



คู่มือการปฏิบัติงาน

เรื่อง การประชาสัมพันธ์

จัดทำโดย

จำสึบเอกสรเกียรติ มะสุไส

หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาการจัดการสุขภาพยุคดิจิทัล (HIDA)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

คำนำ

คู่มือการปฏิบัติงาน เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน รวมทั้งเป็นการจัดการองค์ความรู้ไว้ที่ส่วนงาน ให้เป็นแหล่งเรียนรู้และพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพยิ่ง ๆ ขึ้นไปในอนาคต ดังนั้น งานประชาสัมพันธ์สาขาวัตกรรมการจัดการสุขภาพยุคดิจิทัล (HIDA) จึงได้จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อรวบรวมขั้นตอนในการปฏิบัติงานของงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อโฆษณา งานรับโทรศัพท์ ไว้ที่เว็บไซต์ ของสาขาวัตกรรมการจัดการสุขภาพยุคดิจิทัล (HIDA) ประชาสัมพันธ์ด้วย

เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดมาตรฐานในการปฏิบัติงาน คู่มือฉบับนี้เป็นเครื่องมือช่วยในการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้ที่มีประสบการณ์ และความชำนาญในการปฏิบัติงานของงานประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ให้กับบุคคลภายนอก หรือผู้ใช้บริการ ได้เข้าใจกระบวนการปฏิบัติงาน อันจะก่อให้เกิดการสื่อสารและความเข้าใจที่ตรงกัน ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

ทั้งนี้จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือการปฏิบัติงานนี้จะ เป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของสาขาวัตกรรมการจัดการสุขภาพยุคดิจิทัล (HIDA) และนำไปปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตามหลักธรรมาภิบาล และจรรยาบรรณต่อไป หากมีข้อเสนอแนะอันใดที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัย โปรดแจ้งฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

จำสืบเอกสุรเกียรติ มะสุใส

ผู้จัดทำ

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
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
การออกนุจร	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” มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “public relations” หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “PR” ตามคำศัพท์นี้หมายถึงการมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชน ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง การติดต่อสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน และถ้าจะขยายความหมายให้เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น จะหมายถึง “ความพยายามที่มีการวางแผนและเป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายโดยการกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรม และบริการ หรือสินค้าของหน่วยงานนี้ และเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว”

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการสื่อสารขององค์การ หน่วยงานกับประชาชนหรือสังคม เพื่อก่อให้เกิดการผสมผสานแนวทางการรับรู้ การสนับสนุน ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานระหว่างองค์การหน่วยงานกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง จึงถือได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบ ที่สำคัญในการบริหารงานต่าง ๆ ในการพัฒนาประเทศ องค์การ หน่วยงาน และสังคมส่วนรวม ให้ได้รับความสำเร็จสมบูรณ์ การใช้การประชาสัมพันธ์เข้าไปช่วยให้การปฏิบัติงานแพร่หลายกว้างขวาง เป็นการเพิ่มศักยภาพในการเสริมสร้างสัมพันธภาพของบุคลากรภายในหน่วยงาน และสัมพันธ์ภาพระหว่างองค์การ หน่วยงานกับประชาชน ปัจจุบันนี้องค์การหรือหน่วยงานทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ส่วนใหญ่ต่างเห็นความสำคัญของการมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เพราะเห็นว่าการประชาสัมพันธ์นั้น เป็นวิถีทางที่จะบรรลุผลในสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน ซึ่งความเข้าใจอันดีของประชาชนนี้ เป็นส่วนสำคัญต่อการดำรงอยู่ และการขยายขอบเขตของงานขององค์การหน่วยงานทุกชนิด ดังนั้นผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ จึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการพิจารณาตัดสินใจเกือบทุกประการในนโยบายทั่ว ๆ ไป ขององค์การ หน่วยงาน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อเป็นประโยชน์ในการประเมินผลการปรับปรุงคุณภาพกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้เป็นคู่มือการปฏิบัติงาน
2. ได้เป็นคู่มือให้เพื่อนนักวิชาการคอมพิวเตอร์ผู้ปฏิบัติงานทำงานทดแทนกันได้

ขอบเขต

คู่มือการปฏิบัติงานนี้ครอบคลุมขั้นตอนการรับสมัครนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน ประชาสัมพันธ์ การประกาศข่าวสาร การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา การถ่ายรูปกิจกรรม การออกบูช การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การตอบคำถามเบื้องต้นผู้มาติดต่อ และการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์

นิยามศัพท์เฉพาะ

การผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการดำเนินงานตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ หรือโครงการสำคัญของหน่วยงานซึ่งข้อมูลในการจัดทำข่าวได้มาจากเอกสารงาน/โครงการ/กิจกรรม การประชุม การแถลงข่าว ข้อร้องเรียนของประชาชน และสื่อมวลชน

การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำข่าวประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น เผยแพร่สู่สาธารณชนโดยตรงผ่าน ช่องทางที่หลากหลาย เช่น ผ่านสื่อมวลชน ผ่านทางช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ จดหมายข่าว จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ วารสาร จอ LED โทรสาร เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย ไลน์ เฟซบุ๊ก

