

# คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

## สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต ๒

นายวุฒิพงษ์ พันทิวา  
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

### ๑. ความเป็นมาและความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์

ในปัจจุบันเทคโนโลยีทางการสื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์ มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสาร รวมถึงการประชาสัมพันธ์องค์กร เป็นการสื่อสารสองทาง (Two way Communication) ที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ กล่าวคือเป็นสื่อสาร แยกแพร่ข่าวสารจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสู่โรงเรียนในสังกัดและสาธารณชน ในขณะเดียวกันก็เป็นการรับฟังความคิดเห็น รับทราบข้อมูลความเคลื่อนไหวต่างๆ จากโรงเรียนในสังกัดและสาธารณชน เช่นเดียวกัน ข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นเมื่อนำมาวิเคราะห์ ตรวจสอบข้อมูล เรียบเรียง นำมาสู่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่เป็นปัจจุบันทันต่อเหตุการณ์ เกิดประโยชน์ต่อการบริหารจัดการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา อีกทั้งยังนำไปสู่การก้าวสู่การเป็น “เขตพื้นที่การศึกษาสุจริต” ในการสอดส่องรับฟังข้อร้องเรียน แนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติราชการ การดำเนินงานของโรงเรียนและสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติราชการที่สุจริต เป็นประโยชน์ต่อสังคม

### ๒. วัตถุประสงค์

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์การดำเนินการของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต ๒ ไปสู่ประชาชนให้มีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต ๒ อันจะนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติตลอดจนเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคลากรในองค์กร โดยในการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน กระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต ๒ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

- ๒.๑ เพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์
- ๒.๒ เพื่อเป็นมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

### ๓. ขอบเขตการดำเนินงาน

ขอบเขตของการจัดทำคู่มือกระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต ๒ ในครั้งนี้จะทำการรวบรวมความรู้จากปฏิบัติงานด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต ๒ โดยมีกระบวนการตั้งแต่การวางแผนและกำหนดประเด็นเนื้อหาในการผลิตสื่อ การออกแบบและจัดทำสื่อ การตรวจสอบความถูกต้อง และการเผยแพร่



## การบริหารงานประชาสัมพันธ์



**นายวิชรโรจน์ ไชยพิเดช**  
ผู้อำนวยการ  
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2



**นายสุทธิรักษ์ จันปุ่ม**  
รองผู้อำนวยการ  
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2



**นายสมชัย เต็มสิรินันท์**  
ผู้อำนวยการกลุ่มอาคาร



**นายวุฒิพงษ์ พันทิวา**  
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ



**นางกรรณิการ์ จำปาขาว**  
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ



## ๔. คำจำกัดความ

๔.๑ การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การประชาสัมพันธ์หรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการชักจูงประชามติ (Public opinion) ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย (Target publics) เกิดมีความรู้ความเข้าใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานองค์กร หรือสถาบัน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่เป็นเพียงแค่งานเผยแพร่ (Publicity) แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงานในเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยยึดถือหลักความจริงและประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

การประชาสัมพันธ์เป็นงานในระดับนโยบายที่องค์กร สถาบันทุกประเภท ต่างนำเอาการประชาสัมพันธ์ไปใช้กับองค์กรหรือสถาบันของตนอย่างกว้างขวางแพร่หลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานของตนกับประชาชน ป้องกันการเข้าใจผิด ตลอดจนการลดสาเหตุแห่งความขัดแย้งต่างๆ รวมทั้งการใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร สถาบัน เสริมสร้างและรักษาชื่อเสียง ความนิยม ความเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่พึงมีต่อหน่วยงานของตน

๔.๒ การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นการเขียนที่แตกต่างจากเขียนประเภทอื่นๆ เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากการเขียนทั่วไปการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนเป้าหมายเกิดความรู้ วัตถุประสงค์พื้นฐานมี ๗ ประการ คือ

