



คู่มือการปฏิบัติงาน

เรื่อง การประชาสัมพันธ์

จัดทำโดย

นางสาวสิรินภา ไทยไหม

หลักสูตรประกาศนียบัตรแพทย์แผนไทย

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

คำนำ

คู่มือการปฏิบัติงาน เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน รวมทั้ง เป็นการจัดการองค์ความรู้ไว้ที่ส่วนงาน ให้เป็นแหล่งเรียนรู้และพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ ยิ่งๆ ขึ้นไปในอนาคต ดังนั้น งานประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา จึงได้จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อรวบรวมขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ของงานประชาสัมพันธ์งาน ชื่อสื่อโฆษณา งานรับโทรศัพท์ ไว้ที่เว็บไซต์ ของสาขาวิชาการบริหารการพัฒนาประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดมาตรฐานในการปฏิบัติงาน

คู่มือฉบับนี้เป็นเครื่องมือช่วยในการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้ที่มีประสบการณ์ และความชำนาญ ในการปฏิบัติงานของงานประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ให้กับบุคคลภายนอก หรือผู้ใช้บริการ ได้เข้าใจ กระบวนการปฏิบัติงาน อันจะก่อให้เกิดการสื่อสารและความเข้าใจที่ตรงกัน ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

ทั้งนี้จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือการปฏิบัติงานนี้จะเป็ประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของสาขาวิชาการบริหารการพัฒนา และนำไปปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตามหลักธรรมาภิบาล และจรรยาบรรณ ต่อไป หากมีข้อเสนอแนะอันใดที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัย โปรดแจ้งฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นางสาวสิรินภา ไทยไหม

ผู้จัดทำ

ข

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
บทที่ 1 บทนำ	1
ความหมายของการประชาสัมพันธ	1
ความสำคัญของการประชาสัมพันธ	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่ได้รับ	2
ขอบเขต	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	2
บทที่ 2 หน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ	3
หน้าที่ความรับผิดชอบ	3
ความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	3
ข้อกำหนดที่สำคัญของกระบวนการ	4
ลักษณะงานที่ปฏิบัติ	4
บทที่ 3 หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน และหลักการประชาสัมพันธ	7
หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน	7
หลักการประชาสัมพันธ	7
จรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	11
บทที่ 4 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	12
การวางแผนประชาสัมพันธ	13
การประกาศข่าวสาร	14
การประชาสัมพันธรับนักศึกษา	15
การถ่ายรูปกิจกรรม	16

ค

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
การออกบูธ	17
การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	18
การตอบคำถามเบื้องต้นผู้มาติดต่อ	19
บทที่ 5 ปัญหาอุปสรรค แนวทางแก้ไข การพัฒนาและข้อเสนอแนะ	20
ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน	20
แนวทางแก้ไขและการพัฒนา	20
ข้อเสนอแนะ	20
ภาคผนวก	21

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 ในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชน กลุ่มเป้าหมายโดยการกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานกิจกรรม และบริการ หรือสินค้าของหน่วยงานนี้ และเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว”

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการสื่อสารขององค์การ หน่วยงานกับประชาชนหรือสังคม เพื่อก่อให้เกิดการผสมผสานแนวทางการรับรู้ การสนับสนุน ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานระหว่างองค์การหน่วยงานกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง จึงถือได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารงานต่าง ๆ ในการพัฒนาประเทศ องค์การ หน่วยงาน และสังคมส่วนรวม ให้ได้รับความสำเร็จสมบูรณ์ การใช้การประชาสัมพันธ์เข้าไปช่วยให้การปฏิบัติงานแพร่หลายกว้างขวาง เป็นการเพิ่มศักยภาพในการเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพของบุคลากรภายในหน่วยงาน และสัมพันธ์ภาพระหว่างองค์การ หน่วยงานกับประชาชน ปัจจุบันนี้องค์การหรือหน่วยงานทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ส่วนใหญ่ต่างเห็นความสำคัญของการมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เพราะเห็นว่า การประชาสัมพันธ์นั้น เป็นวิถีทางที่จะบรรลุผลในสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน ซึ่งความเข้าใจอันดีของประชาชนนี้ เป็นส่วนสำคัญต่อการดำรงอยู่ และการขยายขอบเขตของงานองค์การหน่วยงานทุกชนิด

ดังนั้นผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ จึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการพิจารณาตัดสินใจเกือบทุกประการในนโยบายทั่ว ๆ ไป ขององค์การ หน่วยงาน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อเป็นประโยชน์ในการประเมินผลการปรับปรุงคุณภาพกระบวนการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้เป็นคู่มือการปฏิบัติงาน
2. ได้เป็นคู่มือให้เพื่อนนักวิชาการคอมพิวเตอร์ผู้ปฏิบัติงานทำงานทดแทนกันได้

ขอบเขต

คู่มือการปฏิบัติงานนี้ครอบคลุมขั้นตอนการรับสมัครนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน ประชาสัมพันธ์ การประกาศข่าวสาร การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา การถ่ายรูปกิจกรรม การออกบูธ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การตอบคำถามเบื้องต้นผู้มาติดต่อ และการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์

นิยามศัพท์เฉพาะ

การผลิตข่าวประชาสัมพันธ์หมายถึง การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการดำเนินงานตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ หรือโครงการสำคัญของหน่วยงานซึ่งข้อมูลในการจัดทำข่าวได้มาจากเอกสารงาน/โครงการ/กิจกรรม การประชุม การแถลงข่าว ข้อร้องเรียนของประชาชน และสื่อมวลชน การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์หมายถึง การนำข่าวประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น เผยแพร่สู่สาธารณชนโดยตรงผ่าน ช่องทางที่หลากหลาย เช่น ผ่านสื่อมวลชน ผ่านทางช่องทางการสื่อสารต่างๆ 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 รวบรวม และเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน รวมทั้งข่าวสาร อื่นๆ ให้แก่บุคลากรในสถานศึกษา และ บุคลากรทั่วไป 2. รับผิดชอบศูนย์กลางการติดต่อสื่อสารต่างๆ ของ หน่วยงานทั้งภายใน และภายนอกสถานศึกษา 3. จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการ และ รายงานการ ปฏิบัติงานตามลำดับชั้น

ความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถูกระเบียบที่เกี่ยวข้องความต้องการ
ของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

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

ผู้ส่งมอบ / ผู้รับบริการ / ผู้มีส่วนได้/ส่วนเสีย/คู่ความร่วมมือ	ความต้องการ
คู่ความร่วมมือ : หลักสูตร/อาจารย์/บุคลากร	แจ้งข้อมูลข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่

กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ข้อกำหนดที่สำคัญของกระบวนการ

ข้อกำหนดที่สำคัญ	ที่มาของข้อกำหนดที่สำคัญ				
	ความต้องการ/ความคาดหวัง				กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ
	ผู้ส่งมอบ	ผู้เรียน/ผู้รับบริการ	ผู้มีส่วนได้/ส่วนเสีย	คู่ความร่วมมือ	
ร้อยละของการรับรู้ภาพลักษณ์และการให้บริการของมหาวิทยาลัย	✓	✓	✓	✓	-

ลักษณะงานที่ปฏิบัติ

ตำแหน่ง : นักประชาสัมพันธ์ (ระดับปฏิบัติการ) ปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานระดับต้นที่ ต้องใช้ความรู้ความสามารถทางวิชาการในการทำงานปฏิบัติงานกับงานประชาสัมพันธ์ภายใต้การ กำกับ แนะนำ ตรวจสอบ และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติในต วั น ต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการปฏิบัติการ

1.1 จัดกิจกรรมตามโครงการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ โดยประสานงานกับ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

1.2 สํารวจความคิดเห็นของประชาชน และรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆและสรุปผลเพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินการประชาสัมพันธ์

1.3 ศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการวิจัยวางแผนการประชาสัมพันธ์และติดตามผล

1.4 จัดทำเอกสาร และผลิตบทความ เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่

1.5 ศึกษา วิเคราะห์ และเสนอแนะความคิดเห็นในการวางแผนงานการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การกำหนดนโยบาย และแผนยุทธศาสตร์ในการเผยแพร่ข่าวสารและการใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อนำไปปรับปรุงงานการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น

1.6 ศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลทางวิชาการ รวมทั้งวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ประกอบในการจัดทำแผนงาน โครงการ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน

1.7 ร่วมจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้การเผยแพร่และสื่อสารประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

1.8 วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล ข่าวสาร และประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถเขียนข่าว บทความ และสารคดีเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีผลกระทบต่อภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1.9 ออกแบบ และจัดกิจกรรม นิทรรศการ และโครงการต่างๆ รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และแนะนำ การบริการต่างๆ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแก่ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไปเพื่อช่วยกระจายข้อมูล ข่าวสาร และประชาสัมพันธ์บริการต่างๆ ขององค์กรให้มีความทันสมัย ทันเหตุการณ์และเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

1.10 ออกแบบ จัดทำ และผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เอกสาร บทความ และรายงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น วารสารอุตสาหกรรม รายงานประจำปี และคู่มือต่างๆ เป็นต้น เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1.11 จัดทำเอกสาร รายงาน และสรุปผลการดำเนินงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม/โครงการ การใช้สื่อ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารในการพัฒนาและปรับปรุงระบบงานต่อไป

1.12 สํารวจประชามติตามเรื่องที่ได้รับมอบหมาย เพื่อนํามาวิเคราะห์ผลทางสถิติเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารในอนาคต

1.13 สร้าง และรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับสื่อมวลชน นักข่าว และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีความง่าย และสะดวกมากขึ้น

1.14 ร่วมดำเนินประเมินผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อ การผลิตสื่อ และการจัดโครงการและกิจกรรมต่างๆ เพื่อปรับปรุงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อ การผลิตสื่อ และการจัดโครงการและกิจกรรมต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

1.15 ศึกษา และติดตามเทคโนโลยีองค์ความรู้ใหม่ๆ กฎหมาย และระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ เพื่อนํามาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

2. ด้านการวางแผนวางแผนการทำงานที่รับผิดชอบร่วมดำเนินการวางแผนการทำงานของหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นหรือโครงการเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

3. ด้านการประสานงาน

3.1 ประสานการทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกทีมงานหรือหน่วยงาน เพื่อให้เกิด ความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด

3.2 ประสานงานด้านประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่นและเสร็จทันเวลา ที่กำหนดไว้

3.3 ชี้แจงและให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูล ข้อเท็จจริง แก่บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความเข้าใจหรือความร่วมมือในการดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมาย

4. ด้านการบริการ

4.1 ให้บริการข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่ประชาชนและหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ตรงตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น

4.2 แนะนำให้คำปรึกษาด้านข้อมูลข่าวสารขององค์กรเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

บทที่ 3

หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน และหลักการประชาสัมพันธ์

หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน

ตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่งสายงานประชาสัมพันธ์ ที่กำหนดโดย ก.พ.อ. เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2551 ระบุบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสายงานประชาสัมพันธ์สายงานนี้คลุมถึงตำแหน่งต่างๆ ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีลักษณะงานที่ปฏิบัติเกี่ยวกับการสำรวจรวบรวมรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสาร และเอกสารความรู้ในด้านต่างๆ เพื่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ การจัดสัมมนา เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานหรือผลงานของการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของชาติ เพื่อเป็นสื่อให้เป็นที่ไปตามแผนงาน และ นโยบายการ ประชาสัมพันธ์ หรือตามกฎหมาย และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

1. พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540
2. ระเบียบส านักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน พ.ศ.2548
3. พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546

หลักการประชาสัมพันธ์

สุนันทา เลาพันธ์ (2544: 192) ได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักทั่วไปในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ดีว่า ทุกคนสามารถทำการประชาสัมพันธ์ได้ แต่ถ้าจะให้ได้ผลดีต้องยึดถือหลักการดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์บนพื้นฐานของความถูกต้อง ตามทำนองคลองธรรม ยุติธรรม ไม่ เอาเปรียบกันและจริงใจด้วยกันทุกฝ่าย ทั้งนายจ้าง ลูกจ้าง ประชาชน อย่าโกหก หลอกลวง หลอกล่อ ปลอมปน ฉ้อฉล ฯลฯ
2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อความสมัคปรสมานสามัคคี ราบรื่น รักใคร่ ร่วมมือร่วมใจ ประสานสัมพันธ์กันของบุคลากรและมีประชาชนส่วนใหญ่เป็นเป้าหมาย
3. ประชาสัมพันธ์ด้วยความสุภาพ

รสนิยมดีไม่หยาบคายไม่ยกตนข่มท่านหรือทับถมผู้อื่น หรือให้ร้ายป้ายสีด้วยกลโกง

4. ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สื่อสารได้ดี อย่าใช้สถิติหรือตัวเลขที่ละเอียด ควรใช้แผนภาพหรือ แผนภูมิประกอบการอธิบายให้เข้าใจได้ง่าย น่าสนใจ

