



คู่มือการปฏิบัติงาน

(Work Manual)

กระบวนการประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์ กองยุทธศาสตร์และงบประมาณ

เทศบาลตำบลศรีธาตุ จังหวัดอุดรธานี

ส่วนที่ 1

กระบวนการประชาสัมพันธ์

1. ความเป็นมา

งานประชาสัมพันธ์ เทศบาลตำบลศรีธาตุ มีหน้าที่ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นโยบาย บทบาท ภารกิจ ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลตำบลศรีธาตุ เพื่อให้สาธารณชน ทั้งภาครัฐ ภาคประชาชน ภาคประชาสังคม เกิดการรับรู้มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานของเทศบาลตำบลศรีธาตุ อันจะนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ตลอดจนใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคลากรในองค์กรและเพื่อเป็นการพัฒนาการปฏิบัติงานกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิภาพให้มากยิ่งขึ้นต่อไป

2. วัตถุประสงค์ (Objectives)

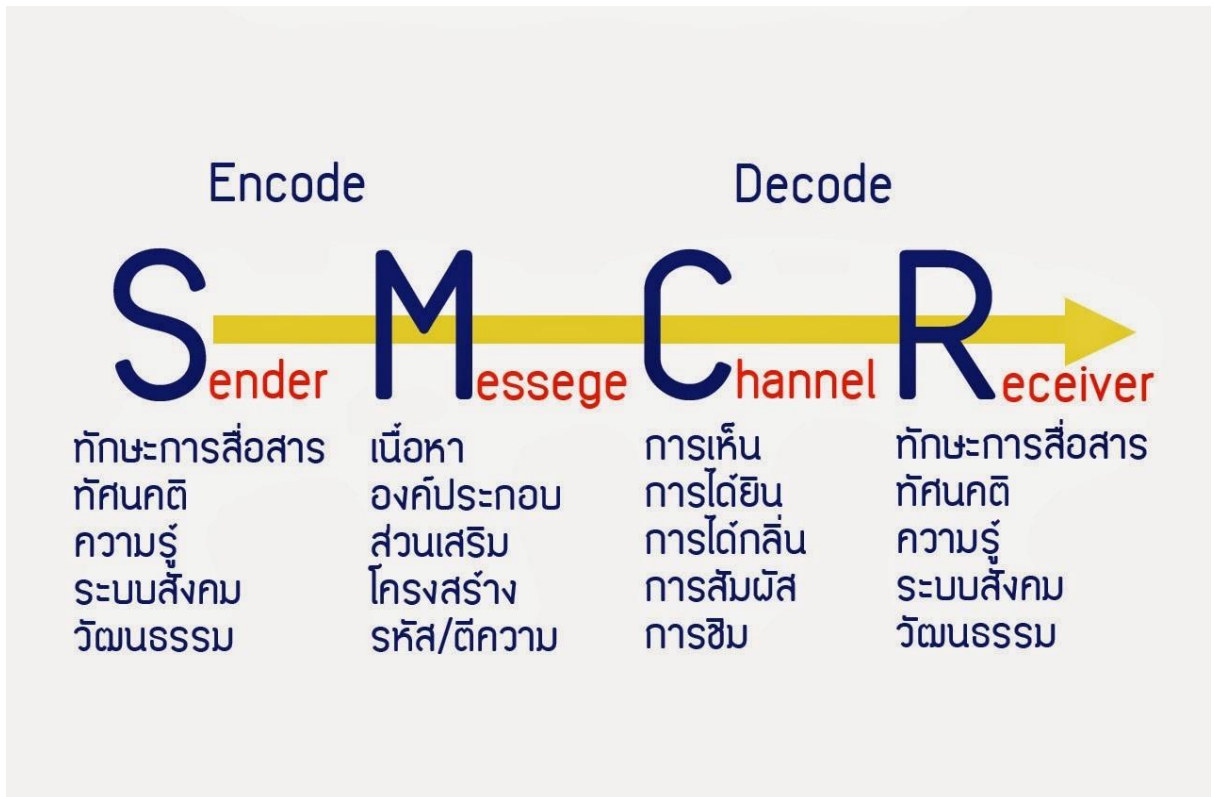
- 2.1 เพื่อกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้มีมาตรฐาน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถปฏิบัติงานไปในแนวทางเดียวกัน
- 2.2 เพื่อลดปัญหาการทำงานที่ซ้ำซ้อน และลดข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน
- 2.3 เพื่อใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน หรือใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรที่เข้ามาทำงานใหม่
- 2.4 เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจของสาธารณชนต่อภารกิจของเทศบาล โดยการเผยแพร่และชี้แจงผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อให้สาธารณชนได้รู้และเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆขององค์กร