๑) การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้เข้าใจเพื่อให้ได้รับรู้ว่าองค์กรทำอะไร ทำอย่างไร เมื่อใด เพื่ออะไร เพราะอะไร ที่ไหน เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ

๒) การเขียนเพื่อให้ประชาชนยอมรับ เป็นการเขียนโน้มน้าวใจ ชักจูงให้ประชาชนคล้อยตาม โดยยกส่วนดีให้เห็นชัดเจนและใช้ภาษาให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย

๓) การเขียนเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด

๔) การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

๕) การแก้ไขเพื่อความเข้าใจผิด

๖) การเขียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี

๗) การเขียนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด

รูปแบบของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร มีการเขียนในลักษณะต่าง ๆ เช่น การเขียนข่าวแจก การเขียนสุนทรพจน์ในโอกาสต่าง ๆ การเขียนบทความ การเขียนบรรยายสรุป การเขียนทางวิชาการ การเขียนคำบรรยายประกอบภาพนิ่ง การเขียนบทภาพยนตร์และวิทยุโทรทัศน์

ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือเรียกว่า ข่าวแจก เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูลต่างๆ ของหน่วยงานเผยแพร่ ไปยังกลุ่มประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่างๆ



ตามความเหมาะสม จึงอาจเป็นทั้งข่าว ที่เผยแพร่ผ่านทาง หนังสือพิมพ์นิตยสาร วิทยุและโทรทัศน์ ได้ทั้งสิ้น

#### บทความเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเขียนบทความมีวัตถุประสงค์ดังนี้

- เพื่ออธิบาย มีลักษณะเป็นการให้ข้อมูล ให้ภูมิหลัง และข้อเท็จจริงอย่างละเอียด เพื่ออธิบายให้ผู้อ่านเข้าใจง่าย ในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ซับซ้อน
- เพื่อรายงานหรือกระตุ้นความสนใจ มีลักษณะคล้ายๆ กับการเขียน
- เพื่ออธิบายหรือวิเคราะห์ซึ่งพิจารณาเห็นว่าเป็นเรื่อง que ผู้อ่านควรรู้เป็นการรายงาน บอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้น
- เพื่อให้ความรู้การแสดงความคิดเห็นของบทความนี้คือการให้ความรู้ ทั้งทางตรงและทางอ้อม
- เพื่อเสนอแนวทางแก้ไข เป็นบทความที่ผู้เขียนมุ่งอธิบายถึงข้อเท็จจริงที่มาของปัญหา ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นพร้อมกับเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งอาจมีมากกว่า หนึ่งทางก็ได้
- เพื่อโน้มน้าวใจ เป็นบทความที่ผู้เขียนต้องการโน้มน้าวให้เกิดการคล้อยตามความคิดเห็น ในเรื่องที่กำลังนำเสนอส่วนมากมักเป็นประเด็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือ โครงการรณรงค์ต่างๆ
- เพื่อวิเคราะห์หรือวิจารณ์ การวิเคราะห์เป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงหรือประเด็นปัญหา ตามหลักวิชาการ ชี้ให้เห็นข้อดีและข้อเสีย และผลกระทบ โดยอ้างเหตุผลที่น่าเชื่อถือ ประกอบการวิเคราะห์อย่างรอบด้าน ส่วนการวิจารณ์จะเน้นในความคิดเห็น ของผู้เขียนเป็นหลัก ซึ่งมาจากความรู้และประสบการณ์ที่มีโดยมองปัญหารอบด้านในทุก มิติเพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่เที่ยงตรง
- เพื่อความเพลิดเพลิน เป็นการนำเสนอเรื่องเบาๆ ที่ผ่อนคลาย เพื่อสร้างอารมณ์ขันด้วย ลีลาภาษาที่ไม่เป็นทางการ

การเขียนสุนทรพจน์ สุนทรพจน์หมายถึง คำพูดที่ประธานหรือบุคคลสำคัญกล่าวในโอกาสพิเศษ ที่มี จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์โดยเฉพาะ โดยใช้ภาษาและถ้อยคำที่งดงาม รัดกุม สละสลวย และเหมาะสมกับ โอกาส

