



คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เทศบาลตำบลสันกำแพง

จัดทำโดย งานประชาสัมพันธ์ ฝ่ายอำนวยการ สำนักปลัด เทศบาลตำบลสันกำแพง

คู่มือการปฏิบัติงาน กระบวนการประชาสัมพันธ์

๑.ความเป็นมาในการจัดทำคู่มือกระบวนการประชาสัมพันธ์

การเสริมสร้างภาพลักษณ์และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร เป็นกลยุทธ์สำคัญในการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานไปสู่ประชาชนให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงาน อันจะนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ตลอดจนเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคลากรในองค์กร

๒.วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์

๒.๒ เพื่อเป็นมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

๓.ขอบเขตการดำเนินงาน

ขอบเขตการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในครั้งนี้ จะทำการรวบรวมความรู้จากการปฏิบัติงานด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีกระบวนการวางแผนและกำหนดประเด็นเนื้อหาในการผลิตสื่อ การออกแบบจัดทำสื่อ การตรวจสอบความถูกต้อง และการเผยแพร่การกำหนดลำดับ ขั้นตอนในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์องค์กร ทั้งในส่วนที่ดำเนินการเองและจ้างเหมาดำเนินการให้เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด

๔.ข้อกำหนดที่สำคัญและตัวชี้วัดกระบวนการ

กระบวนการ	ข้อกำหนดที่สำคัญของกระบวนการ	ตัวชี้วัดภายในกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลของกระบวนการ
การจัดทำวารสาร	ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภารกิจงาน ผ่านช่องทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์	ความถูกต้องของเนื้อหาในวารสารเชื่อถือได้	จำนวน๑ ครั้ง/ปี
เว็บไซต์	ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ผ่านเว็บไซต์	ข้อมูลข่าวมีความถูกต้อง ชัดเจน มีการปรับปรุงข่าว ให้เป็นปัจจุบัน เชื่อถือได้ มีความน่าสนใจ	จำนวน๑๕๐ข่าว/ปี
สถานีวิทยุ	ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภารกิจของเทศบาลฯ ผ่านสถานีวิทยุ	เนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ กระชับชัดเจน	ผลิต๑๖ครั้ง/ปี
วีดิทัศน์	ประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจง่ายถึงกลุ่มคนได้ทุกเพศทุกวัย	เนื้อหาสื่อสารตรงประเด็น เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เรื่องราวมีความน่าสนใจ	ผลิต๑๒ครั้ง/ปี
บทความหนังสือพิมพ์	ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งสามารถสื่อสารได้แพร่หลายและกว้างขวาง	เนื้อหาตรงตามจุดมุ่งหมาย ใช้ภาษาที่เหมาะสมกับเนื้อหา หรือประเภทบทความภาษาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการเรียบเรียงเนื้อหาเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความเชื่อมโยงกัน อ่านแล้วเกิดความกระจำ	ผลิต๑๐ครั้ง/ปี
ข่าวแจก (Press Release)	ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภารกิจงาน ในรูปแบบข่าวแจกที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย	ข้อมูลถูกต้องตรงตามสิ่งที่ปรากฏตามจริง มีความสมดุศลย์เน้นหนักของข้อเท็จจริงตามความสำคัญมีความชัดเจน กะทัดรัด ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายตรงไปตรงมา มีความสตรวดเร็ว ทันเหตุการณ์	ผลิต๕๐ข่าว/ปี

๕.ข้อกำหนดการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์

ที่	ประเภทสื่อ	หลักเกณฑ์/เงื่อนไข
๑.	งานภาพนิ่ง ๑.๑ บันทึกรูปภาพนิ่ง ๑.๒ สำเนาภาพ	๑.๑.๑กรอบแบบขอใช้บริการ/หนังสือขอความร่วมมือ ๑.๑.๒แจ้งกำหนดการล่วงหน้า๑วัน ๑.๑.๓กรณีบันทึกภาพนอกสถานที่หรือต่างจังหวัด ขอรถรับ-ส่ง อำนวยความสะดวก(ถ้ามี) ๑.๒.๑กรอบแบบขอใช้บริการ/หนังสือขอความร่วมมือ ๑.๒.๒แจ้งล่วงหน้า๑ชั่วโมง ๑.๒.๓สำเนาภาพดิจิทัล ขอให้นำแผ่นซีดี/แฟลชไดรฟ์มาด้วย
๒.	งานภาพเคลื่อนไหว ๒.๑บันทึกภาพ	๒.๑.๑กรอบแบบขอให้บริการ/หนังสือขอความร่วมมือ ๒.๑.๒แจ้งกำหนดการล่วงหน้าอย่างน้อย๑วัน(ถ่ายวิดีโอทั้งใน และนอกสถานที่) ๒.๑.๓ขอภาพวิดีโออย่างน้อย๑-๒วัน (ซีดี/ดีวีดี ขอให้นำแผ่นมา ด้วย) ๒.๑.๔ในกรณีถ่ายทำนอกสถานที่ ขอรถรับ-ส่งอำนวยความสะดวก (ถ้ามี)
๓.	งานเผยแพร่ข่าวสารผ่าน สื่อมวลชน	๓.๑ส่งข้อมูล/เนื้อหาข่าว ที่ต้องการเผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์/ วิทยุล่วงหน้า๒วันทำการ ๓.๒ส่งบทความ/ภาพพร้อมคำบรรยายที่ต้องการเผยแพร่

๖.คำจำกัดความ

๖.๑ ภาพลักษณ์ (IMAGE)

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพขององค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานในความรู้สึกของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมต่างๆของหน่วยงานที่ประชาชนได้รับรู้นั้นๆโดยการเกิดภาพลักษณ์ต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน ในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ควรรักษาถึงลักษณะของภาพลักษณ์การเกิดภาพลักษณ์ และประเภทของภาพลักษณ์ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ สามารถกำหนดรายละเอียดต่างๆในแผนประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง

๖.๒ การวางแผนประชาสัมพันธ์ (The PUBLIC RELATIONS PLAN)

การวางแผนประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดวิธีขององค์กร สถาบัน หน่วยงาน อย่างมีเหตุมีผล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การวางแผนนี้เป็นขั้นตอนที่กระทำต่อจากการวิเคราะห์วิจัย ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์ควรทราบถึงสาเหตุของปัญหาที่หน่วยงานต้องเผชิญอยู่และทำที่ทัศนคติต่างๆของประชาชน กลุ่มเป้าหมายแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดรายละเอียดกิจกรรมต่างๆในแผนกประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และที่สำคัญต้องมีกิจกรรมที่เป็นกลยุทธ์ขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์ในเรื่องการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรนั้นๆด้วย การวางแผนการประชาสัมพันธ์จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการทำงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้สำเร็จตามเป้าหมาย

