



**คู่มือการปฏิบัติงาน
กระบวนการประชาสัมพันธ์**

**นายกานูวัตร์ แตงนวลจันทร์
นักประชาสัมพันธ์**

**คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์**

คำนำ

การเสริมสร้างภาพลักษณ์ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร เป็นกลยุทธ์สำคัญในการประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ไปสู่อาจารย์ นักศึกษา บุคลากร และหน่วยงานภายนอก ให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานของคณะวิทยาการจัดการ อันจะนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภายในและภายนอก นอกจากนี้ ยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ตลอดจนเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคลากรในองค์กร

คู่มือการปฏิบัติงาน กระบวนการประชาสัมพันธ์ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ให้มีขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างมาตรฐานและลดข้อผิดพลาดในขั้นตอนการดำเนินงาน อีกทั้งใช้เป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับบุคลากรที่เข้ามาทำงานใหม่

ในเนื้อหาจะประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินงานในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผ่านทางช่องทางต่างๆ ตั้งแต่การเริ่มปฏิบัติงานจนถึงการประเมินผลการดำเนินงาน

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือฉบับนี้จะอำนวยความสะดวก ต่อการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ หากท่านใดมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นการปรับปรุงกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทางผู้จัดทำยินดีน้อมรับ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ภานุวัตร แต่งนวลจันทร์

นักประชาสัมพันธ์

สารบัญ

| เรื่อง | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 1 บทนำ | |
| ความสำคัญ/ความเป็นมา | 4 |
| วัตถุประสงค์ | 5 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 5 |
| ขอบเขตของคู่มือ | 6 |
| นิยามศัพท์เฉพาะ | 6 |
| บทที่ 2 หน้าที่ความรับผิดชอบและการบริหารจัดการ | |
| บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่ง | 11 |
| ลักษณะงานที่ปฏิบัติ | 12 |
| โครงสร้างขององค์กร (Organization Chart) | 13 |
| โครงสร้างการบริหาร (Administration Chart) | 13 |
| โครงสร้างการปฏิบัติงาน (Activity Chart) | 14 |
| บทที่ 3 หลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขการปฏิบัติงาน | |
| หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน | 15 |
| วิธีการปฏิบัติงาน | 16 |
| ข้อระวัง/ข้อสังเกต/สิ่งที่ควรคำนึงในงานปฏิบัติ | 18 |
| แนวคิดที่เกี่ยวข้อง/กรณีศึกษา | 17 |
| บทที่ 4 เทคนิคในการปฏิบัติงาน | |
| แผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน | 18 |
| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart) | 23 |
| วิธีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน/ความสำเร็จ | 44 |
| วิธีการให้บริการกับผู้รับบริการให้มีความพึงพอใจ | 45 |
| จรรยาบรรณ/คุณธรรม/จริยธรรม/สมรรถนะในการปฏิบัติงาน | 46 |
| บทที่ 5 ปัญหา อุปสรรค แนวทางแก้ไขและการพัฒนา | |
| ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน | 47 |
| แนวทางการแก้ไขและพัฒนา | 48 |
| ข้อเสนอแนะ | 49 |
| บรรณานุกรม | 50 |
| ประวัติผู้จัดทำ | 51 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญ/ความเป็นมา

คณะวิชาวิทยาการจัดการ วิทยาลัยครุนครสวรรค์ ตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2537 หลังจากมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติวิทยาลัยครู พ.ศ. 2527 โดยโอนภาควิชาสหกรณ์จากคณะวิทยาศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ และภาควิชาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ จากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เข้ามาสังกัดในคณะฯ โดยใช้ชื่อว่า คณะวิชาวิทยาการจัดการ เมื่อแรกตั้งคณะวิชาวิทยาการจัดการมีภาควิชาทั้งหมด 3 ภาควิชา คือ ภาควิชาบริหารธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ และภาควิชาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์

การแบ่งภาควิชาในครั้งแรกนี้ยังไม่ถูกต้องตามกฎหมาย เพราะยังไม่ผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการพิจารณาแบ่งส่วนราชการ ต่อเมื่อผ่านคณะกรรมการพิจารณาแบ่งส่วนราชการและได้รับการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีแล้ว จึงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2530 โดยให้คณะวิชาวิทยาการจัดการประกอบด้วยภาควิชา 3 ภาควิชา ภาควิชาบริหารธุรกิจ และสหกรณ์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ และภาควิชาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์

เนื่องจาก พันธกิจของวิทยาลัยครูมีมากขึ้นไม่เพียงแต่ผลิตบัณฑิตวิชาซีพครูเท่านั้น ยังมีการผลิตบัณฑิตสายวิชาซีพีอื่นๆ อีกหลายสาขา กระทรวงศึกษาธิการ จึงได้ขอพระราชทานนามใหม่แก่วิทยาลัยครูทั่วประเทศทั้ง 36 แห่ง เพื่อให้สอดคล้องกับพันธกิจที่มีอยู่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จึงได้พระราชทานนามว่า “สถาบันราชภัฏ” เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2535

ปี พ.ศ. 2537 รัฐบาลของนายกรัฐมนตรีนวน หลีกภัย ได้เสนอร่างพระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ พ.ศ. 2538 ต่อรัฐสภา และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ลงพระปรมาภิไธย เมื่อวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2538 สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 112 ตอนที่ 4 ลงวันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2538 พระราชบัญญัติฉบับนี้ทำให้สถาบันราชภัฏมีโครงสร้างเปลี่ยนแปลงจากเดิม สามารถเปิดสอนได้ในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรีทุกสาขาวิชา ชื่อส่วนราชการตำแหน่งทางการบริหารอื่นๆ เปลี่ยนแปลงไป เช่น คณะวิชาวิทยาการจัดการเปลี่ยนเป็น “คณะวิทยาการจัดการ” หัวหน้าคณะวิชาเปลี่ยนเป็น “คณะบดี”

ต่อมาในปี พ.ศ. 2547 เมื่อมีการปรับปรุงระบบบริหารราชการแผ่นดินใหม่ และให้สถาบันราชภัฏที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ พ.ศ. 2538 มีฐานะเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2547 เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2547 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2547

เมื่อเริ่มเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ คณะวิทยาการจัดการ ดำเนินการบริหารงานในรูปแบบมีภาควิชา โดยจัดเป็น 2 ภาควิชา 1 สำนักงานดังนี้ คือ 1) ภาควิชาบริหารธุรกิจ 2)

ภาควิชาวิทยาศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ และ 3) สำนักงานคณบดี

ในปีการศึกษา 2552 ได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารใหม่ โดยยกเลิกภาควิชาและกลับไปดำเนินการในรูปแบบสาขาวิชา โดยแบ่งออกเป็น 7 สาขาวิชา กับ 1 สำนักงานคณบดี ซึ่งสาขาวิชาทั้งหมดประกอบด้วย

1. สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์และองค์การ
2. สาขาวิชาการบัญชีและการเงิน
3. สาขาวิชาการตลาด
4. สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
5. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่
6. สาขาวิชาวิทยาศาสตร์
7. สาขาวิชาการท่องเที่ยวและบริการ

งานประชาสัมพันธ์ ขึ้นตรงกับฝ่ายบริหาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ได้มีปรับปรุงโครงสร้างใหม่ ทั้งนี้งานประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ในการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดี เผยแพร่ข่าวสาร โครงการกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนงานประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาใหม่ ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกได้รับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของคณะฯ

1.2 วัตถุประสงค์

- เพื่อกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้มีมาตรฐาน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถปฏิบัติงานไปในแนวทางเดียวกัน
- เพื่อลดปัญหาการทำงานซ้ำซ้อน และลดข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน
- เพื่อใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน หรือใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรที่เข้ามาทำงานใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ผู้ปฏิบัติงาน อาทิ อาจารย์ ประจำหลักสูตรนักประชาสัมพันธ์ หรือผู้ได้รับมอบหมาย ได้ทราบขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ให้มีมาตรฐานและสามารถปฏิบัติงานไปในแนวทางเดียวกัน
- ได้ลดปัญหาการทำงานซ้ำซ้อน และลดข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน

- ได้ประเมินผลการปฏิบัติงาน หรือใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรที่เข้ามาทำงานใหม่

1.4 ขอบเขตของคู่มือ

คู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการประชาสัมพันธ์ ฉบับนี้ เป็นคู่มือที่จัดทำขึ้นเฉพาะการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ภายในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งคู่มือปฏิบัติงานดังกล่าว มีเนื้อหา ครอบคลุมตั้งแต่การประชุมวางแผนกับผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอาจารย์ประจำหลักสูตร นักประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทราบถึงแนวทางหรือข้อสรุปของขั้นตอนการปฏิบัติงาน กระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่การเริ่มปฏิบัติงานจนถึงการประเมินผลการดำเนินงาน

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ภาพลักษณ์ (Image)

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพขององค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานในความรู้สึกของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมต่างๆ ของหน่วยงานที่ประชาชนได้ รับรู้นั้นๆ โดยการเกิดภาพลักษณ์ ต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน ในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ ควรศึกษาถึงลักษณะของภาพลักษณ์ การเกิดภาพลักษณ์ และประเภทของภาพลักษณ์ ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ สามารถกำหนดรายละเอียดต่างๆ ในแผนประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง

การวางแผนประชาสัมพันธ์ (The public relations plan)

การวางแผนประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดวิธี ขององค์กร สถาบัน หน่วยงานอย่างมีเหตุมีผล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การวางแผนนี้เป็นขั้นตอนที่ กระทบต่อการวิเคราะห์ วิจัย ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ ควรทราบถึงสาเหตุของปัญหาที่หน่วยงานต้องเผชิญอยู่ และทำที่ ทศนคติ ต่างๆของประชาชน กลุ่มเป้าหมาย แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ ไปกำหนดรายละเอียดกิจกรรมต่าง ๆ ในแผนการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และที่สำคัญต้องมีกิจกรรมที่เป็นกลยุทธ์ ขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์ ในเรื่องการเสริมสร้างภาพลักษณ์ องค์กรนั้นๆ ด้วย การวางแผนการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากในการทำงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้สำเร็จตามเป้าหมาย

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

การประชาสัมพันธ์ หรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อชักจูงประชามติ (Public opinion) ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย (Target publics) เกิดมีความรู้ความเข้าใจ และมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน การประชาสัมพันธ์ จึงมิใช่เป็นเพียงแค่งานเผยแพร่ (Publicity) แต่งานประชาสัมพันธ์ เป็นงาน

ทั้งศาสตร์และศิลป์ ในเชิงสร้างสรรค์ ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดี และสร้างสัมพันธภาพระหว่างหน่วยงาน องค์กรหรือสถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยยึดถือหลักความจริงและประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

การประชาสัมพันธ์ เป็นงานในระดับนโยบายที่องค์กร สถาบัน ทุกประเภท ต่างนำ งานด้านการประชาสัมพันธ์ไปใช้กับองค์กร หรือสถาบันของตนอย่างกว้างขวางแพร่หลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดี ระหว่างหน่วยงานของตนกับประชาชน เพื่อป้องกันการเข้าใจผิด ตลอดจนการลดสาเหตุแห่งความขัดแย้งต่างๆ รวมทั้งการใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร สถาบัน เสริมสร้างและรักษาชื่อเสียง ความนิยม ความเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่พึงมีต่อหน่วยงานของตน

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการเขียนที่แตกต่างจากเขียนประเภทอื่นๆ เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ ที่แตกต่างจากการเขียนทั่วไป การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนเป้าหมายเกิดความรู้อันดี วัตถุประสงค์พื้นฐานมี 7 ประการ คือ

- 1) การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้ เข้าใจเพื่อให้ได้รับรู้ว่าองค์กรทำอะไร ทำอย่างไร เมื่อใด เพื่ออะไร เพราะอะไร ที่ไหน เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ
- 2) การเขียนเพื่อให้ ประชาชนยอมรับ เป็นการเขียนโน้มน้าวใจ ชักจูงให้ ประชาชนคล้อยตาม โดยยกส่วนดีให้เห็นชัดเจนและใช้ภาษาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- 3) การเขียนเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด
- 4) การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
- 5) การแก้ไขเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด
- 6) การเขียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี
- 7) การเขียนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด

รูปแบบของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร มีการเขียนในลักษณะต่างๆ เช่น การเขียนข่าวแจก การเขียนสุนทรพจน์ ในโอกาสต่างๆ การเขียนบทความ การเขียนบรรยายสรุป การเขียนทางวิชาการ การเขียนบทความ การเขียนคำบรรยายประกอบภาพนิ่ง การเขียนบทภาพยนตร์และบทวิทยุโทรทัศน์

- **ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือเรียกว่า ข่าวแจก** เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูลต่างๆ ของหน่วยงานเผยแพร่ ไปยังกลุ่มประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่างๆ ตามความเหมาะสม จึงอาจเป็นทั้งข่าวที่เผยแพร่ทาง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์และสื่อแขนงอื่นๆ ได้ทั้งสิ้น

- **บทความเพื่อการประชาสัมพันธ์** การเขียนบทความมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่ออธิบาย มีลักษณะเป็นการให้ข้อมูล ให้ภูมิหลัง และข้อเท็จจริงอย่างละเอียดเพื่ออธิบายให้ผู้อ่านเข้าใจภายในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ซับซ้อน

2. เพื่อรายงานหรือกระตุ้นความสนใจ มีลักษณะคล้ายๆ กับการเขียนเพื่ออธิบายหรือวิเคราะห์ ซึ่งพิจารณาเห็นว่าเป็นเรื่องที่คุณผู้อ่านควรรู้ เป็นการรายงาน บอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้น