การเขียนประกาศหรือแถลงการณ์ ข้อเขียนชนิดหนึ่งที่อาจเผยแพร่เป็นเอกสารเฉพาะ เช่น แผ่นปลิว (leaflet) หรือนิยามเผยแพร่ทางสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์มุ่งการสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างจริงจัง

๔.๓ การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือและสื่อกลางในการสื่อสาร จากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย การสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายใน ปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยี ของโลก อย่างไรก็ตามสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้เป็น ๕ ประเภท คือ



๑) สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจเนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์การได้วาทีการอภิปรายการปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษ ต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือในกรณีที่ เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันทีและเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ยกแก่การตรวจสอบและอ้างอิงนอกจากจะมีผู้บันทึกคำพูดนั้นๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้

๒) สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารและเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าวสื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น ๕ ประเภท คือ หนังสือพิมพ์นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๓๒) ทั้งนี้สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออก ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้นหากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่ง แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

๓) สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมายด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบแตกต่างกันออกไป เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับโปสเตอร์จดหมายข่าว วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้นปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากและมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูป ปฏิทิน รูปโลก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบทอาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

๔) สื่อโสตทัศน เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และหรือเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศน แบ่งได้เป็น ๒ ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุ และส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์เช่น เทปบันทึกเสียง เทปวีดิทัศน์ฟิล์มภาพยนตร์แผ่นดิสเกตต์ แผ่นซีดีรอม เป็นต้นส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ได้แก่ เครื่องเล่นเทปบันทึกเสียง เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์และเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นต้นในปัจจุบันนี้ คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงานประชาสัมพันธ์การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสม (Multi-media) ได้รับความนิยอย่างกว้างขวางเพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดีเนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ที่สมจริงเป็นธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อ





ดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัดคือมีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์ พอสวมควรและต้องใช้ไฟฟ้า หรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน นอกจากนี้ ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และจะ กลายเป็นส่วนหนึ่งใน ชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคตอันใกล้ โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดีคือ สามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุม โลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับ สามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือข้อมูลที่ ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

๕) สื่อกิจกรรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อ ความรู้สึกนึกคิด ความรู้อารมณ์และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมาย หลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิตการจัดริ้วขบวน การจัด นิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรม ทางการศึกษาการจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัด กิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและ สถานการณ์ได้ง่าย แต่มี ข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น

๖) สื่อสมัยใหม่ (Modern Media) สื่อสมัยใหม่ เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุค สารสนเทศ (Information Age) ที่กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ ๑. ดาวเทียม (Sattelite) หรือ สถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการ สื่อสารระหว่างประเทศ ๒. อินเทอร์เน็ต (Internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของ คนเราเป็นอย่างมาก ตลอดจนในสังคมและในหน้าที่การทำงาน อาชีพต่างๆ แม้แต่การประชาสัมพันธ์ก็นำ อินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อ การติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่อ สมัยใหม่ ที่ นำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ ส่วน ใหญ่ผ่านทาง E-mail หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และระบบข้อมูลจาก World Wide Web (WWW) โดยการจัดทำเป็น Website มองแต่ละแห่งให้ผู้เปิดดูเข้าไปดูและติดตามข้อมูล ต่างๆ ได้

## ๕. หน้าที่ความรับผิดชอบ

กลุ่มงานประชาสัมพันธ์ กลุ่มอำนวยการ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต ๒

## ๖. งานในหน้าที่ที่รับผิดชอบ

### ๖.๑) งานการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ คือการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ระหว่างองค์กรหรือ สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน ดังนั้นการที่เรา จะประชาสัมพันธ์งานของเราให้กับองค์กร หรือหน่วยงานภายใน หน่วยงานภายนอก ประชาชนได้รู้จัก หน่วยงานของเรา จึงต้องสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของเราขึ้นมาเพื่อ ประชาสัมพันธ์หน่วยงานของเรา