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 รวมทั้งข่าวสารอื่นๆ ให้แก่บุคลากรในสถานศึกษา และบุคลากรทั่วไป 2. รับผิดชอบ ศูนย์กลางการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ ของหน่วยงานทั้งภายใน และภายนอกสถานศึกษา 3. จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการ และรายงานการ ปฏิบัติงานตามลำดับชั้น

ความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

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

ผู้มีส่วนได้/ส่วนเสีย/คู่ความร่วมมือ	
คู่ความร่วมมือ : หลักสูตร/อาจารย์/ บุคลากร	แจ้งข้อมูลข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่

กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง

-

ข้อกำหนดที่สำคัญของกระบวนการ

ข้อกำหนดที่สำคัญ	ที่มาของข้อกำหนดที่สำคัญ				กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ
	ความต้องการ/ความคาดหวัง				
	ผู้ส่ง มอบ	ผู้เรียน/ ผู้รับ บริการ	ผู้มีส่วน ได้/ ส่วนเสีย	คู่ความ ร่วมมือ	
ร้อยละของการรับรู้ภาพลักษณ์และการ ให้บริการของมหาวิทยาลัย	✓	✓	✓	✓	-

ลักษณะงานที่ปฏิบัติ

ตำแหน่ง : นักประชาสัมพันธ์ (ระดับปฏิบัติการ) ปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานระดับต้นที่ต้องใช้
ความรู้ความสามารถทางวิชาการในการทำงานปฏิบัติงานกับงานประชาสัมพันธ์ภายใต้การกำกับ แนะนำ
ตรวจสอบ และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านการปฏิบัติการ

1.1 จัดกิจกรรมตามโครงการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ โดยประสานงานกับหน่วยงาน
ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

1.2 สสำรวจความคิดเห็นของประชาชน และรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และสรุปผล
เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินการประชาสัมพันธ์

1.3 ศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการวิจัยวางแผนการประชาสัมพันธ์
และติดตามผล

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 และระยะยาวขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น เพื่อให้การเผยแพร่และสื่อสารประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

1.8 วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล ข่าวสาร และประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถเขียน ข่าว บทความ และสารคดีเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีผลกระทบต่อภารกิจขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น

1.9 ออกแบบ และจัดกิจกรรม นิทรรศการ และโครงการต่างๆ รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และแนะนำการบริการต่าง ๆ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแก่ผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปเพื่อช่วย กระจายข้อมูล ข่าวสาร และประชาสัมพันธ์บริการต่าง ๆ ขององค์กรให้มีความทันสมัย ทันเหตุการณ์ และเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

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

1.11 จัดทำเอกสาร รายงาน และสรุปผลการดำเนินงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม/โครงการ การใช้สื่อ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ แก่ผู้บริหารในการพัฒนาและปรับปรุงระบบงานต่อไป

1.12 สัมภาษณ์ตามเรื่องที่ได้รับมอบหมาย เพื่อนำมาวิเคราะห์ผลทางสถิติเพื่อประกอบการ ตัดสินใจของผู้บริหารในอนาคต

1.13 สร้าง และรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับสื่อมวลชน นักข่าว และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีความง่าย และสะดวกมากขึ้น

1.14 ร่วมดำเนินประเมินผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อ การผลิตสื่อ และการจัด โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อ การผลิตสื่อ และการจัด โครงการและกิจกรรมต่าง 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

หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน และหลักการประชาสัมพันธ์

หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน

ตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่งสายงานประชาสัมพันธ์ ที่กำหนดโดย ก.พ.อ. เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2551 ระบุบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสายงานประชาสัมพันธ์สายงานนี้ ครอบคลุมถึงตำแหน่งต่าง ๆ ที่ ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีลักษณะงานที่ปฏิบัติเกี่ยวกับการสำรวจรวบรวมรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสาร และเอกสารความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ การจัดสัมมนา เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานหรือผลงานของการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของชาติ เพื่อเป็นสื่อให้เป็นที่ไปตามแผนงาน และนโยบายการ ประชาสัมพันธ์ หรือตามกฎหมาย และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

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

หลักการประชาสัมพันธ์

สุนันทา เลานันท์ (2544 : 192) ได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักทั่วไปในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ดีว่า ทุกคนสามารถทำการประชาสัมพันธ์ได้ แต่ถ้าจะให้ได้ผลดีต้องยึดถือหลักการดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์บนพื้นฐานของความถูกต้อง ตามทำนองคลองธรรม ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบกันและจริงใจด้วยกันทุกฝ่าย ทั้งนายจ้าง ลูกจ้าง ประชาชน อย่าโกหก หลอกลวง หลอกล่อ ปลอมปน น้อฉล ฯลฯ
2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อความสมัคปรมาสามัคคี ราบรื่น รักใคร่ ร่วมมือ ร่วมใจ ประสานสัมพันธ์กันของบุคลากรและมีประชาชนส่วนใหญ่เป็นเป้าหมาย
3. ประชาสัมพันธ์ด้วยความสุภาพ รสนิยมดี ไม่หยาบคาย ไม่ยกตนข่มท่านหรือทับถมผู้อื่น หรือให้ร้ายป้ายสีด้วยกลโกง
4. ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สื่อสารได้ดี อย่าใช้สถิติหรือตัวเลขที่ละเอียด ควรใช้แผ่นภาพ 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 การกล่าวย้ำ การชี้แจงแนะนำ เป็นต้น

