



คู่มือการปฏิบัติงาน

เรื่อง การประชาสัมพันธ์

จัดทำโดย

นางสาวจิตาภา สมมณีวงศ์

หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวัตกรรมการจัดการสุขภาพยุคดิจิทัล (HIDA)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

คำนำ

คู่มือการปฏิบัติงาน เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน รวมทั้งเป็นการจัดการองค์ความรู้ไว้ที่ส่วนงาน ให้เป็นแหล่งเรียนรู้และพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพยิ่ง ๆ ขึ้นไปในอนาคต ดังนั้น งานประชาสัมพันธ์ สาขานวัตกรรมจัดการสุขภาพยุคดิจิทัล (HIDA) จึงได้จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อรวบรวมขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ของงานประชาสัมพันธ์ งานบริการวิชาการ งานรับโทรศัพท์ ไว้ที่เว็บไซต์ สาขานวัตกรรมจัดการสุขภาพ ยุคดิจิทัล (HIDA)

เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดมาตรฐานในการปฏิบัติงาน คู่มือฉบับนี้เป็นเครื่องมือช่วยในการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้ที่ประสบการณ์ และความชำนาญ ในการปฏิบัติงานของงานประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ให้กับบุคคลภายนอก หรือผู้ใช้บริการได้เข้าใจ กระบวนการปฏิบัติงาน อันจะก่อให้เกิดการสื่อสารและความเข้าใจที่ตรงกัน ระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ

ทั้งนี้ จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือการปฏิบัติงานนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน ของสาขานวัตกรรมจัดการสุขภาพยุคดิจิทัล (HIDA) และนำไปปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตามหลักธรรมาภิบาล และจรรยาบรรณต่อไป หากมีข้อเสนอแนะอันใดที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ ต่อมหาวิทยาลัย โปรดแจ้งฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นางสาวจิตาภา สมมณีวงศ์

ผู้จัดทำ

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	๗-๘
บทที่ 1 บทนำ	1
ความหมายของการประชาสัมพันธ์	1
ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์	1
วัตถุประสงค์	1
ประโยชน์ที่ได้รับ	2
ขอบเขต	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	2
บทที่ 2 หน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ	3
หน้าที่ความรับผิดชอบ	3
ความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง	4
ข้อกำหนดที่สำคัญของกระบวนการ	4
ลักษณะงานที่ปฏิบัติ	4
บทที่ 3 หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน และหลักการประชาสัมพันธ์	7
หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน	7
หลักการประชาสัมพันธ์	7
จรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	10
บทที่ 4 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	12
การวางแผนประชาสัมพันธ์	12
การประกาศข่าวสาร	13
การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	14
การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา	15
การถ่ายรูปกิจกรรม	16
การออกบูธ	17
การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	18
การตอบคำถามเบื้องต้นผู้มาติดต่อ	19

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 5 ปัญหาอุปสรรค แนวทางแก้ไข การพัฒนาและข้อเสนอแนะ	20
ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน	20
แนวทางแก้ไขและการพัฒนา	20
ข้อเสนอแนะ	20
ภาคผนวก	

บทที่ 1

บทนำ

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

คำว่า “การประชาสัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” หรือ “PR” ตามคำศัพท์นี้หมายถึงการมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชน ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน และความหมายให้เป็นรูปธรรมหมายถึง “ความพยายามที่มีการวางแผนและเป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชน กลุ่มเป้าหมายโดยการกระทำสิ่งที่มีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานกิจกรรม และบริการ หรือสินค้าของหน่วยงานนี้ และเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว”

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการสื่อสารขององค์กร หน่วยงานกับประชาชนหรือสังคม เพื่อก่อให้เกิดการผสมผสานแนวทางความรู้สึก การสนับสนุน ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานระหว่างองค์กรหน่วยงานกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง จึงถือได้ว่าการประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารงานต่าง ๆ ในการพัฒนาประเทศ องค์กร หน่วยงาน และสังคมส่วนรวม ให้ได้รับความสำเร็จ การใช้การประชาสัมพันธ์เข้าไปช่วยให้การปฏิบัติงานแพร่หลายกว้างขวาง เป็นการเพิ่มศักยภาพในการเสริมสร้างสัมพันธภาพของบุคลากรภายในหน่วยงาน และสัมพันธ์ภาพระหว่างองค์กร หน่วยงานกับประชาชน ปัจจุบันนี้้องค์การหรือหน่วยงานทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ส่วนใหญ่ต่างเห็นความสำคัญของการมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เพราะเห็นว่าเป็นวิถีทางที่จะบรรลุผลในสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อการดำรงอยู่และการขยายขอบเขตของงานองค์กรหน่วยงานทุกชนิด ดังนั้นผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ จึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการพิจารณาตัดสินใจทุกประการในนโยบายทั่วไปขององค์กรหน่วยงาน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อเป็นประโยชน์ในการประเมินผลการปรับปรุงคุณภาพกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้เป็นคู่มือการปฏิบัติงาน
2. ได้เป็นคู่มือให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานทดแทนกันได้

ขอบเขต

คู่มือการปฏิบัติงานนี้ครอบคลุมขั้นตอนการรับสมัครนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน ประชาสัมพันธ์ การประกาศข่าวสาร การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา การถ่ายรูปกิจกรรม การออกบูธ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การตอบคำถามเบื้องต้นผู้มาติดต่อ และการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์

นิยามศัพท์เฉพาะ

การผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการดำเนินงานตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ หรือโครงการสำคัญของหน่วยงานซึ่งข้อมูลในการจัดทำข่าวได้มาจากเอกสารงาน โครงการ กิจกรรม การประชุม การแถลงข่าว ข้อร้องเรียนของประชาชนและสื่อมวลชน

การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำข่าวประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้นเผยแพร่สู่สาธารณชนโดยตรงผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) โทรสาร โซเชียลมีเดีย ไลน์ เฟสบุ๊ก แอปพลิเคชันต่าง ๆ เป็นต้น

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ หมายถึง บุคลากรทุกตำแหน่งที่ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ นักประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

บทที่ 2

หน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ

หน้าที่ความรับผิดชอบ

ผู้รับผิดชอบ	บทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ
(1) ผู้บริหารระดับคณะ (คณบดี/รองคณบดีฝ่ายบริหาร)	1. มอบนโยบายการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน 2. กำกับติดตามการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน
(2) อาจารย์/บุคลากร	1. มีส่วนร่วมในการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ 2. มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ออกบูธรับนักศึกษา
(3) เจ้าหน้าที่	1. รวบรวม และเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน รวมทั้งข่าวสารอื่น ๆ ให้แก่บุคลากรในสถานศึกษา และบุคลากรทั่วไป 2. รับผิดชอบศูนย์กลางการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ ของหน่วยงาน ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา 3. จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการ และรายงาน การปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

ความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง

1) ความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้ส่งมอบ/ผู้รับบริการ/ ผู้มีส่วนได้/ส่วนเสีย/คู่ความร่วมมือ	ความต้องการ
ผู้ส่งมอบ : ฝ่ายงานภายในหน่วยงาน	ส่งข้อมูลข่าวสาร
ผู้รับบริการ : บุคลากร และบุคคลทั่วไป	ข่าวสารที่ทันสมัย ถูกต้อง รวดเร็ว
ผู้มีส่วนได้/ส่วนเสีย : มหาวิทยาลัย	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
คู่ความร่วมมือ : หลักสูตร/อาจารย์/บุคลากร	แจ้งข้อมูลข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่

2) กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง

พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 เป็นกฎหมายที่รองรับ “สิทธิได้รู้” ของประชาชนที่เกี่ยวกับการดำเนินการของรัฐ โดยประชาชนไม่จำเป็นต้องมีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารนั้น เมื่อประชาชนได้รู้ข้อมูลข่าวสารแล้วจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปกป้องประโยชน์ของตนเอง ปกป้องประโยชน์สาธารณะ และเพื่อการมีส่วนร่วมในการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย

ข้อกำหนดที่สำคัญของกระบวนการ

ข้อกำหนดที่สำคัญ	ที่มาของข้อกำหนดที่สำคัญ				กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ
	ความต้องการ/ความคาดหวัง				
ร้อยละของการรับรู้ภาพลักษณ์ และการให้บริการของมหาวิทยาลัย	ผู้ส่งมอบ	ผู้เรียน/ผู้รับ บริการ	ผู้มีส่วนได้ /ส่วนเสีย	คู่ความ ร่วมมือ	
	✓	✓	✓	✓	

ลักษณะงานที่ปฏิบัติ

ปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานระดับต้นที่ต้องใช้ ความรู้ความสามารถทางวิชาการในการทำงาน ปฏิบัติงานกับงานประชาสัมพันธ์ภายใต้การกำกับ แนะนำ ตรวจสอบ และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านการปฏิบัติการ

1.1 จัดกิจกรรมตามโครงการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ โดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

1.2 สำนักรวบรวมความคิดเห็นของประชาชน และรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และสรุปผล เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินการประชาสัมพันธ์

1.3 ศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการวิจัยวางแผนการประชาสัมพันธ์และติดตามผล

1.4 จัดทำเอกสาร และผลิตบทความ เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่

1.5 ศึกษา วิเคราะห์ และเสนอแนะความคิดเห็นในการวางแผนงานการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การกำหนดนโยบาย และแผนยุทธศาสตร์ในการเผยแพร่ข่าวสารและการใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อนำไปปรับปรุงงาน การสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น

1.6 ศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลทางวิชาการ รวมทั้งวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้ประกอบในการจัดทำแผนงาน โครงการ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน

1.7 ร่วมจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้การเผยแพร่และสื่อสารประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

1.8 วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล ข่าวสาร และประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถเขียน ข่าว บทความ และสารคดีเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีผลกระทบต่อภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1.9 ออกแบบ และจัดกิจกรรม นิทรรศการ และโครงการต่าง ๆ รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และแนะนำการบริการต่าง ๆ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแก่ผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปเพื่อช่วยกระจายข้อมูล ข่าวสาร และประชาสัมพันธ์บริการต่าง ๆ ขององค์กรให้มีความทันสมัย ทันเหตุการณ์ และเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

1.10 ออกแบบ จัดทำ และผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เอกสาร บทความ และรายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น วารสารอุตสาหกรรม รายงานประจำปี และคู่มือต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1.11 จัดทำเอกสาร รายงาน และสรุปผลการดำเนินงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม/โครงการ การใช้สื่อ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารในการพัฒนาและปรับปรุงระบบงานต่อไป

1.12 สำรวจประชามติตามเรื่องที่ได้รับมอบหมาย เพื่อนำมาวิเคราะห์ผลทางสถิติเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารในอนาคต

1.13 สร้าง และรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับสื่อมวลชน นักข่าว และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีความง่าย และสะดวกมากขึ้น

1.14 ร่วมดำเนินประเมินผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อ การผลิตสื่อ และการจัดโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อ การผลิตสื่อ และการจัดโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

1.15 ศึกษา และติดตามเทคโนโลยีองค์ความรู้ใหม่ ๆ กฎหมาย และระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับงานประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

2. ด้านการวางแผน

วางแผนการทำงานที่รับผิดชอบ ร่วมดำเนินการวางแผนการทำงานของหน่วยงานราชการ ส่วนท้องถิ่นหรือโครงการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

3. ด้านการประสานงาน

3.1 ประสานการทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกทีมงานหรือหน่วยงาน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด

3.2 ประสานงานด้านประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายใน และภายนอกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่นและเสร็จทันเวลาที่กำหนดไว้

3.3 ชี้แจงและให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูล ข้อเท็จจริง แก่บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจหรือความร่วมมือในการดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมาย

4. ด้านการบริการ

4.1 ให้บริการข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่ประชาชนและหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ตรงตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น

4.2 แนะนำให้คำปรึกษาด้านข้อมูลข่าวสารขององค์กรเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

บทที่ 3

หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน และหลักการประชาสัมพันธ์

หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน

ตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่งสายงานประชาสัมพันธ์ ที่กำหนดโดยคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน ในสถาบันอุดมศึกษา (ก.พ.อ.) เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2551 ระบุบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสายงาน ประชาสัมพันธ์สายงานนี้ คลุมถึงตำแหน่งต่าง ๆ ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีลักษณะงานที่ปฏิบัติเกี่ยวกับการสำรวจรวบรวมรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสาร และเอกสารความรู้ ในด้านต่าง ๆ เพื่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ การจัดสัมมนา เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการดำเนินงานหรือผลงานของการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของชาติ เพื่อเป็นสื่อให้เป็นไป ตามแผนงาน และนโยบายการ ประชาสัมพันธ์ หรือตามกฎหมาย และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

1. พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540
2. ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน พ.ศ. 2548
3. พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546

หลักการประชาสัมพันธ์

สุนันทา เลานันท์ (2544 : 192) ได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักทั่วไปในการดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ที่ดีว่า ทุกคนสามารถทำการประชาสัมพันธ์ได้ แต่ถ้าจะให้ได้ผลดียิ่งขึ้นต้องยึดถือหลักการดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์บนพื้นฐานของความถูกต้อง ตามทำนองคลองธรรม ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบกันและจริงใจด้วยกันทุกฝ่าย ทั้งนายจ้าง ลูกจ้าง ประชาชน อย่าโกหก หลอกลวง หลอกล่อ ฯลฯ
2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อความสมัคสมานสามัคคี ราบรื่น รักใคร่ ร่วมมือ ร่วมใจ ประสานสัมพันธ์กันของบุคลากรและมีประชาชนส่วนใหญ่เป็นเป้าหมาย
3. ประชาสัมพันธ์ด้วยความสุภาพ รสนิยมดี ไม่หยาบคาย ไม่ยกตนข่มท่านหรือทับถมผู้อื่น หรือให้ร้ายป้ายสีด้วยกลโกง
4. ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สื่อสารได้ดี อย่าใช้สถิติหรือตัวเลขที่ละเอียด ควรใช้แผนภาพ หรือแผนภูมิ ประกอบการอธิบายให้เข้าใจได้ง่าย น่าสนใจ
5. อย่าประชาสัมพันธ์ครั้งละหลายเรื่อง หลายแนวความคิด จะเกิดความสับสน ควรเสนอเรื่องเดียว ความคิดเดียวในแต่ละช่วง แต่ละตอน แต่ละครั้ง
6. เลือกข่าวสารที่จะเผยแพร่ส่งให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

ไชยยศ เรื่องสุวรรณ (2522: 25-29) กล่าวว่า หลักการประชาสัมพันธ์มี 3 ประการ ได้แก่ การโฆษณาเผยแพร่ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสำรวจกระแสประชามติ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การโฆษณาเผยแพร่

การโฆษณาเผยแพร่ คือ การบอกกล่าวเผยแพร่เรื่องราวและข่าวสารของสถาบันไปสู่ประชาชน ข่าวสารจะสร้างภาพพจน์ ชื่อเสียงและความเข้าใจอันดีแก่ประชาชน ถึงแม้การโฆษณาเผยแพร่จะเป็นการบอกกล่าวเรื่องราวข่าวสารจากทางสถาบันแต่เพียงข้างเดียว แต่ก็ยังเป็นหลักการสำคัญประการแรกในการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นพื้นฐานแห่งความเข้าใจซึ่งกันและกัน

หลักการโฆษณาเผยแพร่ ประกอบไปด้วย

- 1) กำหนดจุดมุ่งหมายและเนื้อหาข่าวสาร
- 2) กำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- 3) ใช้สื่อที่เหมาะสมเพื่อให้ข่าวสารถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- 4) จัดข่าวสารให้มีลักษณะเป็นกันเองกับกลุ่มผู้รับให้อยู่ในสภาวะที่ผู้รับจะรู้และเข้าใจได้
- 5) จัดข่าวสารและวิธีการบอกกล่าวให้โน้มน้าวใจผู้รับได้ เช่น คำนิ้งถึงจุดอ่อนไหวทางอารมณ์

การกล่าวซ้ำ การชี้แจงแนะนำ เป็นต้น

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

ความเข้าใจผิดในที่นี้ หมายถึง ความเข้าใจผิดของประชาชนที่มีต่อสถาบัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของวิชาการความรู้ หรือข้อเท็จจริงต่าง ๆ ก็ตาม ความเข้าใจผิดตรงกับภาษาอังกฤษว่า Misconception หรือ misunderstanding ซึ่งความเข้าใจผิดนี้ จะก่อให้เกิดความเสียหายขึ้นมากมายหลายด้าน เช่น ขาดศรัทธา หวาดระแวง ไม่ไว้วางใจ ไปจนถึงการไม่ให้ความสนับสนุนร่วมมือ

ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึงหลักการข้อนี้ เพื่อเตรียมแผนงานป้องกันและแก้ไข หากมีความเข้าใจผิดเกิดขึ้น ความเข้าใจผิดโดยทั่วไปที่จะเกิดขึ้นในกลุ่มประชาชนนั้น ส่วนใหญ่แล้วจะได้แก่ เรื่องนโยบายของสถาบัน, ความมุ่งหมาย, วิธีการดำเนินงาน, ผลงานของสถาบัน

ความเข้าใจผิด แม้จะเกิดขึ้นแต่เพียงในชนกลุ่มน้อย แต่ก็อาจแผ่ขยายวงกว้างออกไปได้อย่างรวดเร็ว หากไม่มีการแก้ไขเมื่อมีเหตุการณ์ความเข้าใจผิดเกิดขึ้น และความเข้าใจผิดนั้นจะเป็นอุปสรรคบ่อนทำลายความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับสถาบัน จึงจำเป็นต้องมีหลักการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

2.1 หลักการแก้ไขความเข้าใจผิด มี 2 ประการดังนี้

2.1.1 การแก้ไขปรับปรุงสถาบัน การแก้ไขปรับปรุงสถาบันจะกระทำต่อเมื่อเกิดความเข้าใจผิดอันเนื่องมาจากสถาบันเอง ซึ่งงานประชาสัมพันธ์อันเปรียบเสมือนกระจกเงาของสถาบันนี้ จะเสนอเหตุผลและแนวทางการปรับปรุงแก้ไขโดยนักประชาสัมพันธ์ เรื่องนี้เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักเพราะนักประชาสัมพันธ์จะอยู่ระหว่างสถาบันกับประชาชน จึงต้องอาศัยความบริสุทธิ์ใจและเทคนิคต่าง ๆ ตลอดจนหลักการทางจิตวิทยาอยู่มาก

2.1.2 การแก้ไขชี้แจงไปยังกลุ่มประชาชน การแก้ไขความเข้าใจผิดในกรณีนี้ ก็หมายความว่า ได้เกิดความเข้าใจผิดขึ้นในกลุ่มประชาชน ซึ่งจะต้องแก้ไขให้ประชาชนเข้าใจอย่างถูกต้อง

2.2 หลักการแก้ไขความเข้าใจผิดจะเป็นไปได้ 2 ทาง คือ หลักการแก้ไขทางตรง และหลักการแก้ไขทางอ้อม