๖.๓ การประชาสัมพันธ์ (PUBLIC RELATION)

การประชาสัมพันธ์ หรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงประชามติ (PUBLIC OPINION) ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร (COMMUNICATION) เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย (TARGET PUBLICS) เกิดมีความรู้ความเข้าใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานองค์กร หรือสถาบันการประชาสัมพันธ์จึงมิใช่เป็นเพียงแค่งานเผยแพร่ (PUBLICITY) แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงานทั้งศาสตร์และศิลป์ในเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างหน่วยงานองค์กรหรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องโดยยึดถือหลักความจริงและประโยชน์รวมทั้งสองฝ่าย

การประชาสัมพันธ์ เป็นงานในระดับนโยบายที่องค์กร สถาบันทุกประเภทต่าง ๆ หน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ไปใช้กับองค์กรหรือสถาบันของตนอย่างกว้างขวางแพร่หลาย โดยวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานของตนกับประชาชนเพื่อป้องกันการเข้าใจผิด ตลอดจนการลดสาเหตุแห่งความขัดแย้งต่าง ๆ รวมทั้งการใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร สถาบันเสริมสร้างและรักษาชื่อเสียง ความนิยมความเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่พึงมีต่อหน่วยงานของตน

๖.๔ การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการเขียนที่แตกต่างจากการเขียนประเภทอื่นๆ เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากการเขียนทั่วไป การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนเป้าหมายเกิดความรู้ วัตถุประสงค์พื้นฐานมี ๗ ประการ คือ

๑. การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้เข้าใจเพื่อให้ได้รับว่าองค์กรทำอะไร ทำอย่างไร เมื่อใด เพื่ออะไร เพราะอะไร ที่ไหน เพื่อให้ ประชาชนได้รับทราบ

๒. การเขียนเพื่อให้ประชาชนยอมรับ เป็นการเขียนโน้มน้าวใจ ชักจูงให้ประชาชนคล้อยตาม โดยยกส่วนดีให้เห็น ชัดเจนและใช้ภาษาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

๓. การเขียนเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด

๔. การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

๕. การแก้ไขเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด

๖. การเขียนเพื่อสร้างสัมพันธ์อันดี

๗. การเขียนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด

รูปแบบของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร มีการเขียนในลักษณะต่างๆ เช่น การเขียนข่าวแจก การเขียนสุนทรพจน์ในโอกาสต่างๆ การเขียนบทความ การเขียนบรรยายสรุป การเขียนทางวิชาการ การเขียนบทความ การเขียนคำบรรยายประกอบภาพนิ่ง การเขียนบทภาพยนตร์และบทวิทยุโทรทัศน์

-ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือเรียกว่าข่าวแจก เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูลต่างๆของหน่วยงาน เผยแพร่ไปยังกลุ่มประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่างๆตามความเหมาะสมจึงอาจเป็นทั้งข่าวที่เผยแพร่ทาง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์และสื่อแขนงอื่นๆได้ทั้งสิ้น

-บทความเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนบทความมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

๑. เพื่ออธิบาย มีลักษณะเป็นการให้ข้อมูล ให้ภูมิหลัง และข้อเท็จจริงอย่างละเอียดเพื่ออธิบายให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายในเรื่องราวหรือ เหตุการณ์ที่ซับซ้อน

๒. เพื่อรายงานหรือกระตุ้นความสนใจ มีลักษณะคล้ายๆกับการเขียนเพื่ออธิบายวิเคราะห์ ซึ่งพิจารณาเห็นว่า เป็นเรื่องที่คุณผู้อ่านควรรู้ เป็นรายงานบอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้น

๓. เพื่อให้ความรู้ การแสดงความคิดเห็นของบทความนี้ คือ การให้ความรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

๔. เพื่อเสนอแนวทางแก้ไข เป็นบทความที่ผู้เขียนมุ่งอธิบายถึงข้อเท็จจริงและที่มาของปัญหาตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นพร้อมกับเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งอาจมีมากกว่าหนึ่งแนวทางก็ได้

๕. เพื่อโน้มน้าวใจ เป็นบทความที่ผู้เขียนต้องการโน้มน้าวให้เกิดการคล้อยตามความคิดเห็นในเรื่องที่กำลังนำเสนอ ส่วนมากมักเป็นประเด็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือโครงการณรงค์ต่างๆ

๖. เพื่อวิเคราะห์หรือวิจารณ์ การวิเคราะห์เป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงหรือประเด็นปัญหาตามหลักวิชาการ ชี้ให้เห็นข้อดีและข้อเสีย และผลกระทบ โดยอ้างเหตุผลที่น่าเชื่อถือประกอบการวิเคราะห์อย่างรอบด้าน ส่วนการวิจารณ์จะเน้นในความคิดเห็นผู้เขียนเป็นหลัก ซึ่งมาจากความรู้และประสบการณ์ที่มีโดยมองปัญหารอบด้านในทุกมิติเพื่อได้ความคิดเห็นที่เที่ยงตรง

๗. เพื่อความเพลิดเพลิน เป็นการนำเสนอเรื่องเบาๆที่ผ่อนคลาย เพื่อสร้างอารมณ์ขันด้วยลีลาภาษาที่เป็นทางการ

-การเขียนสุนทรพจน์

สุนทรพจน์ หมายถึง คำพูดที่ประธานหรือบุคคลสำคัญกล่าวในโอกาสพิเศษ ที่มีจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ โดยเฉพาะ โดยใช้ภาษาและถ้อยคำที่งดงาม รัดกุม สละสลวย และเหมาะสมกับโอกาส

-การเขียนประกาศหรือแถลงการณ์

ข้อเขียนชนิดหนึ่งที่อาจเผยแพร่เป็นเอกสารเฉพาะ เช่น แผ่นปลิว (LEAFLET) หรือนิยมเผยแพร่ทางสื่อมวลชน ประเภทหนังสือพิมพ์ มุ่งการสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างจริงจัง

-การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือและสื่อกลางในการสื่อสารจากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมายการสร้าง ความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมาย และหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลกปัจจุบัน อย่างไรก็ตามได้มีการแบ่งสื่อ ประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้เป็น ๖ ประเภท คือ