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

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

ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึงหลักการข้อนี้ เพื่อเตรียมแผนงานป้องกันและแก้ไข หากมีความเข้าใจผิดเกิดขึ้น ความเข้าใจผิดโดยทั่วไปที่จะเกิดขึ้นในกลุ่มประชาชนนั้น ส่วนใหญ่แล้วจะได้แก่เรื่องนโยบายของสถาบัน, ความมุ่งหมาย, วิธีการดำเนินงาน, ผลงานของสถาบัน

ความเข้าใจผิด แม้จะเกิดขึ้นแต่เพียงในชนกลุ่มน้อย แต่ก็อาจแผ่ขยายวงกว้างออกไปได้ อย่างรวดเร็ว หากไม่มีการแก้ไขเมื่อมีเหตุการณ์ความเข้าใจผิดเกิดขึ้น และความเข้าใจผิดนั้น จะเป็นอุปสรรคบ่อนทำลายความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับสถาบัน จึงจำเป็นต้องมีหลักการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

2.1 หลักการแก้ไขความเข้าใจผิด มี 2 ประการดังนี้

2.1.1 การแก้ไขปรับปรุงสถาบัน การแก้ไขปรับปรุงสถาบันจะกระทำต่อเมื่อเกิดความเข้าใจผิดอันเนื่องมาจากสถาบันเอง ซึ่งงานประชาสัมพันธ์อันเปรียบเสมือนกระจกเงาของสถาบันนี้ จะเสนอเหตุผลและแนวทางการปรับปรุงแก้ไขโดยนักประชาสัมพันธ์ เรื่องนี้เป็นเรื่องที่ไม่ถ่วงนักเพราะนักประชาสัมพันธ์จะอยู่ระหว่างสถาบันกับประชาชน จึงต้องอาศัยความบริสุทธิ์ใจและเทคนิคต่าง ๆ ตลอดจนหลักการทางจิตวิทยาอยู่มาก

2.1.2 การแก้ไขชี้แจงไปยังกลุ่มประชาชน การแก้ไขความเข้าใจผิดในกรณีนี้ ก็หมายความว่าให้เกิดความเข้าใจผิดขึ้นในกลุ่มประชาชน ซึ่งจะต้องแก้ไขให้ประชาชนเข้าใจอย่างถูกต้อง

2.2 หลักการแก้ไขความเข้าใจผิดจะเป็นไปได้ 2 ทาง คือ หลักการแก้ไขทางตรง และหลักการแก้ไขทางอ้อม

2.2.1 หลักการแก้ไขทางตรง คือ การเผยแพร่ชี้แจงข้อเท็จจริงต่าง ๆ ตลอดจนหลักเกณฑ์ทั้งหลาย ที่ถูกต้องไปสู่ประชาชนโดยตรง ทั้งนี้ต้องทราบอย่างแน่ชัดเสียก่อนว่าความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นนั้น เป็นเรื่องอะไร เกิดขึ้นที่ไหน เมื่อไร มีขอบเขตและความรุนแรงเพียงใด มิเช่นนั้นแล้ว อาจเกิดปฏิกิริยาหรือความไม่พอใจ ขึ้นในกลุ่มประชาชน ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องหรือไม่ได้มีความเข้าใจผิดก็ได้ นอกจากนั้นแล้ว บุคคลที่จะชี้แจงแก้ไข ความเข้าใจผิดก็มีความสำคัญไม่น้อย โดยทั่วไปกลุ่มประชาชนจะเชื่อถือบุคคลที่เขายอมรับ ดังนั้น คำแก้ไข จึงต้องมาจากบุคคลที่เชื่อถือได้ด้วย และการแก้ไขความเข้าใจผิดต้องรีบปฏิบัติการทันที ให้เร็วที่สุด เท่าที่จะทำได้ เมื่อเกิดความเข้าใจผิดขึ้นมา

2.2.2 หลักการแก้ไขทางอ้อม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อม ส่วนใหญ่จะใช้กับการเข้าใจผิด ที่ยังไม่ปรากฏชัด เช่น ข่าวลือ เป็นต้น หรือใช้ในบางกรณีที่ปรากฏความเข้าใจผิดที่ชัดเจน แต่ไม่อาจแก้ไข ทางตรงได้ เพราะจะทำให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี จึงยึดหลักการแก้ไขทางอ้อม ซึ่งส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นการ เผยแพร่ความรู้ ข้อเท็จจริง ตลอดจนหลักวิชาต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องอ้างอิงถึงความเข้าใจผิด เช่น เผยแพร่ ข่าวสารความรู้ทางสื่อมวลชนหรือพาสื่อมวลชน (นักข่าว) เข้าไปเยี่ยมชมแหล่งของความเข้าใจผิดแล้วเสนอ ข้อเท็จจริง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมก็ยึดหลักความรวดเร็วฉับพลัน ทันต่อเหตุการณ์ เช่นเดียวกันกับการแก้ไขทางตรงจึงจะเกิดผล