2.2.1 หลักการแก้ไขทางตรง คือ การเผยแพร่ชี้แจงข้อเท็จจริงต่าง ๆ ตลอดจนหลักเกณฑ์ทั้งหลายที่ถูกต้องไปสู่ประชาชนโดยตรง ทั้งนี้ต้องทราบอย่างแน่ชัดเสียก่อนว่าความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นนั้น เป็นเรื่องอะไร เกิดขึ้นที่ไหน เมื่อไร มีขอบเขตและความรุนแรงเพียงใด มิเช่นนั้นแล้ว อาจเกิดปฏิกิริยา หรือความไม่พอใจขึ้นในกลุ่มประชาชน ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องหรือไม่ได้มีความเข้าใจผิดก็ได้ นอกจากนั้นแล้ว บุคคลที่จะชี้แจงแก้ไขความเข้าใจผิดก็มีความสำคัญไม่น้อย โดยทั่วไปกลุ่มประชาชนจะเชื่อถือบุคคลที่เขายอมรับ ดังนั้น คำแก้ไข จึงต้องมาจากบุคคลที่เชื่อถือได้ด้วย และการแก้ไขความเข้าใจผิด ต้องรีบปฏิบัติการทันที ให้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ เมื่อเกิดความเข้าใจผิดขึ้นมา

2.2.2 หลักการแก้ไขทางอ้อม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อม ส่วนใหญ่จะใช้กับการเข้าใจผิดที่ยังไม่ปรากฏชัด เช่น ข่าวลือ เป็นต้น หรือใช้ในบางกรณีที่ปรากฏความเข้าใจผิดที่ชัดเจน แต่ไม่อาจแก้ไขทางตรงได้ เพราะจะทำให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี จึงยึดหลักการแก้ไขทางอ้อม ซึ่งส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นการเผยแพร่ความรู้ ข้อเท็จจริง ตลอดจนหลักวิชาต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องอ้างอิงถึงความเข้าใจผิด เช่น เผยแพร่ข่าวสารความรู้ทางสื่อมวลชนหรือพาสื่อมวลชน (นักข่าว) เข้าไปเยี่ยมชมแหล่งของความเข้าใจผิดแล้วเสนอข้อเท็จจริง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมก็ยึดหลักความรวดเร็วฉับพลันทันต่อเหตุการณ์ เช่นเดียวกันกับการแก้ไขทางตรงจึงจะเกิดผล

3. การสำรวจกระแสประชามติ

คำว่า ประชามติ หมายถึง ท่าที เจตนารมณ์ ปฏิกิริยาความรู้สึกนึกคิดทุก ๆ ด้านที่กลุ่มประชาชน แสดงออกมา หรือ หมายถึงถ้อยคำ ท่าที อันแสดงออกซึ่งความคิดเห็นของคนหมู่มากที่ได้ถกเถียงเกี่ยวกับ ประเด็นขัดแย้งอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้น จากความหมายที่กล่าวไป จะเห็นได้ว่า ประชามติ เป็นเรื่องสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และพื้นฐานของการบริหาร เพราะประชามติ คือ ท่าที ความรู้สึกของประชาชน ที่มีต่อนโยบาย วิธีการ ตลอดจนผลงานของสถาบัน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นกระจกเงาของสถาบัน จึงต้องมีการสำรวจกระแสประชามติเป็นหลักสำคัญประกอบอยู่ด้วย และการสำรวจกระแสประชามติก็ตกเป็นภาระของนักประชาสัมพันธ์ที่จะต้องคอยสำรวจตรวจสอบอยู่เสมอ แล้วเสนอต่อสถาบัน พร้อมกับให้คำแนะนำชี้แจงประกอบไปด้วย

3.1 มติ แบ่งได้เป็นหลายประเภท ดังนี้

3.1.1 มติส่วนตัว คือ ความคิดเห็นของบุคคลในเรื่องการให้ความหมายของสภาพการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งไปตามที่ตนเข้าใจ มติประเภทนี้อาจขัดแย้งกับผู้อื่นได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และการศึกษาของกลุ่มสังคมที่แต่ละบุคคลสังกัดอยู่ มติส่วนตัวนี้มีทั้งแสดงออก และไม่แสดงออกอย่างเปิดเผย มติส่วนตัวที่ยังไม่ได้แสดงออกเรียกว่ามติเฉพาะตัว ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อมติส่วนตัวที่แสดงออกอย่างเปิดเผย ทั้งทางตรงและทางอ้อม

3.1.2 มติข้างมากและมติข้างน้อย เป็นมติที่กลุ่มคนแสดงออกมาให้เห็นอย่างเด่นชัดในกรณีง่าย ๆ และไม่ซับซ้อน

3.1.3 มติผสม เป็นมติที่ไม่สามารถหามติข้างมากได้ มีเพียงมติข้างน้อยหลาย ๆ มติรวมกันเรียกว่า มติผสม มติผสมมักเกิดขึ้นจากปัญหาหรือปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ทางสังคมหรือจากเหตุการณ์และแรงผลักดันของเหตุการณ์ภายนอก

3.1.4 มติสอดคล้องกัน เป็นมติประเภท “เห็นเขาก็ดูว่าตามเขา” มติลักษณะนี้เกิดจากความไม่รู้ หรือไม่ได้สนใจติดตามเรื่องราวปัญหาตลอดจนผลที่จะตามมาจนมากนักนั่นเอง โอกาสผิดพลาดของมติประเภทนี้มีอยู่มาก

3.1.5 มติทั่วไป เป็นมติที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัว อันเนื่องมาจากขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นมติที่ไม่มีใครโต้แย้งหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

3.2 การสำรวจกระแสประชามติ ทำได้ 2 ทาง ดังนี้

3.2.1 การสำรวจทางตรง เป็นการสำรวจตรวจสอบไปยังกลุ่มประชาชนโดยตรง โดยการป้อนคำถาม เป็นแบบสอบถามไปยังกลุ่มประชาชนด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การสุ่มตัวอย่างในกรณีที่กลุ่มประชาชน มีขนาดใหญ่มาก หรือการให้ทุกคนได้ตอบคำถามในกรณีที่กลุ่มประชาชนมีขนาดเล็ก เป็นต้น