การประชาสัมพันธ์นั้นมีบทบาทหน้าที่หลัก ๓ ประการ คือ

๑. สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่สถาบัน
๒. รักษาภาพพจน์ที่ดีให้คงทนถาวร
๓. แก้ไขภาพพจน์เชิงลบ

การที่เราจะสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจที่ดี เราต้องมีสื่อที่ดีที่จะเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้าใจ และมีวิธีการรวบรวมข้อมูลข่าวสารจากทุกโรงเรียนในสังกัดของเราได้อย่างไร จึงได้เกิดเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต ๒

เครือข่ายประชาสัมพันธ์ ของ สพป.นครพนม เขต ๒ มีสมาชิกดังนี้

๑. เครือข่ายที่เป็นคณะกรรมการของเครือข่าย ซึ่งได้ดำเนินการต่อเนื่องมาหลายปี เมื่อมีการแบ่ง สพป. และสพม.ทำให้คณะกรรมการลดลง จึงได้รับสมัครสมาชิกเครือข่ายเพิ่ม
๒. สมาชิกเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ที่ได้จากการสมัครใจที่จะเป็นสมาชิกเครือข่ายพร้อมที่จะทำงานเพื่อ สพป.นครพนม เขต ๒

เมื่อรวมเครือข่ายประชาสัมพันธ์ทั้งหมดเข้าด้วยกัน แยกเป็นสองประเภทด้วยกันคือ

๑. เครือข่ายภายในสำนักงานเขตพื้นที่ แยกตามกลุ่มต่างๆ
๒. เครือข่ายภายนอกสำนักงานเขตพื้นที่ แยกตามอำเภอ

วัตถุประสงค์ของการสร้างเครือข่าย

๑. เพื่อแต่งตั้งบุคลากรที่มีความสามารถด้านการนำเสนอข่าวสารของโรงเรียนในสังกัด
๒. เพื่อเป็นการจัดการข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนอย่างเป็นระบบ
๓. เพื่อนำเสนอข่าวสารให้กับสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมาย

๑. เครือข่ายประชาสัมพันธ์จัดส่งข่าวสารมายังฝ่ายประชาสัมพันธ์ สพป.นพ.2 อย่างต่อเนื่อง
๒. จัดส่งข่าวสารการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ให้สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและสื่อส่วนกลาง ไม่น้อยกว่า ๕ เรื่อง/ เดือน
๓. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางสื่อ ICTWebsite ของสพฐ.และ สพป.อย่างต่อเนื่อง

ขอบข่ายหน้าที่ของเครือข่ายประชาสัมพันธ์

๑. การทำข่าวในเขตพื้นที่ที่รับมอบหมาย เช่น ข่าวการเปิดอบรมสัมมนา การจัดกิจกรรมต่างๆ ของ สพป.นพ.๒ ของกลุ่มโรงเรียนเครือข่าย ของอำเภอที่รับผิดชอบ ในทุกๆด้าน
๒. การนำเสนอข่าวทางเว็บไซต์ [www.nkp2.org](http://www.nkp2.org)
๓. การส่งข่าวให้กับ ประชาสัมพันธ์ สพป.นพ.๒ เพื่อเสนอข่าวลงในเว็บไซต์ของสพฐ.  
([www.obce.go.th](http://www.obce.go.th)) ลงในวารสารสำนักงานเขต /จดหมายข่าว /หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โดยส่งได้ ๓ ช่องทางคือ

๓.๑) E-mail : [nkp2@hotmail.com](mailto:nkp2@hotmail.com)