3. การสำรวจกระแสประชามติ

คำว่า ประชามติ หมายถึง ท่าที เจตนารมณ์ ปฏิบัติการความรู้สึกรู้สึกนึกคิดทุก ๆ ด้าน ที่กลุ่มประชาชนแสดงออกมา หรือ หมายถึงถ้อยคำ ท่าที อันแสดงออกซึ่งความคิดเห็นของคนหมู่มาก ที่ได้ถกเถียงเกี่ยวกับประเด็นขัดแย้งอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้น จากความหมายที่กล่าวไป จะเห็นได้ว่า ประชามติ เป็นเรื่องสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และพื้นฐานของการบริหาร เพราะประชามติ คือ ท่าที ความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อนโยบาย วิธีการ ตลอดจนผลงานของสถาบัน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นกระบอกเสียงของสถาบัน จึงต้องมีการสำรวจกระแสประชามติเป็นหลักสำคัญ ประกอบอยู่ด้วย และการสำรวจกระแสประชามติที่ตกเป็นภาระของนักประชาสัมพันธ์ที่จะต้องคอยสำรวจ ตรวจสอบอยู่เสมอ แล้วเสนอต่อสถาบันพร้อมกับให้คำแนะนำชี้แจงประกอบไปด้วย

3.1 มติ แบ่งได้เป็นหลายประเภท ดังนี้

3.1.1 มติส่วนตัว คือ ความคิดเห็นของบุคคลในเรื่องการให้ความหมายของสภาพการณ์อย่างใด อย่างหนึ่งไปตามที่ตนเข้าใจ มติประเภทนี้อาจขัดแย้งกับผู้อื่นได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และการศึกษาของกลุ่มสังคมที่แต่ละบุคคลสังกัดอยู่ มติส่วนตัวนี้มีทั้งแสดงออก และไม่แสดงออกอย่างเปิดเผย มติส่วนตัวที่ยังไม่ได้แสดงออกเรียกว่ามติเฉพาะตัว ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อมติส่วนตัว ที่แสดงออกอย่างเปิดเผย ทั้งทางตรงและทางอ้อม

3.1.2 มติข้างมากและมติข้างน้อย เป็นมติที่กลุ่มคนแสดงออกมาให้เห็นอย่างเด่นชัด ในกรณีง่าย ๆ และไม่ซับซ้อน

3.1.3 มติผสม เป็นมติที่ไม่สามารถหามติข้างมากได้ มีเพียงมติข้างน้อยหลาย ๆ มติรวมกันเรียกว่า มติผสม มติผสมมักเกิดขึ้นจากปัญหาหรือปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ทางสังคมหรือจากเหตุการณ์และแรงผลักดันของเหตุการณ์ภายนอก

3.1.4 มติสอดคล้องกัน เป็นมติประเภท “เห็นเขาวาก็ว่าตามเขา” มติลักษณะนี้เกิดจากความไม่รู้หรือไม่ได้สนใจติดตามเรื่องราวปัญหาตลอดจนผลที่จะตามมาอีกมากนักนั่นเอง โอกาสผิดพลาดของมติประเภทนี้มีอยู่มาก

3.1.5 มติทั่วไป เป็นมติที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัว อันเนื่องมาจากขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นมติที่ไม่มีใครโต้แย้งหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

3.2 การสำรวจกระแสประชามติ ทำได้ 2 ทาง ดังนี้

3.2.1 การสำรวจทางตรง เป็นการสำรวจตรวจสอบไปยังกลุ่มประชาชนโดยตรง โดยการป้อนคำถาม เป็นแบบสอบถามไปยังกลุ่มประชาชนด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การสุ่มตัวอย่างในกรณีที่กลุ่มประชาชนมีขนาดใหญ่มาก หรือการให้ทุกคนได้ตอบคำถามในกรณีที่กลุ่มประชาชนมีขนาดเล็ก เป็นต้น

3.2.2 การสำรวจทางอ้อม เป็นการสำรวจกระแสประชามติด้วยการสังเกตปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่กลุ่มประชาชนแสดงออก เช่น การตรวจข่าวจากสิ่งพิมพ์สื่อมวลชน การสำรวจสถิติเอกสารการวิจัย การออกไปพบปะเยี่ยมเยียนและอื่น ๆ การสำรวจด้วยวิธีนี้เป็นการสำรวจที่ไม่ต้องการผลละเอียดนัก หรือใช้ในกรณีที่ไม่สามารถสำรวจโดยตรงได้

จรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน

จรรยาบรรณต่อตนเอง

บุคลากรต้องมีจรรยาบรรณต่อตนเอง ดังนี้

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

จรรยาบรรณต่อวิชาชีพ

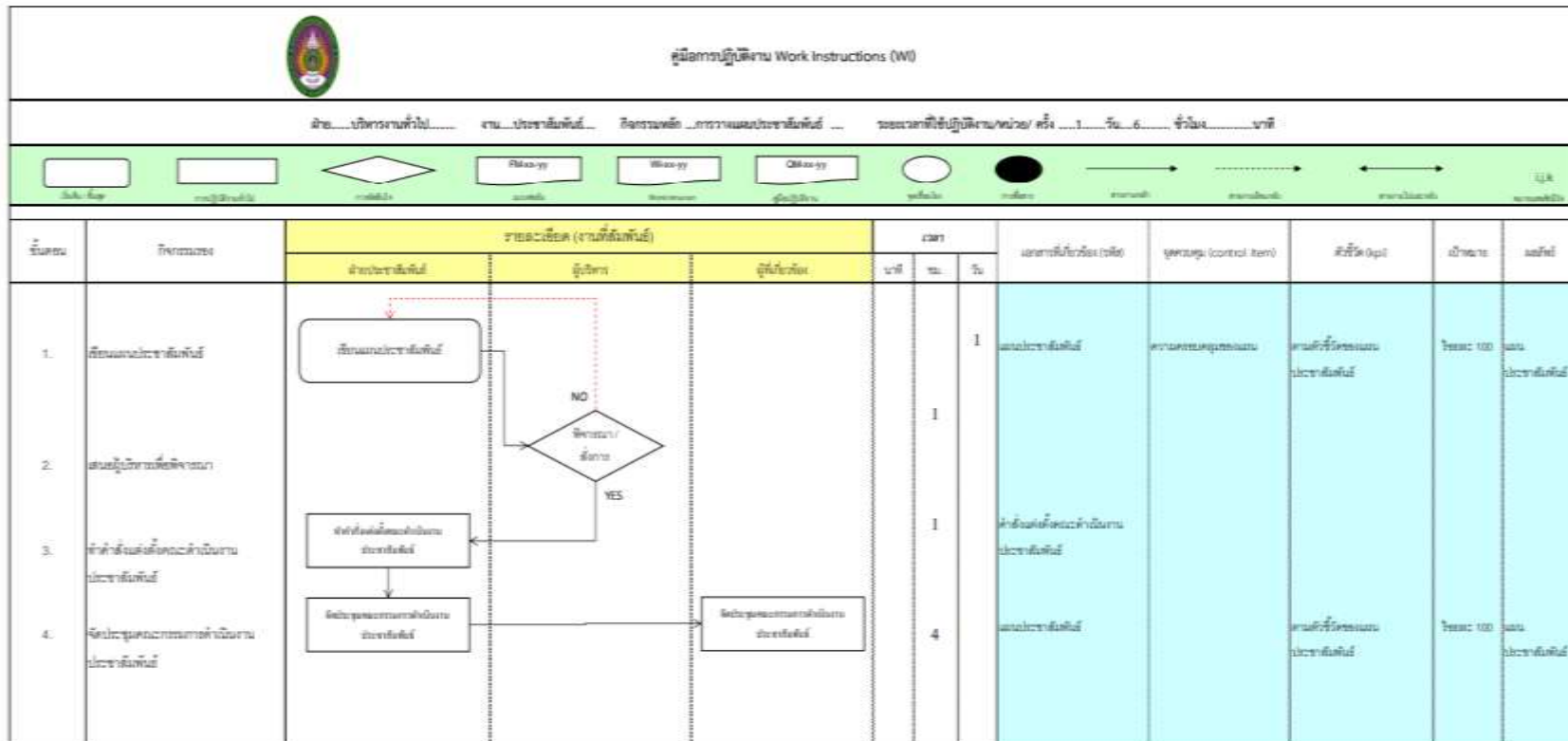
บุคลากรต้องมีจรรยาบรรณต่อวิชาชีพ ดังนี้

1. รัก ศรัทธา รับผิดชอบต่อวิชาชีพและเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรวิชาชีพของตน

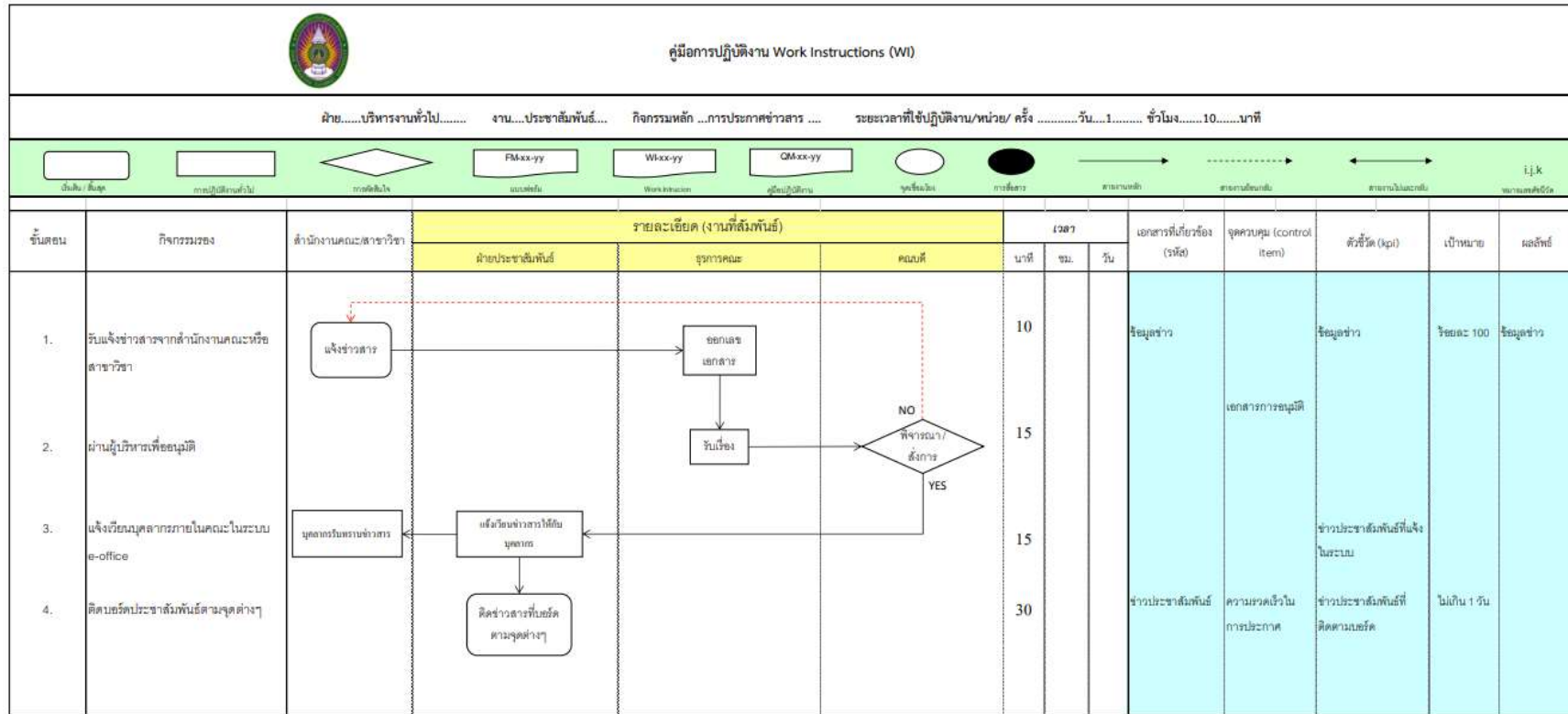
2. ใช้วิชาชีพในการปฏิบัติหน้าที่ราชการด้วยความซื่อสัตย์ ในกรณีที่วิชาชีพใดมีจรรยาบรรณวิชาชีพกำหนดไว้ ก็ต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพนั้นด้วย

บทที่ 4 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน













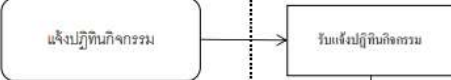
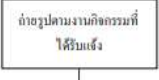
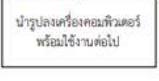
การวางแผนประชาสัมพันธ์



