากมาย
5. หากวารสารที่ออกนั้นมีวัตถุประสงค์ที่ไม่แน่ชัดหรือขาดความรู้ที่นำเสนอและสาระประโยชน์ที่แท้จริงแล้ววารสารนั้นก็อาจจะไม่ได้รับความสนใจจากประชาชน

1.3 นิตยสาร (Magazines) นิตยสาร เป็นเครื่องมือหรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ที่สำคัญอย่างหนึ่ง นิตยสารมีรูปแบบที่กะทัดรัดสวยงาม และมีระบบการพิมพ์ที่ประณีต มีสีสันสวยงามช่วยดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

ข้อดีของนิตยสาร

1. การจัดทำนิตยสารมักทำในรูปของธุรกิจโดยทีมงานขององค์กร
2. มีการวางแผนงานจัดทำอย่างเป็นระบบ ทำให้มีรูปแบบที่สวยงามและเนื้อหาแปลกใหม่ ไม่ซ้ำหรือน่าเบื่อ
3. สามารถนำเสนอรายละเอียดเรื่องราวได้มาก และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้
4. จำนวนการผลิตไม่มาก มีการบอกเงื่อนไขการรับเป็นสมาชิก ทำให้ไม่สูญเปล่า
5. ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารนานกว่าหนังสือพิมพ์

ข้อจำกัดของนิตยสาร

1. ราคาต่อหน่วยของนิตยสารแพงกว่าหนังสือพิมพ์
2. การจัดทำและเผยแพร่อยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่ม
3. ขาดความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เพราะอาจออกเป็นรายเดือนหรือรายปักษ์
4. มีราคาแพง ประชาชนบางกลุ่มอาจไม่สามารถซื้อหรือจ่ายได้
5. มีจำนวนจำหน่ายและเผยแพร่ค่อนข้างน้อย

1.4 หนังสือรายงานประจำปี มักจัดทำเป็นรูปเล่ม และมีขนาดต่าง ๆ ตามความเหมาะสม มีเรื่องราวสำคัญและ น่าสนใจขององค์กร เรียกว่า Annual Report

1.5 หนังสือรายงานประจำงวด (Imperium Report) ทำเป็นรูปเล่มคล้ายกับหนังสือรายงานประจำปี โดยออกเป็นงวด ๆ เช่น 3 เดือน หรือ 6 เดือนต่อครั้ง เพื่อรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรประจำงวด หรือรายงานผลโครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้ว

1.6 จดหมาย (News Letter) มีลักษณะเป็นแผ่นปลิวชนิดหนึ่ง เพื่อส่งให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย หรือคาดคะเนว่าจะเป็นลูกค้าได้ในอนาคตมีหัวจดหมายที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนหรือองค์กร

1.7 ป้ายประกาศและโปสเตอร์ เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนที่มีความเด่นและสะดุดตา จัดทำด้วยสี สีสันสวยงาม มีภาพและตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย แม้อยู่ไกล

1.8 แผ่นพับ (Folder) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการขององค์กร

1.9 เอกสารแจก มักทำเป็นเอกสารที่รวมเป็นเล่ม เพื่อเผยแพร่หรือแจกให้อ่าน

1.10 จุลสาร (Booklet and Bulletin) เป็นเอกสารเชิงความรู้ทางวิชาการ มีลักษณะคล้ายแผ่นพับแต่เย็บเป็นเล่ม

1.11 ใบปลิว (Leaflet) มีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นเดียว บรรจุข่าวสาร เรื่องราวต่าง ๆ ที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึงในกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

สื่อบุคคล (Personal Media)