5. อย่าประชาสัมพันธ์ครั้งละหลายเรื่อง หลายแนวความคิด จะเกิดความสับสน ควรเสนอ เรื่องเดียวความคิดเดียวในแต่ละช่วง แต่ละตอน แต่ละครั้ง

6. เลือกข่าวสารที่จะเผยแพร่ส่งให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ไชยยศ เรื่องสุวรรณ (2522: 25-29) กล่าวว่า หลักการประชาสัมพันธ์มี 3 ประการ ได้แก่ การโฆษณาเผยแพร่, การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด, การสำรวจกระแสประชามติ ซึ่งมี รายละเอียดดังนี้

1.การโฆษณาเผยแพร่

การโฆษณาเผยแพร่ คือ การบอกกล่าวเผยแพร่เรื่องราวและข่าวสารของสถาบันไปสู่ ประชาชน ข่าวสารจะสร้างภาพพจน์ ชื่อเสียงและความเข้าใจอันดีแก่ประชาชน ถึงแม้การโฆษณา เผยแพร่จะเป็นการบอกกล่าวเรื่องราวข่าวสารจากทางสถาบันแต่เพียงข้างเดียว แต่ก็ยังเป็นหลักการ สำคัญประการแรกในการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นพื้นฐานแห่งความเข้าใจซึ่งกัน และกัน หลักการโฆษณาเผยแพร่ ประกอบไปด้วย

- 1) กำหนดจุดมุ่งหมายและเนื้อหาข่าวสาร
- 2) กำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- 3) ใช้สื่อที่เหมาะสมเพื่อให้ข่าวสารถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- 4) จัดข่าวสารให้มีลักษณะเป็นกันเองกับกลุ่มผู้รับให้อยู่ในสภาวะที่ผู้รับจะรู้และ เข้าใจได้
- 5) จัดข่าวสารและวิธีการบอกกล่าวให้โน้มน้าวใจผู้รับได้ เช่น คำนึ่งถึงจุดอ่อนไหวทางอารมณ์ การกล่าวย้ำ การชี้แจงแนะนำ เป็นต้น

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ความเข้าใจผิดในที่นี้ หมายถึง ความเข้าใจผิดของประชาชนที่มีต่อสถาบัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ของวิชาการความรู้ หรือข้อเท็จจริงต่าง ๆ ก็ตาม ความเข้าใจผิดตรงกับภาษาอังกฤษ ว่า Misconception หรือ misunderstanding ซึ่งความเข้าใจผิดนี้ จะก่อให้เกิดความเสียหายขึ้น มากมายหลายด้าน เช่น ขาดศรัทธา หวาดระแวง ไม่ไว้วางใจ ไปจนถึงการไม่ให้ความสนับสนุนร่วมมือ ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึงหลักการข้อนี้ เพื่อเตรียมแผนงาน ป้องกัน และ แก้ไข หากมีความเข้าใจผิดเกิดขึ้น ความเข้าใจผิดโดยทั่วไปที่จะเกิดขึ้นในกลุ่มประชาชนนั้น ส่วนใหญ่แล้ว จะได้แก่ เรื่องนโยบายของสถาบัน, ความมุ่งหมาย, วิธีการดำเนินงาน, ผลงานของสถาบัน ความเข้าใจผิด แม้จะเกิดขึ้นแต่เพียงในชนกลุ่มน้อย แต่ก็อาจแผ่ขยายวงกว้างออกไปได้อย่าง

รวดเร็ว หากไม่มีการแก้ไขเมื่อมีเหตุการณ์ความเข้าใจผิดเกิดขึ้น และความเข้าใจผิดนั้น จะเป็นอุปสรรคบ่อนทำลายความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับสถาบัน จึงจำเป็นต้องมีหลักการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

2.1 หลักการแก้ไขความเข้าใจผิด มี 2 ประการดังนี้

2.1.1 การแก้ไขปรับปรุงสถาบัน การแก้ไขปรับปรุงสถาบันจะกระทำต่อเมื่อเกิดความเข้าใจผิดอันเนื่องมาจากสถาบันเอง ซึ่งงานประชาสัมพันธ์อันเปรียบเสมือนกระจกเงาของสถาบันนี้จะเสนอเหตุผลและแนวทางการปรับปรุงแก้ไขโดยนักประชาสัมพันธ์ เรื่องนี้เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนัก เพราะนักประชาสัมพันธ์จะอยู่ระหว่างสถาบันกับประชาชน จึงต้องอาศัยความบริสุทธิ์ใจและเทคนิคต่าง ๆ ตลอดจนหลักการทางจิตวิทยาอย่างมาก

2.1.2 การแก้ไขชี้แจงไปยังกลุ่มประชาชน การแก้ไขความเข้าใจผิดในกรณีนี้ ก็หมายความว่าได้เกิดความเข้าใจผิดขึ้นในกลุ่มประชาชน ซึ่งจะต้องแก้ไขให้ประชาชนเข้าใจอย่างถูกต้อง

2.2 หลักการแก้ไขความเข้าใจผิดจะเป็นไปได้ 2 ทาง คือ หลักการแก้ไขทางตรง และหลักการแก้ไขทางอ้อม

2.2.1 หลักการแก้ไขทางตรง คือ การเผยแพร่ชี้แจงข้อเท็จจริงต่าง ๆ ตลอดจนหลักเกณฑ์

ทั้งหลายที่ถูกต้องไปสู่ประชาชนโดยตรงทั้งนี้ต้องทราบอย่างแน่ชัดเสียก่อนว่าความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น นั้น เป็นเรื่องอะไร เกิดขึ้นที่ไหน เมื่อไร มีขอบเขตและความรุนแรงเพียงใด มิเช่นนั้นแล้วอาจจะเกิดปฏิกิริยาหรือความไม่พอใจขึ้นในกลุ่มประชาชนที่ไม่ได้เกี่ยวข้องหรือไม่ได้มีความเข้าใจผิดก็ได้ นอกจากนั้นแล้วบุคคลที่จะชี้แจงแก้ไขความเข้าใจผิดก็มีความสำคัญไม่น้อยโดยทั่วไปกลุ่มประชาชนจะเชื่อถือบุคคลที่เขายอมรับ ดังนั้น คำแก้ไขจึงต้องมาจากบุคคลที่เชื่อถือได้ด้วย และการแก้ไขความเข้าใจผิดต้องรีบปฏิบัติการทันที ให้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ เมื่อเกิดความเข้าใจผิดขึ้นมา