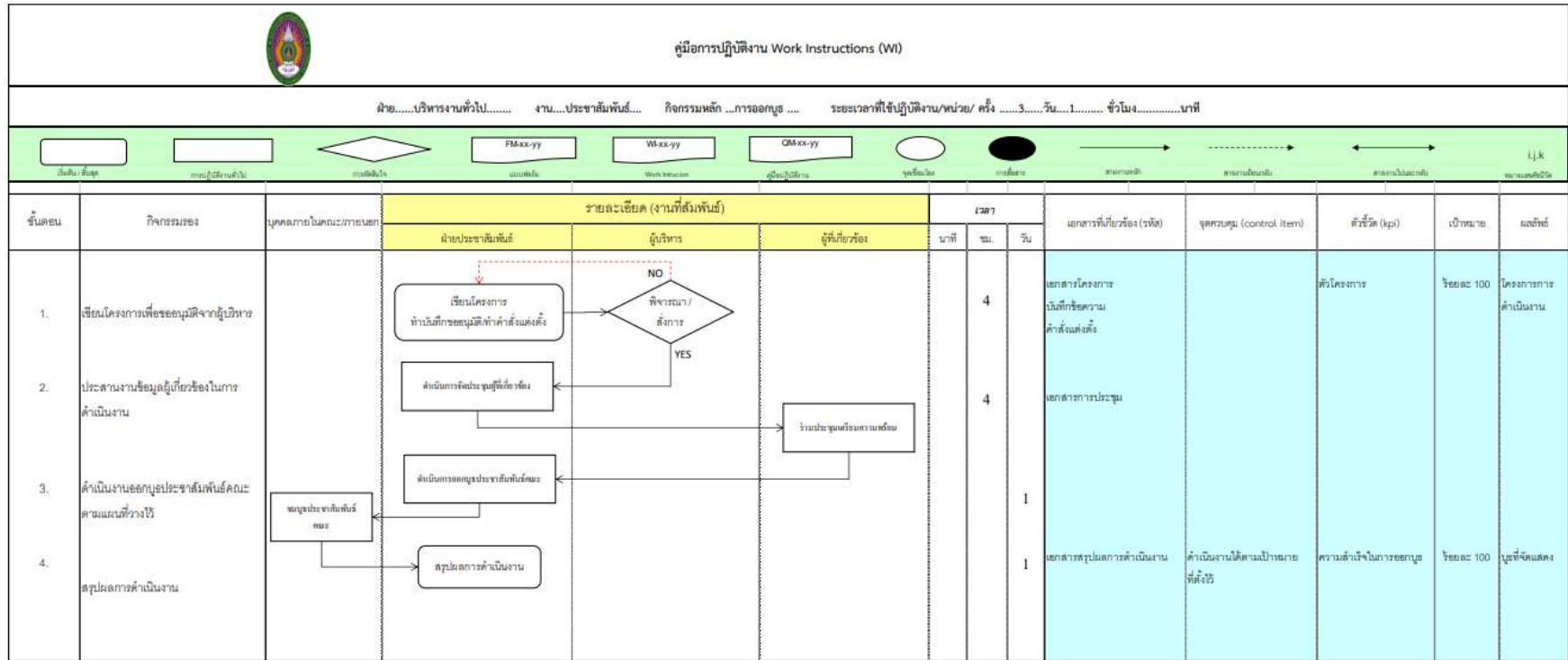
การประกาศข่าวสาร



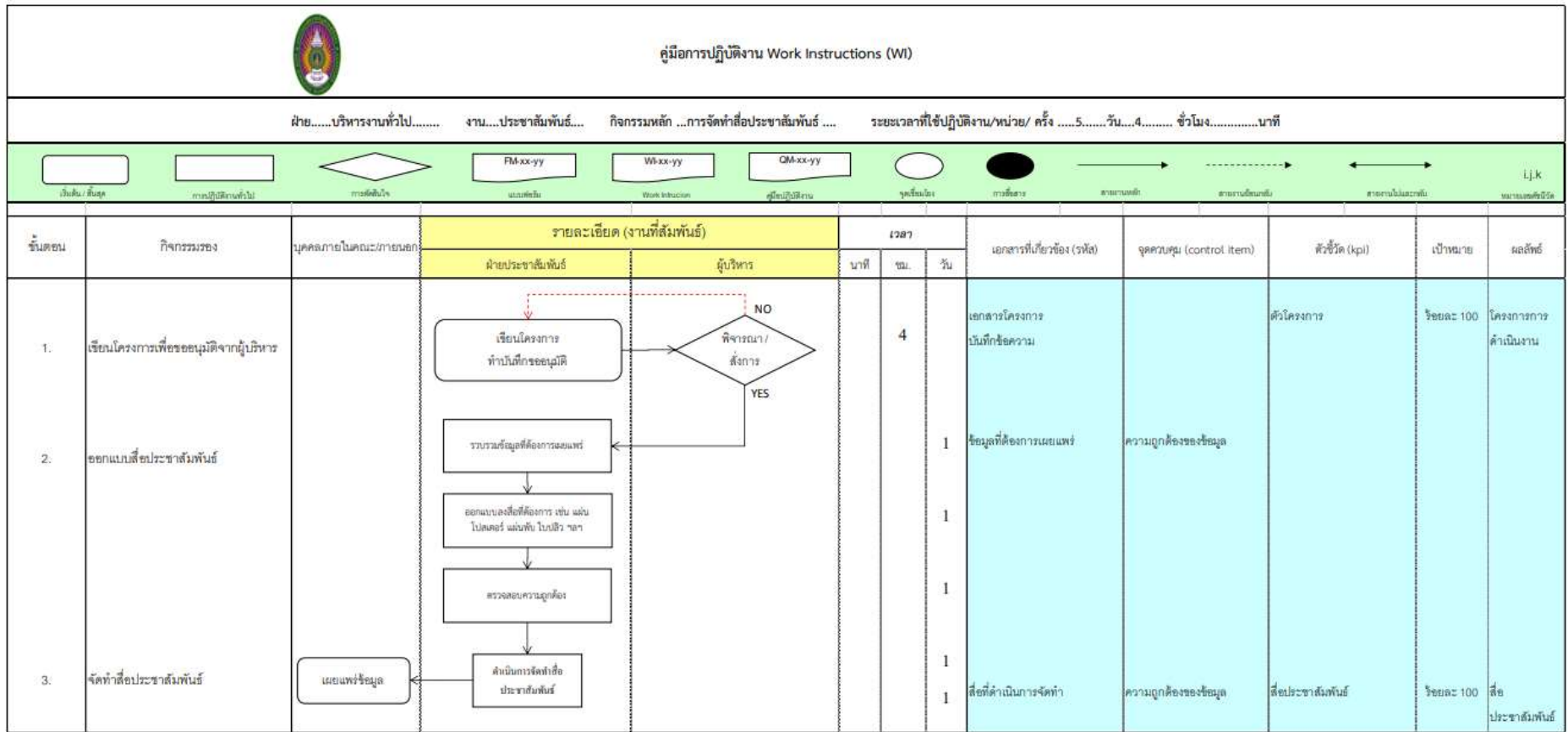
การถ่ายรูปรูปกิจกรรม

 คู่มือการปฏิบัติงาน Work Instructions (WI)											
ฝ่าย.....บริหารงานทั่วไป.....		งาน...ประชาสัมพันธ์...		กิจกรรมหลัก ..การถ่ายรูปรูปกิจกรรม ..		ระยะเวลาที่ใช้ปฏิบัติงาน/หน่วย/ ครั้งวัน..... ชั่วโมง.....50.....นาที					
											i,j,k หมายเลขคู่มือ
ขั้นตอน	กิจกรรมรอง	รายละเอียด (งานที่สัมพันธ์)		เวลา			เอกสารที่เกี่ยวข้อง (รหัส)	ควบคุม (control ite	ตัวชี้วัด (kpi)	เป้าหมาย	ผลลัพธ์
		ผู้บริหาร	ฝ่ายประชาสัมพันธ์	นาที	ชม.	วัน					
1.	รับแจ้งปฏิทินกิจกรรม			10			ปฏิทินกิจกรรม				
2.	ถ่ายรูปตามงานกิจกรรมที่ได้รับแจ้ง			30							
3.	นำรูปที่ถ่ายลงเครื่องคอมพิวเตอร์			10							


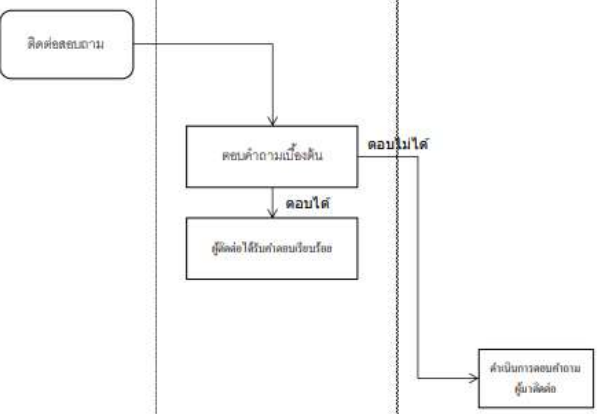


การออกบุง



การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์



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				10							
3.	ส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง				5			ข้อมูลในการตอบ	ความถูกต้องของข้อมูล	การตอบคำถามเบื้องต้น	ร้อยละ 100	คำตอบ

บทที่ 5

ปัญหาอุปสรรค แนวทางแก้ไข การพัฒนาและข้อเสนอแนะ

ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ สามารถแยกได้ตามขั้นตอนการปฏิบัติงานด้วยหลักการบริหาร ดังนี้

1. บุคลากรยังไม่เข้าใจในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรตนเอง
2. บุคลากรมีทัศนคติไม่ดีในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรตนเอง คิดว่าเป็นงานของนักประชาสัมพันธ์แต่เพียงผู้เดียว และหากตนเองไปประชาสัมพันธ์ก็เป็นภาระงานเพิ่มขึ้นจากงานประจำทำให้ขาดการมีส่วนร่วมของบุคลากรในมหาวิทยาลัย
3. งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอกับความต้องการในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย
4. การบริหารจัดการยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการในการประชาสัมพันธ์ เช่น การบูรณาการประชาสัมพันธ์เข้ากับโครงการ หรือการเรียนการสอน

แนวทางแก้ไขและการพัฒนา

1. ให้มีการนัดประชุมเพิ่มเติมเพื่อเป็นการซักซ้อมเพื่อความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ในองค์กรของตนเอง
2. ประธานหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา ควรมีการควบคุมดูแลติดตามบุคลากรในเรื่องการมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งทุกคนได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการ ประชาสัมพันธ์องค์กรตนเอง
3. จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการจัดทำช่องทางให้ความรู้กับบุคลากร เช่น เว็บไซต์ และมีการปรับปรุงข้อมูลอย่างเป็นปัจจุบัน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ เชิงรุกในโลกออนไลน์ควรมีการบูรณาการกับโครงการที่มีการออกนอกสถานที่

ภาคผนวก



Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

No	Nama Kegiatan	Kejuruan	Peserta
1	Ujian Nasional Berbasis Komputer (UNBK) (Health Innovation Digital Age) (HIDA)	2	230
Jumlah		2 ju	230 nu

Daftar Kegiatan

- 01/12/2565 daftar kegiatan HIDA ju 2 siswa kelas 2565
- 04/12/2565 daftar kegiatan HIDA ju 2 siswa kelas 2565
- 03/01/2566 daftar kegiatan HIDA ju 2 siswa kelas 2566
- 18/01/2566 daftar kegiatan HIDA ju 2 siswa kelas 2566
- 03/02/2566 daftar kegiatan HIDA ju 2 siswa kelas 2566
- 27/02/2566 daftar kegiatan HIDA ju 2 siswa kelas 2566

Daftar Kegiatan

- 06/09/2565 daftar kegiatan HIDA ju 2 siswa kelas 2565
- 27/09/2565 daftar kegiatan HIDA ju 2 siswa kelas 2565
- 27/09/2565 daftar kegiatan HIDA ju 2 siswa kelas 2565
- 17/10/2565 daftar kegiatan HIDA ju 2 siswa kelas 2565
- 25/10/2565 daftar kegiatan HIDA ju 2 siswa kelas 2565
- 25/10/2565 daftar kegiatan HIDA ju 2 siswa kelas 2565

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

Daftar Kegiatan