3. เพื่อให้ความรู้ การแสดงความคิดเห็นของบทความนี้ คือการให้ความรู้ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

4. เพื่อเสนอแนวทางแก้ไข เป็นบทความที่ผู้เขียนมุ่งอธิบายถึงข้อเท็จจริงและที่มาของปัญหา ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้น พร้อมกับเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งอาจมีมากกว่าหนึ่งแนวทางก็ได้

5. เพื่อโน้มน้าวใจ เป็นบทความที่ผู้เขียนต้องการโน้มน้าวให้เกิดการคล้อยตามความคิดเห็นในเรื่องที่กำลังนำเสนอ ส่วนมากมักเป็นประเด็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือโครงการรณรงค์ต่างๆ

6. เพื่อวิเคราะห์หรือวิจารณ์ การวิเคราะห์เป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงหรือประเด็นปัญหาตามหลักวิชาการ ชี้ให้เห็นข้อดีและข้อเสียและผลกระทบ โดยอ้างเหตุผลที่น่าเชื่อถือ ประกอบการวิเคราะห์อย่างรอบด้าน ส่วนการวิจารณ์จะเน้นในความคิดเห็นของผู้เขียนเป็นหลัก ซึ่งมาจากความรู้และประสบการณ์ที่มีโดยมองปัญหารอบด้านในทุกมิติเพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่เที่ยงตรง

7. เพื่อความเพลิดเพลิน เป็นการนำเสนอเรื่องราวๆ ที่ผ่อนคลาย เพื่อสร้างอารมณ์ขันด้วยลีลาภาษาที่ไม่เป็นทางการ

- **การเขียนประกาศหรือแถลงการณ์** ข้อเขียนชนิดหนึ่งที่อาจเผยแพร่เป็นเอกสารเฉพาะ เช่น แผ่นปลิว (Leaflet) หรือนิยมเผยแพร่ทางสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ มุ่งการสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างจริงจัง

- **การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์** เป็นเครื่องมือและสื่อกลางในการสื่อสารจากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมายการสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยี ของโลกปัจจุบัน อย่างไรก็ตามได้มีการแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์ โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้เป็น 6 ประเภท คือ

1. **สื่อบุคคล** หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลอื่นสื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจเนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้วาที การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัด คือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่าง

เดี่ยวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที และเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิง นอกจากนี้จะมีผู้บันทึกคำพูดนั้นๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้

2. สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยี การสื่อสารและเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ กระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร มีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออก ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกล เพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้ แต่มีข้อจำกัดคือผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้น หากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่ง แต่มีข้อจำกัด คือ ต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

3. สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบแตกต่างกันออกไป เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าว วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้ สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีอยู่มาก และมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูปปฏิทิน รูปโลก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบทอาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

4. สื่อโสตทัศน เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถได้ทั้งภาพและเสียง โดยปกติ สื่อโสตทัศน แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องเล่นวีดีทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ในปัจจุบันนี้คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงานประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อผสม (Multi-media) ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางเพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงที่สมจริงเป็นธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัดคือมีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์พอสมควรและต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน นอกจากนี้ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ยิ่งทวี

ความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคตอันใกล้นี้ โดย อินเทอร์เน็ตมีข้อดี คือ สามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติมหรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

5. สื่อกิจกรรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดรีวิวบวณ การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้ สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น

6. สื่อสมัยใหม่ (Modern Media) สื่อสมัยใหม่เป็นสื่อนิยมที่ใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุคสารสนเทศ (Information Age) ที่กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ 1. ดาวเทียม (Satellite) หรือ สถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการสื่อสารระหว่างประเทศ 2. อินเทอร์เน็ต (Internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก ตลอดจนในสังคมและในหน้าที่การทำงานอาชีพต่างๆ แม้แต่การประชาสัมพันธ์ก็นำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ที่นำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ผ่านทาง E-mail หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจาก World Wide Web (WWW) โดยการจัดทำเป็น Website ให้ผู้ที่สนใจเปิดเข้าไปดูและติดตามข้อมูลต่างๆ ได้

หน่วยที่/องค์กร/หน้าที่ความรับผิดชอบ งานประชาสัมพันธ์ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

บทที่ 2

หน้าที่ความรับผิดชอบและการบริหารจัดการ

2.1 บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่ง

นักประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต่อสาธารณชน โดยทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและเหมาะสมผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจและความเชื่อมั่นในองค์กร นักประชาสัมพันธ์ต้องบริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ลูกค้า นักลงทุน หน่วยงานภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและสร้างการรับรู้ที่ดี นอกจากนี้ ยังต้องจัดทำและเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม และเนื้อหาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และสื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงการจัดอีเวนต์ และงานแถลงข่าวที่ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร อีกทั้งนักประชาสัมพันธ์ยังมีหน้าที่บริหารจัดการภาวะวิกฤตและข่าวเชิงลบ โดยวางแผนรับมือและสื่อสารกับสาธารณชนเพื่อป้องกันผลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กร พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลลัพธ์ของแผนประชาสัมพันธ์และปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และแนวโน้มของตลาดเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงสุด

2.2 ลักษณะงานที่ปฏิบัติ

ลักษณะของงานที่ปฏิบัติในด้านต่างๆ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.2.1 ด้านการปฏิบัติการ

(1) ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ จัดทำจดหมายข่าวของคณะวิทยาการจัดการ ออกแบบป้ายและสื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิดเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ จัดทำ Video Presentation เพื่อแนะนำคณะ และจัดทำ Video Presentation กิจกรรมของคณะ

(2) บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในกิจกรรม/โครงการ/สัมมนาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับทุกสาขาวิชาภายในคณะวิทยาการจัดการ

(3) ประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวของคณะและข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคณะ ผ่านทาง Social Media, Website

2.2.2 ด้านการวางแผน

วางแผนการออกแนะแนวประชาสัมพันธ์หลักสูตร เพื่อการศึกษาต่อ ยังสถานศึกษาในเขตพื้นที่บริการ

2.2.3 ด้านการประสานงาน

(1) ประสานการทำงานร่วมกันระหว่างทีมงานหรือหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกเพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนดไว้

(2) ชี้แจงและให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูล ข้อเท็จจริงแก่บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจหรือความร่วมมือในการดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมาย

2.2.4 ด้านการบริการ

(1) จัดทำสื่อในการให้บริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แก่หน่วยงานต่าง ๆ และประชาชนผู้สนใจ ผ่านช่องทางเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์

(2) ให้บริการสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสมัครเรียน หลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตรระดับปริญญาโท ผ่านช่องทางออนไลน์ สำหรับผู้สนใจ ที่ต้องการทราบรายละเอียดการรับสมัคร

(3) ให้บริการงานรับ-ส่ง โทรสารเพื่อประสานงานกับบุคคลภายนอก

(4) ให้บริการงานจองใช้ห้องประชุมของคณะวิทยาการจัดการ

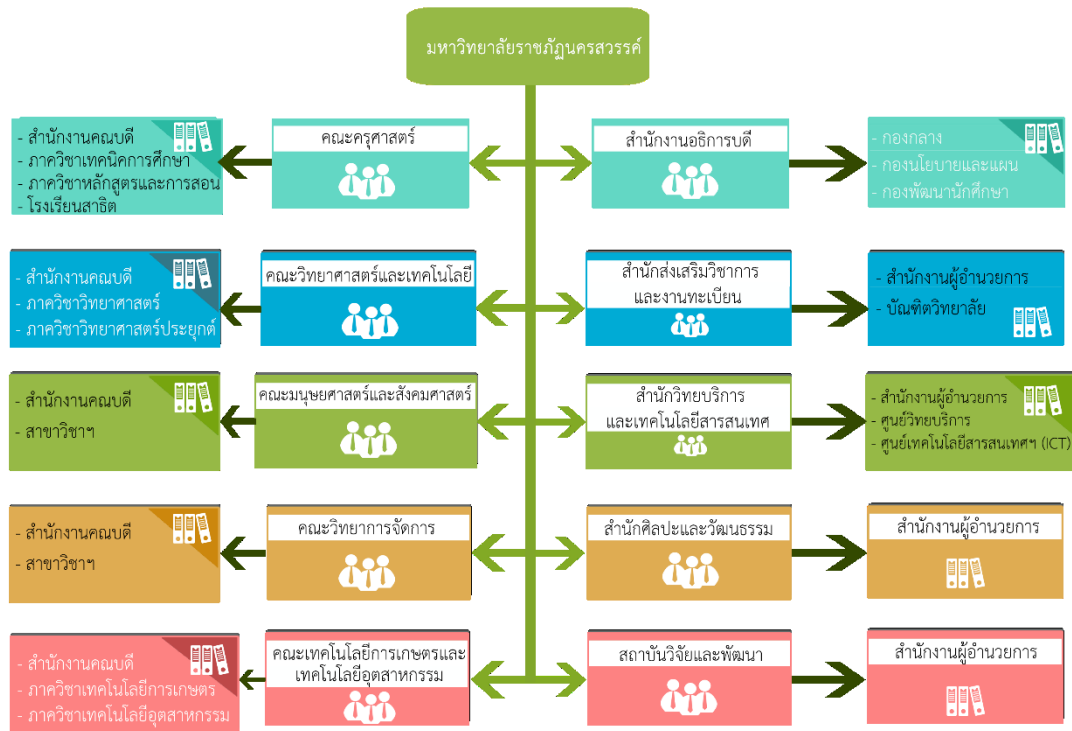
2.2.5 ด้านอื่น ๆ

(1) ปฏิบัติตามประกาศ ระเบียบ ข้อบังคับของทางราชการและมหาวิทยาลัย

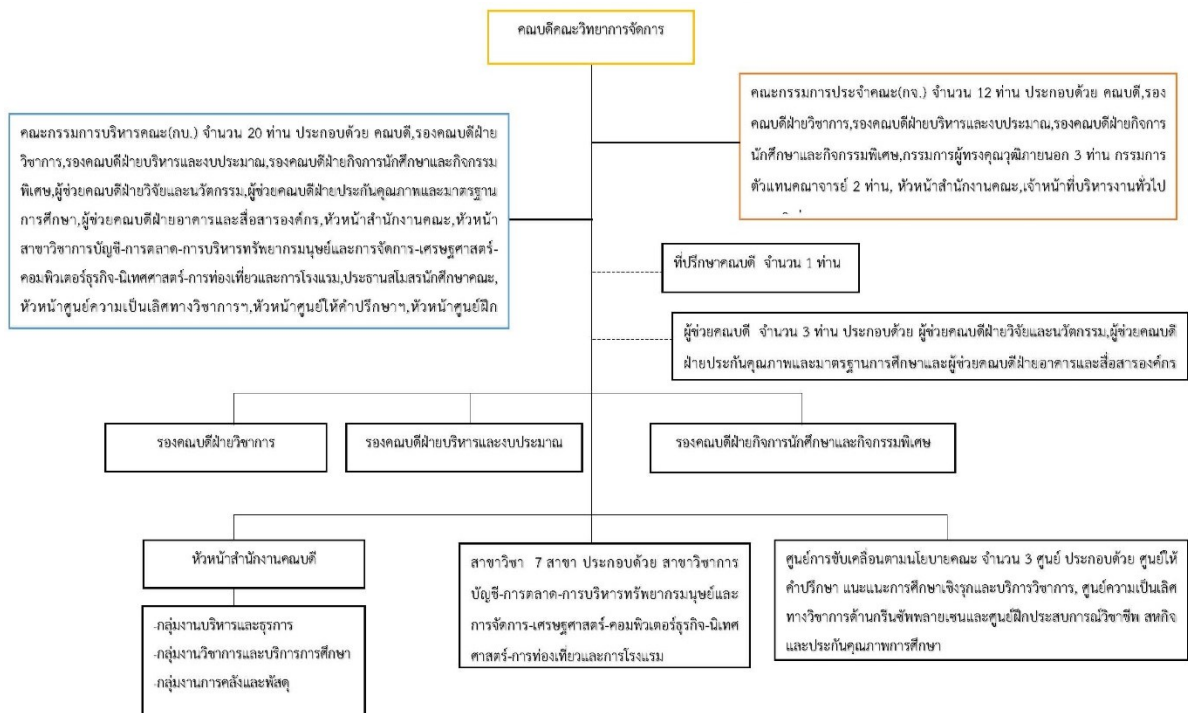
(2) ร่วมกิจกรรมตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด และตามโอกาสที่เหมาะสม

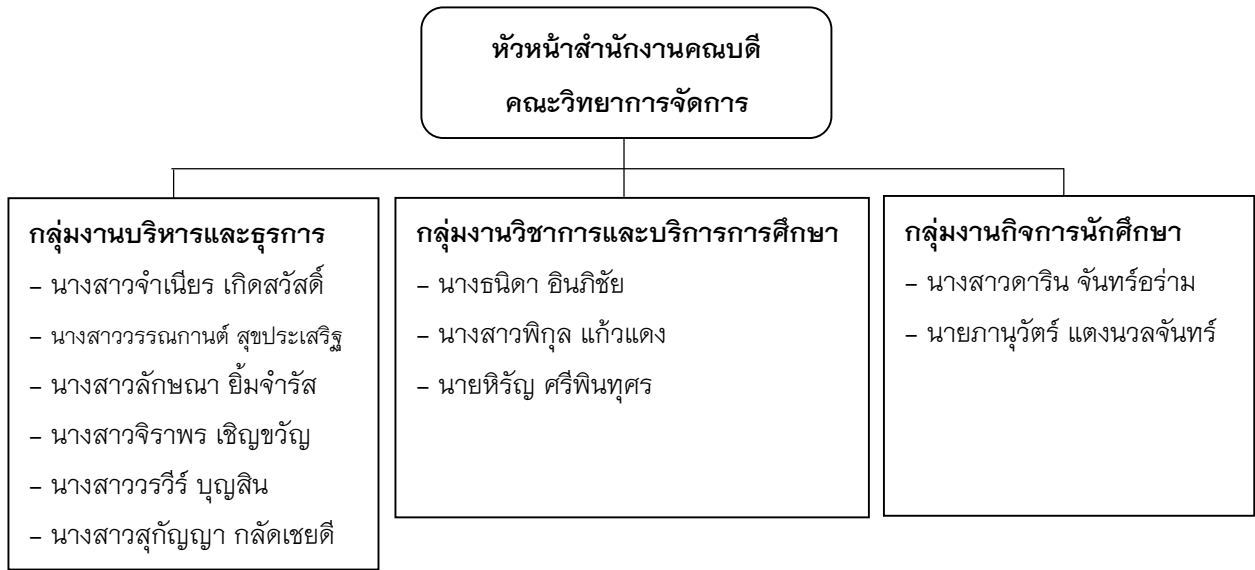
(3) ปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา

2.3 โครงสร้างขององค์กร (Organization Chart)

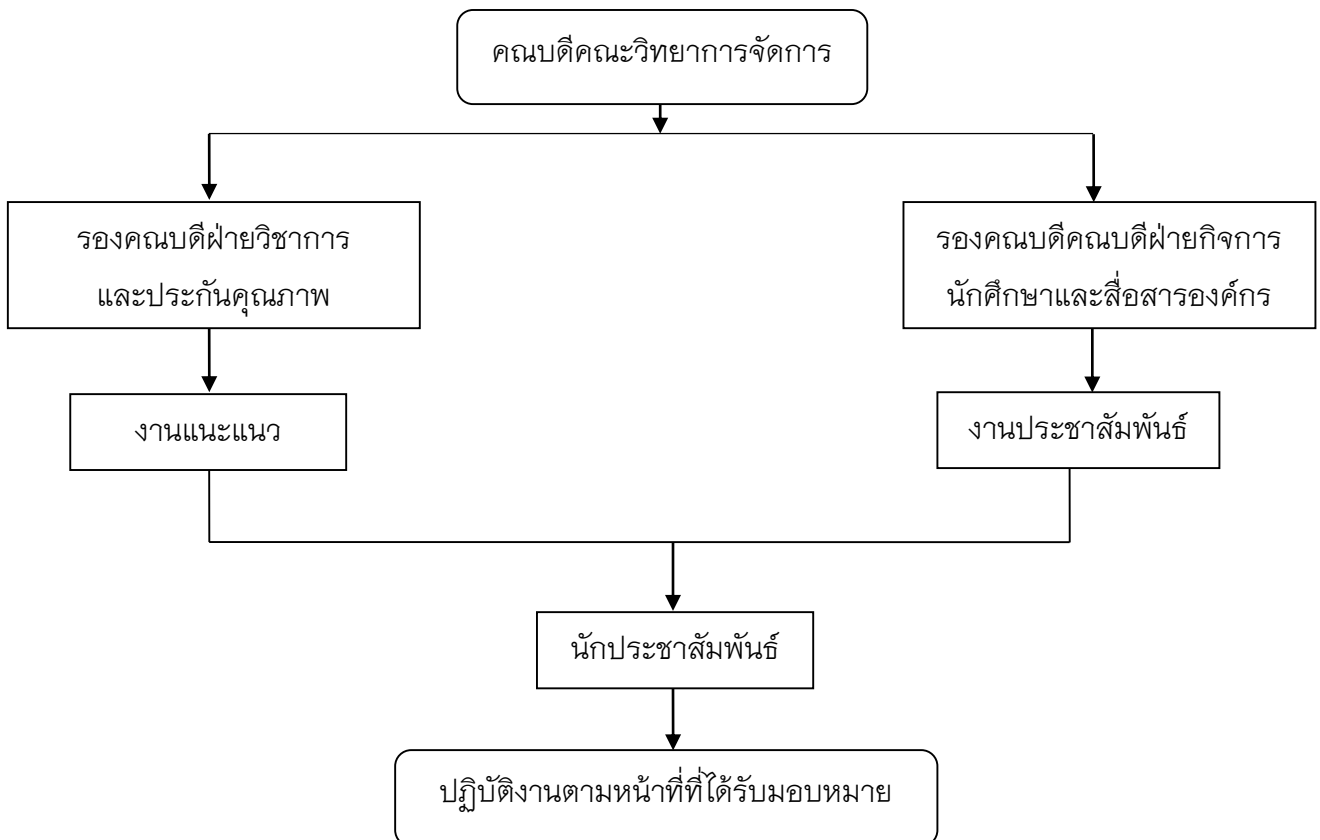


2.4 โครงสร้างการบริหารของสำนักงานคณบดี คณะวิทยาการจัดการ (Administration Chart)





2.5 โครงสร้างการปฏิบัติงาน (Activity Chart)



บทที่ 3

หลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขการปฏิบัติงาน

3.1 หลักเกณฑ์ปฏิบัติงาน

3.1.1 กฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน

1. พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540
2. ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน พ.ศ.2548
3. พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546
4. ระเบียบพัสดุว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้าง
5. ระเบียบการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม ประชุม สัมมนา
6. พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543
7. พระราชบัญญัติ การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551
8. การเปรียบเทียบ พ.ร.บ. วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498, (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2530 กับ พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551
9. การพัฒนาและปรับปรุงข้อมูลด้านวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เคเบิลทีวี วิทยุชุมชน
10. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556
11. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง พ.ศ. 2555
12. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การแบ่งเวลาให้ผู้ยื่นคำเนียรายการ พ.ศ. 2556
13. พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

3.1.2 เกณฑ์มาตรฐานในการปฏิบัติงาน

ตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่งสายงานประชาสัมพันธ์ ที่กำหนดโดย ก.พ.อ. เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2551 ระบุบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสายงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้

ชื่อตำแหน่งในสายงานและระดับตำแหน่ง

ตำแหน่งในสายงานนี้มีชื่อและระดับของตำแหน่งดังนี้

นักประชาสัมพันธ์ ระดับปฏิบัติการ

นักประชาสัมพันธ์ ระดับชำนาญการ

นักประชาสัมพันธ์ ระดับชำนาญการพิเศษ

3.2 วิธีการปฏิบัติงาน

ชื่อตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ ระดับปฏิบัติการ

หน้าที่ความรับผิดชอบหลัก

ปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานระดับต้น ที่ต้องใช้ความรู้ ความสามารถทางวิชาการ ในการทำงาน ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ภายใต้การกำกับแนะนำ ตรวจสอบและปฏิบัติงานอื่น ตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านการปฏิบัติการ

(1) จัดกิจกรรมตามโครงการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ โดยประสานงาน กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุผลสำเร็จตาม เป้าหมาย

(2) สำรวจความคิดเห็นของประชาชน และรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และสรุปผล เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินการประชาสัมพันธ์

(3) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลวิเคราะห์เพื่อประกอบการวิจัยวางแผนการประชาสัมพันธ์และติดตามผล

(4) จัดทำเอกสาร และผลิตบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่

2. ด้านการวางแผน

วางแผนการทำงานที่รับผิดชอบ ร่วมดำเนินการวางแผนการทำงานของหน่วยงานหรือโครงการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

3. ด้านการประสานงาน

(1) ประสานการทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกทีมงานหรือ หน่วยงาน เพื่อให้เกิดความร่วมมือ และผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด

(2) ชี้แจงและให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูล ข้อเท็จจริง แก่บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจหรือความร่วมมือในการดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมาย

4. ด้านการบริการ

ให้บริการข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่ประชาชนและหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้ เกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ตรงตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น

3.3 ข้อควรระวัง / ข้อสังเกต / สิ่งที่ต้องคำนึง / เงื่อนไข

ข้อมูลและความถูกต้อง ก่อนจะทำการประกาศข่าวประชาสัมพันธ์ ลงบนเว็บไซต์ และสื่อต่าง ๆ

3.4 แนวคิดที่เกี่ยวข้องและกรณีศึกษา

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร ให้ความหมาย “การประชาสัมพันธ์” คือ การปฏิบัติ กิจกรรมต่างๆ ตาม แผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกัน ในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดย เป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่อง และหวังผลระยะยาว

พรทิพย์ พิมลสินธ์ ได้ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ คือ "การปฏิบัติกิจกรรม ต่างๆ ตามแผนการ ของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกัน ในอันที่จะ สร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นการ ปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผล ระยะยาว

วิรัตน์ ภิรัตน์กุล นิยามความหมายของคำว่าประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ “การประชาสัมพันธ์ คือ การ เสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การ สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวัง ผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน”

บทที่ 4

เทคนิคในการปฏิบัติงาน

4.1 แผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน

เพื่อให้การดำเนินงานในด้านประชาสัมพันธ์ ประสบความสำเร็จ มีแนวปฏิบัติที่ดีในการในการปฏิบัติงานดังนี้

รวบรวมข้อมูลและจัดทำแผนปฏิบัติงาน

การดำเนินงานขั้นแรก เป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการพิจารณาวางแผนการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งข้อมูลจะมาจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ข้อมูลจากภารกิจและผลการดำเนินงานของคณะวิทยาการจัดการได้แก่ แผนและผลการดำเนินงานของคณะฯ ภายในปีงบประมาณนั้น ๆ
- 2) ข้อมูลนโยบายเร่งด่วนจากผู้บริหาร อาทิ การประชาสัมพันธ์รับนิสิตเข้าศึกษา ใหม่การจัดการค่ายอบรมคุณธรรมจริยธรรม เป็นต้น

หลังจากได้ข้อมูลมาแล้ว ก็ทำการวางแผนปฏิบัติงาน เพื่อให้การบริหารงานบรรลุตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่ได้กำหนดไว้ แผนเป็นเรื่องการใช้ความรู้ในทางวิทยาการและวิจารณ์ญาณ วิวินิจฉัยเหตุการณ์ในอนาคต แล้วกำหนดวิธีการโดยถูกต้องและมีเหตุผล เพื่อให้การดำเนินการตามแผนเป็นไปอย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพที่สุด โดยกำหนดหลักในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

- การกำหนดวัตถุประสงค์ ให้กำหนดหรือระบุไว้อย่างชัดเจนว่า เพื่ออะไรบ้าง ต้องการสร้างสรรค์ความเข้าใจในสิ่งใดบ้าง หรือต้องการแก้ปัญหาใด เป็นต้น
- การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ให้ระบุให้ชัดว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร มีพื้นฐานการศึกษาหรือภูมิหลังอย่างไร
- การกำหนดแนวหัวเรื่อง ให้กำหนดให้แน่นอนว่า แนวหัวข้อเรื่องนั้นจะเน้นไปทางใด
- การกำหนดช่วงระยะเวลา ให้มีการกำหนดช่วงระยะหรือจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น จะเริ่มทำการเผยแพร่ล่วงหน้า เพื่อเป็นการอุ่นเครื่องหรือปูพื้นเมื่อไร และจะเริ่มเผยแพร่อย่างเต็มที่เมื่อไร เป็นต้น
- การกำหนดช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ จะต้องกำหนดลงไปว่าจะใช้สื่อหรือเครื่องมือใดบ้าง รวมทั้งจะใช้เทคนิคอื่น ๆ อะไรบ้างเข้าร่วม

ด้วย

- การกำหนดงบประมาณ ให้กำหนดงบประมาณที่จะใช้ในการดำเนินการให้ชัดเจน ซึ่งการกำหนดงบประมาณนี้ ยังหมายรวมถึงกำลังบุคคลต่าง ๆ ที่จะใช้ในการดำเนินการด้วย

เสนอผู้บริหารพิจารณาแผนปฏิบัติงาน

เมื่อวางแผนการดำเนินงานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก็ให้นำแผนปฏิบัติงานเสนอต่อผู้บริหารเพื่อพิจารณาอนุมัติแผนปฏิบัติงาน ในกรณีที่มีการแก้ไขเรื่องก็จะถูกส่งกลับมาเพื่อแก้ไขแผนใหม่ แต่ถ้าได้รับการพิจารณาอนุมัติ ก็จะดำเนินการตามแผนปฏิบัติงานที่ได้วางไว้

ดำเนินการตามแผนปฏิบัติงาน

โดยดำเนินการปฏิบัติการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง โดย ดำเนินงานตามแผนหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ รวมทั้งการเลือกวิธีการสื่อสารและแสดงเครื่องมือ สื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยดำเนินการให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด อันจะทำให้การติดต่อสื่อสารจาก มหาวิทยาลัยไปยังประชาชนเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ประหยัด สะดวก เหมาะสมกับสถานการณ์ โดย การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารตามช่องทางต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ดังนี้

1. **สื่อสิ่งพิมพ์** เป็นสื่อที่ใช้การพิมพ์เป็นหลักเพื่อติดต่อสื่อสาร ทำความเข้าใจกัน ด้วยภาษาเขียนโดยใช้วัสดุกระดาษหรือวัสดุอื่นใด สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 **จดหมายข่าว** ในกรณีที่เป็นการเผยแพร่ผ่านทางจดหมายข่าว ให้ดำเนินการตามกระบวนการดังนี้

1) นำข้อมูลที่ได้รับมาเขียนข่าว หรือบทความ โดยการเขียนข่าว หรือบทความนั้น จะต้องเขียนให้ถูกต้องตามหลักวิธี ต้องมีการตั้งประเด็นพาดหัวข่าวให้มีความ น่าสนใจ ในเนื้อหาข่าวก็ควรใส่รายละเอียดที่จำเป็น โดยคำนึงถึงประโยชน์แก่ผู้อ่าน