2.2.2 หลักการแก้ไขทางอ้อม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อม ส่วนใหญ่จะใช้กับการ

เข้าใจผิดที่ยังไม่ปรากฏชัดเช่นข่าวลือเป็นต้นหรือใช้ในบางกรณีที่ปรากฏความเข้าใจผิดที่ชัดแจ้ง แต่ไม่อาจแก้ไขทางตรงได้ เพราะจะทำให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี จึงยึดหลักการแก้ไขทางอ้อม ซึ่งส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นการเผยแพร่ความรู้ ข้อเท็จจริง ตลอดจนหลักวิชาต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องอ้างอิงถึงความเข้าใจผิด เช่น เผยแพร่ข่าวสารความรู้ทางสื่อมวลชนหรือพาสื่อมวลชน (นักข่าว) เข้าไปเยี่ยมชมแหล่งของความเข้าใจผิดแล้วเสนอข้อเท็จจริง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมก็ยึดหลักความรวดเร็วฉับพลันทันต่อเหตุการณ์ เช่นเดียวกันกับการแก้ไขทางตรงจึงจะเกิดผล

3. การสำรวจกระแสประชามติ คำว่า ประชามติ หมายถึง ท่าที เจตนาหรือทัศนคติของประชาชนแสดงออกมา หรือ หมายถึงถ้อยคำ ท่าทีอันแสดงออกซึ่งความคิดเห็นของคนหมู่มาก ที่ได้ถูกเกี่ยวข้องกับประเด็นขัดแย้งอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้น จากความหมายที่กล่าวไป จะเห็นได้ว่าประชามติ เป็นเรื่องสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และพื้นฐานของการบริหาร เพราะประชามติคือท่าที ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อนโยบาย วิธีการ ตลอดจนผลงานของสถาบัน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นกระบอกเสียงของสถาบัน จึงต้องมีการสำรวจกระแสประชามติเป็นหลักสำคัญประกอบอยู่ด้วย และการสำรวจกระแสประชามติที่ตกเป็นภาระของนักประชาสัมพันธ์จะต้องคอยสำรวจตรวจสอบอยู่เสมอ แล้วเสนอต่อสถาบันพร้อมกับให้คำแนะนำชี้แจงประกอบไปด้วย

3.1 มติ แบ่งได้เป็นหลายประเภท ดังนี้

3.1.1 มติส่วนตัว ทัศนคติของบุคคลในเรื่องการให้ความหมายของสภาพการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งไปตามที่ตนเข้าใจ มติประเภทนี้อาจขัดแย้งกับผู้อื่นได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และการศึกษาของกลุ่มสังคมที่แต่ละบุคคลสังกัดอยู่ มติส่วนตัวนี้มีทั้งแสดงออกและไม่แสดงออกอย่างเปิดเผย มติส่วนตัวที่ยังไม่ได้แสดงออกเรียกว่า มติเฉพาะตัวซึ่งจะมีอิทธิพลต่อมติส่วนตัวที่แสดงออกอย่างเปิดเผย ทั้งทางตรงและทางอ้อม

3.1.2 มติข้างมากและมติข้างน้อย เป็นมติที่กลุ่มคนแสดงออกมาให้เห็นอย่างเด่นชัดในกรณีง่าย ๆ และไม่ซับซ้อน

3.1.3 มติผสม เป็นมติที่ไม่สามารถหามติข้างมากได้ มีเพียงมติข้างน้อยหลาย ๆ มติ รวมกันเรียกว่า มติผสม มติผสมมักเกิดขึ้นจากปัญหาหรือปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ทางสังคมหรือจากเหตุการณ์และแรงผลักดันของเหตุการณ์ภายนอก

3.1.4 มติสอดคล้องกัน เป็นมติประเภท “เห็นเขาวงกตว่าตามเขา” มติลักษณะนี้เกิดจากความไม่รู้หรือไม่ได้สนใจติดตามเรื่องราวปัญหาตลอดจนผลที่จะตามมาทั้งมากนักนั่นเอง โอกาส ผิดพลาดของมติประเภทนี้มีอยู่มาก

3.1.5 มติทั่วไป เป็นมติที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัว อันเนื่องมาจากขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นมติที่ไม่มีใครโต้แย้งหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

3.2 การสำรวจกระแสประชามติ ทำได้ 2 ทาง ดังนี้

3.2.1 การสำรวจทางตรง เป็นการสำรวจตรวจสอบไปยังกลุ่มประชาชนโดยตรง โดยการ

ป้อนคำถาม เป็นแบบสอบถามไปยังกลุ่มประชาชนด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การสุ่มตัวอย่างในกรณีของกลุ่มประชาชนมีขนาดใหญ่มาก หรือการให้ทุกคนได้ตอบคำถามในกรณีของกลุ่มประชาชนมีขนาดเล็ก เป็นต้น

3.2.2 การสำรวจทางอ้อม เป็นการสำรวจกระแสประชามติด้วยการสังเกตปรากฏการณ์ต่างๆ ที่กลุ่มประชาชนแสดงออก เช่น การตรวจข่าวจากสิ่งพิมพ์สื่อมวลชน การสำรวจสถิติเอกสาร การวิจัย การออกไปพบปะเยี่ยมเยียนและอื่นๆ การสำรวจด้วยวิธีนี้เป็น การสำรวจที่ไม่ต้องการผลละเอียดนัก หรือใช้ในกรณีที่ไม่สามารถสำรวจโดยตรงได้

จรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน

จ ร ร ย า บ ร ร ณ ต่ อ ต น เ อ ง

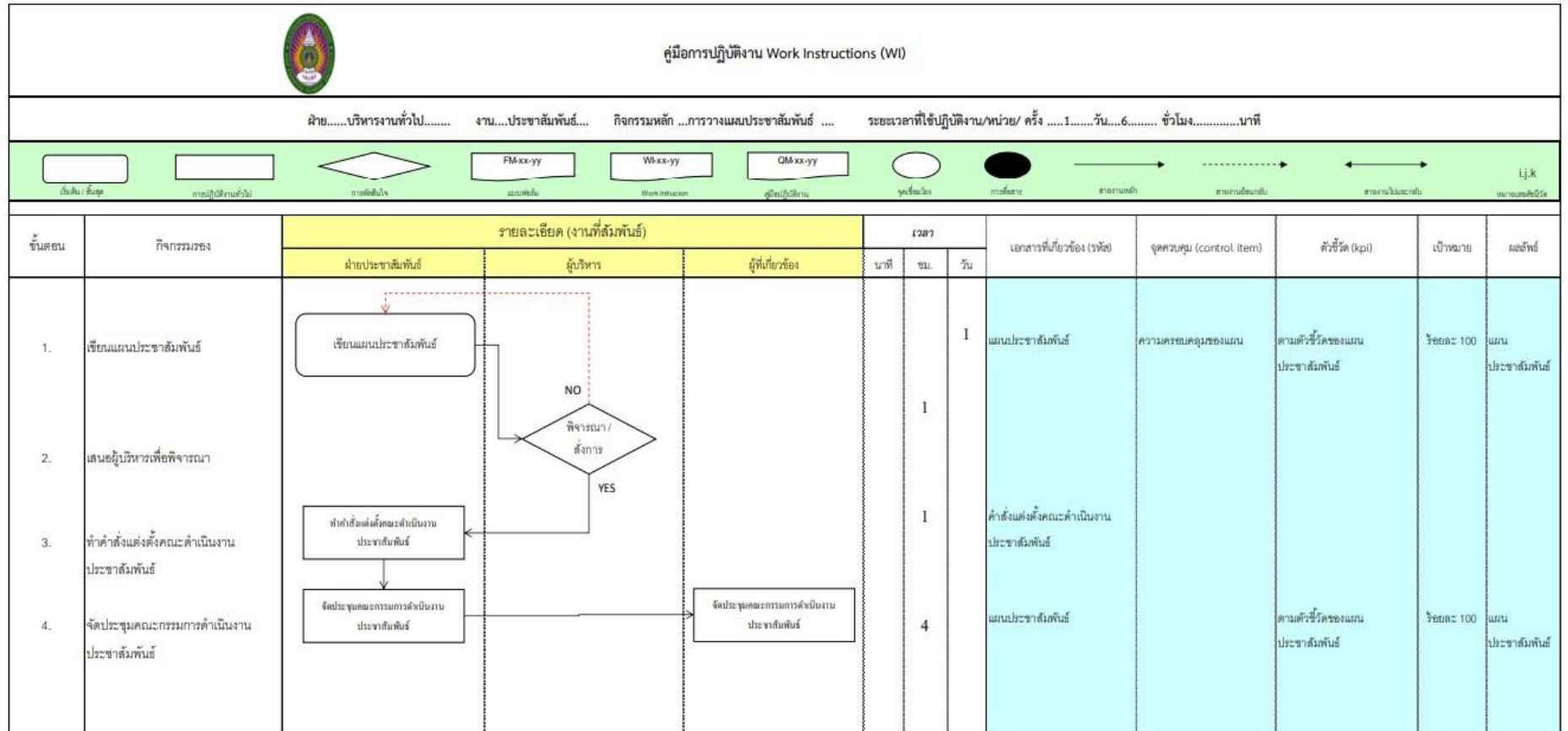
บุคลากรต้องมีจรรยาบรรณต่อตนเอง ดังนี้

1. มีศีลธรรมอันดี ยึดมั่นในจริยธรรมและยืนหยัดในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นธรรม ประพฤติตนให้ เหมาะสม กับการเป็นบุคลากร
2. มีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์สุจริตและรับผิดชอบ ประพฤติตนและปฏิบัติหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา
3. มีทัศนคติที่ดี รักการเรียนรู้และพัฒนาตนเองให้มีคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถและทักษะในการท างานเพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ราชการมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลยิ่งขึ้น
4. มีความอดทนอดกลั้น เสียสละ และรับผิดชอบต่องานที่ปฏิบัติ 5. มีความสุภาพอ่อนโยน สัมมาคารวะ และมีมนุษยสัมพันธ์อันดี **จ ร ร ย า บ ร ร ณ ต่ อ วิ ชา ศี พ**
บุคลากรต้องมีจรรยาบรรณต่อวิชาชีพ ดังนี้

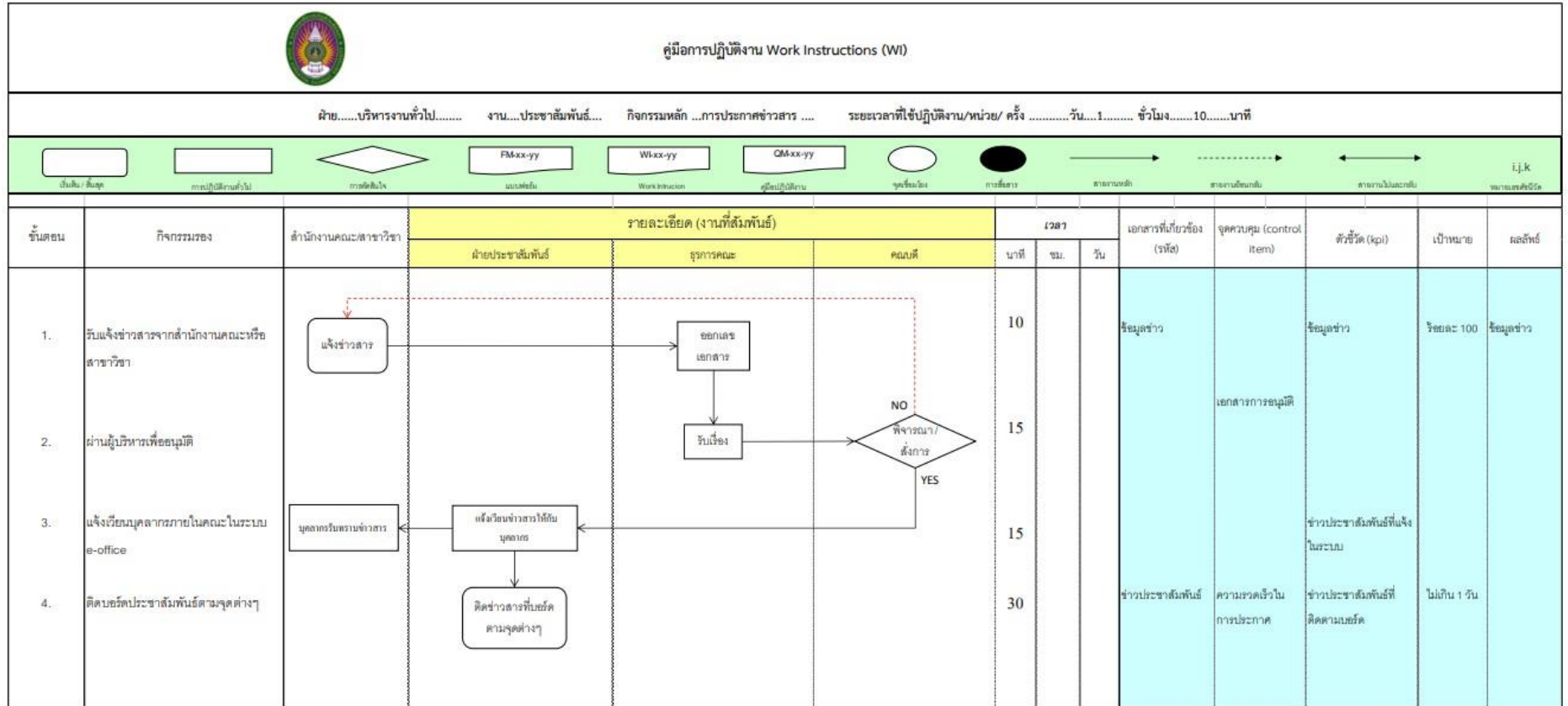
1. รัก ศรัทธา รับผิดชอบต่อวิชาชีพและเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรวิชาชีพของตน
2. ใช้ วิชา ศี พ ใน การ ปฏิบัติ หน้าที่ ราชการ ด้วย ความ ซื่อ สัตย์
ในกรณีที่วิชาชีพใดมีจรรยาบรรณ วิชาชีพ กำหนดไว้ ก็ต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพนั้นด้วย