3.2.2 การสำรวจทางอ้อม เป็นการสำรวจกระแสประชามติด้วยการสังเกตปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่กลุ่มประชาชนแสดงออก เช่น การตรวจข่าวจากสิ่งพิมพ์สื่อมวลชน การสำรวจสถิติเอกสารการวิจัย การออกไปพบปะเยี่ยมเยียนและอื่น ๆ การสำรวจด้วยวิธีนี้เป็น การสำรวจที่ไม่ต้องการผลละเอียดนัก หรือใช้ในกรณีที่ไม่สามารถสำรวจโดยตรงได้

จรรยาบรรณต่อตนเอง

1. มีศีลธรรมอันดี ยึดมั่นในจริยธรรมและยืนหยัดในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นธรรม ประพฤติตนให้เหมาะสม กับการเป็นบุคลากร
2. มีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์สุจริตและรับผิดชอบ ประพฤติตนและปฏิบัติหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา
3. มีทัศนคติที่ดี รักการเรียนรู้และพัฒนาตนเองให้มีคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะในการทำงานเพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ราชการมีประสิทธิภาพประสิทธิผลยิ่งขึ้น
4. มีความอดทนอดกลั้น เสียสละ และรับผิดชอบต่องานที่ปฏิบัติ
5. มีความสุภาพ อ่อนโยน สัมมาคารวะ และมีมนุษยสัมพันธ์อันดี

จรรยาบรรณต่อวิชาชีพ

1. รัก ศรัทธา รับผิดชอบต่อวิชาชีพและเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรวิชาชีพของตน
2. ใช้วิชาชีพในการปฏิบัติหน้าที่ราชการด้วยความซื่อสัตย์ ในกรณีที่วิชาชีพใดมีจรรยาบรรณวิชาชีพกำหนดไว้ ก็ต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพนั้นด้วย

บทที่ 4

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

การวางแผนประชาสัมพันธ์



คู่มือการปฏิบัติงาน Work Instructions (WI)

ฝ่าย.....บริหารงานทั่วไป.....
งาน....ประชาสัมพันธ์....
กิจกรรมหลัก ...การวางแผนประชาสัมพันธ์ ...
ระยะเวลาที่ใช้ปฏิบัติงาน/หน่วย/ ครั้ง1.....วัน....6..... ชั่วโมง.....นาที

เริ่ม / เริ่มสุด

การปฏิบัติงานทั่วไป

การตัดสินใจ

FM-xx-yy

Wh-xx-yy

OM-xx-yy

จุดเริ่มใหม่

การสื่อสาร

สายงานหลัก

สายงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

สายงานไม่เกี่ยวข้อง

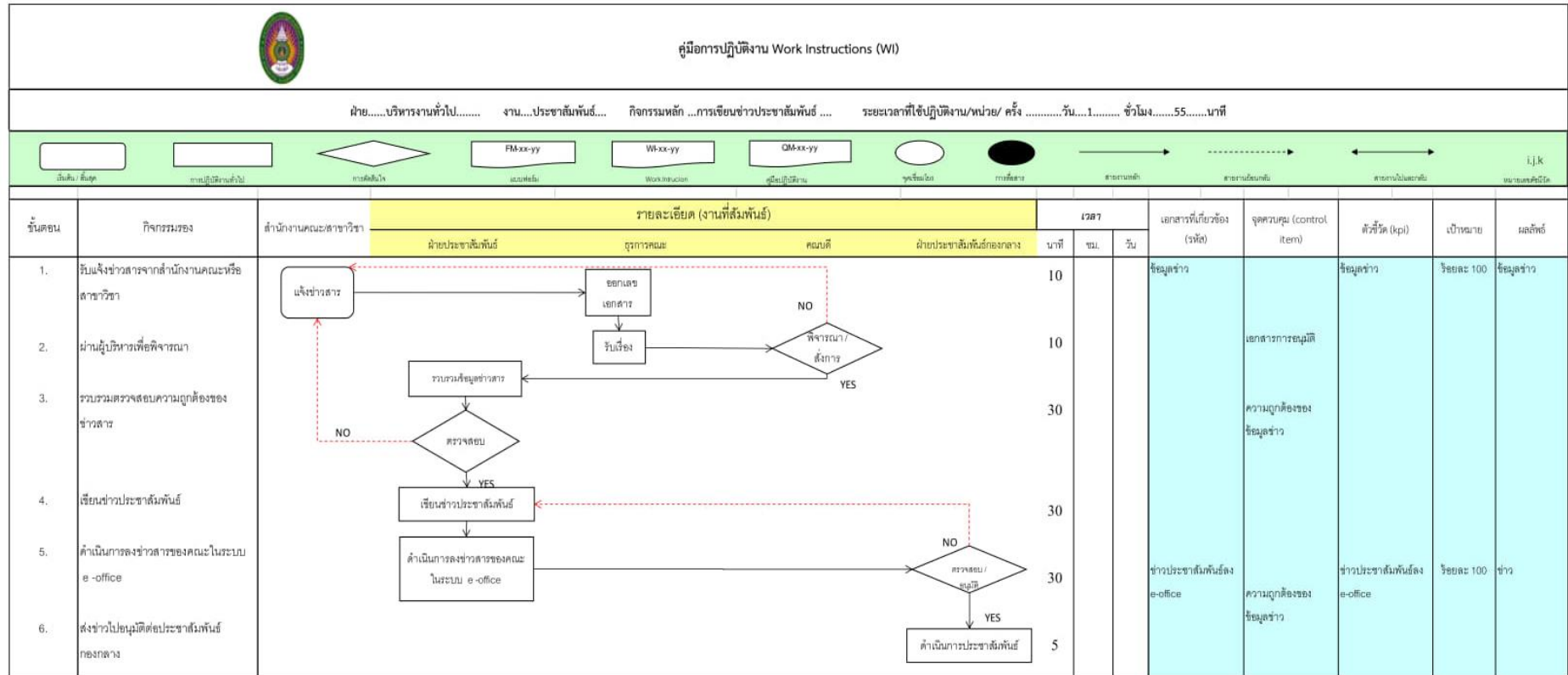
i,j,k

ขั้นตอน	กิจกรรมรอง	รายละเอียด (งานที่สัมพันธ์)			เวลา			เอกสารที่เกี่ยวข้อง (รหัส)	จุดควบคุม (control item)	ตัวชี้วัด (kpi)	เป้าหมาย	ผลลัพธ์
		ฝ่ายประชาสัมพันธ์	ผู้บริหาร	ผู้ที่เกี่ยวข้อง	นาที	ชม.	วัน					
1.	เขียนแผนประชาสัมพันธ์				1	1	1	1	1	1	1	1
2.	เสนอผู้บริหารเพื่อพิจารณา											
3.	ทำคำสั่งแต่งตั้งคณะดำเนินงานประชาสัมพันธ์											
4.	จัดประชุมคณะกรรมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์											