2) นำข่าวหรือบทความที่เขียน เสนอหน่วยงานเจ้าของเรื่องที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาข่าว/บทความ ในกรณีที่มีการแก้ไขก็นำกลับมาแก้ไข ในกรณีที่ไม่มีการแก้ไขก็ให้เสนอผู้บริหาร พิจารณาต่อไป

3) นำข่าวหรือบทความที่ได้รับการพิจารณาจากเจ้าของเรื่องแล้ว เสนอไปยังสำนักงานคนบตี เพื่อให้ผู้บริหาร ผู้ให้ข่าว ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาข่าว/ บทความ ถ้ามีการแก้ไขก็ส่งกลับไปดำเนินการแก้ไข ถ้ากรณีไม่มีการแก้ไข ก็ให้ดำเนินการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ต่อไป

4) ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดย ส่งข่าวไปยังหน่วยงาน และ คณะต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย รวมถึงช่องทางออนไลน์ของคณะฯ

1.2 รายงานประจำปี ในกรณีที่เป็น การ เผยแพร่ผ่านทางประจำปี ให้ ดำเนินการตามกระบวนการดังนี้

1) ดำเนินการจัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงาน โดยดำเนินการร่างคำสั่ง และเสนอต่อผู้บริหารพิจารณา

2) เมื่อมีการแต่งตั้งคณะทำงานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ให้คณะทำงาน ร่วมกันประชุม เพื่อพิจารณาจัดเตรียมข้อมูล ภาพประกอบและออกแบบ รูปแบบของรายงานประจำปี ว่าต้องการให้เป็นลักษณะอย่างไร

3) เมื่อได้ข้อมูลและรูปแบบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ให้ดำเนินการนำ ข้อมูลมาจัดทำต้นฉบับ (Art work)

4) นำต้นฉบับเสนอผู้บริหารเพื่อพิจารณา ถ้ากรณีมีแก้ไขก็ดำเนินการ ปรับแก้ไข ถ้ากรณีไม่มีการแก้ไข ก็ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป

5) ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยการแจกจ่ายไปยัง กลุ่มเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติงาน

1.3 สื่ออื่น ๆ ในกรณีเป็นการเผยแพร่ผ่านสื่ออื่น ๆ อาทิ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ ฯลฯ จะต้องดำเนินการตามกระบวนการ ดังนี้

1) ดำเนินการออกแบบหน้า นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ ฯลฯ โดยจัดทำรูปภาพ และข้อมูลประกอบ

2) นำ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ ฯลฯ ที่ได้ออกแบบไว้ เสนอ ผู้บริหารเพื่อพิจารณา ถ้ากรณีมีแก้ไขก็ดำเนินการปรับแก้ไข ถ้ากรณีไม่มีการแก้ไข ก็ดำเนินการ จัดพิมพ์ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป

3) ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยแจกจ่ายไปยัง กลุ่มเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติงาน

2. สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่เข้าถึงผู้คนทุกเพศทุกวัยทุกสถานที่ทุกเวลาอย่างไม่จำกัด มากกว่าสื่อทุกชนิด สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1 สารคดีสั้น ในกรณีเป็นการเผยแพร่สารคดีสั้นผ่านสื่อโทรทัศน์ให้ ดำเนินการตามกระบวนการ ดังนี้

- 1) ดำเนินการจัดทำสคริปต์ บทโทรทัศน์ เพื่อใช้เป็นบทบรรยายประกอบในสารคดี โดยในบทควรมีการเกริ่นนำ มีเนื้อเรื่องหรือตัวเรื่อง และมีการสรุปส่งท้าย
- 2) ดำเนินการถ่ายภาพนิ่ง วิดีโอ เพื่อนำมาใช้ประกอบฉากในสารคดี
- 3) ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ประกอบในสารคดี
- 4) ดำเนินการนำข้อมูลที่ได้เตรียมไว้ ทั้งบทบรรยาย ภาพนิ่ง วิดีโอ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาตัดต่อทำเป็นสารคดี
- 5) นำสารคดีที่ได้ตัดต่อเรียบร้อยแล้วเสนอผู้บริหาร เพื่อพิจารณา ถ้ากรณีมีแก้ไขก็ดำเนินการปรับแก้ไข ถ้ากรณีไม่มีการแก้ไข ก็ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป
- 6) ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโทรทัศน์และช่องทางที่เหมาะสม

2.2 ข่าว ในกรณีเป็นการเผยแพร่ข่าว ผ่านสื่อโทรทัศน์ให้ดำเนินการตามกระบวนการ ดังนี้

- 1) ดำเนินการเขียนบทข่าว เพื่อใช้เป็นบทบรรยายประกอบในข่าว
- 2) ดำเนินการถ่ายภาพนิ่ง วิดีโอ เพื่อนำมาใช้ประกอบฉากในข่าว
- 3) ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ประกอบในข่าว
- 4) ดำเนินการนำข้อมูลที่ได้เตรียมไว้ ทั้งบทบรรยาย ภาพนิ่ง วิดีโอ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาตัดต่อทำเป็นข่าว
- 5) นำข่าวเสนอผู้บริหาร เพื่อพิจารณา ถ้ากรณีมีแก้ไขก็ดำเนินการปรับแก้ไข ถ้ากรณีไม่มีการแก้ไข ก็ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป
- 6) ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ช่อง ต่าง ๆ ที่มีการนำเสนอข่าว

2.3 โฆษณา ในกรณีเป็นการเผยแพร่โฆษณา ผ่านสื่อโทรทัศน์ให้ ดำเนินการตามกระบวนการ ดังนี้

- 1) ดำเนินการเขียนบทสคริปต์ เพื่อใช้เป็นบทบรรยายประกอบในโฆษณา
- 2) ดำเนินการถ่ายภาพนิ่ง วิดีโอ เพื่อนำมาใช้ประกอบฉากในโฆษณา
- 3) ดำเนินการนำข้อมูลที่ได้เตรียมไว้ ทั้งบทบรรยาย ภาพนิ่ง วิดีโอ มาตัดต่อทำเป็นโฆษณา

- 4) นำโฆษณาเสนอผู้บริหารเพื่อพิจารณา ถ้ากรณีมีแก้ไขก็ให้ดำเนินการปรับแก้ไข ถ้ากรณีไม่มีการแก้ไข ก็ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป
- 5) ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ

3. นิทรรศการ เป็นเครื่องมือหรือสื่อกลางของบุคคลหรือหน่วยงาน สำหรับให้ ความรู้ ความเข้าใจ โดยการนำเอาวัสดุอุปกรณ์ และสื่อมาผสมผสานกัน สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.1 นิทรรศการในงานของมหาวิทยาลัย ในกรณีเป็นการเผยแพร่ นิทรรศการในงานของมหาวิทยาลัยให้ดำเนินการตามกระบวนการดังนี้

- 1) ดำเนินการจัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงาน โดยดำเนินการร่าง คำสั่ง และเสนอต่อผู้บริหารพิจารณา
- 2) จัดประชุมคณะทำงาน เพื่อพิจารณาข้อมูลและรูปแบบ นิทรรศการ
- 3) นำข้อมูลและรูปแบบที่พิจารณาจากที่ประชุมเสนอผู้บริหารเพื่อพิจารณา ถ้ากรณีมีแก้ไขก็ดำเนินการปรับแก้ไข ถ้ากรณีไม่มีการแก้ไข ก็ดำเนินการจัดหาและผลิตสื่อต่อไป
- 4) ดำเนินการจัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์ เพื่อดำเนินการผลิตสื่อ นิทรรศการในรูปแบบที่กำหนดไว้
- 5) ดำเนินการติดตั้งสื่อนิทรรศการในพื้นที่ที่ถูกจัดเตรียมไว้
- 6) ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ออกสู่สาธารณชน

3.2 นิทรรศการในงานของหน่วยงานภายนอก ในกรณีเป็นการเผยแพร่ สื่อ นิทรรศการผ่านงานของหน่วยงานภายนอก ให้ดำเนินการตามกระบวนการดังนี้

- 1) ผู้ที่รับผิดชอบพิจารณากำหนดรูปแบบและข้อมูลในการจัด นิทรรศการ
- 2) เสนอรูปแบบและข้อมูลในการจัดนิทรรศการเสนอต่อผู้บริหาร เพื่อพิจารณา ถ้ามีแก้ไขให้ดำเนินการแก้ไข ถ้าไม่มีแก้ไขให้ดำเนินการจัดหาและผลิตสื่อต่อไป
- 3) ดำเนินการจัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์ เพื่อดำเนินการผลิตสื่อ นิทรรศการในรูปแบบที่กำหนดไว้
- 4) ดำเนินการติดตั้งสื่อนิทรรศการในพื้นที่ที่ถูกจัดเตรียมไว้
- 5) ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ออกสู่สาธารณชน

4. เว็บไซต์ เป็นการเผยแพร่ในระบบออนไลน์ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในกรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ให้ดำเนินการตามกระบวนการดังนี้

- 1) ดำเนินการจัดเตรียมข้อมูลและคัดเลือกภาพกิจกรรมที่จะนำขึ้นแสดงบนเว็บไซต์
- 2) อัปโหลดข้อมูล และภาพถ่ายเข้าสู่ระบบ
- 3) ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์

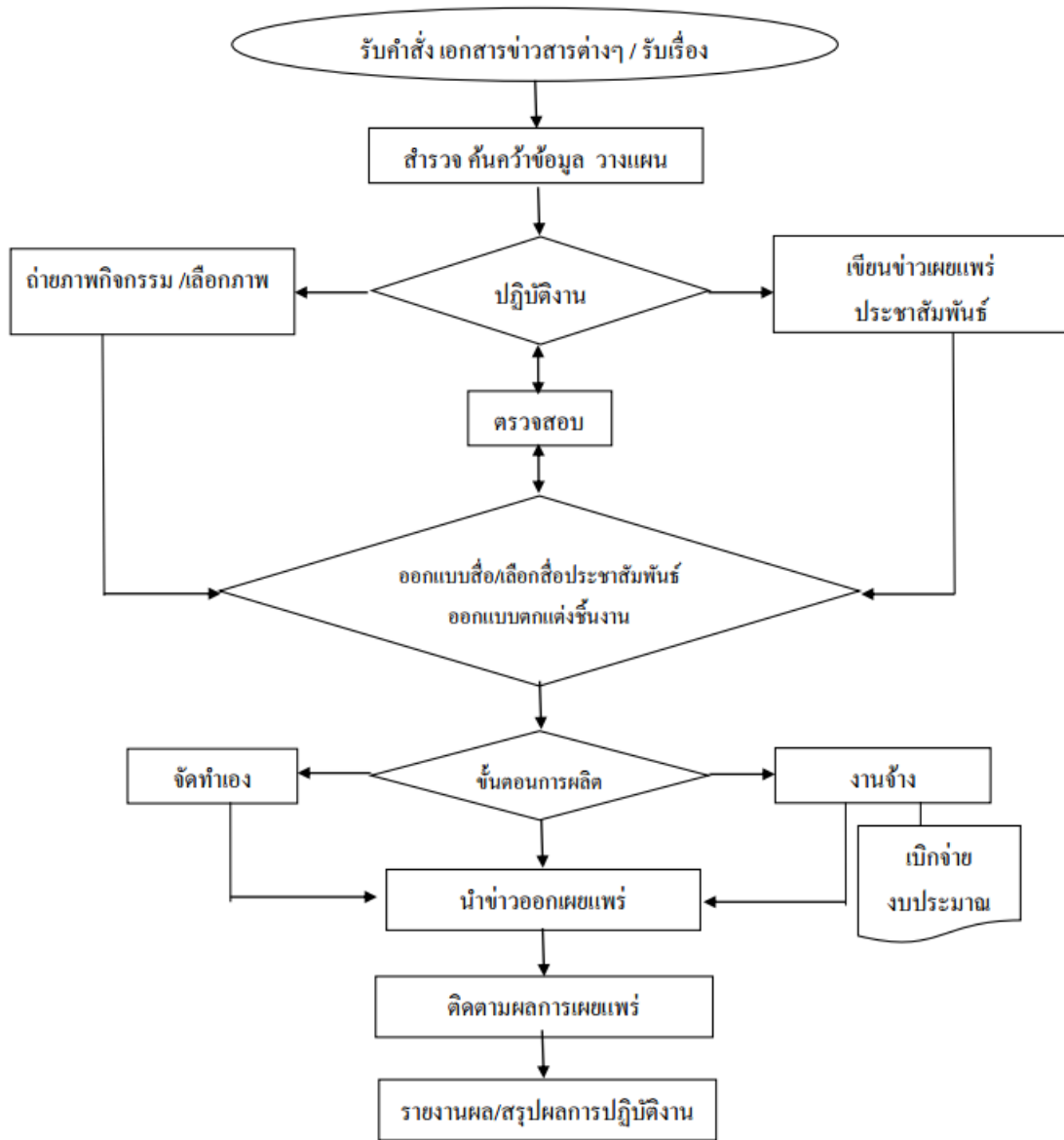
4.2 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart)

กระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน | | |
|----------------------|---|------------------|
| เวลาที่ใช้ | รายละเอียดงาน | ผู้รับผิดชอบ |
| ตลอดปีงบประมาณ | 1. รวบรวมข้อมูลและการจัดทำแผนดำเนินการ 1.1 รับเรื่อง / คำสั่ง เอกสารข่าวสารต่าง ๆ 1.2 สรุปรวบรวมข้อมูล วางแผนการดำเนินงาน | นักประชาสัมพันธ์ |
| | 2. ปฏิบัติงาน 2.1 ดำเนินการถ่ายภาพงานกิจกรรม 2.2 รวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการเขียนข่าวเผยแพร่ 2.3 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ / เลือกสื่อที่ประชาสัมพันธ์ที่ต้องการเผยแพร่ ออกแบบชิ้นงาน | นักประชาสัมพันธ์ |
| | 3. ขั้นตอนการผลิต 3.1 ในกรณีที่จัดทำเอง ให้ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป 3.2 ในกรณีเป็นงานจ้าง ให้เบิกจ่ายจากงบประมาณประชาสัมพันธ์ และดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป | นักประชาสัมพันธ์ |
| | 4. นำข่าวออกเผยแพร่ โดยพิจารณาจาก ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ดังนี้ | นักประชาสัมพันธ์ |

| | | |
|--|---|-------------------------|
| | <p>4.1 สื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วยวารสาร รายงานประจำปี และสื่ออื่น ๆ อาทิ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ ฯลฯ</p> <p>4.2 สื่อโทรทัศน์ประกอบด้วยสารคดีสั้น ข่าวและ โฆษณา</p> <p>4.3 สื่อวิทยุประกอบด้วย รายการวิทยุและสปอตวิทยุ</p> <p>4.4 สื่อนิทรรศการ ประกอบด้วยนิทรรศการงานคณะฯ และนิทรรศการงานของหน่วยงานภายนอก</p> <p>4.5 เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ</p> | |
| | <p>5. เมื่อมีการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นที่เรียบร้อยแล้วก็จะมีการประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อปรับปรุงกระบวนการและแผนการดำเนินงานต่อไป</p> | <p>นักประชาสัมพันธ์</p> |

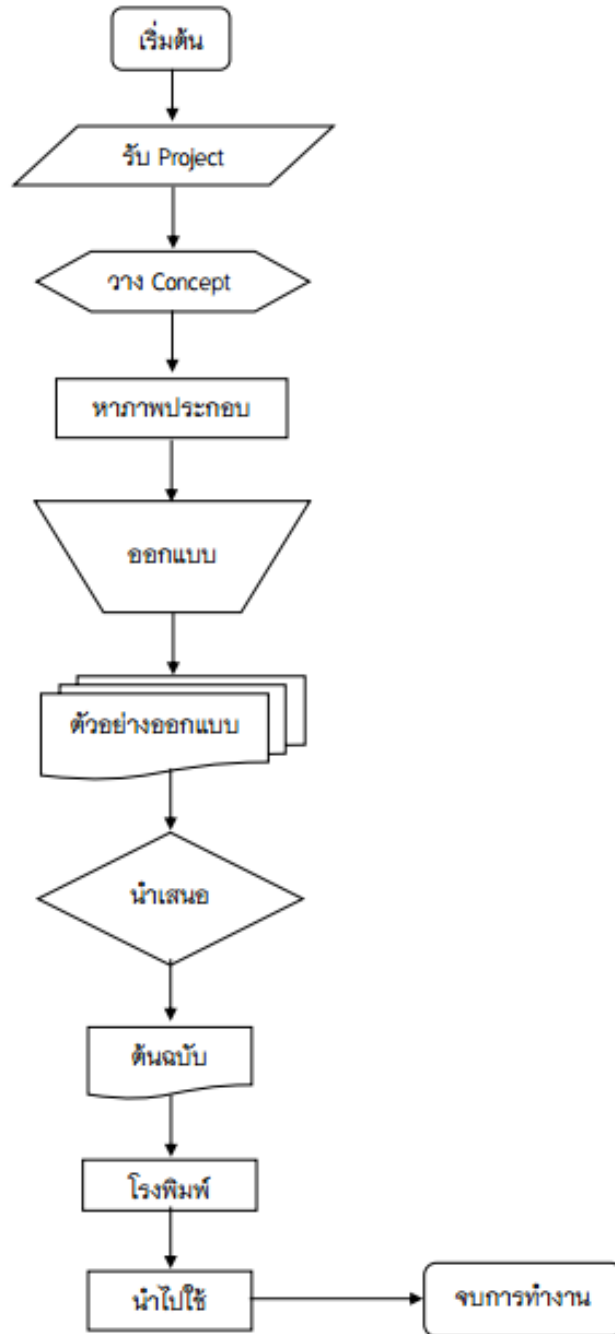
กระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์



กระบวนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่าง ๆ
(แผ่นพับ โปสเตอร์ ปกหนังสือ ประกาศนียบัตร ป้ายประชาสัมพันธ์)

| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน | | |
|-----------------------------|--|--|
| เวลาที่ใช้ | รายละเอียดงาน | ผู้รับผิดชอบ |
| 1 วัน | 1. รวบรวมข้อมูลและการจัดทำแผนดำเนินการ 1.1 รับเรื่อง / คำสั่ง เอกสารข่าวสารต่าง ๆ 1.2 สัมภาษณ์ข้อมูล วางแผนการดำเนินงาน | นักประชาสัมพันธ์ |
| 1-2 วัน | 2. ขั้นตอนการออกแบบ 2.1 วางคอนเซ็ปต์ 2.2 หาภาพประกอบ 2.3 ออกแบบ | นักประชาสัมพันธ์ |
| 1 วัน | 3. ขั้นตอนการพิจารณาแบบ 3.1 นำตัวอย่างที่ออกแบบให้ผู้บริหาร/ผู้สั่งงาน ตรวจสอบความถูกต้อง ถ้ามีการแก้ไขให้ ดำเนินการแก้ไข ถ้าไม่มีการแก้ไขให้นำสู่ขั้นตอน ต่อไป | - ผู้บริหาร/ผู้สั่งงาน - นักประชาสัมพันธ์ |
| 1-2 วัน | 4. ขั้นตอนการผลิต 4.1 ในกรณีที่จัดทำเอง ให้ดำเนินการเผยแพร่และ นำไปใช้งานต่อไป 4.2 ในกรณีเป็นงานจ้าง ให้เบิกจ่ายจาก งบประมาณของผู้สั่งงาน และดำเนินการเผยแพร่ และนำไปใช้งานต่อไป | - ผู้บริหาร/ผู้สั่งงาน - นักประชาสัมพันธ์ |

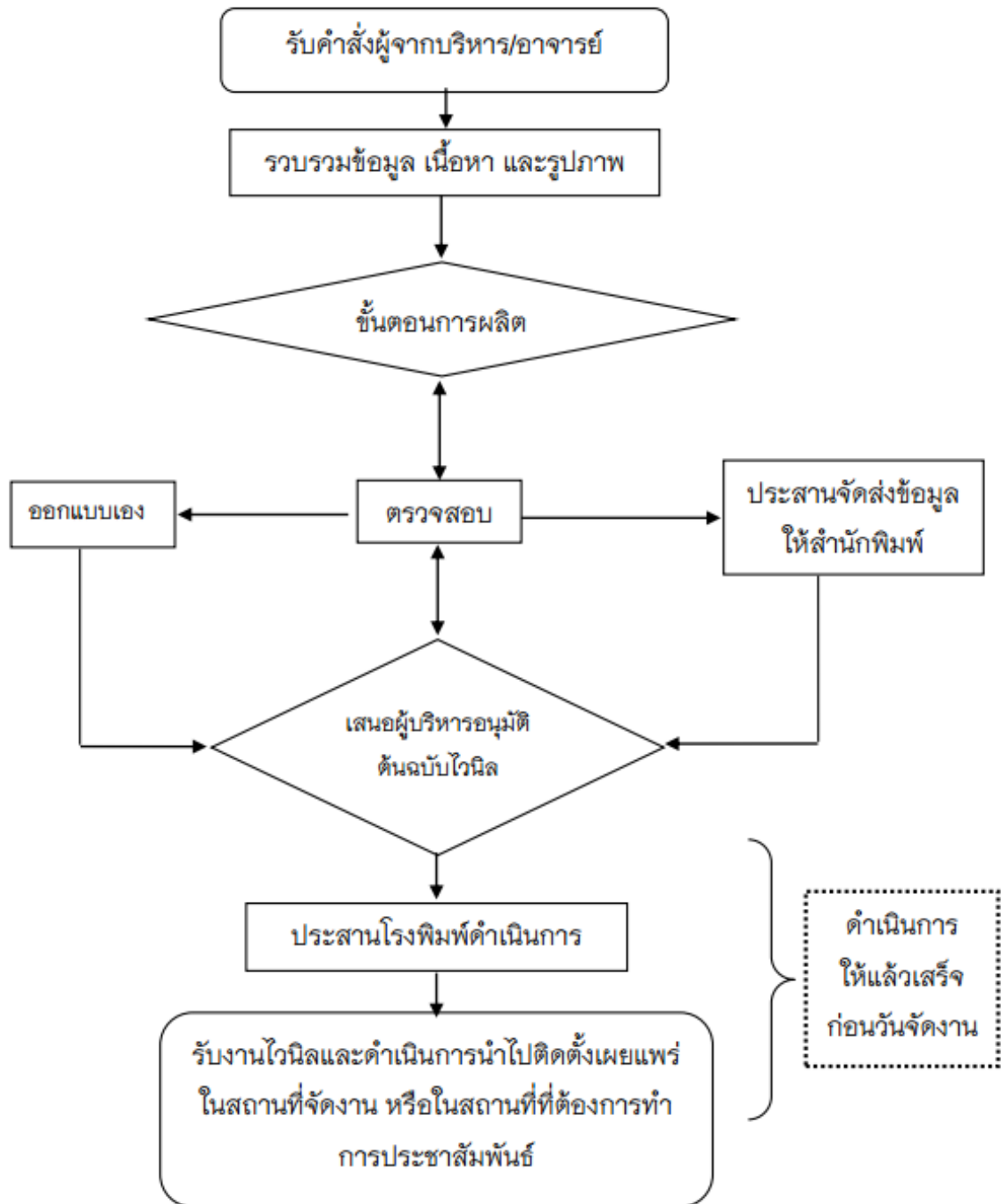
Work Flow กระบวนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่าง ๆ
(แผ่นพับ โปสเตอร์ ปกหนังสือ ประกาศนียบัตร ป้ายประชาสัมพันธ์)



งานออกแบบไวนิลประชาสัมพันธ์

| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน | | |
|----------------------|---|--|
| เวลาที่ใช้ | รายละเอียดงาน | ผู้รับผิดชอบ |
| 1 วัน | 1. รวบรวมข้อมูลและการจัดทำแผนดำเนินการ 1.1 รับเรื่อง / คำสั่ง 1.2 สํารวจข้อมูล วางแผนการดำเนินงาน 1.3 รวบรวมข้อมูล เนื้อหา และรูปภาพ | นักประชาสัมพันธ์ |
| 1-2 วัน | 2. ขั้นตอนการผลิต 2.1 ในกรณีออกแบบเอง ให้ดำเนินการออกแบบตามที่ได้วางคอนเซ็ปไว้ 2.2 ในกรณีส่งให้ร้านผลิต ดำเนินการจัดส่งข้อมูลให้ทางร้าน | นักประชาสัมพันธ์ |
| 1 วัน | 3. ขั้นตอนการพิจารณาแบบ 3.1 นำตัวอย่างที่ออกแบบให้ผู้บริหาร/ผู้สั่งงาน ตรวจสอบความถูกต้อง ถ้ามีการแก้ไขให้ดำเนินการแก้ไข ถ้าไม่มีการแก้ไขให้นำสู่ขั้นตอนส่งร้านเพื่อสั่งพิมพ์ 3.2 ในกรณีจ้างร้านผลิต ให้ตรวจสอบตัวอย่างแบบที่ทางร้านส่งมา และนำเสนอผู้บริหาร/ผู้สั่งงาน ตรวจสอบความถูกต้อง ถ้ามีการแก้ไขให้ดำเนินการแก้ไข ถ้าไม่มีการแก้ไข ให้อนุมัติต้นฉบับเพื่อสั่งพิมพ์ | - ผู้บริหาร/ผู้สั่งงาน - นักประชาสัมพันธ์ |
| 1 ชั่วโมง | 4. ขั้นตอนการติดตั้ง รับงานไวนิลและดำเนินการนำไปติดตั้งเผยแพร่ในสถานที่จัดงาน หรือในสถานที่ที่ต้องการทำการประชาสัมพันธ์ | นักประชาสัมพันธ์ |