บทที่ 4 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

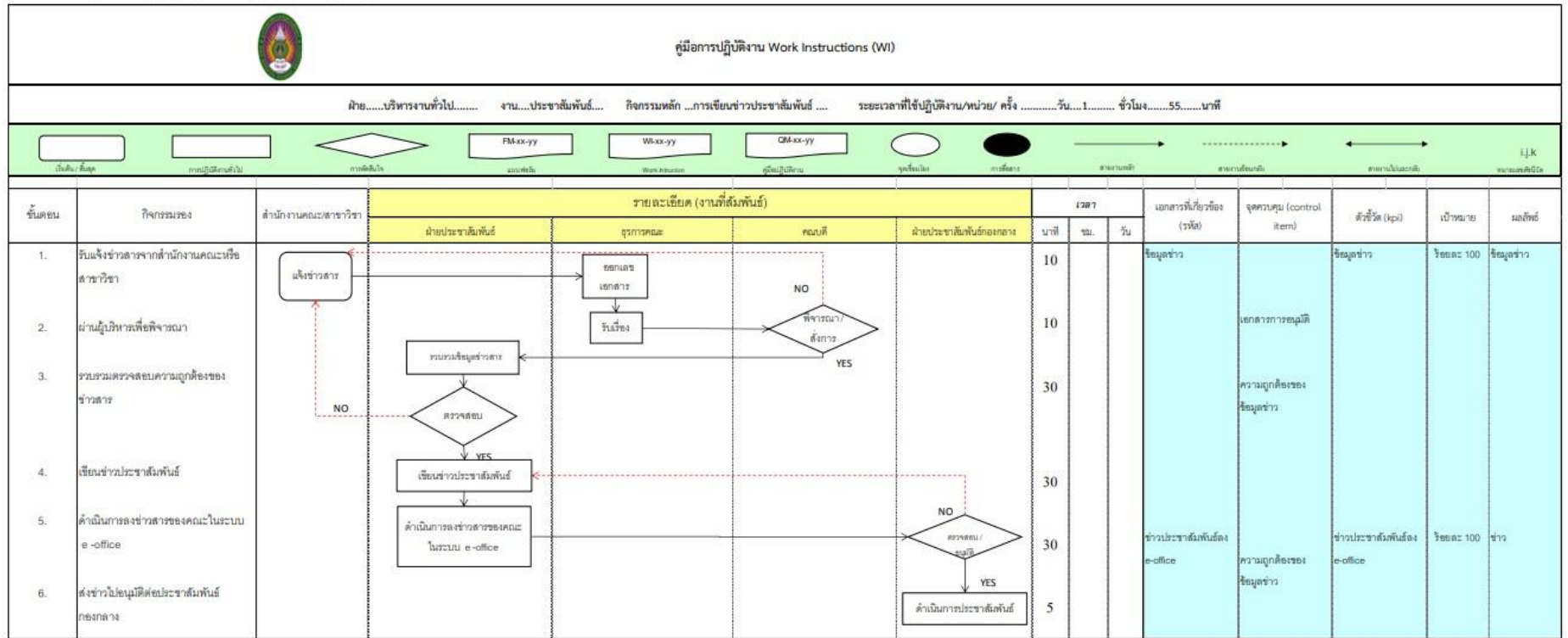
การวางแผนประชาสัมพันธ์



การประกาศข่าวสาร




การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์



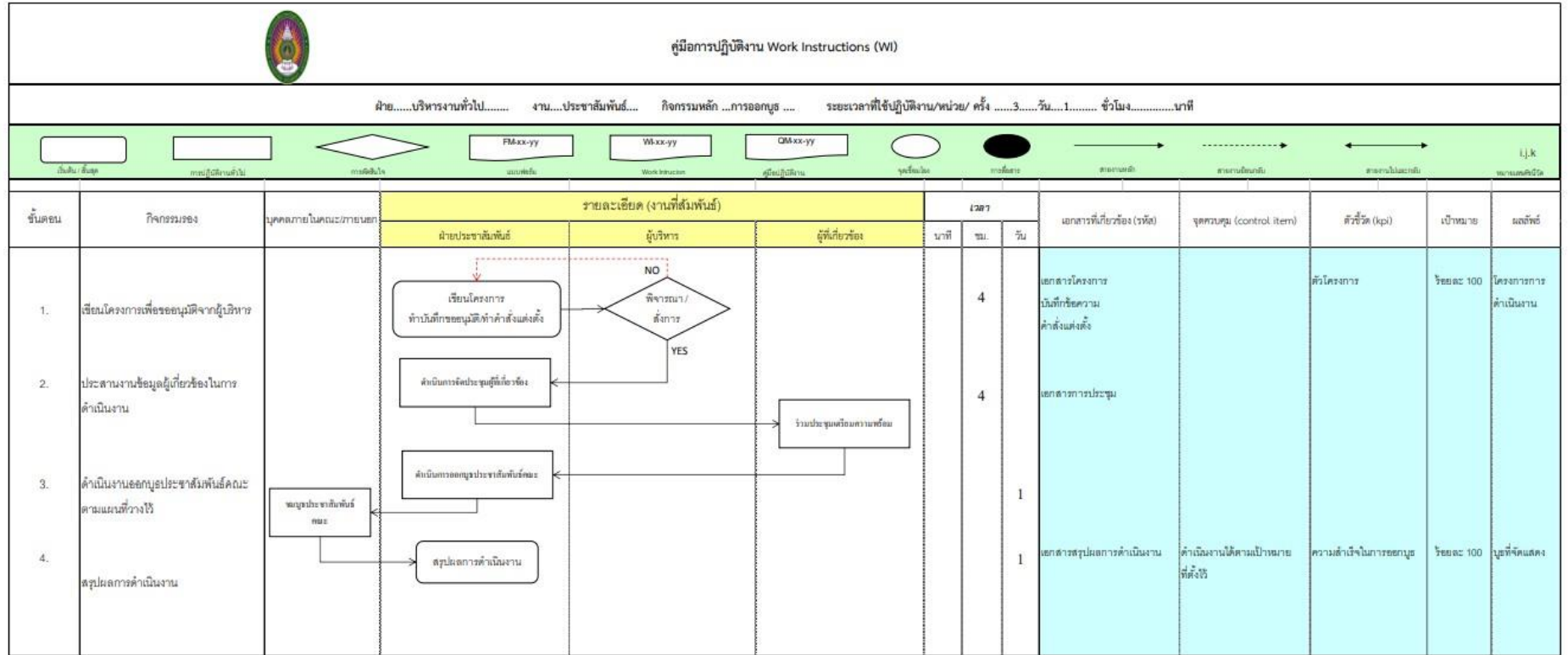
การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา

คู่มือการปฏิบัติงาน Work Instructions (WI)												
ฝ่าย.....บริหารงานทั่วไป.....		งาน....ประชาสัมพันธ์....		กิจกรรมหลัก ..การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา/ภายใน-ภายนอก		ระยะเวลาที่ใช้ปฏิบัติงาน/หน่วย/ ครั้งวัน..... ชั่วโมง.....40.....นาที						
											l,j,k	
เริ่มต้น / สิ้นสุด	การปฏิบัติงานทั่วไป	การตัดสินใจ	แบบฟอร์ม	Work Instruction	คู่มือปฏิบัติงาน	จุดเชื่อมโยง	การพิจารณา	สถานะยกเลิก	สถานะสิ้นบทัน	สถานะไม่สะดวก	หมายเลขตัวชี้วัด	
ขั้นตอน	กิจกรรมรอง	บุคคลภายในคณะ/ภายนอก	รายละเอียด (งานที่สัมพันธ์)		เวลา			เอกสารที่เกี่ยวข้อง (รหัส)	จุดควบคุม (control item)	ตัวชี้วัด (kpi)	เป้าหมาย	ผลลัพธ์
			ฝ่ายวิชาการ	ฝ่ายประชาสัมพันธ์	นาที	ชม.	วัน					
1.	รับข้อมูลการรับนักศึกษาจากฝ่ายวิชาการ		แจ้งข้อมูลรับนักศึกษา	รับข้อมูลการรับนักศึกษา	10							
2.	นำข้อมูลขึ้นระบบ e-office และเว็บไซต์ คณะ	ทราบข้อมูล		จัดรูปแบบข้อมูลระบบ e-office และเว็บไซต์	30			ข้อมูลการรับนักศึกษา	ความถูกต้องของข้อมูล	การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา	ร้อยละ 100	การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา

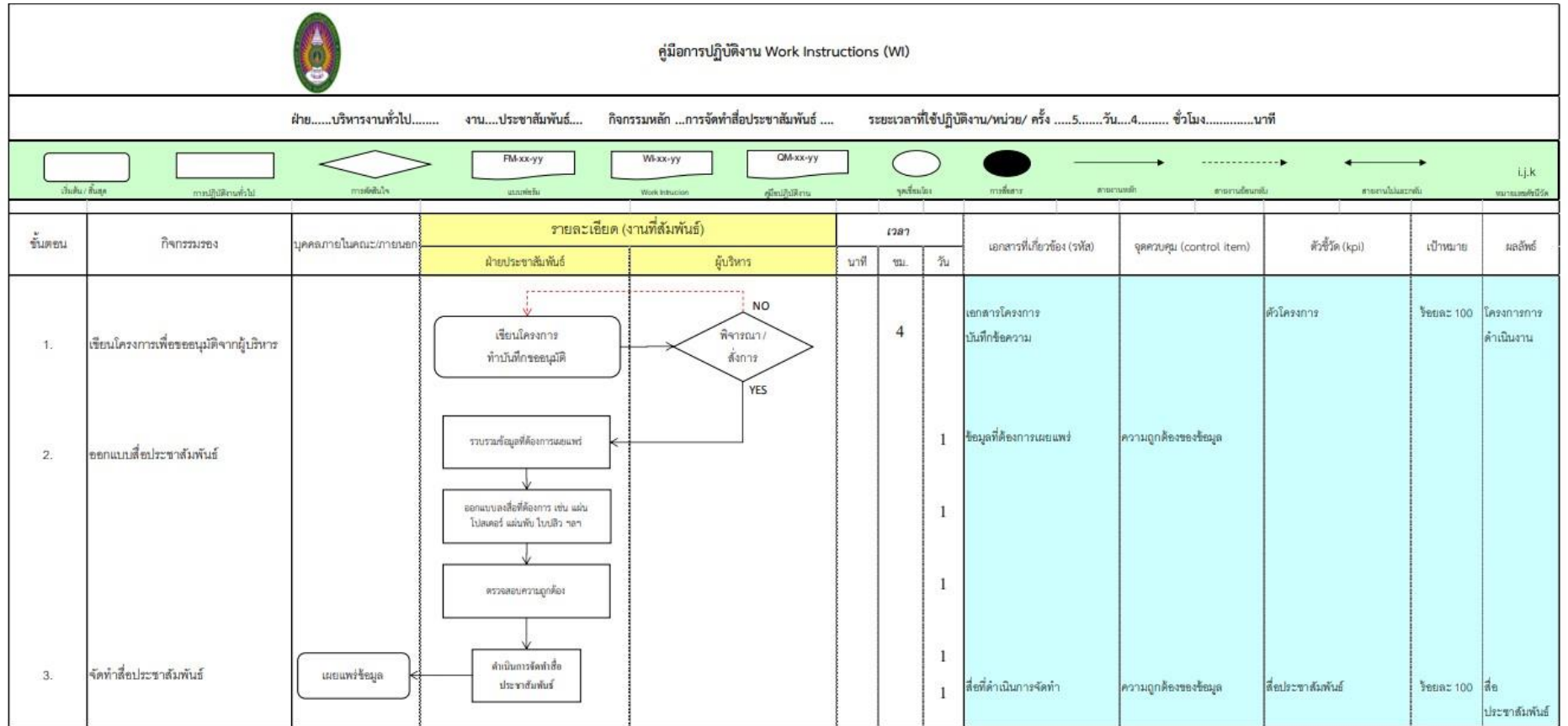
การถ่ายรูปรูปกิจกรรม

 คู่มือการปฏิบัติงาน Work Instructions (WI)											
ฝ่าย.....บริหารงานทั่วไป.....		งาน....ประชาสัมพันธ์....		กิจกรรมหลัก ..การถ่ายรูปรูปกิจกรรม		ระยะเวลาที่ใช้ปฏิบัติงาน/หน่วย/ ครั้งวัน..... ชั่วโมง.....50.....นาที					
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin-right: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin-right: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; margin-right: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-right: 5px;">FM-xx-yy</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-right: 5px;">WI-xx-yy</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-right: 5px;">QM-xx-yy</div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; margin-right: 5px; border-radius: 50%;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; margin-right: 5px; border-radius: 50%; background-color: black;"></div> <div style="margin-right: 5px;">→</div> <div style="margin-right: 5px;">- - - - -</div> <div style="margin-right: 5px;">↔</div> <div style="margin-right: 5px;">i,j,k</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 8px; margin-top: 5px;"> เริ่มต้น / สิ้นสุด การปฏิบัติงานทั่วไป การตัดสินใจ แบบฟอร์ม Work Instruction คู่มือปฏิบัติงาน จุดเชื่อมโยง การสื่อสาร สายงานหลัก สายงานอื่นกลับ สายงานไปและกลับ หมายเหตุอื่น </div>											
ขั้นตอน	กิจกรรมรอง	รายละเอียด (งานที่สัมพันธ์)		เวลา			เอกสารที่เกี่ยวข้อง (รหัส)	ควบคุม (control ite	ตัวชี้วัด (kpi)	เป้าหมาย	ผลลัพธ์
		ผู้บริหาร	ฝ่ายประชาสัมพันธ์	นาที	ชม.	วัน					
1.	รับแจ้งปฏิทินกิจกรรม	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: 100px; margin: 0 auto;">แจ้งปฏิทินกิจกรรม</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100px; margin: 0 auto;">รับแจ้งปฏิทินกิจกรรม</div>	10			ปฏิทินกิจกรรม				
2.	ถ่ายรูปตามงานกิจกรรมที่ได้รับแจ้ง		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100px; margin: 0 auto;">ถ่ายรูปตามงานกิจกรรมที่ได้รับแจ้ง</div>	30							
3.	นำรูปที่ถ่ายลงเครื่องคอมพิวเตอร์		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100px; margin: 0 auto;">นำรูปลงเครื่องคอมพิวเตอร์ พร้อมใช้งานต่อไป</div>	10					รูปถ่าย	ร้อยละ 100	รูปถ่าย



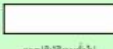

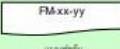
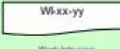
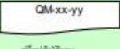

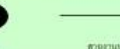
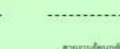
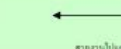

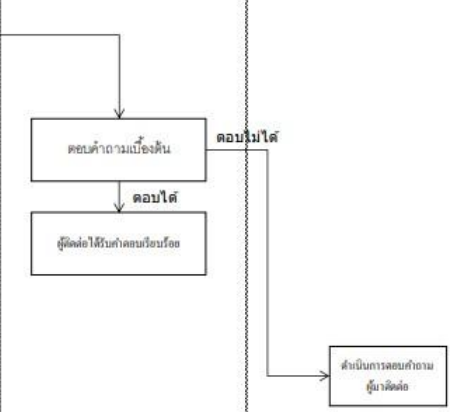
การออกบูธ



การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์



การตอบคำถามเบื้องต้นผู้มาติดต่อ

 คู่มือการปฏิบัติงาน Work Instructions (WI)													
ฝ่าย.....บริหารงานทั่วไป.....		งาน....ประชาสัมพันธ์....		กิจกรรมหลัก ...การตอบคำถามเบื้องต้นผู้มาติดต่อ		ระยะเวลาที่ใช้ปฏิบัติงาน/หน่วย/ ครั้งวัน..... ชั่วโมง.....20.....นาที							
 เริ่มต้น / เริ่มสุด	 การปฏิบัติงานทั่วไป	 การตัดสินใจ	 FM-xx-yy แบบฟอร์ม	 WI-xx-yy Work Instruction	 JM-xx-yy คู่มือปฏิบัติงาน	 จุดเริ่มใหม่	 การสิ้นสุด	 สถานการณ์ปกติ	 สถานการณ์ยกเว้น	 สถานการณ์ฉุกเฉิน	i,j,k หมายเลขตัวชี้วัด		
ขั้นตอน	กิจกรรมรอง	บุคคลภายในคณะ/หน่วยงาน	รายละเอียด (งานที่สัมพันธ์)		เวลา			เอกสารที่เกี่ยวข้อง (รฟล)	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	ค่าตอบ

บทที่ 5 ปัญหาอุปสรรค แนวทางแก้ไข การพัฒนาและข้อเสนอแนะ

ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ สามารถแยกได้ตามขั้นตอนการปฏิบัติงานด้วยหลักการบริหาร ดังนี้

1. บุคลากรยังไม่เข้าใจในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรตนเอง
2. บุคลากรมีทัศนคติไม่ดีในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรตนเอง คิดว่าเป็นงานของนักประชาสัมพันธ์แต่เพียงผู้เดียว และหากตนเองไปประชาสัมพันธ์ก็เป็นภาระงานเพิ่มขึ้นจากงานประจำ ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมของบุคลากรในมหาวิทยาลัย
3. งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอกับความต้องการในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย
4. การบริหารจัดการยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการในการประชาสัมพันธ์ เช่น การบูรณาการ ประชาสัมพันธ์เข้ากับโครงการ หรือการเรียนการสอน

แนวทางแก้ไขและการพัฒนา

1. ให้มีการนัดประชุมเพิ่มเติมเพื่อเป็นการซักซ้อมเพื่อความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ใน องค์กรของตนเอง
2. ประธานหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา ควรมีการควบคุมดูแล ติดตามบุคลากรในเรื่องการมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งทุกคนได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการ ประชาสัมพันธ์องค์กรตนเอง
3. จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการจัดทำช่องทางให้ความรู้กับบุคลากร เช่น เว็บไซต์ และมีการปรับปรุงข้อมูลอย่างเป็นปัจจุบัน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ เชิงรุกในโลกออนไลน์ควรมีการบูรณาการกับโครงการที่มีการออกนอกสถานที่

ภาคผนวก