3. ขอบเขต (Scope)

ขอบเขตการจัดทำคู่มือกระบวนการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลศรีธาตุ จะทำการรวบรวมความรู้ จากการปฏิบัติงานด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีกระบวนการวางแผนและกำหนดประเด็นเนื้อหาในการผลิตสื่อ การออกแบบสื่อ การตรวจสอบความถูกต้อง และการเผยแพร่การกำหนด ลำดับขั้นตอนในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์องค์กร ทั้งในส่วนที่ดำเนินการเอง และการจ้างเหมาดำเนินการ ให้เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด ประกอบด้วยกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน คือ

- การหาข้อมูล
- การวางแผน/การกระทำ
- การสื่อสาร
- การประเมินผล

นอกจากนี้ ยังใช้หลักการสื่อสารที่มีองค์ประกอบ 4 ขั้นตอน คือ ผู้ส่งสาร/แหล่งสาร
ข้อมูล/ข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร/สื่อ ผู้รับสาร และเกิดปฏิกิริยาตอบสนองกลับ ตาม
แผนผัง ดังนี้



4. คำจำกัดความ

4.1 ภาพลักษณ์ (Image)

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพขององค์กร หรือหน่วยงานในความรู้สึกของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมต่างๆของหน่วยงานที่ประชาชนได้รับรู้นั้นๆ โดยการเกิดภาพลักษณ์ต้องใช้เวลาที่ยาวนาน ในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ควรศึกษาถึงลักษณะของภาพลักษณ์การเกิดภาพลักษณ์และประเภทของภาพลักษณ์ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้สามารถกำหนดรายละเอียดต่างๆในแผนประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง

4.2 การวางแผนประชาสัมพันธ์ (The public relation plan)

การวางแผนประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดวิธีขององค์กร หน่วยงานอย่างมีเหตุผล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การวางแผนนี้เป็นขั้นตอนที่กระทำต่อจากการวิเคราะห์วิจัย ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรทราบถึงสาเหตุของปัญหาที่หน่วยงานต้องเผชิญอยู่ และทำที่ทัศนคติต่างๆของประชาชน กลุ่มเป้าหมาย แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ ไปกำหนดรายละเอียดกิจกรรมต่างๆ ในแผนการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และที่สำคัญต้องมีกิจกรรมที่เป็นกลยุทธ์ขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์ในเรื่องการเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นๆด้วย การวางแผนการประชาสัมพันธ์จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากในการทำงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้สำเร็จตามเป้าหมาย

4.3 กระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 3 มิติ

- 1) การติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลกลุ่มต่างๆที่เกี่ยวข้อง (Communication)
- 2) การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อให้มีการไหลเวียนของข้อมูล ข่าวสารตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) การประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับสาธารณชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างสำคัญต่อองค์กร (Public Relations)

4.4 การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) หมายถึง การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ วัตถุประสงค์ เป้าหมายองค์กร เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหารกับเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลศรีธาตุ อันได้แก่ คณะผู้บริหาร สมาชิกสภาเทศบาล พนักงานเทศบาล พนักงานครู พนักงานจ้าง ฯลฯ โดยใช้สื่อบุคคล และสื่อสิ่งพิมพ์ภายในองค์กร เช่น บอร์ดประชาสัมพันธ์ หนังสือเวียนจดหมายภายใน แผ่นพับ แผ่นปลิว โปสเตอร์ เป็นต้น

4.5 การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) หมายถึง การเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน/หน่วยงานภายนอก ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นโยบาย บทบาท ภารกิจ ข้อมูลข่าวสาร นวัตกรรม ผลงานและโครงการ กิจกรรมต่างๆของเทศบาลตำบลศรีธาตุ เพื่อให้ประชาชนหน่วยงานภายนอก เกิดความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการดำเนินงานภายในภาพรวมของเทศบาลตำบลศรีธาตุไปสู่สาธารณชนจำนวนมาก เช่น สื่อมวลชน และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ website Facebook เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ภาพกิจกรรม ไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่างๆอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และถูกช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายนิยมใช้ เป็นต้น

4.6 การวางแผน/การกระทำด้านการประชาสัมพันธ์ (Planning/Action) หมายถึง ขั้นตอนตัดสินใจว่าจะใช้กิจกรรม หรือกลยุทธ์ใดมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือแก้ปัญหาที่หน่วยงานเผชิญอยู่