Work Flow งานออกแบบไวนิลประชาสัมพันธ์

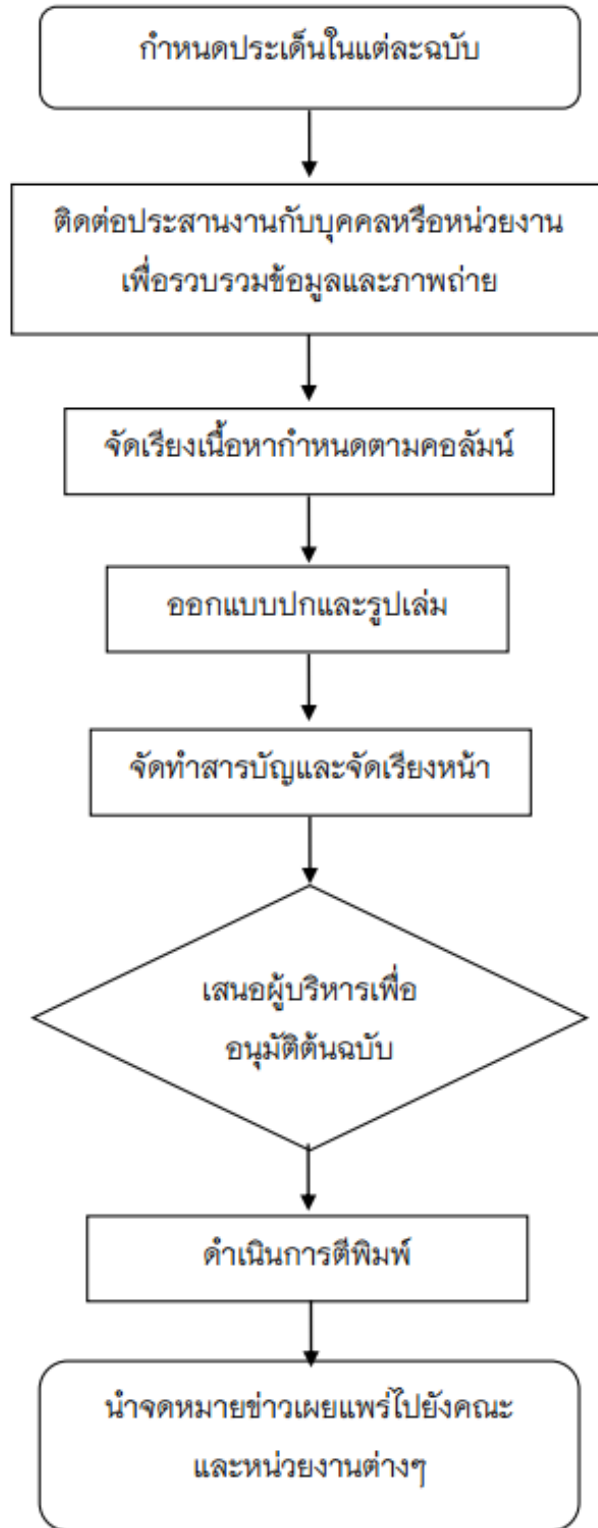


กระบวนการการจัดทำจดหมายข่าวคณะวิทยาการจัดการ
Management Sciences News

| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน | | |
|-----------------------------|---|---------------------|
| เวลาที่ใช้ | รายละเอียดงาน | ผู้รับผิดชอบ |
| 1 – 2 สัปดาห์ | 1. รวบรวมข้อมูลและการจัดทำแผนดำเนินการ 1.1 สํารวจข้อมูล วางแผนการดำเนินงาน 1.2 ติดต่อประสานงานกับบุคคลหรือหน่วยงานเพื่อรวบรวมข้อมูลและภาพถ่าย 1.3 จัดเรียงเนื้อหาที่กำหนดตามคอลัมน์ | นักประชาสัมพันธ์ |
| 3 วัน | 2. ขั้นตอนการออกแบบ 2.1 ออกแบบปกและรูปเล่ม 2.2 จัดทำสารบัญและจัดเรียงหน้า | นักประชาสัมพันธ์ |
| 1 วัน | 3. ขั้นตอนการพิจารณาแบบ นำตัวอย่างที่ออกแบบให้ผู้บริหาร ตรวจสอบความถูกต้อง ถ้ามีการแก้ไขให้ดำเนินการแก้ไข ถ้าไม่มีการแก้ไข ให้ผู้บริหารอนุมัติ และนำสู่ขั้นตอนการตีพิมพ์ | นักประชาสัมพันธ์ |
| 1 วัน | 4. ขั้นตอนการตีพิมพ์ นำต้นฉบับที่อนุมัติแล้วตีพิมพ์ | นักประชาสัมพันธ์ |
| 1 วัน | 5. เผยแพร่ นำจดหมายข่าวเผยแพร่ไปยังคณะและหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงทางช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ และเฟสบุ๊ก | นักประชาสัมพันธ์ |

Work Flow กระบวนการการจัดทำจดหมายข่าวคณะวิทยาการจัดการ

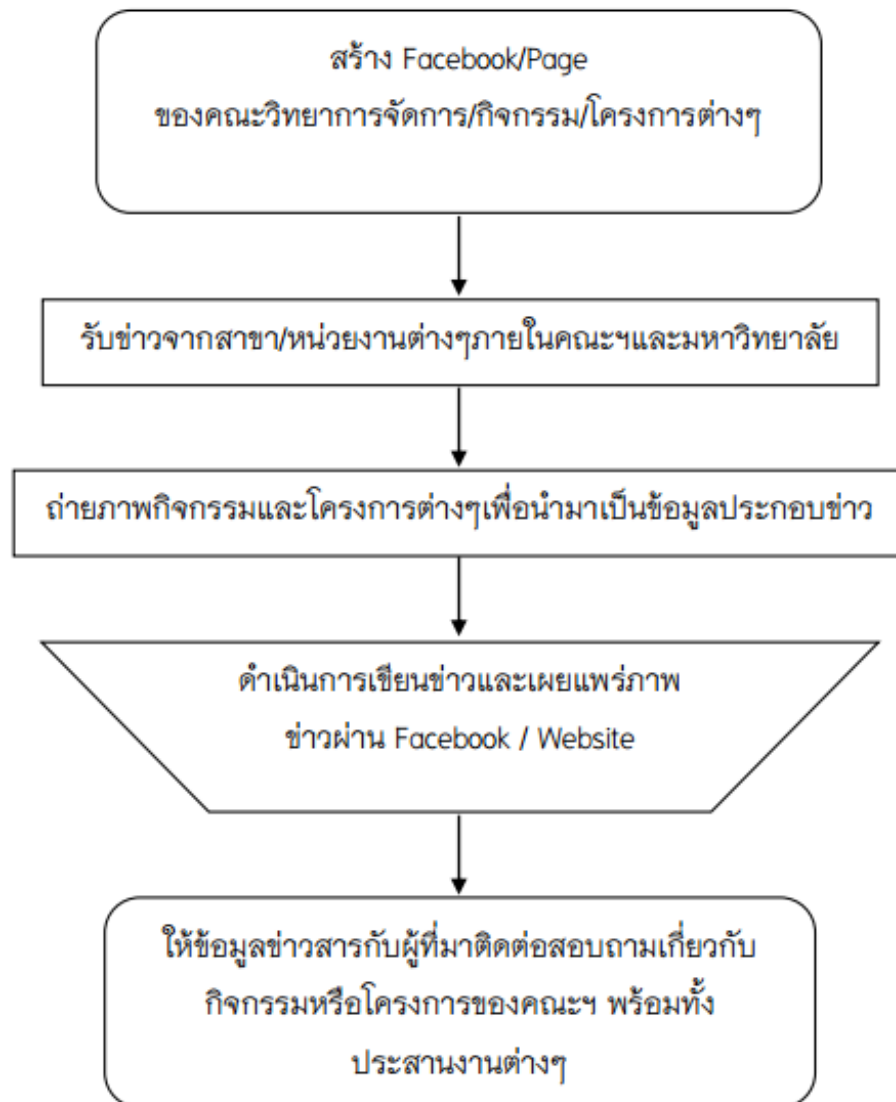
Management Sciences News



กระบวนการการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ทาง Social Media

| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน | | |
|-----------------------------|--|---------------------|
| เวลาที่ใช้ | รายละเอียดงาน | ผู้รับผิดชอบ |
| ภายใน 1 วัน | 1. รวบรวมข้อมูล 1.1 สร้าง Facebook/Page ของคณะวิทยาการจัดการ/ กิจกรรม/โครงการต่าง ๆ 1.2 รับข่าวจากสาขา / หน่วยงานต่าง ๆ ภายใน คณะและมหาวิทยาลัย 1.3 ถ่ายภาพกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เพื่อนำมา เป็นข้อมูลประกอบข่าว | นักประชาสัมพันธ์ |
| | 2. เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ ดำเนินการเขียนข่าวและเผยแพร่ภาพข่าวผ่าน ช่องทางออนไลน์ Facebook / Website | นักประชาสัมพันธ์ |
| | 3. ให้ข้อมูลเพิ่มเติม ให้ข้อมูลข่าวสารกับผู้ที่มาติดต่อสอบถามเกี่ยวกับ กิจกรรมหรือโครงการของคณะฯ พร้อมทั้ง ประสานงานต่าง ๆ | นักประชาสัมพันธ์ |

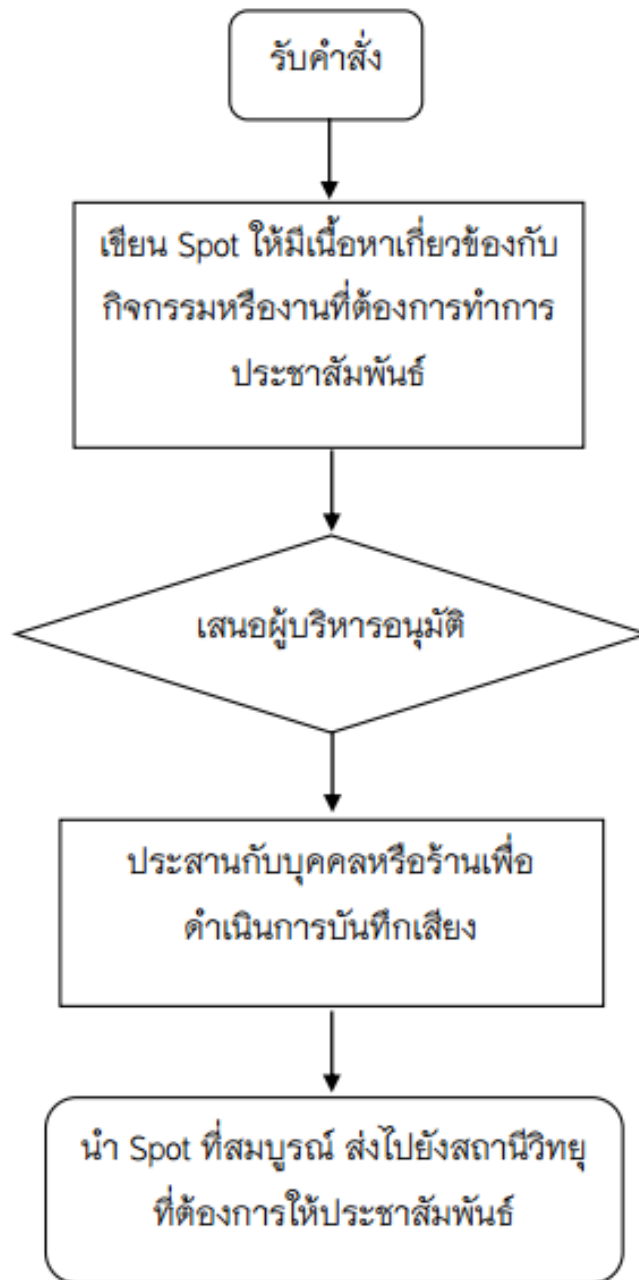
Work Flow กระบวนการการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ทาง Social Media



กระบวนการการเขียน Spot วิทย์

| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน | | |
|----------------------|--|------------------|
| เวลาที่ใช้ | รายละเอียดงาน | ผู้รับผิดชอบ |
| 1 วัน | 1. รวบรวมข้อมูลและการจัดทำแผนดำเนินการ 1.1 รับเรื่อง / คำสั่ง 1.2 สืบหาข้อมูล วางแผนการดำเนินงาน 1.3 รวบรวมข้อมูล | นักประชาสัมพันธ์ |
| 2 - 3 วัน | 2. ขั้นตอนการผลิต 2.1 จัดทำสคริปต์ ให้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรืองานที่ต้องการทำการประชาสัมพันธ์ 2.2 นำเสนอผู้บริหารเพื่ออนุมัติ 2.3 ประสานกับบุคคลหรือร้านเพื่อดำเนินการบันทึกเสียง | นักประชาสัมพันธ์ |
| 1 วัน | 3. ขั้นตอนการเผยแพร่ นำ Spot ที่สมบูรณ์ ส่งไปยังสถานีวิทยุที่ต้องการให้ประชาสัมพันธ์ | นักประชาสัมพันธ์ |