สื่อบุคคลเป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด ใช้กันตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ขึ้นในโลก เป็นสื่อที่ใช้กันมากใน กลุ่มประชาชนทั่วไป เครื่องมือของสื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นคำพูด กริยาท่าทาง การแสดงออกทางอากัปกิริยา วิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลัก ด้วยวิธีการสนทนา อภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม คำพูด (Spoken Word) เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทุกคนคุ้นเคยกันดีอยู่แล้ว และทุกคนต้องใช้คำพูดในชีวิตประจำวัน ในงานอาชีพ ในชีวิตส่วนตัว สื่อคำพูดจึงเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดชนิดหนึ่ง นอกจากนี้หากคำพูดนั้นพูดโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สังคมยกย่องนับถือก็จะยิ่งเพิ่มน้ำหนักในคำพูดนั้นมากขึ้นเป็นเงาตามตัว การพูดจึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดชักนำความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ออกมาให้ผู้อื่นได้ทราบและเข้าใจ คำพูดจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้นักมนุษยเกิดความร่วมมือร่วมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

สื่อบุคคลหรือการสื่อสารด้วยคำพูดนั้น มี 2 แบบ คือ

- แบบที่เป็นทางการ (Formal oral communication) เช่น การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา

- แบบที่ไม่เป็นทางการ (Informal oral communication) คือ การพูดจา สนทนาปราศรัยต่าง ๆ ในการพูดที่เป็นทางการนั้น ผู้พูดจะต้องพูดให้ผู้ฟังสนใจ เข้าใจ ประทับใจ เกิดศรัทธา แล้วยังอาจจะมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในทางการพูดด้วย เช่น เพื่อให้ข่าวสารความรู้ เพื่อชักจูงใจ เพื่อกระตุ้นเร้าอารมณ์ เพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติการหรือทำให้รู้สึกซาบซึ้ง ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าจุดมุ่งหมายจะมี 2 ลักษณะ คือ จุดมุ่งหมายที่เปิดเผย หรือจุดมุ่งหมายที่ปกปิด

ประเภทของคำพูดที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

1. การพบปะพูดจาธรรมดา
2. การจัดตั้งหน่วยติดต่อ - สอบถาม
3. การพูดติดต่อทางโทรศัพท์
4. การแสดงปาฐกถา

ลักษณะของสื่อบุคคล

- 2.1 การพูดสนทนา เป็นการสื่อสารของบุคคลโดยทั่วไปในวงสนทนา ซึ่งเป็นการสื่อสารกันในชีวิตประจำวันทั่วไป
- 2.2 การอภิปราย เป็นการสื่อความโดยกลุ่มคนตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ซึ่งเป็นการให้ความรู้ ความคิดเห็น และ ข้อเสนอแนะที่มีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน
- 2.3 การบรรยาย เป็นการสื่อความเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยผู้ฟังเป็นผู้รับสาร และผู้บรรยายเป็นผู้ให้สาร
- 2.4 การประชุม เป็นการร่วมกันปรึกษาหารือกันในกลุ่มหรือทีมงานอย่างมีระบบและระเบียบวิธีทางการประชุม เช่นการยกมือก่อนพูดแสดงความคิดเห็น มีการจดบันทึกรายงานการประชุม และมีประธานการประชุม
- 2.5 การฝึกอบรม เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคคล เพื่อให้มีความรู้เพิ่มขึ้น และมีความสามารถขึ้นในเรื่องที่ได้รับการฝึกและอบรมมา
- 2.6 การสัมมนา เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง ทั้งให้และรับความรู้ซึ่งกันและกันระหว่างวิทยากรและผู้เข้าร่วมสัมมนา
- 2.7 การพูดในที่ชุมชน เป็นการพูดในที่สาธารณะหรือชุมชนในวาระหรือโอกาสต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจ ความรู้ ยกย่อง และยินดี ตลอดจนความเห็นอกเห็นใจในเรื่องราวต่าง ๆ