๑. **สื่อบุคคล** หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆสู่บุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มี ประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจเนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆเช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอนการให้ สัมภาษณ์ การ ได้ว่าที่ การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่างๆแต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือในกรณีที่เนื้อหาเป็น

เรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันทีและเป็นสื่อที่มาถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิงนอกจากจะมีผู้บันทึกคำพูดนั้นๆไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้

๒. สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น ๕ ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช(๒๕๓๒) ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีกแต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ تابอกหรืออ่านหนังสือไม่ออก ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ไปได้ไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือหรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้ แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้น หากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น แต่มีข้อจำกัด คือ ต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

๓. สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบแตกต่างกันออกไป เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โบสเตอร์ จดหมายข่าววารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือมอบโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีอยู่มาก และมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูปปฏิทิน รูปลอก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนานแต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

๔. สื่อโสตทัศน์ เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถได้ทั้งภาพและเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศน์ แบ่งได้เป็น ๒ ส่วน คือส่วนที่เป็นเมื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องเล่นวีดีทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

ในปัจจุบัน คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงานประชาสัมพันธ์การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสม (MULTI-MEDIA)ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางเพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ที่สมจริงเป็นธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมี

ส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัดคือมีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับต้องมีความรู้ในคอมพิวเตอร์พอสมควรและต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน

นอกจากนี้ ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆและจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคตอันใกล้นี้โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดี คือสามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

๕.สื่อกิจกรรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดรีวิซบวน การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงตัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่นเหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆเท่านั้น

๖.สื่อสมัยใหม่ (MODERN MEDIA) สื่อสมัยใหม่ เป็นสื่อนิยมที่ใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุคสารสนเทศ (INFORMATION AGE) ที่กระแสโลกาภิวัตน์(GLOBALIZATION) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

๑. ดาวเทียม(SATELLITE)หรือสถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการสื่อสารระหว่างประเทศ
๒. อินเทอร์เน็ต(INTERNET)ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมากตลอดจนในสังคมและในหน้าที่การทำงาน อาชีพต่างๆ แม้แต่การประชาสัมพันธ์นำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสมัยใหม่นำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ผ่านทาง E-MAIL หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจาก WORLD WIDE WEB (WWW)โดยการจัดทำเป็น WEBSITE มองแต่ละแห่งให้ผู้เปิดดูเข้าไปดูและติดตามข้อมูลต่างๆได้

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

-งานประชาสัมพันธ์ ฝ่ายอำนวยการ สำนักปลัดเทศบาลตำบลสันกำแพง

หน้าที่ความรับผิดชอบ

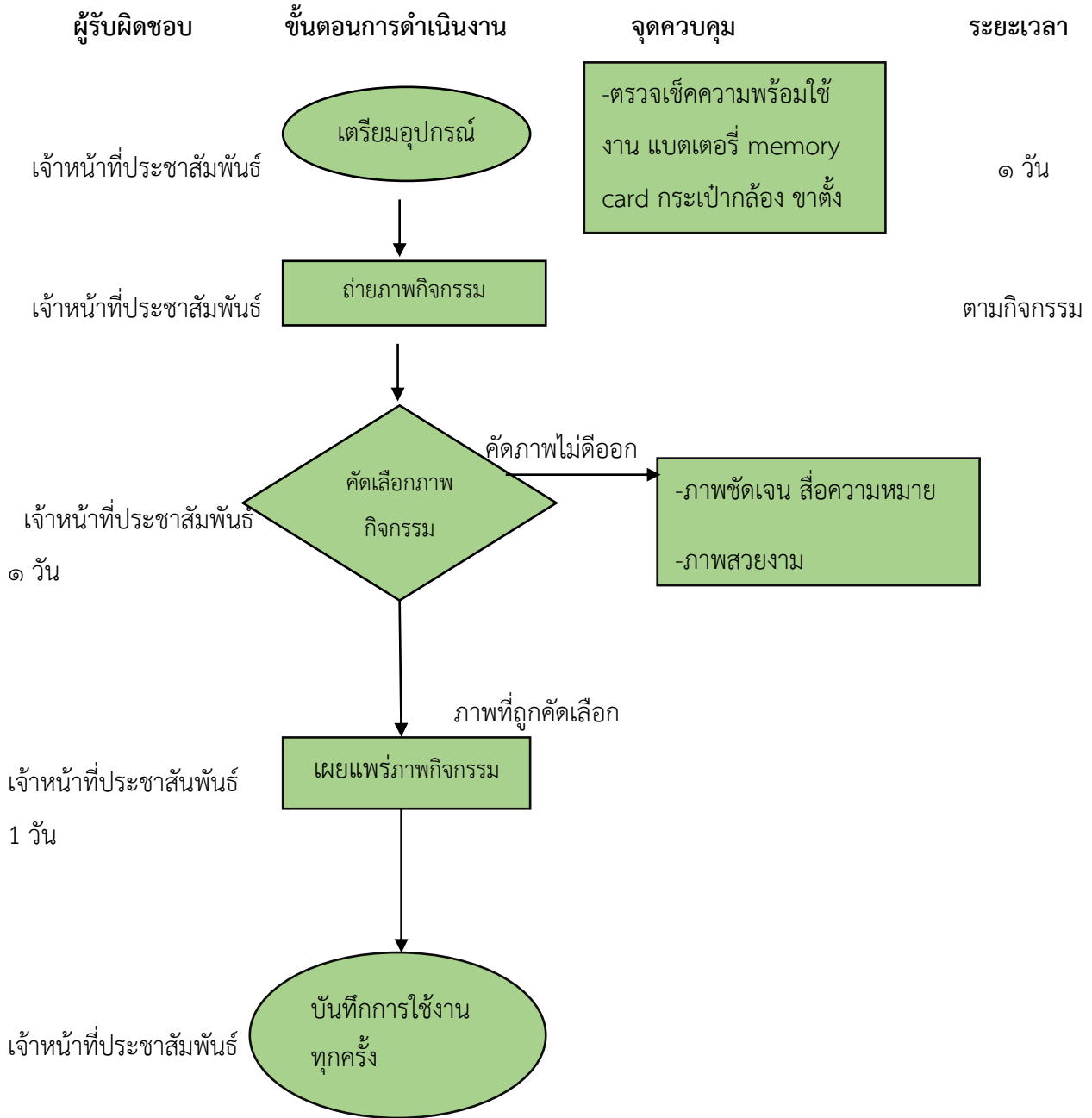
๑. หัวหน้าสำนักปลัด ทำหน้าที่ให้ข้อเสนอแนะ กำกับ ติดตามการปฏิบัติงานของผู้ที่ได้รับมอบหมาย
๒. หัวหน้าฝ่ายอำนวยการ ทำหน้าที่วางแผนการปฏิบัติงาน ติดต่อประสานงานผู้เกี่ยวข้อง ให้คำแนะนำคณะทำงาน ให้ปฏิบัติงานตามกรอบนโยบาย
๓. บุคลากรและเจ้าหน้าที่ในงานประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่รับผิดชอบดังต่อไปนี้
 ๑. รวบรวมข้อมูล นำมาวิเคราะห์เพื่อวางแผนการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความถูกต้องในการทำงาน
 ๒. ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย
 ๓. เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อวิเคราะห์และจัดทำรายงานสรุปผลการปฏิบัติงาน เสนอผู้บังคับบัญชา

กระบวนการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

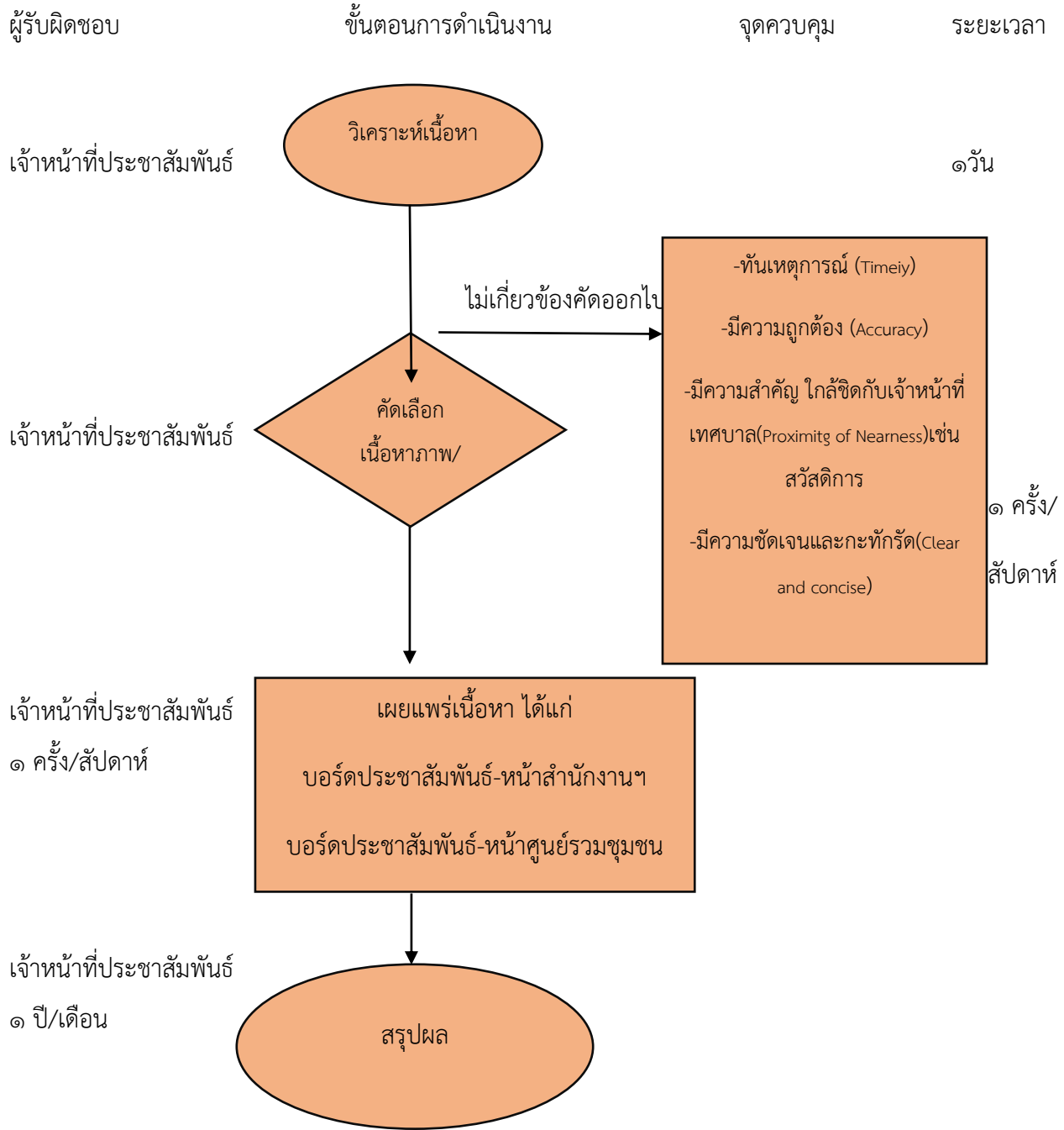
กระบวนการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร มีกระบวนการที่สำคัญดังนี้

๑. กระบวนการเสียงตามสาย
๒. กระบวนการถ่ายภาพนิ่ง และถ่ายภาพเคลื่อนไหว (VDO)
๓. กระบวนการจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์ (หน้าสำนักงานเทศบาลฯและภายในชุมชน)
๔. กระบวนการจัดทำวีดิทัศน์
๕. กระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์
๖. การออกแบบจัดทำและผลิตสื่อประเภทต่างๆ