4.7 การสื่อสาร (Communication) หมายถึง กระบวนการส่งข้อมูล ข่าวสาร เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

4.8 การประเมินผลด้านการประชาสัมพันธ์ (Evaluation) หมายถึง การตัดสินใจคุณค่าของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเทศบาลตำบลศรีธาตุ ที่ผลิตโดยงานประชาสัมพันธ์ กองยุทธศาสตร์และงบประมาณ เทศบาลตำบลศรีธาตุ โดยมีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ มาประกอบการตัดสินใจโดยเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด

4.9 ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ประชาชน หรือบุคคลภายในเทศบาลตำบลศรีธาตุ

4.10 การตอบสนองและการย้อนกลับ (Response and Feedback) หมายถึง ปฏิกริยาย้อนกลับจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารจากเทศบาลตำบลศรีธาตุ ซึ่งจะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) เพื่อช่วยในการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ในครั้งต่อไป

4.11 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

การประชาสัมพันธ์ หรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงประชาคม (Public opinion) ด้วยวิธีการสื่อสาร (Communication) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย (Target publics) เกิดมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์จึงไม่เป็นแค่งานเผยแพร่ แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงานทั้งศาสตร์และศิลป์ ในเชิงสร้างสรรค์ ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธภาพระหว่างหน่วยงาน องค์กร กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยยึดหลักความจริงและประโยชน์ร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย

4.12 การเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์

การเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ เป็นการเขียนที่แตกต่างจากการเขียนประเภทอื่น เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากการเขียนทั่วไป การเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์นั้น มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนเป้าหมายเกิดความรู้ วัตถุประสงค์พื้นฐานมี 7 ประการ

- 1) การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้เข้าใจ เพื่อให้ได้รับรู้ว่าองค์กรทำอะไร เมื่อใด เพื่ออะไร เพราะอะไร ที่ไหน เพื่อให้ประชาชนได้ทราบ
- 2) การเขียนเพื่อให้ประชาชนยอมรับ เป็นการเขียนโน้มน้าวใจ ชักจูงให้ประชาชนคล้อยตาม โดยยกส่วนดีให้ชัดเจน ใช้ภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- 3) การเขียนเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด
- 4) การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
- 5) การแก้ไขเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด
- 6) การเขียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี
- 7) การเขียนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด

5. รูปแบบของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

ภายในและภายนอกองค์กร มีการเขียนในลักษณะต่างๆ เช่น การเขียนข่าวแจก การเขียนสุนทรพจน์ในโอกาสต่างๆ การเขียนบทความ การเขียนบรรยายสรุป การเขียนทางวิชาการ การเขียนบทความ การเขียนบรรยายภาพนิ่ง

1) ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือเรียกว่าข่าวแจก เป็นข้อมูลในการถ่ายทอดข้อมูลต่างๆ ของหน่วยงาน เผยแพร่ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่างๆ ตามความเหมาะสม จึงอาจเป็นทั้งข่าวที่เผยแพร่ทาง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือแขนงอื่นๆ ได้ทั้งสิ้น

2) บทความเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนบทความมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่ออธิบาย มีลักษณะเป็นการให้ข้อมูล ให้ภูมิหลัง และข้อเท็จจริงอย่างละเอียด เพื่ออธิบายให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ซับซ้อน

2. เพื่อรายงานหรือกระตุ้นความสนใจ มีลักษณะคล้ายกับการเขียนเพื่ออธิบายหรือวิเคราะห์ ซึ่งพิจารณาเห็นว่าเป็นเรื่องที่ผู้อ่านควรรู้ เป็นการรายงาน บอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้น