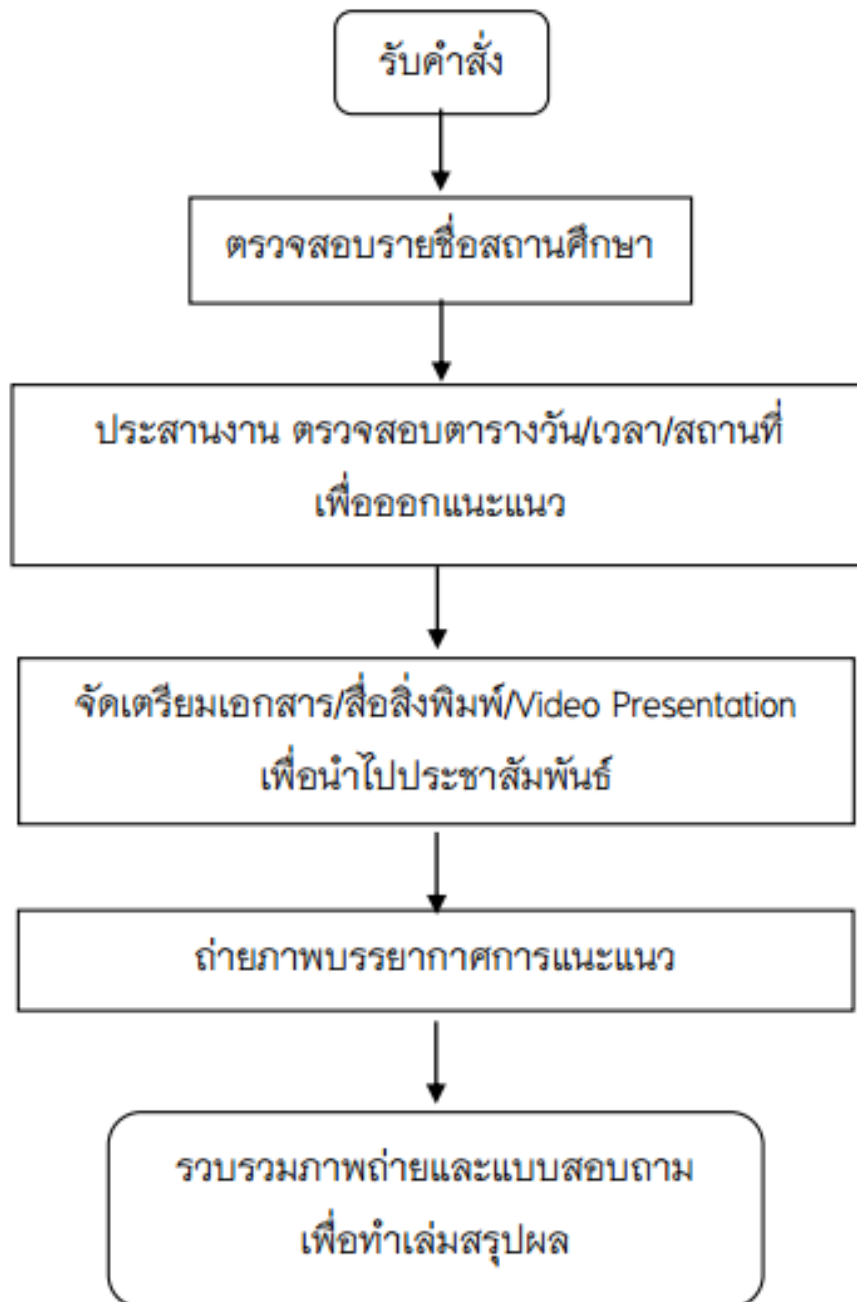
Work Flow กระบวนการการเขียน Spot วิทย์



งานแนะแนวเพื่อการศึกษาต่อ

| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน | | |
|-----------------------------|---|---------------------|
| เวลาที่ใช้ | รายละเอียดงาน | ผู้รับผิดชอบ |
| 1 วัน | 1. รวบรวมข้อมูลและการจัดทำแผนดำเนินการ 1.1 รับเรื่อง / คำสั่ง 1.2 สํารวจข้อมูล วางแผนการดำเนินงาน 1.3 ตรวจสอบรายชื่อสถานศึกษา | นักประชาสัมพันธ์ |
| 5 วัน | 2. จัดเตรียม 2.1 ประสานงาน ตรวจสอบตารางวัน/เวลา/สถานที่ เพื่อออกแนะแนว 2.3 จัดเตรียมเอกสาร/สื่อสิ่งพิมพ์/Video Presentation เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ | นักประชาสัมพันธ์ |
| 1 วัน | 3. วันออกแนะแนว ถ่ายภาพบรรยากาศการแนะแนว | นักประชาสัมพันธ์ |
| 3 วัน | 4. สรุปผล รวบรวมภาพถ่ายและแบบสอบถามเพื่อทำเล่มสรุปผล | นักประชาสัมพันธ์ |

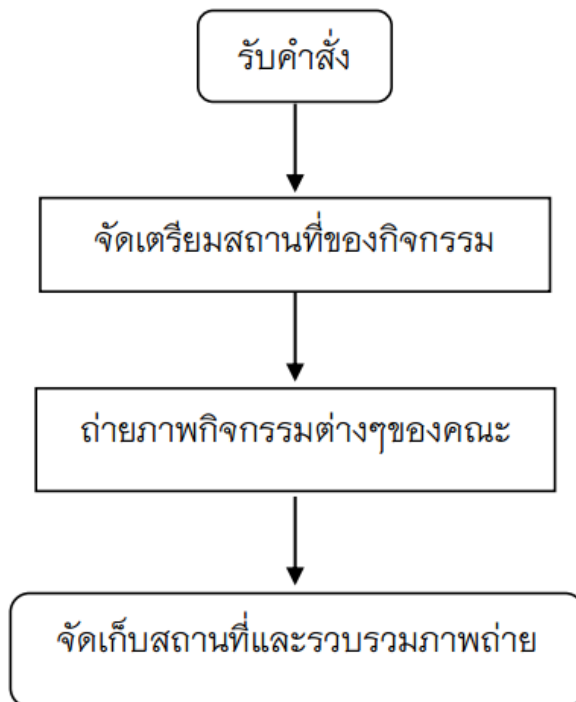
Work Flow งานแนะแนวเพื่อการศึกษาต่อ



งานกิจการนักศึกษา

| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน | | |
|----------------------|---|------------------|
| เวลาที่ใช้ | รายละเอียดงาน | ผู้รับผิดชอบ |
| 1 วัน | 1. รวบรวมข้อมูลและการจัดทำแผนดำเนินการ 1.1 รับเรื่อง / คำสั่ง 1.2 สํารวจข้อมูล วางแผนการดำเนินงาน | นักประชาสัมพันธ์ |
| 1 วัน | 2. ขั้นตอนดำเนินการ ก่อนวันงาน จัดเตรียมสถานที่ของการจัดกิจกรรมก่อนเริ่มงาน กิจกรรม | นักประชาสัมพันธ์ |
| 1 วัน | 3. ขั้นตอนดำเนินการ วันงาน 3.1 ดำเนินการถ่ายภาพกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะ 3.2 จัดเก็บสถานที่และรวบรวมภาพถ่าย | นักประชาสัมพันธ์ |

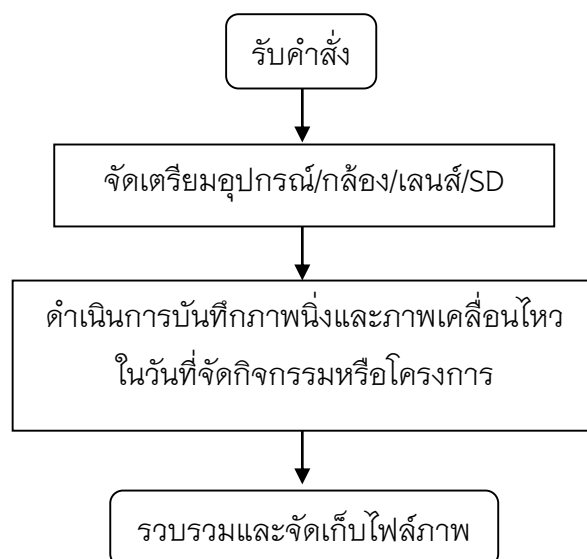
Work Flow งานกิจการนักศึกษา



งานถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว
ในกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ของคณะฯ

| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน | | |
|----------------------|--|------------------|
| เวลาที่ใช้ | รายละเอียดงาน | ผู้รับผิดชอบ |
| ภายใน 1 วัน | 1. รวบรวมข้อมูลและการจัดทำแผนดำเนินการ 1.1 รับเรื่อง / คำสั่ง 1.2 สืบหาข้อมูล วางแผนการดำเนินงาน | นักประชาสัมพันธ์ |
| | 2. ขั้นตอนดำเนินการ 2.1 จัดเตรียมอุปกรณ์/กล้อง/เลนส์/SD 2.2 ดำเนินการบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในวันที่จัดกิจกรรมหรือโครงการ 3. รวบรวมและจัดเก็บไฟล์ภาพ | นักประชาสัมพันธ์ |

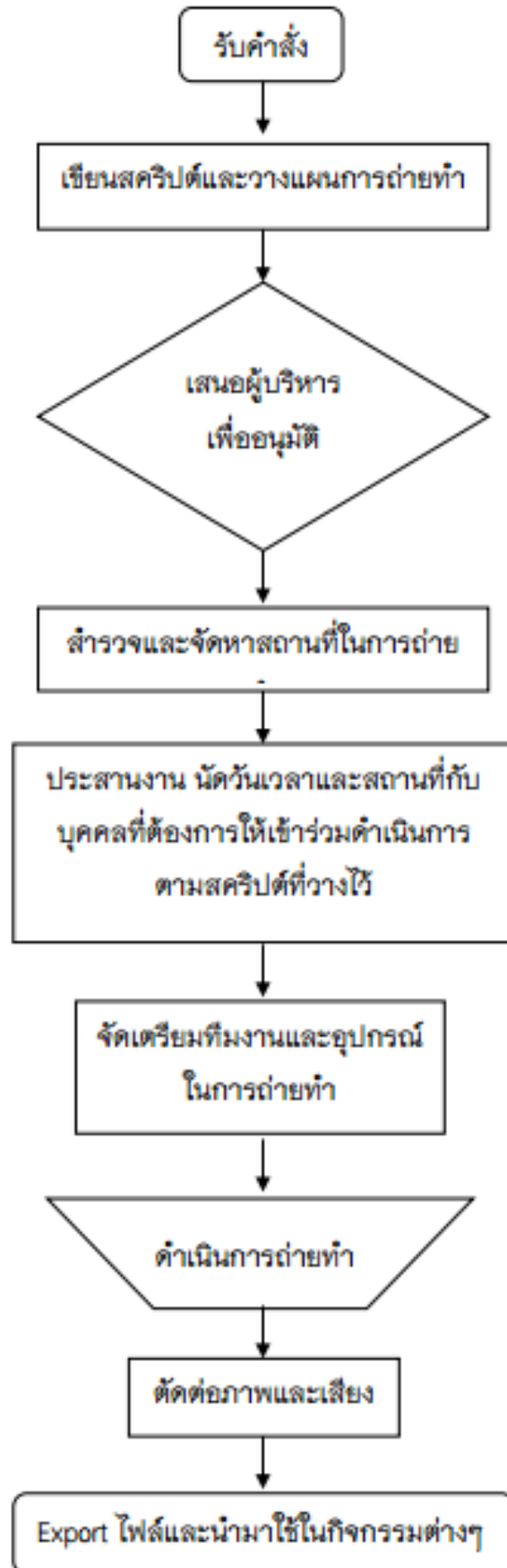
Work Flow งานถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว
ในกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ของคณะฯ



การผลิต Video Presentation

| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน | | |
|----------------------|---|------------------|
| เวลาที่ใช้ | รายละเอียดงาน | ผู้รับผิดชอบ |
| 1 วัน | 1. รวบรวมข้อมูลและการจัดทำแผนดำเนินการ 1.1 รับเรื่อง / คำสั่ง 1.2 สํารวจข้อมูล วางแผนการดำเนินงาน | นักประชาสัมพันธ์ |
| 2 สัปดาห์ | 2. ขั้นตอนดำเนินการ 2.1 เขียนสคริปต์และวางแผนการถ่ายทำ 2.2 เสนอผู้บริหารเพื่ออนุมัติ ถ้ามีการแก้ไขให้ดำเนินการแก้ไข ถ้าไม่มีการแก้ไข ให้ผู้บริหารอนุมัติ และนำสู่ขั้นตอนการผลิต | นักประชาสัมพันธ์ |
| 30 วัน | 3. ขั้นตอนการผลิต 3.1 สํารวจและจัดหาสถานที่ในการถ่ายทำ 3.2 ประสานงาน นัดวันเวลาและสถานที่กับบุคคลที่ต้องการให้เข้าร่วมดำเนินการตามสคริปต์ที่วางไว้ 3.3 จัดเตรียมทีมงานและอุปกรณ์ในการถ่ายทำ 3.4 ดำเนินการถ่ายทำ 3.5 ตัดต่อภาพและเสียง 3.6 Export ไฟล์และนำมาใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ | นักประชาสัมพันธ์ |

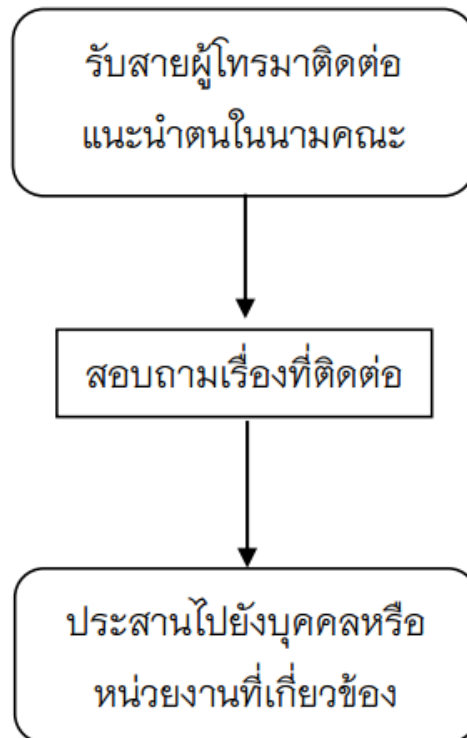
Work Flow การผลิต Video Presentation



ขั้นตอนการรับโทรศัพท์

| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน | | |
|----------------------|---|------------------|
| เวลาที่ใช้ | รายละเอียดงาน | ผู้รับผิดชอบ |
| ภายใน 1 นาที | 1. รับสายผู้โทรมาติดต่อ 2. แนะนำตนในนามคณะ 3. สอบถามเรื่องที่ติดต่อ ประสานไปยังบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง | นักประชาสัมพันธ์ |

