



สถาบัน **THE BEST CENTER**

2145/7 ซ.รามคำแหง 43/1 ถ.รามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทร. 0-2318-6868, 0-2314-1492 โทรสาร 0-2718-6274

คุณภาพทางวิชาการต้องมาที่ 1

www.thebestcenter.com



www.facebook.com/bestcentergroup

คู่มือเตรียมสอบ

นักประชาสัมพันธ์

ปฏิบัติการ (ด้านทั่วไป)

กรมประชาสัมพันธ์

ประกอบด้วย

- ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ และการติดตามประเมินผล
- การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์
- จรรยาบรรณนักประชาสัมพันธ์
- ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับนโยบายรัฐบาลและเหตุการณ์ปัจจุบัน



เปิดติวครบวงจร
ทุกหน่วยงานสอบ และติวทางไปรษณีย์
ติดต่อ 02-3186868, 02-3141492

ศูนย์รวมคู่มือเตรียมสอบและแนวข้อสอบ
มีบริการจัดส่งพัสดุ หรือสั่งแบบ e-book
download ได้ที่ @thebestcenter
หรือไอดีไลน์ 0627030008

260.-

คำนำ

คู่มือเตรียมสำหรับตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ (ด้านทั่วไป)
กรมประชาสัมพันธ์เล่มนี้ โดยทางสถาบัน THE BEST CENTER และคณะได้เรียบเรียงขึ้นเพื่อ
ให้ผู้สมัครสอบใช้สำหรับเตรียมตัวสอบในการสอบแข่งขันฯ ในครั้งนี้

ดังนั้นทางสถาบัน THE BEST CENTER ได้เล็งเห็นความสำคัญจึงได้จัดทำหนังสือเล่มนี้
ขึ้นมา ประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับการเนื้อหา พ.ร.บ. ระเบียบและเจาะแนวข้อสอบเพื่อให้ผู้ที่
สอบได้เตรียมตัวอ่านล่วงหน้า มีความพร้อมในการทำข้อสอบ

ท้ายนี้ คณะผู้จัดทำขอขอบคุณทางสถาบัน THE BEST CENTER ที่ได้ให้การสนับสนุน
และมีส่วนร่วมในการจัดทำต้นฉบับนี้ ทำให้หนังสือเล่มนี้สามารถสำเร็จขึ้นมาเป็นเล่มได้
พร้อมกันนี้คณะผู้จัดทำขออ้อมรับข้อบกพร่องใด ๆ อันเกิดขึ้นและยินดีรับฟังความคิดเห็น
จากทุก ๆ ท่าน เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

THE BEST CENTER
เดอะเบสท์ เซ็นเตอร์

ขอให้โชคดีในการสอบทุกท่าน
ฝ่ายวิชาการ

สถาบัน The Best Center

www.thebestcenter.com

สารบัญ

➤ ความรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์	1
➤ การประชาสัมพันธ์และการติดตามประเมินผล	10
➤ การเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์	23
➤ การเขียนโครงการประชาสัมพันธ์	58
➤ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ต่าง ๆ	68
➤ การเผยแพร่ผ่าน News Media การประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media	118
➤ การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์	126
➤ การเรียบเรียงข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์	129
➤ วางแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์	136
➤ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่กับงานด้านการสื่อสาร	148
➤ จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์	161
➤ นโยบายรัฐบาล	164
★ แนวข้อสอบ นักประชาสัมพันธ์ ชุดที่ 1.	166
★ แนวข้อสอบ นักประชาสัมพันธ์ ชุดที่ 2.	192
★ แนวข้อสอบ นักประชาสัมพันธ์ ชุดที่ 3.	206
★ แนวข้อสอบ นักประชาสัมพันธ์ ชุดที่ 4.	216
★ แนวข้อสอบ นักประชาสัมพันธ์ ชุดที่ 5.	227
★ แนวข้อสอบ ความรู้เกี่ยวกับ สถานการณ์ปัจจุบัน เศรษฐกิจ สังคม	249
➤ เทคนิคการสอบสัมภาษณ์	254

ความรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์

➤ ประวัติกรมประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ของรัฐบาล สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง ในการ เสริมสร้าง ความเข้าใจอันดี ระหว่าง รัฐบาล และหน่วยงาน ของรัฐบาล กับประชาชน ตลอดจนระหว่าง ประชาชน ด้วยกัน โดยวิธีการ ให้ข่าวสาร ความรู้ ข้อเท็จจริง และรับฟัง ความคิดเห็น ของประชาชน เพื่อเสนอรัฐบาล และหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่ โน้มน้าว ชักจูง ประชาชน เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือ แก่รัฐบาล และ หน่วยงานราชการ ต่าง ๆ ตาม แนวทาง ที่ถูกที่ควร ในระบอบ ประชาธิปไตย โดยมีพระมหากษัตริย์ เป็นประมุข นอกจาก สำนักงานใหญ่ ในกรุงเทพ มหานคร แล้ว กรมประชาสัมพันธ์ ยังมี สำนักประชาสัมพันธ์ เขต อีก 8 สำนัก ได้แก่ สปข.1 ขอนแก่น สปข.2 อุบลราชธานี สปข.3 ลำปาง สปข.4 พิชญโลก สปข.5 สุราษฎร์ธานี สปข.6 สงขลา สปข.7 จันทบุรี และ สปข.8 กาญจนบุรี เพื่อเผยแพร่ และ ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ให้เข้าถึง ประชาชน ในส่วน ภูมิภาค ขณะ เดียวกัน กรมประชาสัมพันธ์ ยังมี สำนักงาน ประชาสัมพันธ์ครบทุก จังหวัด

กรมประชาสัมพันธ์เริ่มก่อตั้งเมื่อ 3 พฤษภาคม 2476 ภายหลัง การเปลี่ยนแปลงการปกครอง จากระบอบ สมบูรณาญาสิทธิราช มาเป็นระบอบ ประชาธิปไตย มีรัฐธรรมนูญ เป็นกฎหมาย สูงสุด ของประเทศ โดยมีชื่อ ในระยะเริ่มแรก ว่า "กองโฆษณาการ" และได้เปลี่ยนชื่อเป็น สำนักงานโฆษณาการ" เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2476 และได้มีการพัฒนา ผลงาน มาเป็นลำดับ โดยมี การปรับปรุง และขยาย ความรับผิดชอบ เพิ่มขึ้นทุก ๆ ระยะ ตามความ เจริญ ก้าวหน้า ทางวิชาการ สภาพของสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ตลอดจนนโยบายของรัฐบาล ในแต่ละสมัย และเปลี่ยนชื่อมาเป็น "กรมโฆษณาการ" เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2483 หลังจากนั้น 12 ปี ได้เปลี่ยนชื่อเป็น "กรมประชาสัมพันธ์" เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2495

3 พฤษภาคม 2476 ตั้งเป็น "กองการโฆษณา" โดยพระราชบัญญัติ จัดตั้งกระทรวงและกรม มีฐานะเป็นกรมอิสระ ขึ้นตรงต่อคณะรัฐมนตรี

9 ธันวาคม 2476 เปลี่ยนชื่อเป็น "สำนักงานโฆษณาการ" มีฐานะเป็นกรม หัวหน้าสำนักงาน เทียบเท่าอธิบดี แบ่งส่วนราชการเป็น 3 กอง คือ สำนักงาน เลขานุการกรม กองเผยแพร่ความรู้ และกองหนังสือพิมพ์ โดยทำหน้าที่ หลัก 3 ประการ คือให้ข่าว และความรู้ แก่ประชาชน เพื่อป้องกัน ความเข้าใจผิด เกี่ยวกับรัฐบาล และประเทศ โดยส่วนรวม

31 มีนาคม 2481 โอนกิจการด้านช่าง และทะเบียนวิทยุ จาก กรมไปรษณีย์ โทรเลข มาขึ้นกับสำนักงาน โฆษณาการ และมีการตั้ง โฆษณาการเขต ขึ้นเป็นเขตแรก ที่จังหวัด หนองคาย และ ที่จังหวัด พระตะบอง เป็นเขตที่สอง