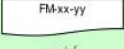
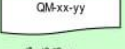
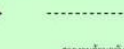
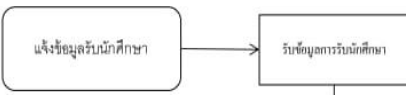
การประกาศข่าวสาร

คู่มือการปฏิบัติงาน Work Instructions (WI)													
ฝ่าย.....บริหารงานทั่วไป..... งาน....ประชาสัมพันธ์.... กิจกรรมหลัก ...การประกาศข่าวสาร ระยะเวลาที่ใช้ปฏิบัติงาน/หน่วย/ ครั้งวัน.....1..... ชั่วโมง.....10.....นาที													
เริ่มต้น / ต้นสุด การปฏิบัติงานทั่วไป การตัดสินใจ FM-xx-yy WI-xx-yy QM-xx-yy จุดเชื่อมต่อ การสื่อสาร สายงานหลัก สายงานสนับสนุน สายงานไม่เกี่ยวข้อง i,j,k													
ขั้นตอน	กิจกรรมรอง	สำนักงานคณะ/สาขาวิชา	รายละเอียด (งานที่สัมพันธ์)			เวลา			เอกสารที่เกี่ยวข้อง (รหัส)	จุดควบคุม (control item)	ตัวชี้วัด (kpi)	เป้าหมาย	ผลลัพธ์
			ฝ่ายประชาสัมพันธ์	กรรมการคณะ	คณะ	นาที	ชม.	วัน					
1.	รับแจ้งข่าวสารจากสำนักงานคณะหรือสาขาวิชา	<pre> graph TD A[แจ้งข่าวสาร] --> B[ออกเลขเอกสาร] B --> C[รับเรื่อง] C --> D{พิจารณา/สั่งการ} D -- NO --> A D -- YES --> E[แจ้งเวียนข่าวสารให้กับบุคลากร] E --> F[บุคลากรรับทราบข่าวสาร] E --> G[ติดข่าวสารที่บอร์ดตามจุดต่างๆ] </pre>	10			ข้อมูลข่าว	เอกสารการอนุมัติ	ข้อมูลข่าว	ร้อยละ 100	ข้อมูลข่าว			
2.	ผ่านผู้บริหารเพื่ออนุมัติ		15										
3.	แจ้งเวียนบุคลากรภายในคณะในระบบ e-office		15						ข่าวประชาสัมพันธ์ที่แจ้งในระบบ				
4.	ติดบอร์ดประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆ		30					ข่าวประชาสัมพันธ์	ความเร็วในการประกาศ	ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ติดตามบอร์ด	ไม่เกิน 1 วัน		

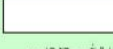
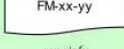
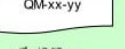
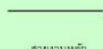
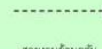
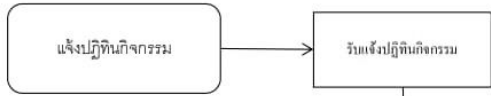
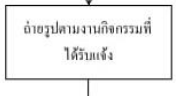
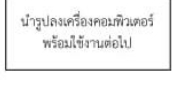
การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์



การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา

 คู่มือการปฏิบัติงาน Work Instructions (WI)												
ฝ่าย.....บริหารงานทั่วไป..... งาน....ประชาสัมพันธ์.... กิจกรรมหลัก ...การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา/ภายใน-ภายนอก ระยะเวลาที่ใช้ปฏิบัติงาน/หน่วย/ ครั้งวัน..... ชั่วโมง.....40.....นาฬิกา												
 เริ่มต้น / ต้นสุด  ปลายทาง/ปลายทางไป  การตัดสินใจ  FM-xx-yy แบบฟอร์ม  WI-xx-yy Work Instruction  QM-xx-yy คู่มือปฏิบัติงาน  จุดเชื่อมโยง  การสื่อสาร  สายงานหลัก  สายงานย้อนกลับ  สายงานไปและกลับ  i,j,k หมายเลขตัวแก้ไข												
ขั้นตอน	กิจกรรมรอง	บุคคลภายในคณะ/ภายนอก	รายละเอียด (งานที่สัมพันธ์)		เวลา			เอกสารที่เกี่ยวข้อง (รหัส)	จุดควบคุม (control item)	ตัวชี้วัด (kpi)	เป้าหมาย	ผลลัพธ์
			ฝ่ายวิชาการ	ฝ่ายประชาสัมพันธ์	นาที	ชม.	วัน					
1.	รับข้อมูลการรับนักศึกษาจากฝ่ายวิชาการ		 <pre> graph TD A[แจ้งข้อมูลรับนักศึกษา] --> B[รับข้อมูลการรับนักศึกษา] B --> C[จัดรูปแบบข้อมูลระบบ e-office และเว็บไซต์] C --> D[ทราบข้อมูล] </pre>		10			ข้อมูลการรับนักศึกษา	ความถูกต้องของข้อมูล	การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา	ร้อยละ 100	การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา
2.	นำข้อมูลขึ้นระบบ e-office และเว็บไซต์ คณะ		 <pre> graph TD E[ทราบข้อมูล] --> F[จัดรูปแบบข้อมูลระบบ e-office และเว็บไซต์] </pre>		30							

การถ่ายรูปกิจกรรม

 คู่มือการปฏิบัติงาน Work Instructions (WI)											
ฝ่าย.....บริหารงานทั่วไป..... งาน....ประชาสัมพันธ์.... กิจกรรมหลัก ..การถ่ายรูปกิจกรรม ระยะเวลาที่ใช้ปฏิบัติงาน/หน่วย/ ครั้งวัน..... ชั่วโมง.....50.....นาที											
 เริ่มต้น / สิ้นสุด  การปฏิบัติงานทั่วไป  การตัดสินใจ  FM-xx-yy แบบฟอร์ม  WI-xx-yy Work Instruction  QM-xx-yy คู่มือปฏิบัติงาน  จุดเชื่อมโยง  การสื่อสาร  สายงานหลัก  สายงานย้อนกลับ  สายงานไปและกลับ  i,j,k หมายเลขคดี											
ขั้นตอน	กิจกรรมรอง	รายละเอียด (งานที่สัมพันธ์)		เวลา			เอกสารที่เกี่ยวข้อง (รหัส)	ควบคุม (control item)	ตัวชี้วัด (kpi)	เป้าหมาย	ผลลัพธ์
		ผู้บริหาร	ฝ่ายประชาสัมพันธ์	นาที	ชม.	วัน					
1.	รับแจ้งปฏิทินกิจกรรม			10			ปฏิทินกิจกรรม				
2.	ถ่ายรูปตามงานกิจกรรมที่ได้รับแจ้ง			30							
3.	นำรูปที่ถ่ายลงเครื่องคอมพิวเตอร์			10							