3. เพื่อให้ความรู้ ทั้งทางตรงและทางอ้อม
4. เพื่อเสนอแนวทางแก้ไข เป็นบทความที่ผู้เขียนมุ่งอธิบายถึงข้อเท็จจริงและที่มาของปัญหา ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นพร้อมกับเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา ซึ่งอาจมีมากกว่า 1 แนวทางได้
5. เพื่อโน้มน้าวใจ เป็นบทความที่เขียนต้องการโน้มน้าวใจ ให้เกิดการคล้อยตามความคิดเห็นในเรื่องที่กำลังนำเสนอ ส่วนมากมักจะเป็นประเด็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือโครงการรณรงค์ต่างๆ
6. เพื่อวิเคราะห์หรือวิจารณ์ การวิเคราะห์เป็นการนำเสนอข้อเท็จจริง หรือประเด็นปัญหาตามหลักวิชาการ ชี้ให้เห็นข้อดีข้อเสีย และผลกระทบ โดยอ้างเหตุผลที่น่าเชื่อถือ ประกอบการวิเคราะห์อย่างรอบด้าน ส่วนการวิจารณ์นั้นจะเน้นในความคิดเห็นของผู้เขียนเป็นหลัก ซึ่งมาจากความรู้และประสบการณ์ที่มี มองปัญหารอบด้านในทุกมิติเพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่เที่ยงตรง
7. การเขียนเพื่อความเพลิดเพลิน เป็นการนำเสนอเรื่องราวเบาๆ ที่ผ่อนคลายเพื่อสร้างอารมณ์ขันด้วยลีลาภาษาที่ไม่เป็นทางการ
8. การเขียนสุนทรพจน์
สุนทรพจน์ หมายถึง คำพูดที่ประธาน หรือบุคคลสำคัญกล่าวในโอกาสพิเศษ ที่มีจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์โดยเฉพาะ โดยใช้ภาษาและถ้อยคำที่งดงาม รัดกุม สละสลวย เหมาะสมกับโอกาส
9. การเขียนประกาศหรือแถลงการณ์ ข้อเขียนชนิดหนึ่งที่อาจเผยแพร่เป็นโอกาสเฉพาะ เช่น ใบปลิว หนังสือพิมพ์

6. การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือและสื่อกลางในการสื่อสารจากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย การสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์ มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก ปัจจุบันอย่างไรก็ตามได้มี การแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ

- 1) สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆเช่น การสนทนา พบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้วาที การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันทีและเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิงนอกจากจะมีผู้บันทึกคำพูดนั้นๆไว้เป็นลายลักษณ์อักษร หรือบันทึกเสียงเอาไว้

- 2) สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชน เพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์

3) สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบแตกต่างกันออกไป เช่น แผ่นปลิว โปสเตอร์ จดหมายข่าว วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีอยู่มาก และมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูปปฏิทิน รูปลอก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอ เนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้

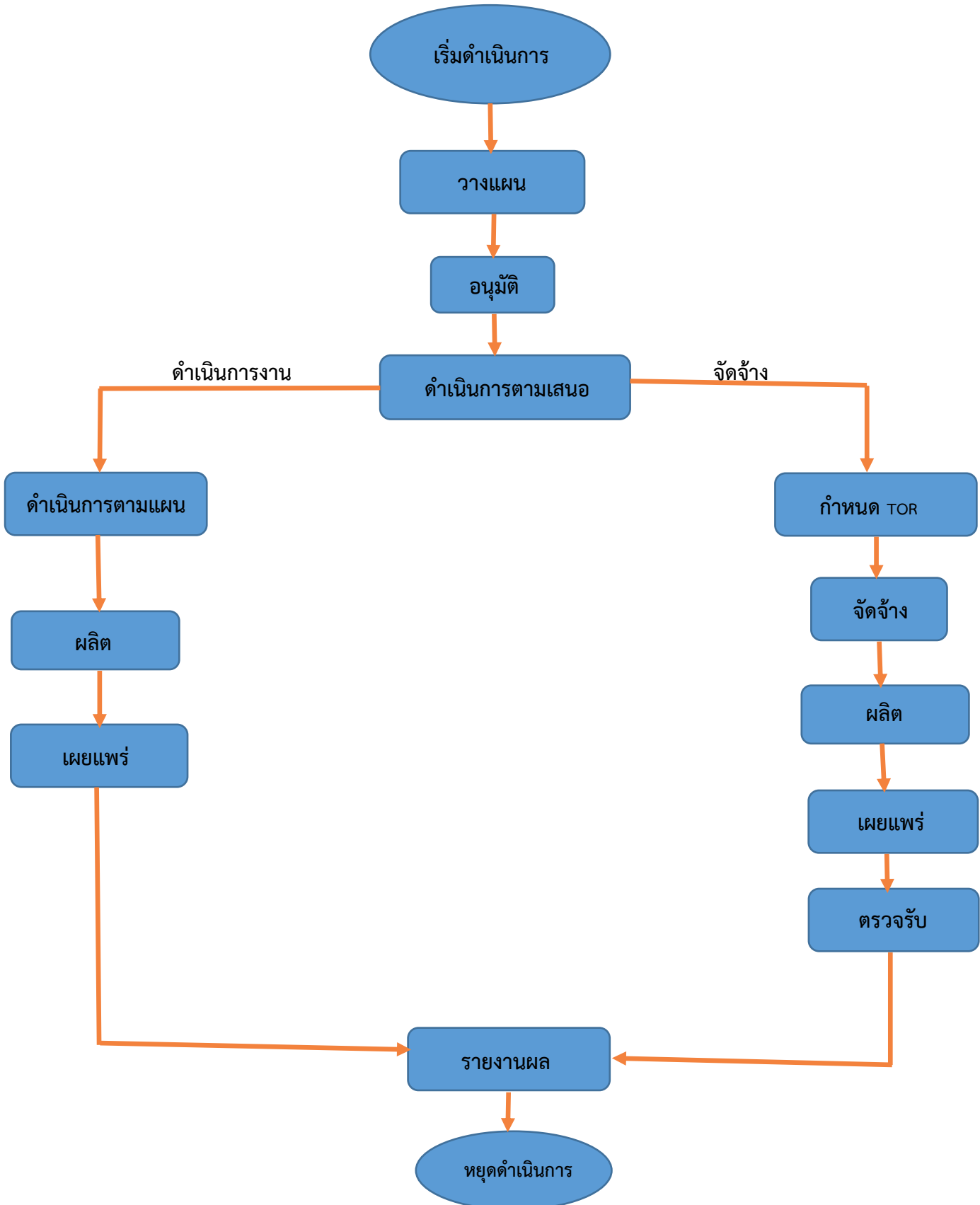
4) สื่อโสตทัศน เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศนแบ่งได้ 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องเล่นวีดีทัศน์ เครื่องฉาย ภาพยนตร์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ในปัจจุบันนี้ คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงานประชาสัมพันธ์ ประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสม (Multi-media) ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงที่สมจริงเป็นธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัดคือมีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์พอสมควรและต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นพลังงาน นอกจากนี้ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันโดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดี คือ สามารถเข้าถึงประชาชนทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นสื่อสารสองทางที่ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติมหรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