5 กรกฎาคม 2483 เปลี่ยนชื่อเป็น "กรมโฆษณาการ"และมีการตั้ง กองการ ต่างประเทศ เพิ่มขึ้น เพื่อติดต่อ และ โฆษณาการ เผยแพร่ ข่าวสาร ต่อชาว ต่างประเทศ

4 สิงหาคม 2490 โอนสำนักงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยว จากกระทรวงคมนาคม มาขึ้นกับ กรม

โฆษณาการ

8 มีนาคม 2495 เปลี่ยนชื่อเป็น "กรมประชาสัมพันธ์" เพื่อให้เหมาะสมกับภาระหน้าที่ ในฐานะ แหล่ง การเผยแพร่ นโยบาย และ ผลงาน ของรัฐบาล รวมทั้ง เผยแพร่ ข่าวสาร การเมือง ศีลธรรม วัฒนธรรม ความรู้ และ ความบันเทิง ตลอดจน เป็นสื่อกลาง สร้างความสัมพันธ์ อันดี ระหว่าง รัฐบาล กับ ประชาชนด้วย

พ.ศ. 2497 ตั้ง "สำนักงานแถลงข่าวไทยในต่างประเทศ" ขึ้นที่ลอนดอน และวอชิงตัน และได้จัดตั้ง กองประชาสัมพันธ์ ภาคพื้นที่ จังหวัด สุราษฎร์ธานี เป็นแห่งแรก ทำหน้าที่ เป็นหน่วยงาน สาขา ของ กรม ประชาสัมพันธ์ ในภาคใต้ โดยเฉพาะ

1 มกราคม 2503 โอนสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวไปรวมกับ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย ซึ่งจัดตั้งขึ้นใหม่ และเพิ่มหน่วยงาน ระดับกอง คือ กองสำรวจประชาคมติ เพื่อสำรวจ และรับฟัง ความคิดเห็น ของประชาชน

พ.ศ. 2503 ได้มีการติดตั้ง "กองประชาสัมพันธ์เขต" ขึ้นที่จังหวัดขอนแก่น ลำปาง และสงขลา เพื่อเป็น หน่วยงานสาขาของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ตอนล่าง

20 ตุลาคม 2504 ตั้ง "โรงเรียนการประชาสัมพันธ์" ขึ้นในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่วิชา ความรู้และส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาการประชาสัมพันธ์ และการติดต่อสื่อสาร

พ.ศ. 2513 ตั้ง "สำนักงานแถลงข่าวไทยขึ้นที่พนมเปญประเทศเขมร" ปัจจุบันยกเลิกไปแล้ว

21 สิงหาคม 2518 มีพระราชกฤษฎีกา แบ่งส่วนราชการบริหารส่วนกลาง และราชการส่วนภูมิภาค ของ กรมประชาสัมพันธ์ใหม่ โดยมีหน่วย ระดับกอง 15 หน่วยงาน

มิถุนายน 2521 ตั้ง "สำนักงานแถลงข่าวไทยที่กัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย"

1 มกราคม 2522 ตั้ง "สำนักงานแถลงข่าวไทยที่เจดดาห์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย"

17 กันยายน 2526 ตั้ง "ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 4 สุราษฎร์ธานี" เพิ่มขึ้น 1 แห่ง

7 สิงหาคม 2529 มีพระราชกฤษฎีกา แบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ ออกเป็นราชการบริหาร ส่วนกลาง(20หน่วยงาน)และราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด)โดยเพิ่มหน่วยงาน ใหม่คือ กองงานคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 5-8, และวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11

วันที่ 26 มีนาคม 2540 มีพระราชกฤษฎีกา แบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งเป็นราชการ บริหารส่วนกลาง 22 หน่วยงาน และราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด 75 จังหวัด)