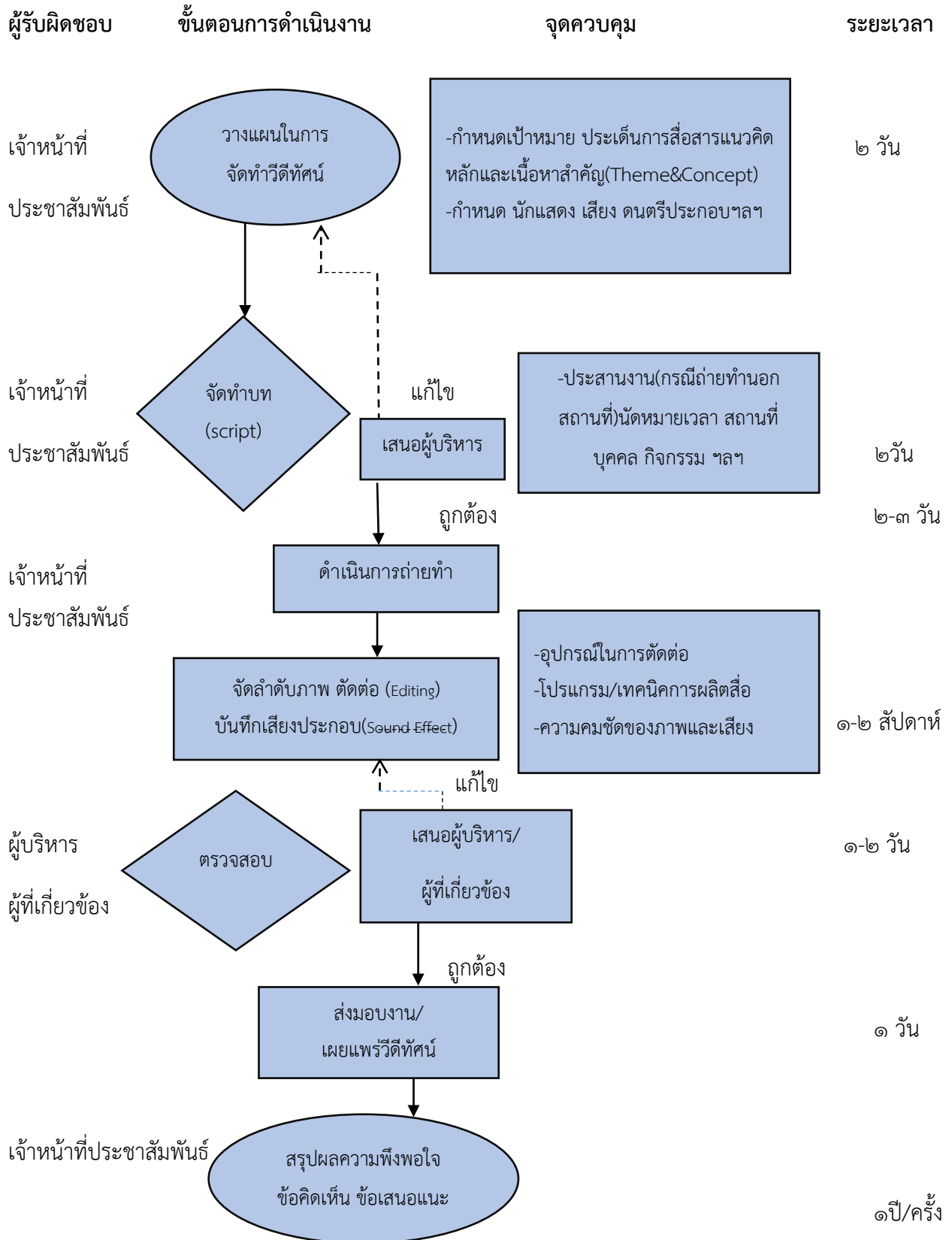
๑.กระบวนการงานถ่ายภาพนิ่ง และถ่ายภาพเคลื่อนไหว (VDO)



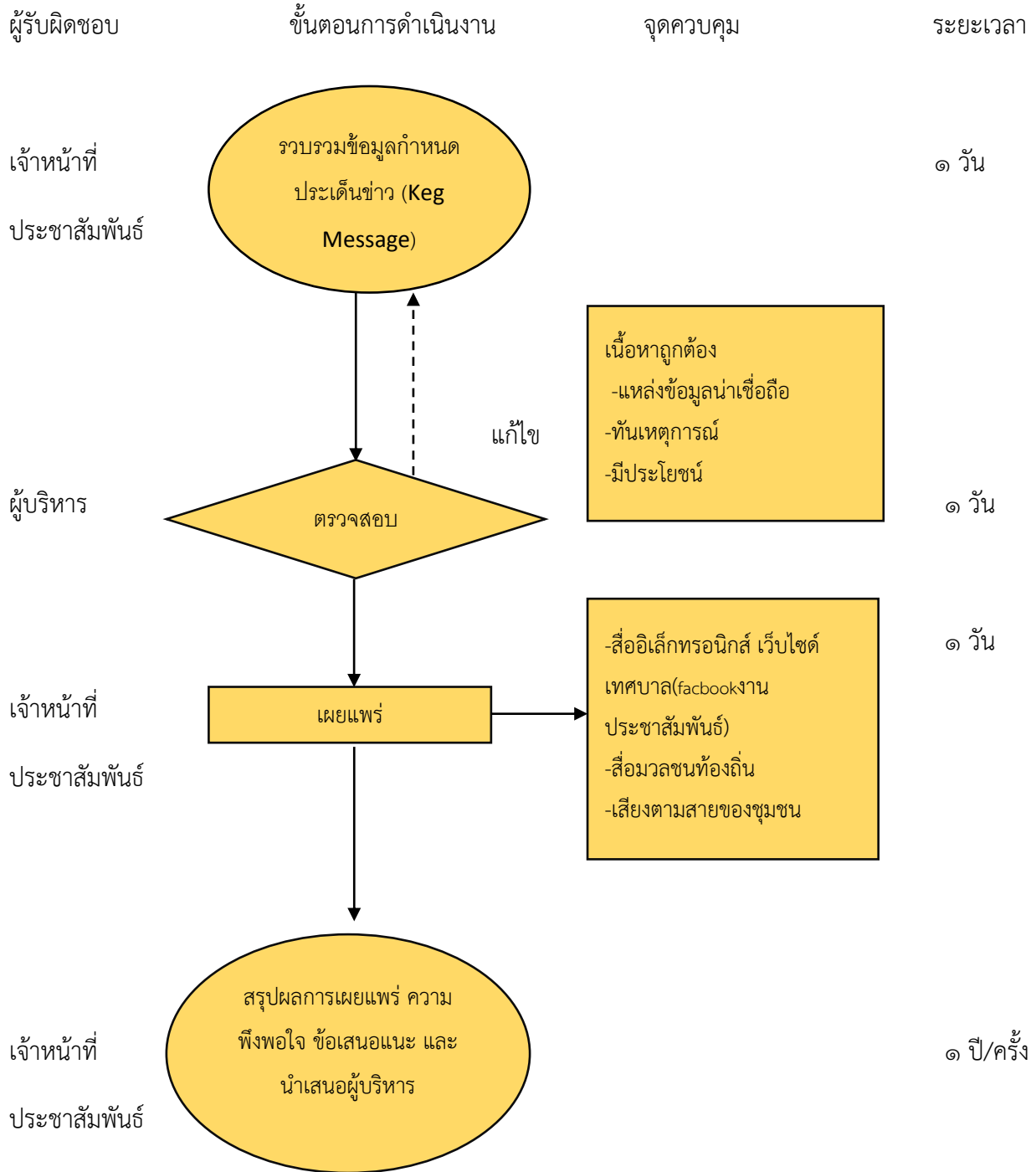
๒.กระบวนการงานจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์ (หน้าสำนักงานเทศบาลฯ)และภายในชุมชน