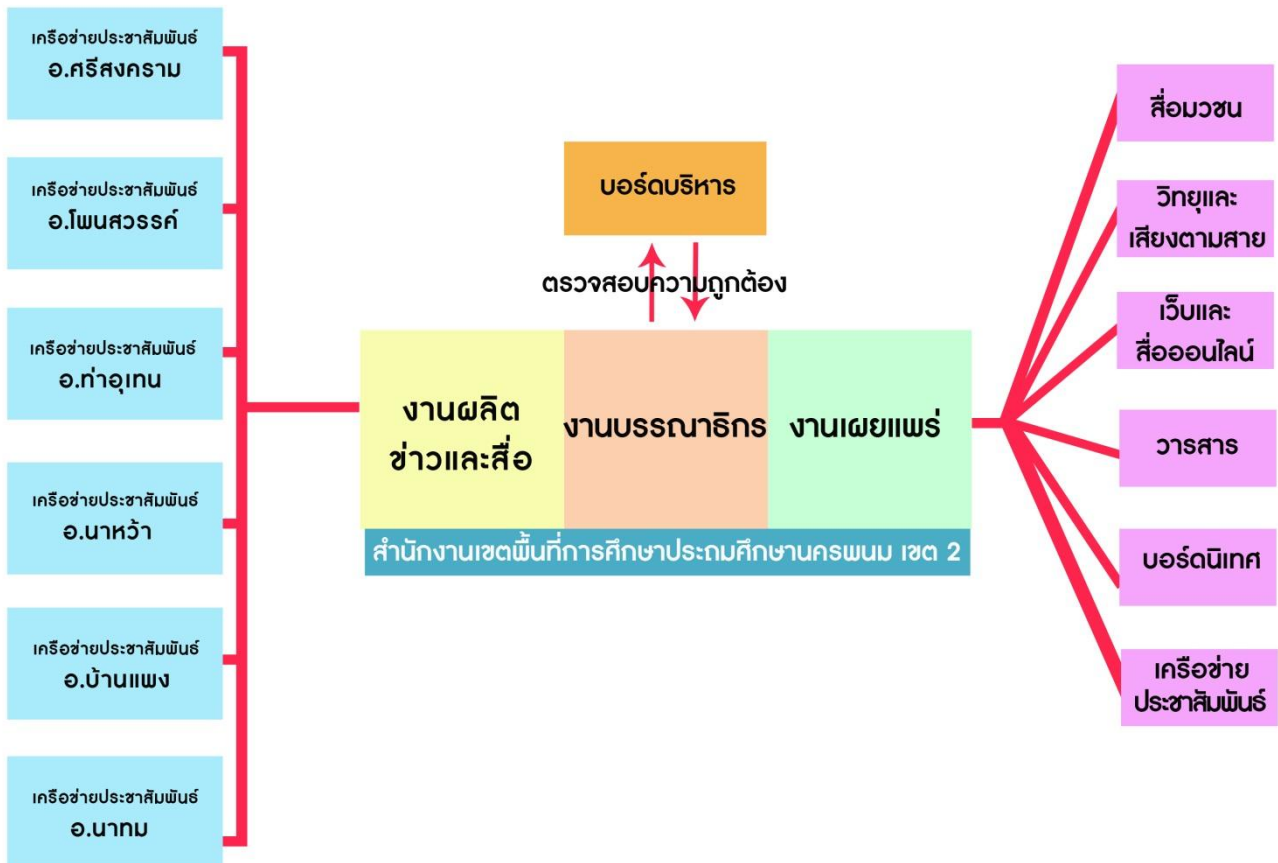
๓.๒) Smart Office ผ่านกระดานข่าวประชาสัมพันธ์ หรือข้อความส่วนตัว ของนาย วุฒิพงษ์ พันทิวา และนางกรรณิการ์ จำปาขาว



๓.๓) www.facebook/สพป นครพนม เขต ๒

๔. การตรวจสอบข่าวในเขตพื้นที่รับผิดชอบ ชี้แจง(แก้ข่าว)เมื่อมีข่าวที่จะนำความเสียหายให้กับองค์กร
๕. เป็นผู้ประสานงาน (ส่งข่าว)ให้กับโรงเรียนในสังกัด ผ่านทางช่องทางต่างๆ ให้ทันเวลา
๖. ประชาสัมพันธ์ สพป.นพ.๒ จะจัดทำโครงการจดหมายข่าว เดือนละ ๑ ฉบับ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานเขตให้แก่หน่วยงานต่างๆ และเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงจัดให้มีการประชุมคณะกรรมการและสมาชิกเครือข่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อสรุปข่าวรวบรวมกิจกรรมของสำนักงานเขตเดือนละ ๑ ครั้ง วันเวลาจะแจ้งให้ทราบภายหลัง
๗. สพป.นพ.2 จะแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำวารสาร / จดหมายข่าว ของ สพป.นพ.๒ เพื่อจัดทำต้นฉบับวารสาร

### แผนผังการดำเนินงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์



#### ๖.๒) งานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน

- งานสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (อินเทอร์เน็ต) วิทยุกระจายเสียง
- งานประชาสัมพันธ์ ทางเว็บไซต์ สพป.นครพนม เขต ๒ สพฐ.





๖.๓) งานบริการข้อมูลข่าวสาร

๖.๕) งานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน

๖.๕.๑) งานสื่อสิ่งพิมพ์ การจัดทำวารสาร จัดทำจดหมายข่าวประชาสัมพันธ์โรงเรียนใน  
สังกัด

และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

๖.๕.๒) จัดส่งข้อมูลหน่วยงานให้แก่สถานีวิทย์ , สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๒ อุบลราชธานี

๖.๕.๓) งานสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- จัดลงข่าวสารในเว็บไซต์ สพฐ. [www.obec.go.th](http://www.obec.go.th)

- จัดลงข่าวสารในเว็บไซต์ สพท. [www.nkp.go.th](http://www.nkp.go.th)

[www.facebook.com/nakhonpanom](https://www.facebook.com/nakhonpanom) ๒

๖.๕.๔) งานสร้างสีสันสารคดีสั้น นำเสนอความเคลื่อนไหวของโรงเรียนในสังกัด

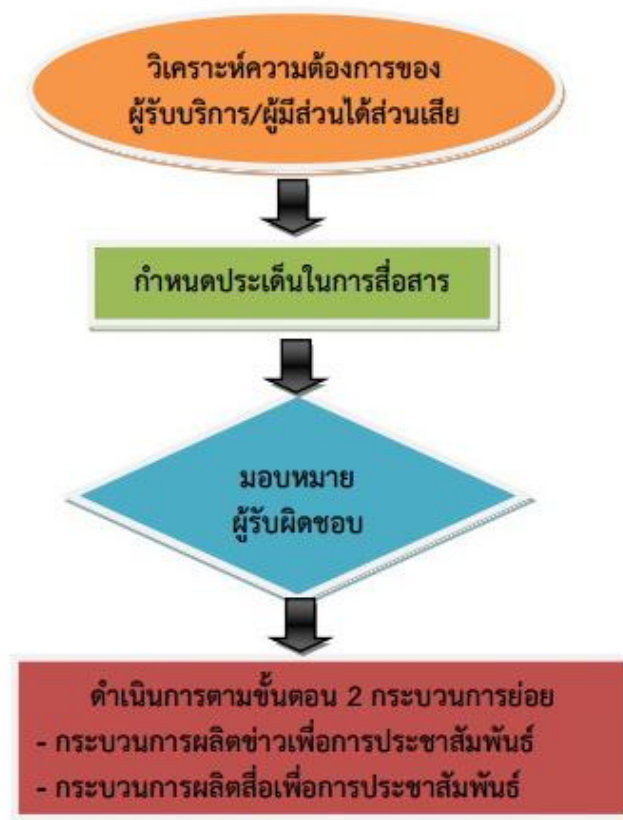
๖.๖) งานบริการข้อมูลข่าวสาร

๖.๗) ช่วยงานการจัดระบบบริหารสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

๖.๘) ปฏิบัติหน้าที่แทน นางกรรณิการ์ จำปาขาว กรณีไม่อยู่หรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้