➤ ตรากรมประชาสัมพันธ์



ตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งปรากฏในราชกิจจานุเบกษา ตอนที่ 7 เล่มที่ 64 ลงวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2490 กำหนด เครื่องหมาย ราชการ "กรมโฆษณาการ" ให้เป็นรูป พระอินทร์ เป่าสังข์ เหาะลอย อยู่เหนือเมฆ มีวงกลม ล้อมรอบ ตามวรรณคดีกล่าวไว้ว่า พระอินทร์เป่าสังข์ ปลุก พระนารายณ์ ให้ตื่น จากบรรทมสินธุ์ ในสะดือทะเล เพื่อขึ้นมาปราบเหตุร้าย ต่าง ๆ ในโลก อย่างไร ก็ดี โดยที่สังข์ ตามลัทธิ พราหมณ์ ถือว่า เป็นมงคล 3 คือ สังข์ ถือกำเนิด จาก พระพรหม ท้องสังข์ เคยเป็น ที่ซ่อน คัมภีร์พระเวท และตัวสังข์ มีรอยนิ้ว พระหัตถ์ ของ พระนารายณ์ ในพิธีทาง ศาสนา พราหมณ์ จึงมี การเป่าสังข์ เพื่อความ เป็นสิริมงคล ด้วย นอกจากนี้ พระในลัทธิชินโต ก็ใช้ สังข์เป่า ในพิธีมงคล พวกชาวเกาะ ทะเลใต้ เป่าสังข์ บอกสัญญาณระหว่างกัน ปรากฏว่า ได้ยิน ไปไกลไม่แพ้เป่าเขาควาย เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์เป็นการ โฆษณาเผยแพร่ และ อธิบาย ชี้แจง ให้ประชาชน เข้าใจ อย่างกว้างขวาง เป็นการสร้าง ความเข้าใจ อันดี โดยมีวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และ ภาพยนตร์ เป็นเครื่องช่วย จึงเปรียบได้กับ การเป่าสังข์ ของเทวดา ในสมัยโบราณ เพื่อบอก สัญญาณ และเรียกประชุม นั่นเอง

➤ สีกรมประชาสัมพันธ์

ใช้สีม่วง ซึ่งถือกันว่าเป็นสีของงานสื่อสารมวลชน และ การประชาสัมพันธ์

➤ วิสัยทัศน์

"เป็นองค์กรที่ได้รับความเชื่อถือด้านข่าวสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ"

➤ พันธกิจหรือภารกิจหลักของ กปส. มีดังนี้

- 1.เสนอแนะนโยบายและให้คำปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์แก่รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐ
- 2.ประชาสัมพันธ์นโยบายและการดำเนินงานของภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนความคิดเห็นจากประชาชนสู่รัฐบาล
- 3.ให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนแก่หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน

➤ ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1.พัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ให้สามารถนำสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. พัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารสนับสนุนเพื่อการพัฒนาของภาครัฐ ภาคเอกชน และการดำเนินงานของภาครัฐเพื่อความสุขของประชาชนและภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

3. พัฒนาระบบการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนให้มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

4. พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์การให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA)

➤ ค่านิยมหลักขององค์กร

1. ทำงานอย่างมืออาชีพ (Professional)

2. มีความคิดสร้างสรรค์ ทำงานเป็นทีม และบูรณาการ (Creativity Team work Integration)

3. เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

4. มีคุณธรรม จริยธรรม (Ethic)

5. จิตสำนึกในการให้บริการเพื่อประโยชน์ของประชาชน (Service mind)

➤ บทบาทหน้าที่

1. ส่งเสริมและเผยแพร่ข่าวสาร และความรู้เกี่ยวกับ การปกครอง ระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ เป็นประมุข ตลอดจน นโยบาย และการดำเนินงาน ของรัฐบาล วัฒนธรรม ศีลธรรม ค่านิยม ที่ดีงาม รวมทั้ง สนับสนุน การให้ บริการ การศึกษา นอกกรอบ แก่ประชาชน

2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดี ระหว่าง หน่วยงานของรัฐ กับประชาชน และระหว่าง ประชาชนด้วยกัน

3. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ทั้งภายใน และภายนอก ประเทศ เพื่อประโยชน์ แก่ความมั่นคง และเพื่อส่งเสริม ความสัมพันธ์อันดี กับต่างประเทศ

4. สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือทางวิชาการ เกี่ยวกับ การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารมวลชน แก่หน่วยงาน ทั้งของภาครัฐ และภาคเอกชน

5. ศึกษา วิจัย สำรวจ และตรวจสอบประสามติ เพื่อเป็นข้อมูล ในการปรับปรุง นโยบาย และแผนงาน การประชาสัมพันธ์ ของรัฐ

6. ดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

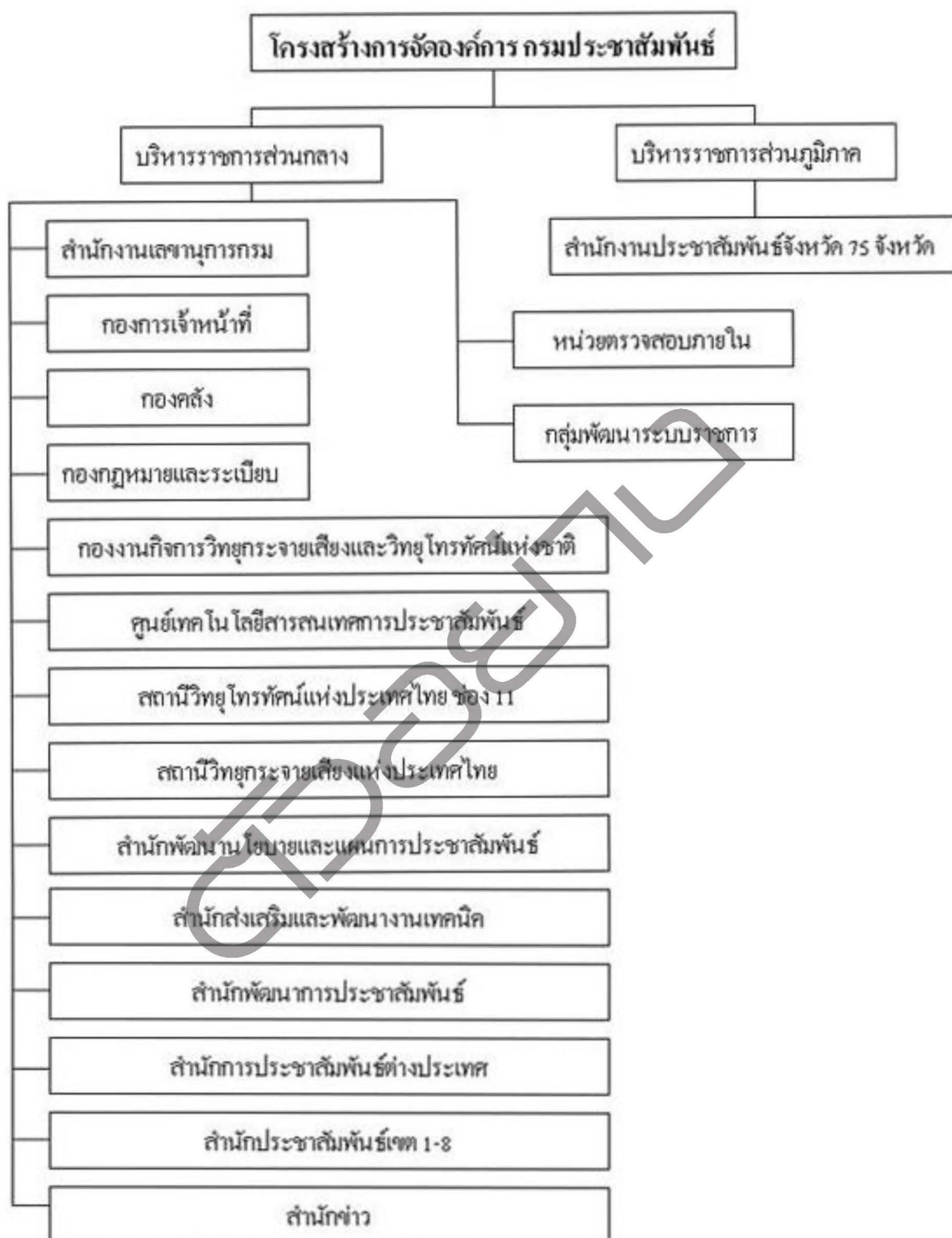
7. กำกับดูแลการปฏิบัติงาน ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ ให้เป็น ไปตามกฎหมาย

8. พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารมวลชนของกรม

9. ผลิต เผยแพร่ และให้บริการเอกสาร และสื่อโสตทัศนศึกษา รวมทั้งให้บริการ โสตทัศนูปกรณ์ในการประชาสัมพันธ์ แก่ หน่วยงานของรัฐ

10. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่พระราชกฤษฎีกากฎหมายกำหนด ให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่นายกรัฐมนตรี หรือคณะรัฐมนตรี มอบหมาย

➤ โครงสร้าง



➤ ส่วนราชการในสังกัด

ตามพระราชกฤษฎีกา แบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี ฉบับล่าสุด เมื่อปี พ.ศ. 2540 มีส่วนราชการในสังกัด ดังต่อไปนี้

- สำนักเลขานุการกรมประชาสัมพันธ์
- กองคลัง
- กองการเจ้าหน้าที่
- กองกฎหมายและระเบียบ
- กองงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กองงาน กกช.)
- ศูนย์สารสนเทศการประชาสัมพันธ์
 - พิพิธภัณฑการกระจายเสียง
 - หอจดหมายเหตุกรมประชาสัมพันธ์
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.)
 - สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ส่วนภูมิภาค
 - สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา (สวศ.)
- สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.)
 - สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ส่วนภูมิภาค
 - สถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี (สถานีโทรทัศน์ระบบยูเอชเอฟ; ปัจจุบันโอนกิจการไปให้แก่องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย และใช้ชื่อว่าสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส)[9]
 - สถานีวิทยุโทรทัศน์ทีไอทีวี (ให้เอกชนเช่าสัมปทาน; ยุติการออกอากาศแล้ว)
 - สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอ็นบีที (ร่วมผลิตกับเอกชน)
- สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ
- สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์ (สนข.)
 - สถานีโทรทัศน์เอ็นบีทีเวิลด์
- สำนักงานที่ปรึกษาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ
- สำนักประชาสัมพันธ์เขตและสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด
 - สำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 จังหวัดกาญจนบุรี
 - สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จังหวัดจันทบุรี
 - สำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 จังหวัดอุบลราชธานี
 - สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น
 - สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 จังหวัดพิษณุโลก
 - สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 จังหวัดเชียงใหม่
 - สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 จังหวัดสุราษฎร์ธานี
 - สำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 จังหวัดสงขลา
- สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์
 - สถาบันการประชาสัมพันธ์

- สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์
- สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค

➤ จดหมายข่าวรัฐบาลเพื่อประชาชน

เป็นหนังสือพิมพ์แบบลอยด์ รายปักษ์ภาษาไทยที่ดำเนินการโดย กรมประชาสัมพันธ์ ตามคำริของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

โดยมติ คณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2558 ให้ กรมประชาสัมพันธ์ ออกหนังสือพิมพ์แบบลอยด์แบบรายปักษ์ 4 สี 8 หน้าชื่อ จดหมายข่าวรัฐบาลเพื่อประชาชน เริ่มออกฉบับปฐมฤกษ์เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2558 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์และรายงานผลงานของรัฐบาล โดยหนึ่งฉบับมี 8 หน้า จัดพิมพ์ทั้งสิ้น 60,000 เล่ม โดยแบ่งเป็นการแจกในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30,000 เล่ม และพื้นที่ต่างจังหวัด 30,000 เล่ม