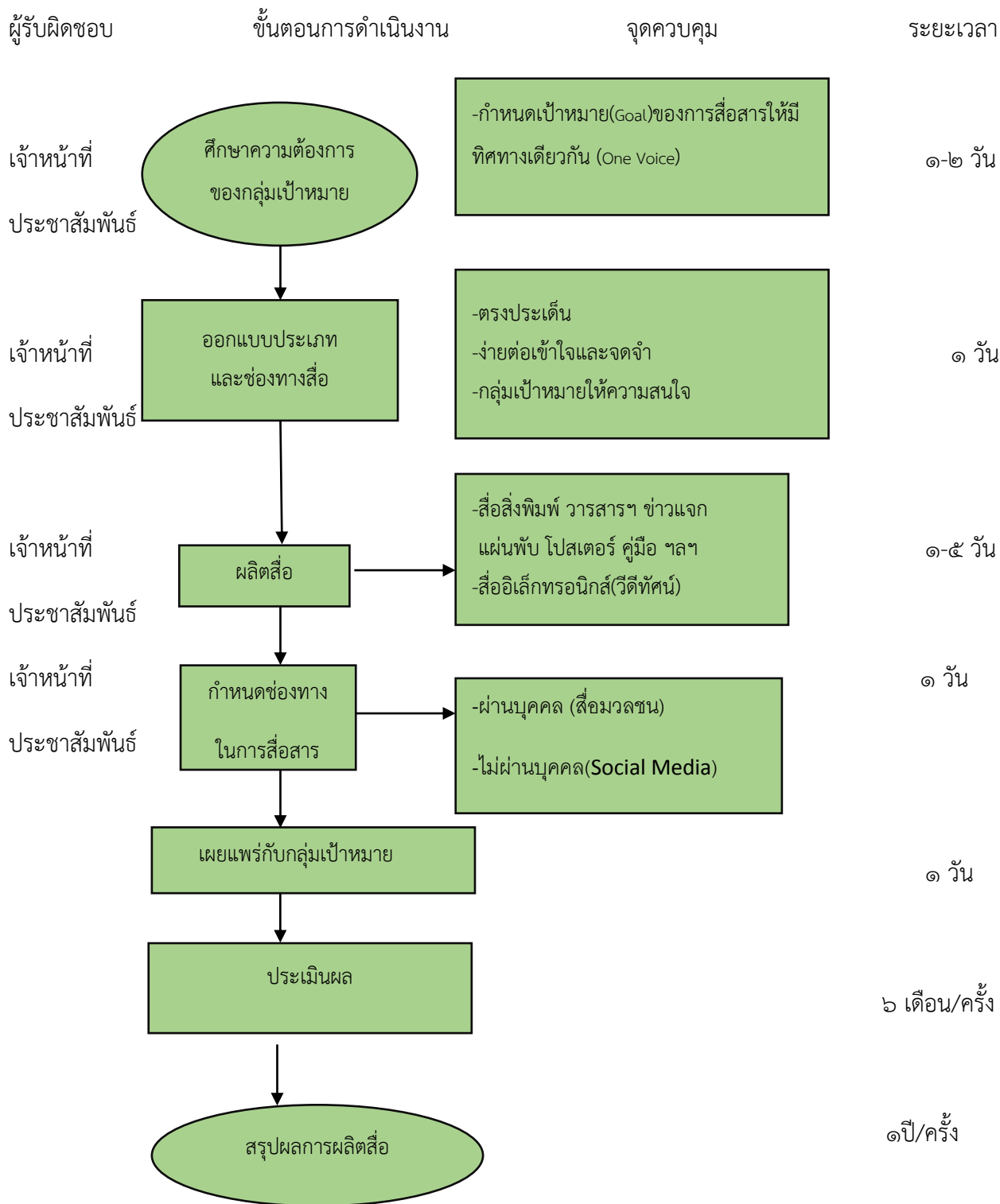
๓.กระบวนการงานจัดทำวีดิทัศน์



๔.กระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์



๕.การออกแบบจัดทำและผลิตสื่อประเภทต่างๆ



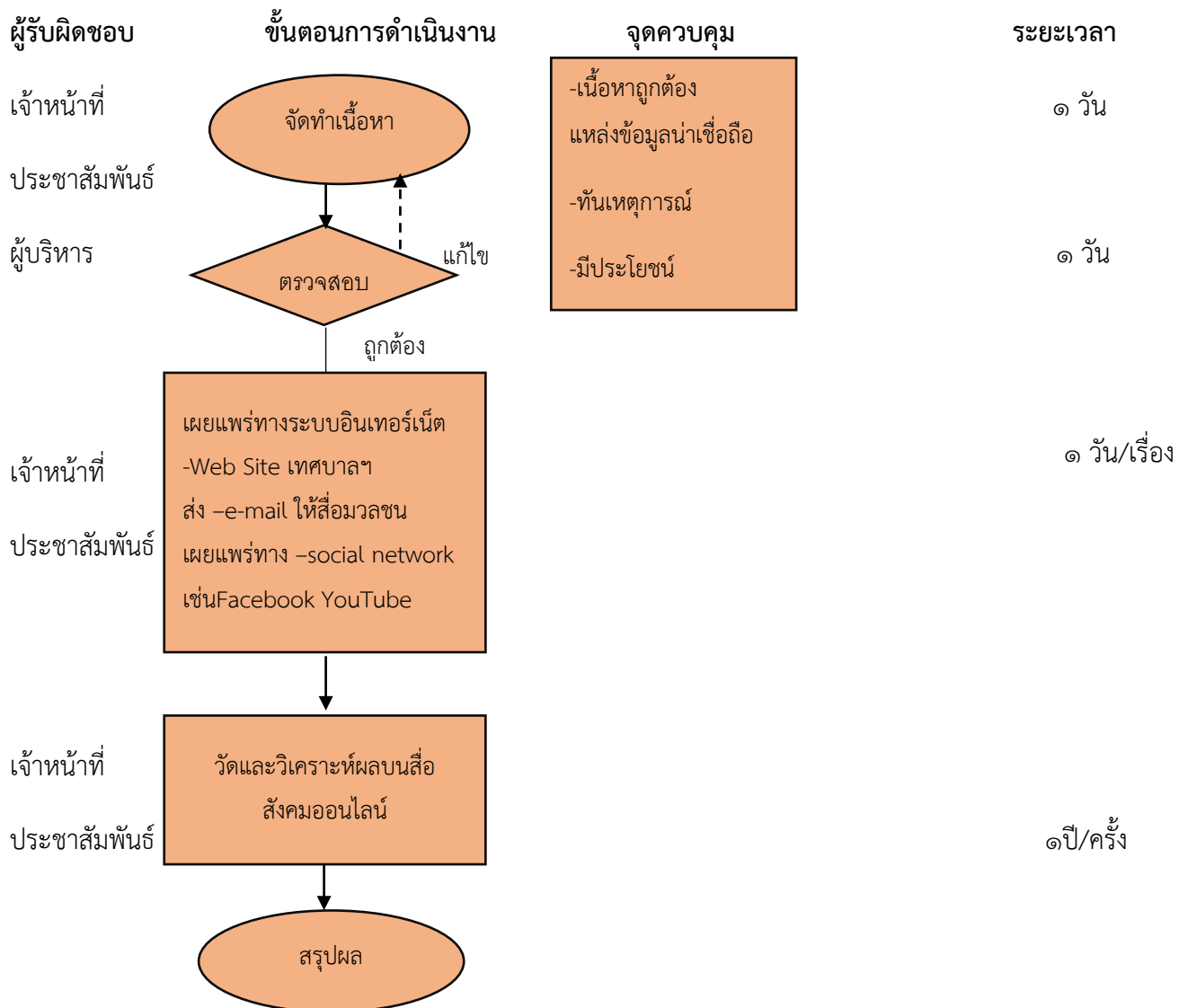
กระบวนการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร

กระบวนการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร มีกระบวนการที่สำคัญดังนี้

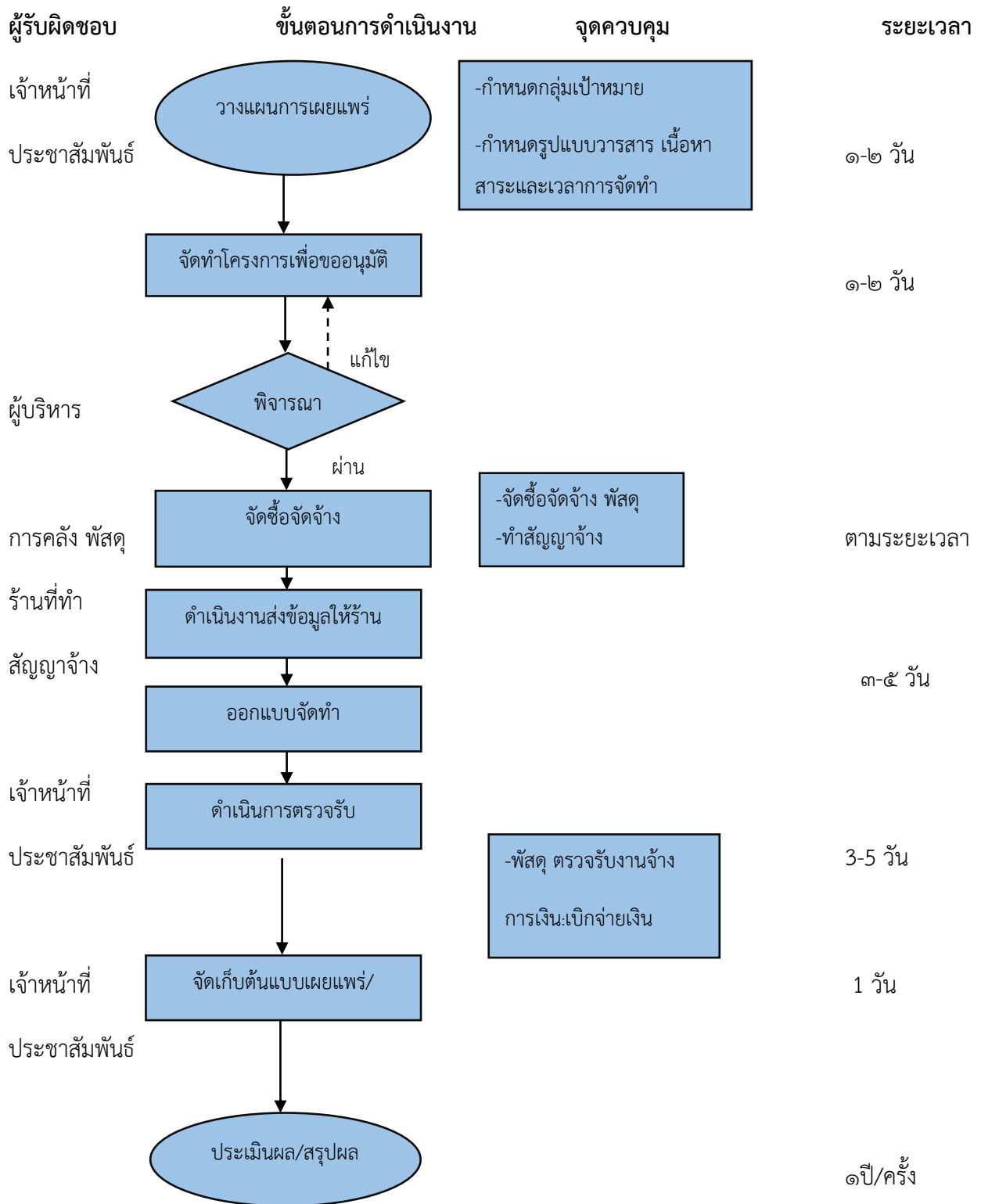
๑. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
๒. การจัดจ้างผลิตสื่อพิมพ์ (วารสารประชุมสัมพันธ์รายงานประจำปี ฯลฯ)
๓. กระบวนการประเมินผลการสื่อสาร

กระบวนการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร มีกระบวนการที่สำคัญดังนี้