ข้อดีของสื่อบุคคล

1. เป็นสื่อที่ทุกคนมีอยู่แล้ว ไม่ต้องสิ้นเปลืองในการซื้อสื่อแบบสื่ออื่น ๆ
2. ทำให้ผู้พูดและฟังเห็นหน้าตา บุคลิก สีลา ท่าทาง น้ำเสียงประกอบการพูดซึ่งมีอิทธิพลในการชักจูงและเร้าความสนใจได้มากกว่า
3. เป็นการสื่อสารสองทาง ทั้งผู้พูดและผู้ฟังสามารถโต้ตอบกันได้ทันที
4. ผู้พูดสามารถปรับเนื้อหาให้เหมาะกับผู้ฟังได้ทันที
5. เหมาะกับการเผยแพร่เรื่องราวที่ไม่สลับซับซ้อนหรือติดต่อสัมพันธ์กันเป็นการส่วนตัว

ข้อจำกัดของสื่อบุคคล

1. ไม่มีความคงทนถาวร พูดแล้วก็ผ่านเลยไป
2. ไม่สามารถครอบคลุมผู้ฟังจำนวนมาก ๆ ได้
3. หากผู้พูดขาดความสามารถในการพูดจูงใจ ก็จะทำให้การพูดล้มเหลวได้
4. เนื้อหาสาระที่นำมาพูดหากสลับซับซ้อนเกินไป ทำให้ผู้ฟังไม่เข้าใจ ต้องมีอุปกรณ์ประกอบการพูด เช่น ภาพถ่าย ภาพสไลด์ ภาพยนตร์
5. เป็นสื่อที่ไม่มีหลักฐานอ้างอิงที่ชัดเจน

สื่อโสตทัศน (Audio Visual Media)

เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการใช้ทั้งภาพและเสียง มีลักษณะ คือ

3.1 ภาพยนตร์ (Films) หรือวิดีโอ (Video) ภาพยนตร์มีทั้งภาพและเสียงประกอบอื่น ๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวเป็นชุด ภาพโปรงแสง ทั้งนี้เป็นเทคนิคต่างๆที่จะให้นักประชาสัมพันธ์เลือกใช้ให้เหมาะกับงานแต่ละแบบ ภาพยนตร์เป็นสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ทางตา นับว่าเป็นสื่อที่ให้ความประทับใจและทำให้ผู้คนจดจำเรื่องราวเนื้อหาได้นาน เพราะผู้ชมจะได้ดูและได้ฟังคำบรรยายไปพร้อม ๆ กัน

ข้อดีของภาพยนตร์

1. มีทั้งแสง สี เสียง และภาพเคลื่อนไหวประกอบดนตรี ทำให้ประทับใจและจดจำ
2. สามารถเร้าความสนใจของผู้ชมได้ตลอดเวลาที่ภาพยนตร์ฉายอยู่
3. สามารถสอดแทรกความคิดเห็น และเป็นสื่อในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติพฤติกรรมได้ง่าย
4. สามารถเสนอภาพในอดีตที่เราไม่สามารถย้อนกลับไปชมได้อีก
5. ใช้เทคนิคสร้างเหตุการณ์ประกอบฉากการถ่ายทำได้อย่างสมจริงสมจังที่สุด

ข้อจำกัดของภาพยนตร์

1. ค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการถ่ายทำภาพยนตร์สูงมาก
2. ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มชนเป้าหมายจำนวนมาก ๆ ได้ ชมได้ในจำนวนจำกัด เพราะผู้ชมอยู่ในห้องฉายภาพยนตร์เท่านั้น
3. มีข้อจำกัดเกี่ยวกับเครื่องอุปกรณ์และห้องฉายภาพยนตร์

3.2 วิทยุ (Radio) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว และเผยแพร่ข่าวไปได้ไกลมาก เป็นที่นิยมทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ ประชาชนมีใช้มากแม้ในชนบทที่อยู่ห่างไกลและยังไม่มีไฟฟ้าใช้ มีหลากหลายรายการ ทั้งข่าวสาร บทเพลง รายการละคร เพลง รายการละคร