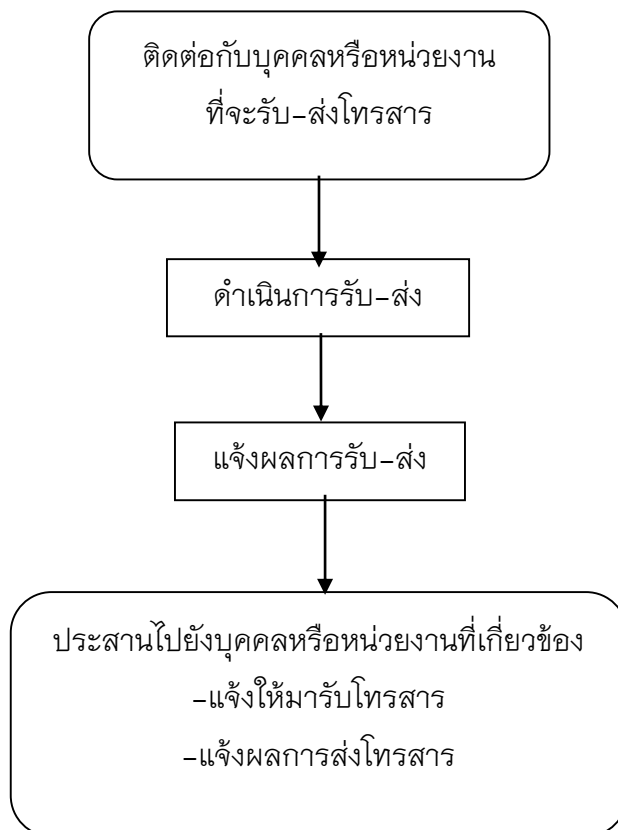
Work Flow ขั้นตอนการรับโทรศัพท์



ขั้นตอนการรับ-ส่ง โทรรสาร

| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน | | |
|----------------------|---|------------------|
| เวลาที่ใช้ | รายละเอียดงาน | ผู้รับผิดชอบ |
| ภายใน 5 นาที | 1. ติดต่อกับบุคคลหรือหน่วยงานที่จะรับ-ส่งโทรสาร 2. ดำเนินการรับ-ส่ง 3. แจ้งผลการรับ-ส่ง 4. ประสานไปยังบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -แจ้งให้มารับโทรสาร -แจ้งผลการส่งโทรสาร | นักประชาสัมพันธ์ |

Work Flow ขั้นตอนการรับ-ส่ง โทรสาร



4.3 วิธีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน / ความสำเร็จ

| ขั้นตอน | ความเสี่ยง | ตัวชี้วัด | การติดตามประเมินผล |
|---|--|--|--|
| 1. กระบวนการก่อนการผลิตข้าวประชาสัมพันธ์ | 1. ได้รับแจ้งวาระงานของผู้บริหารในระยะเวลาที่กระชั้นชิด 2. มีการเปลี่ยนแปลงเวลาดำเนินงานกะทันหัน | วาระงานได้รับการพิจารณาอย่างเหมาะสม สำหรับการผลิตร่วมประชาสัมพันธ์ | - เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตามวาระงานที่ได้รับมอบหมาย |
| 2. กระบวนการผลิตร่วมประชาสัมพันธ์ | 1. ข้อมูลไม่เพียงพอต่อการทำข่าวประชาสัมพันธ์ 2. กรณีเป็นการประชุมคณะกรรมการชุดต่างๆ บางครั้งยังไม่มีข้อยุติ | ร้อยละ 80 ของข่าวประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินการผลิตได้ตามระยะเวลาที่กำหนด | - จำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ผลิต - สรุปข้อมูลในรูปแบบบันทึกการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ |
| 3. กระบวนการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์และติดตามและประเมินผล | 1. ข่าวประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายไม่ครอบคลุม | ข่าวประชาสัมพันธ์ได้รับการเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก สื่อสิ่งพิมพ์ | - สรุปจำนวนช่องทางในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ |

มาตรฐานคุณภาพงาน

มาตรฐานระยะเวลา: การปฏิบัติงานด้านกระบวนการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ถึงแม้ว่าจะไม่มีเอกสารหรือข้อกำหนดระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุดในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน แต่จะยึดหลักการพื้นฐานที่เป็นสากลของการผลิตสื่อประเภทข่าว คือ ความถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

| ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์ | มาตรฐานระยะเวลา |
|--|--|
| ข่าวสรุปผล/ประเด็นสำคัญจากการประชุม | ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ ภายใน 3 ชั่วโมง หลังเสร็จสิ้นการประชุม |
| ข่าวจากการติดตามคณะผู้บริหารร่วมงานต่างๆ | ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ให้แล้วเสร็จ |

| | |
|-----------------------------------|---|
| | ภายใน 24 ชั่วโมง หลังจากเดินทางกลับ |
| ข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อการแถลงข่าว | ดำเนินการผลิตแล้วเสร็จก่อนการแถลงข่าวอย่างน้อย 3 ชั่วโมง ดำเนินการเผยแพร่ ภายใน 1 ชั่วโมง หลังเสร็จสิ้นการแถลงข่าว |
| ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมของคณะฯ | ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ให้แล้วเสร็จภายใน 24 ชั่วโมง หลังจากเสร็จกิจกรรม |

มาตรฐานในเชิงคุณภาพ / ข้อกำหนดที่สำคัญ

| ขั้นตอน | ข้อกำหนดที่สำคัญ |
|--|--|
| 1. กระบวนการก่อนการผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ | 1. ชัดเจน 2. ถูกต้อง 3. รวดเร็ว |
| 2. กระบวนการผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ | 1. ถูกต้อง 2. ชัดเจน 3. ทันการณ์ 4. ครบถ้วน |
| 3. กระบวนการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์และติดตามและประเมินผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ | 1. รวดเร็ว 2. ถูกต้อง 3. กว้างขวาง 4. ครบถ้วน |

4.4 เทคนิคการให้บริการกับผู้รับบริการให้มีความพึงพอใจ

ให้ความสะดวก เร็วรวดเร็วต่อผู้รับบริการ

4.5 จรรยาบรรณ / คุณธรรม จริยธรรม / สมรรถนะในการปฏิบัติงาน

1. จรรยาบรรณต่อตนเอง

บุคลากรต้องมีจรรยาบรรณต่อตนเอง ดังนี้

- 1) มีศีลธรรมอันดี ยึดมั่นในจริยธรรมและยืนหยัดในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นธรรม ประพฤติตนให้เหมาะสม กับการเป็นบุคลากร

2) มีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์สุจริตและรับผิดชอบ ประพฤติตนและปฏิบัติหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา

3) มีทัศนคติที่ดี รักการเรียนรู้และพัฒนาตนเองให้มีคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถและทักษะในการทำงานเพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ราชการมีประสิทธิภาพประสิทธิผลยิ่งขึ้น

4) มีความอดทนอดกลั้น เสียสละ และรับผิดชอบต่องานที่ปฏิบัติ 5) มีความสุภาพ อ่อนโยน สัมมาคารวะ และมีมนุษยสัมพันธ์อันดี

2. จรรยาบรรณต่อวิชาชีพ

บุคลากรต้องมีจรรยาบรรณต่อวิชาชีพ ดังนี้

1) รัก ศรัทธา รับผิดชอบต่อวิชาชีพและเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรวิชาชีพของตน

2) ใช้วิชาชีพในการปฏิบัติหน้าที่ราชการด้วยความซื่อสัตย์ ในกรณีที่วิชาชีพใดมีจรรยาบรรณวิชาชีพกำหนดไว้ ก็ต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพนั้นด้วย

บทที่ 5

ปัญหา อุปสรรค แนวทางแก้ไข และการพัฒนา

5.1 ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์สามารถแยก ได้ตามขั้นตอนการปฏิบัติงานด้วยหลักการบริหาร 4M ดังนี้

| การบริหาร การปฏิบัติงาน | ปัญหา อุปสรรค |
|---|--|
| 1. Man หรือ คน = การบริหารกำลังคน จะใช้คนอย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลกับงานให้มากที่สุด | 1. บุคลากรยังไม่เข้าใจในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรตนเอง 2. บุคลากรมีทัศนคติไม่ดีในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรตนเอง คิดว่า เป็นงานของนักประชาสัมพันธ์แต่เพียงผู้เดียว และหากตนเองไปประชาสัมพันธ์ ก็เป็นภาระงานเพิ่มขึ้นจากงานประจำ ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมของ บุคลากรในคณะฯ |
| 2. Money หรือ เงิน = การบริหารเงิน จะจัดสรรคเงินอย่างไรให้ใช้จ่ายต้นทุน น้อยที่สุดและให้เกิดประสิทธิภาพ และ ประสิทธิผล | 1. งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอ กับ ความต้องการในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย |
| 3. Materials หรือ วัสดุดิบ = การบริหารวัสดุให้การดำเนินงาน ว่า จะทำอย่างไรให้สิ้นเปลืองน้อยที่สุดหรือเกิด ประโยชน์สูงสุด | 1. วัสดุดิบ หรือ เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของงานประชาสัมพันธ์ |
| 4. Management หรือ การจัดการ = การจัดการ คือกระบวนการจัดการบริหารควบคุมเพื่อให้งานทั้งหมดเป็นไป อย่างมีประสิทธิภาพและเกิด ประสิทธิภาพอย่างเต็มที่ | 1. การบริหารจัดการยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการในการประชาสัมพันธ์ เช่น การบูรณาการ ประชาสัมพันธ์เข้ากับโครงการ หรือ การเรียนการสอน |

5.2 แนวทางแก้ไข และการพัฒนา

จากปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานงานข้างต้น ผู้จัดทำคู่มือมีแนวทางแก้ไขและพัฒนา
งานดังนี้

| การบริหาร การ ปฏิบัติงาน | ปัญหา อุปสรรค | แนวทางแก้ไขและพัฒนา |
|---|---|--|
| <p>1. Man หรือ คน = การบริหารกำลังคน จะใช้คนอย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลกับงานให้มากที่สุด</p> | <p>1. บุคลากรยังไม่เข้าใจในการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ตนเอง</p> <p>2. บุคลากรมีทัศนคติไม่ดีในการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ตนเอง คิดว่าเป็นงานของนักประชาสัมพันธ์แต่เพียงผู้เดียว และหากตนเองไปประชาสัมพันธ์ก็เป็นภาระงานเพิ่มขึ้นจากงานประจำ ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมของ บุคลากรในคณะฯ</p> | <p>1. ให้มีการนัดประชุมเพิ่มเติม เพื่อเป็นการชักจูงเพื่อความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ในองค์กรของตนเอง</p> <p>2 . ผู้บริหารทุกระดับในคณะฯ ควรมีการควบคุม ดูแล ติดตาม บุคลากรในเรื่องการ มีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะ ของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งทุกคนจะได้ แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ องค์กรตนเอง</p> |
| <p>2. Money หรือ เงิน = การบริหารเงิน จะจัดสรรเงินอย่างไรให้ใช้จ่ายต้นทุน น้อยที่สุดและให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล</p> | <p>1. งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอ กับ ความต้องการในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย</p> | <p>1. จัดให้มีการประชุมสังสรรค์ ดิษย์เก่า เพื่อระดมทุนในการหา งบประมาณ เช่น ทอดผ้าป่า</p> |
| <p>3. Materials หรือ วัสดุ = การบริหารวัสดุให้การดำเนินงาน ว่าจะทำอย่างไรให้สิ้นเปลืองน้อยที่สุด หรือเกิดประโยชน์สูงสุด</p> | <p>1. วัสดุอุปกรณ์ หรือ เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ ยังไม่ เพียงพอต่อความต้องการของงานประชาสัมพันธ์</p> | <p>1. ประสานความร่วมมือจาก องค์กรภายนอกเช่น สถานีวิทย์ โทรทัศน์ เพื่อการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ โดยที่อำนวยความสะดวก เช่นการอัดสเปคท โฆษณาไปให้เปิด เป็นการสร้างความสะดวกในการดำเนินงาน</p> |

| | | |
|---|--|--|
| <p>4. Management หรือ การจัดการ = การจัดการ คือ กระบวนการจัดการ บริหารควบคุมเพื่อให้ งานทั้งหมดเป็นไป อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิด ประสิทธิภาพ อย่างเต็มที่</p> | <p>1. การบริหารจัดการยังไม่สามารถ ตอบสนองความ ต้องการในการ ประชาสัมพันธ์ เช่น การบูรณาการ ประชาสัมพันธ์เข้ากับโครงการ หรือ การ เรียนการสอน</p> | <p>1. จัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน กระบวนการสื่อสารและ ประชาสัมพันธ์</p> |
|---|--|--|

5.3 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงาน

จากปัญหา อุปสรรค รวมทั้งแนวทางแก้ไขและพัฒนางาน ข้างต้นแล้วนั้น ผู้จัดทำคู่มือมี ข้อเสนอแนะเพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ดังนี้

1. ควรมีการนำงานประชาสัมพันธ์เข้าที่ประชุมคณะผู้บริหาร คณาจารย์และบุคลากรคณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เพื่อเป็นการติดตามงาน และทำให้บุคลากรทุกท่าน ได้ทราบถึงความเคลื่อนไหวในการประชาสัมพันธ์คณะฯ
2. ควรมีการบูรณาการกับโครงการที่มีการออกนอกสถานที่ เช่น โครงการแนะแนวการศึกษา ให้ไปจัดโครงการในโรงเรียนที่มีนักเรียนชั้นมัธยมตอนปลาย หรือ กศน. แต่ละอำเภอ หรือ องค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยอีกทางหนึ่ง
3. ควรมีการจัดทำช่องทางให้ความรู้กับบุคลากร เช่น เว็บไซต์ และมีการปรับปรุง ข้อมูลอย่าง เป็นปัจจุบัน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ เชิงรุกในโลกออนไลน์

บรรณานุกรม

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2545.

พรทิพย์ พิมลสินธ์ การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551

วิรัตน์ ธีรรัตนกุล การประชาสัมพันธ์ : ฉบับสมบูรณ์ = Public relations กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

ประวัติผู้จัดทำ



| | |
|------------------|--|
| ชื่อ | นายภาณุวัตร์ แดงนวลจันทร์ |
| วัน เดือน ปีเกิด | 22 มีนาคม 2525 |
| ที่อยู่ปัจจุบัน | 222/18 ม.5 ต.นครสวรรค์ตก อ.เมืองนครสวรรค์ จ.นครสวรรค์ |
| ประวัติการศึกษา | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์, 2550 คะแนนเฉลี่ยสะสม 3.27 |
| สถานที่ทำงาน | สำนักงานคณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| ตำแหน่ง | นักประชาสัมพันธ์ |