5) สื่อกิจกรรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดนิทรรศการ เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่นเหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น

ส่วนที่ 2

ขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์

1. กระบวนการประชาสัมพันธ์



2. กระบวนการผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์



3. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

กระบวนการประชาสัมพันธ์

- งานประชาสัมพันธ์ รวบรวมและศึกษาข้อมูลนโยบายเทศบาล จังหวัดและรัฐบทยุทธศาสตร์และวิสัยทัศน์ งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรเพื่อการประชาสัมพันธ์
- ศึกษาและหาข้อมูลเกี่ยวกับสื่อประเภทต่างๆ
- วางแผนประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดความสำคัญของภารกิจด้านต่างๆ กลุ่มเป้าหมาย และกำหนดประเภทสื่อ กิจกรรม ระยะเวลา และงบประมาณ
- นำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ต่อผู้บริหาร เพื่ออนุมัติดำเนินการ
- เมื่อได้รับการอนุมัติแผนประชาสัมพันธ์ จึงเริ่มดำเนินการตามแผน ดังนี้

ดำเนินการเอง

1. รวบรวมกิจกรรมของหน่วยงานในสังกัด
2. กำหนดช่องทาง และระยะเวลาที่เหมาะสมกับประเภทกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมาย โดยประมวลข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนการดำเนินงาน
3. ดำเนินการผลิตสื่อและกิจกรรม
 - วารสาร
 - รายงานผลการดำเนินงาน
 - ปฏิทินบันทึกผลการปฏิบัติงาน
 - สปอตวิทยุ/สปอตโฆษณา
 - วีดิทัศน์
 - เว็บไซต์
 - เพจเฟซบุ๊ก
 - นิทรรศการ
 - แผ่นพับ/ใบปลิว
 - จัดหมายข่าวประชาสัมพันธ์

จ้างเหมาดำเนินการ

1. กำหนดรายละเอียดและข้อกำหนด (Term of reference : TOR) ของการจัดซื้อจัดจ้างผลิตสื่อประเภทต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ป้ายประชาสัมพันธ์ วีดิทัศน์
2. นำเสนออนุมัติ
3. จัดจ้าง ดำเนินการตามระเบียบพัสดุฯ โดยงานพัสดุ
 - หลังจากได้ผู้รับจ้างแล้ว ดำเนินการตามขั้นตอนที่กำหนด
 - คณะกรรมการตรวจรับฯ ตรวจรับสื่อตามรายละเอียด TOR