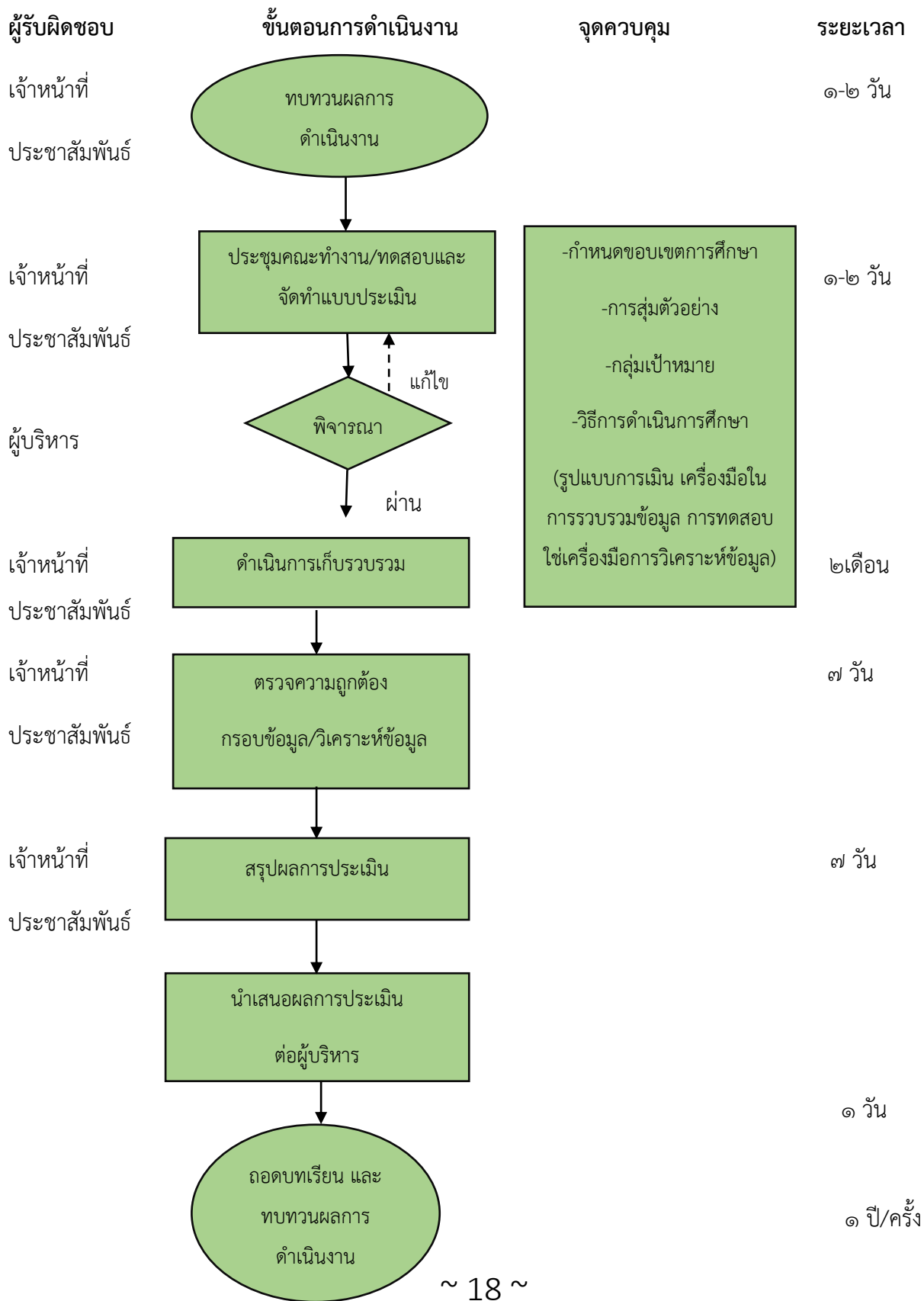
๑. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร



๒.การจัดจ้างผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ (วารสารประชาสัมพันธ์เทศบาล รายประจำปี ฯลฯ)



๓. กระบวนการประเมินผลการสื่อสาร



ภาคผนวก

บทบาทภารกิจ ของงานประชาสัมพันธ์ เทศบาลตำบลสันกำแพง

๑.หน้าที่ความรับผิดชอบโดยสรุป (Job Summary)

เผยแพร่ประชาสัมพันธ์นโยบาย บทบาท ภารกิจ ข้อมูลข่าวสาร นวัตกรรม ผลงาน และโครงการกิจกรรมต่างๆ ของเทศบาลตำบลสันกำแพง รวมทั้งให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ชุมชน

๒.รายละเอียดของงาน (Job Details)

-ทำหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์นโยบาย บทบาท ภารกิจ ข้อมูลข่าวสาร นวัตกรรม ผลงานและโครงการกิจกรรมต่างๆ ของเทศบาลตำบลสันกำแพง ผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ สื่อมวลชน สื่อSocial media และสื่ออื่นๆ ตามความเหมาะสม เพื่อให้สาธารณชน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม เกิดการรู้เชื่อมั่น มีทัศนคติที่ดี มีความพึงพอใจต่อเทศบาลตำบลสันกำแพง

-ทำหน้าที่เผยแพร่นโยบายของจังหวัด และรัฐบาล เผยแพร่งานศิลปวัฒนธรรมของชาติและท้องถิ่น

-ดำเนินการด้านข่าวประชาสัมพันธ์เมื่อเกิดภาวะวิกฤต เช่น เกิดภัยพิบัติ เกิดข้อร้องเรียนและอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อประชาชน แจ้งข้อมูลข่าวสารการจัดบริการช่วยเหลือ ฝ่าระวังเหตุการณ์ ลดความหวาดวิตกและความกังวลของประชาชน

-ประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนทุกแขนงในการเข้าพบผู้บริหาร ผู้ที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่กระจายข่าวสารอย่างถูกต้องรวดเร็ว

-จัดทำ/ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อพิมพ์ อาทิ วารสาร รายงานประจำปี สื่อวิทยุรายการเสียงตามสาย ของเทศบาล และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ อาทิ Website Facebook เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ภาพกิจกรรม ไปถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆ อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และถูกช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายนิยมใช้

-ถ่ายภาพกิจกรรมโครงการต่างๆที่สำคัญแล้วนำมาจัดเป็นภาพข่าวเผยแพร่สื่อมวลชน

-ให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้เรียนชุมชน (ให้บริการ WIFI) เพื่อเป็นแหล่งการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารของเด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป

-ฝ่าระวัง ตรวจสอบข้อมูลข่าวสารจากสื่อทุกทางประเภท เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สื่อSocial media ที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์และการดำเนินงานของหน่วยงาน ผู้บริหาร และบุคลากรในสังกัดเทศบาลตำบลสันกำแพง เพื่อนำมาวิเคราะห์สถานการณ์ข่าวประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อเหตุการณ์

-ประเมินผลการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ของเทศบาลฯ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดนโยบายและวางแผนการดำเนินงานต่อไป