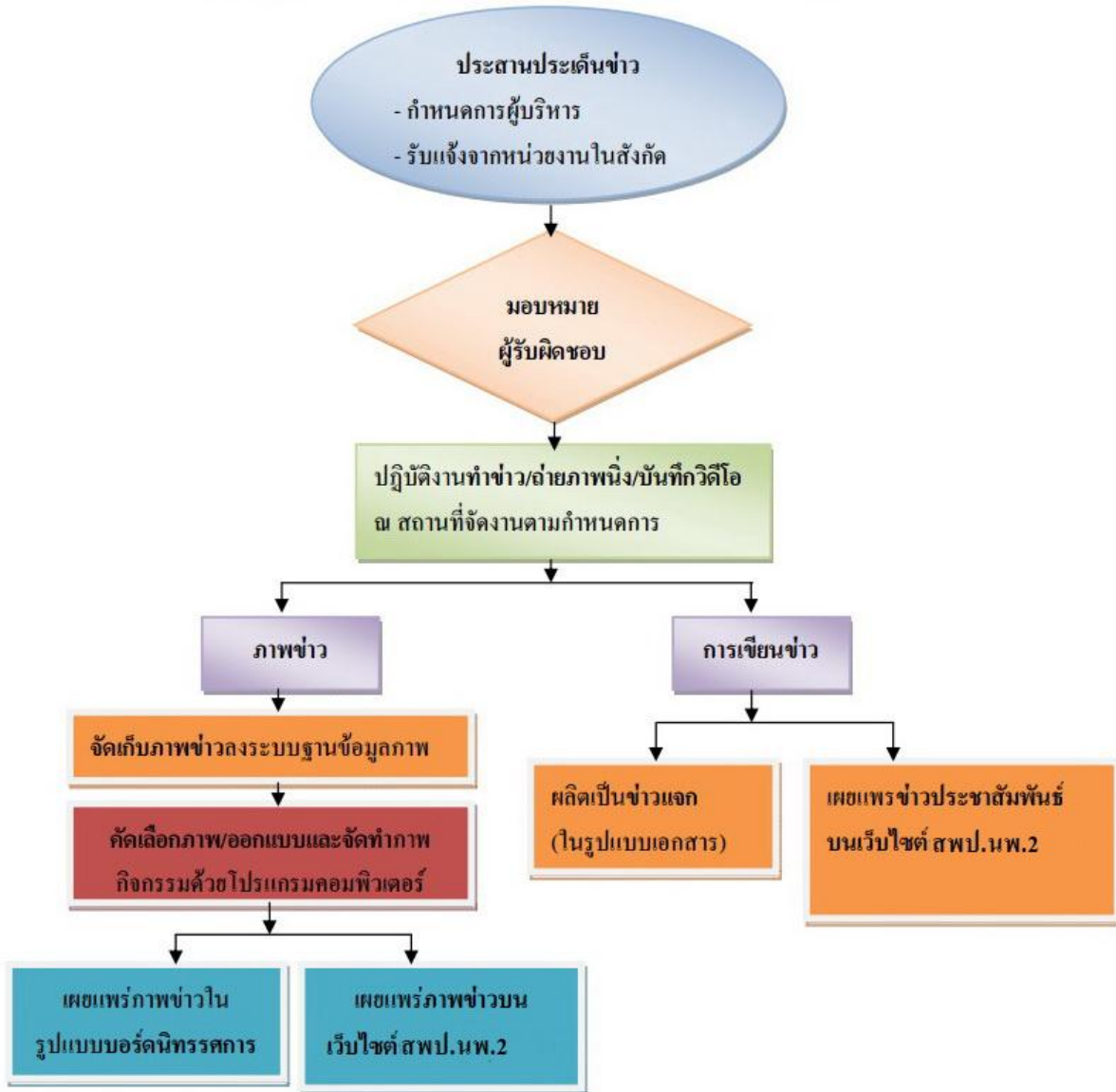
๖.๙) ปฏิบัติงานอื่นตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย

แผนผังกระบวนการเผยแพร่ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ สพป.นครพนม เขต ๒



แบ่งออกเป็น 2 กระบวนการย่อย ดังนี้

1. กระบวนการผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์



## 2. กระบวนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