ข้อดีของวิทยุ

1. มีราคาถูก มีความรวดเร็ว แม้จะอยู่ห่างไกลจากสถานีก็ตาม
2. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับฟังได้ ครอบคลุมบริเวณพื้นที่กว้างขวางมาก
3. ให้ความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ฟัง สร้างความใกล้ชิด ข้ายังพกติดตัวได้ตลอดเวลา
4. ให้ความรู้สึกเร้าอารมณ์ และเป็นสื่อที่จูงใจได้ง่าย เพราะเน้นจังหวะ ลีลาที่ใสอารมณ์ทำให้ผู้ฟังจินตนาการ และมีความรู้สึกร่วมด้วย
5. สามารถฟังไปด้วยและทำงานอื่นไปด้วยได้

ข้อจำกัดของวิทยุ

1. ไม่สามารถเสนอรายละเอียดได้มาก เพราะต้องพูดให้สั้น กระชับ เข้าใจง่าย
2. ไม่มีความคงทนถาวร ถ้าผู้ฟังพลาดรายการไปก็ไม่สามารถจะรับฟังได้อีก
3. ถ้ามีข้อผิดพลาดจะแก้ไขได้ยาก
4. ต้องฟังอย่างมีสมาธิจึงจะได้ใจความทั้งหมด
5. เป็นการสื่อสารทางเดียว ไม่สามารถโต้ถามเรื่องราวที่ไม่เข้าใจได้

3.3 โทรทัศน์ (Television) เป็นสื่อที่เจริญรุดหน้ามาก สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ทั้งโดยคำพูด ข้อเขียน และรูปภาพ เป็นทั้งภาพสี ขาวดำ และภาพนิ่ง ภาพยนตร์และอื่น ๆ ถ่ายทอดข่าวสารได้เร็วมาก และส่งภาพในระยะทางไกล ๆ ได้ด้วย รายการทางโทรทัศน์จะคล้ายกับวิทยุ มีความหลากหลายโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีผู้นิยมมาก

ข้อดีของโทรทัศน์

1. ดึงดูดความสนใจได้มาก เพราะสามารถทดแทนได้ทั้ง หนังสือพิมพ์ วิทยุ และภาพยนตร์
2. ผู้ชมเก็บข่าวสารได้มากเพราะมีทั้งภาพและเสียง
3. ถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ข่าวเป็นที่น่าเชื่อถือ
4. สามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุและหนังสือพิมพ์ เช่น รายการสารคดี การสาธิตทางวิชาการต่าง ๆ

ข้อจำกัดของโทรทัศน์

1. ราคาแพงกว่าสื่อประเภทอื่น
2. เมื่อพลาดรายการก็ไม่สามารถจะชมได้อีก นอกจากบันทึกเป็นวิดีโอเทป
3. เป็นการสื่อสารทางเดียว
- 3.4 เครื่องฉายแผ่นใส เป็นสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยายเพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น
- 3.5 เครื่องฉายสไลด์ เป็นสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยาย เพื่อให้เกิดความชัดเจน เป็นภาพนิ่ง เลื่อนภาพได้ที่ละหนึ่งภาพ ปัจจุบันมีการปรับปรุงให้มีการฉายแบบ Multi ทำให้ฉายได้ที่ละ 3 เครื่อง
- 3.6 เครื่องรับ - ส่งแฟกซ์ เป็นเครื่องโทรศัพท์ที่สามารถส่งข่าวสารที่มีลักษณะคล้ายการถ่ายเอกสารจากต้นทางมายังเลขหมายโทรศัพท์ปลายทาง โดยมีสัญญาณบอกความพร้อมในการรับข่าวสารหรือแฟกซ์

สื่อกิจกรรมต่างๆ

สื่อกิจกรรมต่างๆที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระหรือโอกาสต่าง ๆ โดยมากจัดในรูปของนิทรรศการ การออกร้าน งานฉลอง การประกวด การแข่งขัน ประสานสถาปนาองค์กร หรือการเปิดให้เข้าชมกิจการในวันสำคัญ มีลักษณะเด่น 3 ประการ คือ

1. ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนจำนวนมากมาเข้าร่วมงาน
2. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงานและองค์กรให้เป็นที่รู้จักของประชาชน
3. ประชาชนที่มาร่วมงานได้รับสาระประโยชน์ ส่วนองค์กรได้สร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตาประชาชนเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อให้การศึกษาทางอ้อมในวิชาการสาขาต่าง ๆ และเหตุการณ์ต่าง ๆ แก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย
2. เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล กิจกรรมของสถาบันต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
3. เพื่อกระตุ้นเร้ากลุ่มประชาชนเป้าหมายให้ร่วมมือกับสถาบันหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อสถาบัน ไปในทางที่พึงประสงค์
4. เพื่อสร้างความบันเทิง สนุกสนานความพึงพอใจแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

หลักในการจัดกิจกรรมหรือนิทรรศการ

1. การจัดแต่ละครั้งควรมีศูนย์รวมแนวความคิดเพียงอย่างเดียว
2. ควรเลือกสถานที่ที่เหมาะสมและสะดวกในการเข้าชม
3. ต้องให้ผู้ชมเข้าใจง่าย และเสียเวลาน้อยที่สุด คือ จะต้องใช้ทัศนวัสดุประเภท ภาพ ของจริง ของจำลองและวัสดุสามมิติอื่น ๆ ให้มากที่สุด เท่าที่จะทำได้ เพราะเป็นการดูมากกว่าการอ่าน
4. ใช้คำอธิบายสั้น ๆ ข้อความโต ๆ มองเห็นชัดแต่ไกล
5. แสงก็มึบทบาทในการจัดนิทรรศการ
6. สีที่สะดุดตาจะช่วยเร้าความสนใจและนำติดตาม
7. ควรพยายามให้ผู้เยี่ยมชมมีส่วนร่วมตามความเหมาะสม
8. ควรจัดเรื่องราวหรือกลุ่มวัสดุที่แสดงให้เห็นหมวดหมู่ และต่อเนื่องสัมพันธ์กัน

สื่อมวลชน ลักษณะของสื่อมวลชน สามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ

5.1 หนังสือพิมพ์ทั้งรายวัน และนิตยสารทั้งรายสัปดาห์และรายปักษ์

5.2 สื่อกระจายเสียงและแพร่ภาพ นอกจากวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แล้วยังมี

- ภาพยนตร์ เป็นสื่อที่ได้จัดทำเป็นรายการภาพยนตร์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์

- เคเบิลทีวี เป็นเคเบิลที่มีลักษณะไร้สาย ต้องติดตั้งเสาอากาศไมโครเวฟเพื่อรับความถี่ ถอดรหัสเป็นการ ส่งด้วยคลื่นไมโครเวฟ

- ดาวเทียม เป็นการสื่อสารโดยการส่งคลื่นวิทยุโทรทัศน์จากสถานีขึ้นสู่อวกาศและสะท้อนกลับมายังจานรับคลื่น ซึ่งจะมี ความคมชัดของภาพมาก

- วิดีโอเท็กซ์ เป็นสื่อที่คล้ายกับการส่งสารสนเทศสิ่งพิมพ์ของเทเลเท็กซ์ที่ส่งไปพร้อมกับคลื่นวิทยุโทรทัศน์แต่วิดีโอเท็กซ์อาศัย สายโทรศัพท์หรือสายเคเบิลเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างสถานีส่งกับผู้รับและมีการโต้ตอบกันได้

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชน

1. แจ้งข่าวสาร ความรู้ ความเคลื่อนไหวของกิจการหรือหน่วยงานต่าง ๆ

2. เผยแพร่ไปยังประชาชนส่วนใหญ่อย่างกว้างขวาง

3. สิ่งที่เผยแพร่มีการจัดเตรียมอย่างดีไว้ก่อนล่วงหน้า

4. สื่อมวลชนส่งข่าวสารที่สนองความสนใจของกลุ่มประชาชนจำนวนมาก

5. พยายามรักษามาตรฐานหรือคุณภาพการทำงานของสื่อมวลชนประเภทนั้นไว้เพื่อภาพพจน์ที่ดีงามและความเชื่อถือของ ประชาชน

แนววิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. การย้ำหรือซ้ำบ่อย ๆ (Repeating) จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น คงทนถาวรมากขึ้น เหมือนการตอกย้ำหัวตะปู ยิ่งตอก แน่นแน่นยำ แต่การใช้วิธีการนี้ควรระวังว่า ถ้าย้ำบ่อย ๆ และกระทำต่อเนื่องกันนานอาจถึงจุดอิ่มตัวขึ้นได้ ถ้าเมื่อใดถึงจุดอิ่มตัว ผลจะลดลงทันที เพราะผู้รับจะเริ่มเบื่อหน่ายหรือชินชาเพราะฉะนั้นถ้าจะทำอยู่เรื่อย ๆ ควรให้มีทั้งความต่อเนื่องและความ หลากหลาย

2. ให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วม (Participation) เช่น ในรายการโทรทัศน์ให้ผู้ชมเข้าร่วมรายการด้วย จะมีอิทธิพลดึงดูดความสนใจ ได้ดีกว่าที่ผู้จัดรายการจะให้โอะโรอย่างเดียว การให้ผู้รับมีส่วนร่วมนั้นสามารถทำได้ทั้งรายการบันเทิง และรายการที่ให้ความรู้

หลักการพิจารณาเลือกใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากสิ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมายหลายชนิดด้วยกัน ฉะนั้นผู้ที่ตัดสินใจเลือกสื่ออะไรมาใช้จะต้องพิจารณา ให้รอบคอบเสียก่อนว่าจะเหมาะสมและช่วยให้บรรลุเป้าหมายหรือไม่ การพิจารณาเลือกสื่อมาใช้นั้นควรคำนึงถึงลักษณะ ของสื่อที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ด้านเนื้อที่ - เวลา (Space - Time) สิ่งพิมพ์ รูปภาพ เป็นสื่อที่คำนึงถึงเฉพาะด้าน “เนื้อที่” การพูดทาง โทรศัพท์ วิทยุ คำนึง เฉพาะด้าน “เวลา” ส่วนการติดต่อธรรมดา โทรทัศน์และภาพยนตร์นั้น คำนึงถึง “เนื้อที่ - เวลา”

2. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป้าหมาย (Audience's participation) หากจะเรียงลำดับสื่อที่ประชาชนเป้าหมายได้มีส่วนร่วมมากที่สุดไปยั้งน้อยที่สุด สามารถเรียงได้ดังนี้ การสนทนาระหว่างบุคคล กลุ่มอภิปราย การประชุมที่ไม่เป็นทางการ โทรศัพท์ การ ประชุมที่เป็นทางการ ภาพยนตร์เสียงในฟิล์ม โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง โทรเลข จดหมายติดต่อระหว่างบุคคล (ทั้งส่วนตัว และกิจการ) จดหมายติดต่อทั่วไป (จดหมายราชการหรือที่มีรูปแบบเป็นทางการ) หนังสือพิมพ์ ใบประกาศและภาพ โฆษณา นิตยสาร หนังสือ

3. ด้านความเร็ว (Speed) สื่อที่มีความเร็วมากที่สุดคือ วิทยุและโทรทัศน์ และสื่อที่ช้าที่สุดคือ พกหนังสือ ลักษณะเหล่านี้อาจ กล่าวได้ว่า หากเป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวความเคลื่อนไหว ก็ต้องอาศัยความเร็วสูง แต่หากข่าวสารใดที่ต้องการให้ประชาชน เป้าหมายได้ศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียดก็ต้องใช้สื่อที่มีความเร็วต่ำ

4. ด้านความคงทน (Permanence) หนังสือจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวรมากกว่าสื่อใด ๆ วิทยุและโทรทัศน์จัดเป็นสื่อที่มี ความคงทนน้อยที่สุด

ที่มาของข้อมูล :

http://km.rubber.co.th/index.php?option=com_content&view=article&id=4730:2012-07-06-06-16-29&catid=129:2012-07-06-06-19-57&Itemid=240

สืบค้นเมื่อ : 1 เมษายน 2561