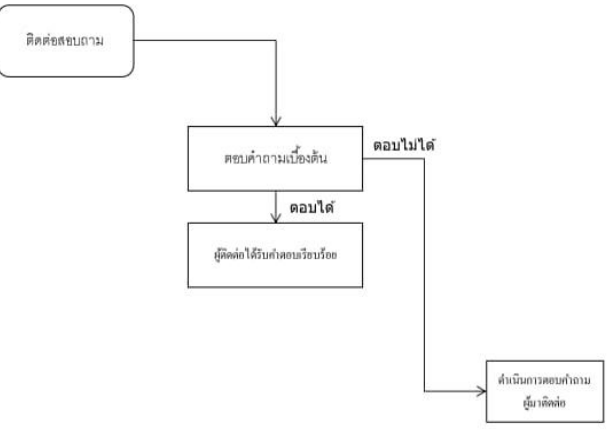
การออกบูธ

คู่มือการปฏิบัติงาน Work Instructions (WI)													
ฝ่าย.....บริหารงานทั่วไป..... งาน....ประชาสัมพันธ์.... กิจกรรมหลัก ...การออกบูธ ระยะเวลาที่ใช้ปฏิบัติงาน/หน่วย/ ครั้ง3.....วัน...1..... ชั่วโมง.....นาที													
เริ่มต้น / เริ่มต้น การปฏิบัติงานทั่วไป การตัดสินใจ FM-xx-yy WI-xx-yy QM-xx-yy จุดเชื่อมโยง การสื่อสาร สายงานหลัก สายงานสนับสนุน สายงานไม่สนับสนุน i,j,k													
ขั้นตอน	กิจกรรมรอง	บุคคลภายในคณะ/ภายนอก	รายละเอียด (งานที่สัมพันธ์)			เวลา			เอกสารที่เกี่ยวข้อง (รหัส)	จุดควบคุม (control item)	ตัวชี้วัด (kpi)	เป้าหมาย	ผลลัพธ์
			ฝ่ายประชาสัมพันธ์	ผู้บริหาร	ผู้เกี่ยวข้อง	นาที	ชม.	วัน					
1.	เขียนโครงการเพื่อขออนุมัติจากผู้บริหาร		เขียนโครงการ ทำบันทึกขออนุมัติทำคำสั่งแต่งตั้ง พิจารณา/สั่งการ ดำเนินการจัดประชุมผู้เกี่ยวข้อง วันประชุมเตรียมความพร้อม ดำเนินการออกบูธประชาสัมพันธ์คณะ ตามแผนที่วางไว้ ชม.ของประชาสัมพันธ์คณะ สรุปผลการดำเนินงาน			4			เอกสารโครงการ บันทึกข้อความ คำสั่งแต่งตั้ง		ตัวโครงการ	ร้อยละ 100	โครงการการ ดำเนินงาน
2.	ประสานงานข้อมูลผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน					4			เอกสารการประชุม				
3.	ดำเนินงานออกบูธประชาสัมพันธ์คณะตามแผนที่วางไว้					1							
4.	สรุปผลการดำเนินงาน					1			เอกสารสรุปผลการดำเนินงาน	ดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	ความสำเร็จในการออกบูธ	ร้อยละ 100	บูธที่จัดแสดง

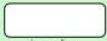
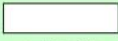
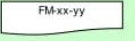
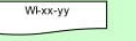
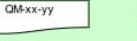
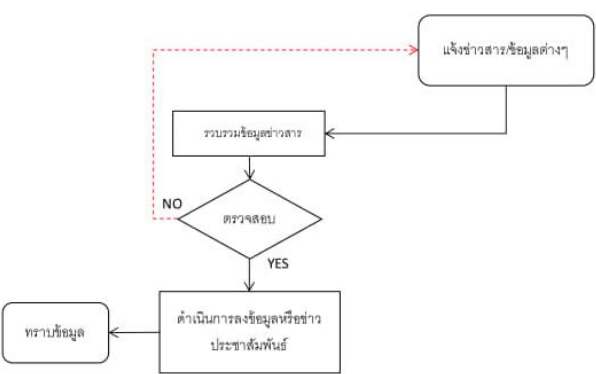
การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

 คู่มือการปฏิบัติงาน Work Instructions (WI)													
ฝ่าย.....บริหารงานทั่วไป..... งาน....ประชาสัมพันธ์.... กิจกรรมหลัก ...การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ระยะเวลาที่ใช้ปฏิบัติงาน/หน่วย/ ครั้ง5.....วัน....4..... ชั่วโมง.....นาที													
เริ่มต้น/ ต้นสุด การปฏิบัติงานทั่วไป การตัดสินใจ FM-xx-yy WI-xx-yy QM-xx-yy จุดเชื่อมต่อ การสื่อสาร สายงานหลัก สายงานสนับสนุน สายงานไม่เกี่ยวข้อง i,j,k													
ขั้นตอน	กิจกรรมรอง	บุคคลภายในคณะ/ภายนอก	รายละเอียด (งานที่สัมพันธ์)		เวลา			เอกสารที่เกี่ยวข้อง (รหัส)	จุดควบคุม (control item)	ตัวชี้วัด (kpi)	เป้าหมาย	ผลลัพธ์	
			ฝ่ายประชาสัมพันธ์	ผู้บริหาร	นาที่	ชม.	วัน						
1.	เขียนโครงการเพื่อขออนุมัติจากผู้บริหาร		เขียนโครงการ ทำบันทึกขออนุมัติ พิจารณา/ สั่งการ รวมรวมข้อมูลที่ต้องการเผยแพร่ ออกแบบและสิ่งที่ต้องการ เช่น แผ่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว ฯลฯ ตรวจสอบความถูกต้อง ดำเนินการจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล		4				เอกสารโครงการ บันทึกข้อความ		ตัวโครงการ	ร้อยละ 100	โครงการ ดำเนินงาน
2.	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์					1			ข้อมูลที่ต้องการเผยแพร่	ความถูกต้องของข้อมูล			
						1							
						1							
3.	จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์					1							
						1			สื่อที่ดำเนินการจัดทำ	ความถูกต้องของข้อมูล	สื่อประชาสัมพันธ์	ร้อยละ 100	สื่อ ประชาสัมพันธ์