การติดตามประเมินผล

ขั้นตอน	ตัวชี้วัด	การติดตามประเมินผล
1.กระบวนการก่อนการผลิตข่าวประชาสัมพันธ์	1.มีการจัดทำแผนการผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ กำหนดประเภทของสื่อที่จะผลิต และช่องทางในการเผยแพร่ที่เหมาะสม	- เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตามแผนการผลิตข่าวประชาสัมพันธ์แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด
2. กระบวนการผลิตข่าวประชาสัมพันธ์	1. เนื้อหา ภาพกิจกรรมครบถ้วนทุกหน่วยงาน ดำเนินการผลิตได้ตามระยะเวลาที่กำหนด เป็นปัจจุบันและทันต่อสถานการณ์	- จำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ผลิต
3. กระบวนการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์และติดตามประเมินผล	1. ข่าวประชาสัมพันธ์ได้รับการเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ เว็บไซต์ของหน่วยงาน เฟซบุ๊ก จดหมายข่าว รายงานผลการปฏิบัติงาน เสียงตามสาย และสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ 2. จำนวนของข่าวประชาสัมพันธ์ ผลการดำเนินงาน กิจกรรมของเทศบาลที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ	- สรุปจำนวนช่องทางในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ให้ผู้บังคับบัญชาทราบ - จัดทำรายงานผลสรุปจำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ รวมถึง ผลการดำเนินงาน กิจกรรมของเทศบาลที่ได้เผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ รอบ 6 เดือนและ 12 เดือน มนรูปแบบเอกสารเสนอผู้บังคับบัญชา

บทบาทภารกิจ ของงานประชาสัมพันธ์ เทศบาลตำบลศรีธาตุ

1. หน้าที่ความรับผิดชอบโดยสรุป (Job Summary)

เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ บทบาท ภารกิจ ข้อมูลข่าวสาร ผลการดำเนินงาน และโครงการกิจกรรมต่างๆของเทศบาลตำบลศรีธาตุ รวมทั้งให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ชุมชน

2. รายละเอียดของงาน (Job Details)

- ทำหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ บทบาท ภารกิจ ข้อมูลข่าวสาร ผลการดำเนินงาน และโครงการกิจกรรมต่างๆของเทศบาลตำบลศรีธาตุ ผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ สื่อ Social media และสื่ออื่นๆ ตามความเหมาะสม เพื่อให้สาธารณชน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม เกิดการรับรู้ เกิดความเชื่อมั่น มีทัศนคติที่ดี มีความพึงพอใจต่อเทศบาลตำบลศรีธาตุ

- ทำหน้าที่เผยแพร่นโยบายของรัฐบาล และจังหวัด เผยแพร่งานศิลปวัฒนธรรมของชาติ และท้องถิ่น

- ดำเนินการด้านข่าวและประชาสัมพันธ์เมื่อเกิดภาวะวิกฤติ เช่น เกิดภัยพิบัติ เกิดข้อร้องเรียนและอื่นๆที่มีผลกระทบต่อประชาชน เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารการจัดบริการช่วยเหลือประชาชน การเฝ้าระวังเหตุการณ์และแจ้งข่าวสารที่มีผลกระทบ เพื่อลดความหวาดวิตกและความกังวลของประชาชน

- ประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนทุกแขนงในการเข้าพบผู้บริหาร ผู้ที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่กระจายข่าวสารอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

- จัดทำออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ วารสาร รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี สื่อวิทยุ หอกระจายข่าวชุมชน และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ อาทิ Website Facebook เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ภาพกิจกรรม ไปถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆ อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และถูกช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายนิยมใช้

- ถ่ายภาพกิจกรรมโครงการต่างๆ ที่สำคัญแล้วนำมาจัดทำเป็นภาพข่าวเผยแพร่สื่อมวลชน

- ให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ชุมชน (ให้บริการ wifi) เพื่อเป็นแหล่งการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และสื่อสารของเด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป

- เฝ้าระวัง ตรวจสอบข้อมูลข่าวสารจากสื่อทุกประเภท เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สื่อ Social media ที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์และการดำเนินงานของหน่วยงาน ผู้บริหาร และบุคลากรในสังกัดเทศบาลตำบลศรีธาตุ เพื่อนำมาวิเคราะห์สถานการณ์ด้านข่าวประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อเหตุการณ์

- ประเมินผลการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ของเทศบาลฯ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดนโยบายและวางแผนการดำเนินงานต่อไป