การตอบคำถามเบื้องต้นผู้มาติดต่อ

 คู่มือการปฏิบัติงาน Work Instructions (WI)												
ฝ่าย.....บริหารงานทั่วไป..... งาน....ประชาสัมพันธ์.... กิจกรรมหลัก ...การตอบคำถามเบื้องต้นผู้มาติดต่อ ระยะเวลาที่ใช้ปฏิบัติงาน/หน่วย/ ครั้งวัน..... ชั่วโมง.....20.....นาที												
ขั้นตอน	กิจกรรมรอง	บุคคลภายในคณะ/ภายนอก	รายละเอียด (งานที่สัมพันธ์)		เวลา			เอกสารที่เกี่ยวข้อง (รหัส)	จุดควบคุม (control item)	ตัวชี้วัด (kpi)	เป้าหมาย	ผลลัพธ์
			ฝ่ายประชาสัมพันธ์	ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง	นาที	ชม.	วัน					
1.	รับข้อมูลผู้มาติดต่อ		ติดต่อสอบถาม		5			ข้อมูลความต้องการ		ข้อมูลความต้องการ		
2.	ตอบคำถามเบื้องต้นผู้มาติดต่อ		ตอบคำถามเบื้องต้น	ตอบไม่ได้	10							
3.	ส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		ผู้ติดต่อได้รับคำตอบเรียบร้อยแล้ว	ดำเนินการตอบก่อนผู้มาติดต่อ	5			ข้อมูลในการตอบ	ความถูกต้องของข้อมูล	การตอบคำถามเบื้องต้น	ร้อยละ 100	คำตอบ

การประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์

คู่มือการปฏิบัติงาน Work Instructions (WI)												
ฝ่าย.....บริหารงานทั่วไป..... งาน....ประชาสัมพันธ์.... กิจกรรมหลัก ...การประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ ระยะเวลาที่ใช้ปฏิบัติงาน/หน่วย/ ครั้งวัน....1..... ชั่วโมง.....40.....นาที												
 เริ่มต้น / สิ้นสุด  ทำปฏิบัติงานต่อไป  การตัดสินใจ  FM-xx-yy แบบฟอร์ม  WI-xx-yy Work Instruction  QM-xx-yy คู่มือปฏิบัติงาน  จุดเชื่อมโยง  การสื่อสาร  สายงานหลัก  สายงานอื่น/สนับสนุน  สายงานไม่เกี่ยวข้อง  i,j,k หมายเลขชนิด/ปี												
ขั้นตอน	กิจกรรมรอง	บุคคลภายในคณะ/ภายนอก	รายละเอียด (งานที่สัมพันธ์)		เวลา			เอกสารที่เกี่ยวข้อง (รหัส)	จุดควบคุม (control item)	ตัวชี้วัด (kpi)	เป้าหมาย	ผลลัพธ์
			ฝ่ายประชาสัมพันธ์	สำนักงานคณะ/สาขาวิชา	นาที	ชม.	วัน					
1.	รับแจ้งข่าวสาร ข้อมูลต่างๆจาก สำนักงานคณะหรือสาขาวิชาภายใน คณะ ที่ต้องการประชาสัมพันธ์				10			ข้อมูลหรือข่าวสาร ข้อมูลหรือข่าวประชาสัมพันธ์ บนเว็บไซต์ของคณะ	ความถูกต้องของข้อมูลหรือ ข่าวสาร ความถูกต้องของข้อมูล	ข้อมูลข่าวสาร ความถูกต้องของข้อมูลที่ ประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์	ร้อยละ 100 ร้อยละ 100	ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูล
2.	ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล / รูปภาพกิจกรรม					1			ความถูกต้องของข้อมูลหรือ ข่าวสาร			
3.	ดำเนินการลงข้อมูลหรือข่าว ประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ของคณะ				30							

บทที่ 5

ปัญหาอุปสรรค แนวทางแก้ไข การพัฒนาและข้อเสนอแนะ

ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ สามารถแยกได้ตามขั้นตอนการปฏิบัติงานด้วยหลักการบริหาร ดังนี้

1. บุคลากรยังไม่เข้าใจในการประชาสัมพันธ์ขององค์กร
2. บุคลากรมีทัศนคติไม่ดีในการประชาสัมพันธ์ขององค์กร คิดว่าเป็นงานของนักประชาสัมพันธ์แต่เพียงผู้เดียว และหากตนเองไปประชาสัมพันธ์ก็เป็นภาระงานเพิ่มขึ้นจากงานประจำ ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมของบุคลากรในมหาวิทยาลัย
3. งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอกับความต้องการในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย
4. การบริหารจัดการยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการในการประชาสัมพันธ์ เช่น การบูรณาการประชาสัมพันธ์เข้ากับโครงการ หรือการเรียนการสอน

แนวทางแก้ไขและการพัฒนา

1. ให้มีการนัดประชุมเพิ่มเติมเพื่อเป็นการซักซ้อมเพื่อความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ในองค์กร
2. ควรมีการควบคุม ดูแล ติดตามบุคลากรในเรื่องการมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งทุกคนได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์องค์กร
3. จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการจัดทำช่องทางให้ความรู้กับบุคลากร เช่น เว็บไซต์ และมีการปรับปรุงข้อมูลอย่างเป็นปัจจุบัน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในโลกออนไลน์ ควรมีการบูรณาการกับโครงการที่มีการออกนอกสถานที่

ภาคผนวก

LINE Business ID

เข้าสู่ระบบด้วยบัญชี LINE

หรือ

เข้าสู่ระบบด้วยบัญชีธุรกิจ

สร้างบัญชี

เมื่อคุณเข้าสู่ระบบ LINE Business ID หมายความว่า คุณยอมรับข้อ
กำหนดการใช้บริการ และรับทราบนโยบายความเป็นส่วนตัว

🕒 เกี่ยวกับ LINE Business ID

ภาษาไทย ▾

[ช่วยเหลือ](#) [ข้อกำหนดการใช้บริการ](#) © LINE Corporation

LINE Official Account Manager HIDA ▾

ตั้งค่าหน้าโปรไฟล์



HIDA

เพื่อน 999,999



แชท



โพสต์

ประกาศ



📢 ประกาศ

แสดงข้อมูลสำคัญ ประกาศจากบัญชีทางการ
และอื่นๆ

👤 เพิ่มเพื่อน