โดยที่หนังสือพิมพ์ฉบับนี้มีนายอภิรักษ์ จันทร์งษ์ อธิบดี กรมประชาสัมพันธ์ เป็นบรรณาธิการบริหารในเวลาต่อมาได้เปลี่ยนให้นายณิศร์ สุวรรณเดชเป็นบรรณาธิการบริหารแทนและพลเอก วิลาศ อรุณศรี เลขาธิการนายกรัฐมนตรี เป็นบรรณาธิการอำนวยการ

ในหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้เป็นคอลัมน์นิสต์รับเชิญในคอลัมน์ จากใจนายกรัฐมนตรี เพื่อใช้สื่อสารความในใจของท่าน ไปสู่ประชาชนนอกจากนี้ยังมีคอลัมน์จากรัฐมนตรีบางท่านที่ใช้รายงานผลงานที่ผ่านมาแต่ด้วยผลไม่เป็นตามเป้าที่วางไว้จึงได้ยุติหนังสือพิมพ์ฉบับนี้โดยออกฉบับสุดท้ายเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2559

➤ จรรยาบรรณ

โดยที่กรมประชาสัมพันธ์มีภารกิจหลักในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนเพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติเป็นไปอย่างมีระบบ ด้วยการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนและประชาคมโลกในยุทธศาสตร์ และนโยบายสำคัญของรัฐบาล ซึ่งจะต้องทำงานเชิงรุก ทั้งเรื่องการวางแผนประสานงาน ติดตามประเมินผล การบริหารจัดการข่าวสารอย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เป็นกลางถูกต้อง เพิ่มบทบาทในการเป็นที่ปรึกษาด้านวิชาการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานต่างๆ

กรมประชาสัมพันธ์ได้จัดทำจรรยาข้าราชการขึ้นจากกรอบแนวคิดพื้นฐานของมาตรฐานคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งจากวัฒนธรรมองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์ที่ข้าราชการยึดถือมาโดยตลอด โดยมีเจตนารมณ์เพื่อให้ข้าราชการของกรมประชาสัมพันธ์เป็นข้าราชการของประชาชน ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ยึดมั่นในหลักคุณธรรม จริยธรรม มุ่งมั่นในการรักษามาตรฐานตามหลักวิชาการและวิชาชีพ โดยยึดถือประโยชน์ของสาธารณชนเป็นที่ตั้ง เพื่อการบรรลุภารกิจอันสำคัญ ทั้งงานด้านการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารมวลชนตามพันธกิจอันเป็นวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 78 และ 79 ของพระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการพลเรือน พ.ศ. 2551 กรมประชาสัมพันธ์จึงออกข้อบังคับว่าด้วยจรรยาข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2552 ไว้ดังต่อไปนี้

มีความซื่อสัตย์ สุจริต และโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่แสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยมิชอบด้วยกฎหมาย สำหรับตนเองหรือผู้อื่น และปฏิบัติงานอย่างโปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบ ดังนี้

1. ไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่หรืออิทธิพลของตนกดดันต่อการตัดสินใจ เพื่อผลประโยชน์ในรูปแบบใดๆ
2. หลีกเลี่ยงการปฏิบัติที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทับซ้อนและสามารถตรวจสอบการปฏิบัติงานได้
3. ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย ระเบียบ และวินัยข้าราชการโดยเคร่งครัด
4. ดำเนินการให้ประชาชนรับรู้หลักเกณฑ์ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ผู้รับผิดชอบ และระยะเวลาในการปฏิบัติด้วยความถูกต้อง และสะดวกรวดเร็ว มีจิตบริการ (Service Mind) และยื่นหยัดในสิ่งถูกต้อง

ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องมีจิตสำนึกที่ดีในการบริการแก่ประชาชนด้วยอัธยาศัยไมตรี และก่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้รับบริการ ดังนี้

1. อุทิศตนในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสียสละ เพื่อประโยชน์ของส่วนรวมและประเทศชาติ
2. ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถโดยชอบด้วยกฎหมาย กฎเกณฑ์ และเหตุผลอันชอบธรรม รวมทั้งกล้ายืนหยัดในสิ่งที่ถูกต้อง
3. ให้บริการประชาชนด้วยความสุภาพ จริงใจ เสมอต้นเสมอปลายและไม่เลือกปฏิบัติ
4. มีความเป็นอิสระทางวิชาชีพ มุ่งปฏิบัติหน้าที่เพื่อสาธารณชน โดยไม่ยอมให้อิทธิพลทางการเมืองหรือผลประโยชน์อื่นใดมาครอบงำ ความคิดเห็นหรือให้ตนเองหรือบุคคลใดได้รับสิทธิพิเศษหรือประโยชน์ใดๆ
5. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ยึดมั่นระบบคุณธรรม

ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ ต้องยึดมั่นในระบบคุณธรรม ตามหลักศาสนาและขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม ดังนี้

1. ไม่กระทำการใดเพื่อเป็นการช่วยเหลือหรืออุปถัมภ์ต่อบางบุคคลเพื่อผลประโยชน์บางอย่างโดยมีผลประโยชน์ตอบแทน
2. พิจารณาความดีความชอบอย่างเป็นธรรมและเสมอภาคตามผลงานที่ประจักษ์
3. ปฏิบัติตนให้อยู่ในระเบียบวินัยและศีลธรรมอันดี
4. มีความรับผิดชอบและปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ โดยคำนึงถึงประโยชน์ ของทางราชการ
5. ไม่มุ่งหวังหรือแสวงหาประโยชน์อันมิควรได้จากการปฏิบัติงาน รวมทั้งไม่ใช้เวลาราชการและอุปกรณ์เครื่องมือของราชการไปทำงานภายนอกเพื่อผลประโยชน์ของตน

ทำงานอย่างมืออาชีพ และทำงานเป็นทีม โดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน

ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความมุ่งมั่น เต็มศักยภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลแก่ประชาชน ดังนี้

1. ทำงานโดยยึดผลลัพธ์ของงานเป็นหลัก เพื่่อมุ่งประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของงาน และความคุ้มค่าต่อองค์กร

2. ยึดหลักการปฏิบัติงานแบบมีส่วนร่วม และรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน ผู้รับบริการ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำงานแบบบูรณาการ

3. พัฒนาระบบการทำงาน วิธีการทำงาน และกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อผลสัมฤทธิ์ของงานอย่างต่อเนื่อง

4. พัฒนาตนเองให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและความชำนาญในการปฏิบัติงานจนเป็นที่ยอมรับเพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

5. ปฏิบัติงานอย่างมีเป้าหมาย โดยยึดนโยบายรัฐบาล ระเบียบ กฎหมาย หลักวิชาการ และจรรยาวิชาชีพเป็นหลักในการพัฒนางาน ความเป็นธรรมและเสมอภาค

ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสมอภาค ถูกต้อง เป็นธรรม และปราศจากอคติ ดังนี้

1. ปฏิบัติหน้าที่โดยยึดมั่นความถูกต้อง เป็นธรรม และไม่เอียงฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด
2. ถือปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และเหตุผลอันชอบธรรม
3. ถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ เพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพให้ผู้รับบริการ ได้อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์และทั่วถึง

ให้ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ปฏิบัติตามจรรยาข้าราชการดังกล่าวข้างต้น โดยครบถ้วน การไม่ปฏิบัติตามจรรยาข้าราชการอื่นไม่ใช่ความผิดทางวินัย ให้ผู้บังคับบัญชาตักเตือนและนำไปประกอบการพิจารณาแต่งตั้งเลื่อนเงินเดือน หรือสั่งให้ข้าราชการผู้นั้นได้รับการพัฒนา

อนึ่ง ให้ลูกจ้าง และพนักงานราชการของกรมประชาสัมพันธ์ถือปฏิบัติตามจรรยาข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ โดยอนุโลม

ทั้งนี้ ให้หน่วยงาน ผู้บังคับบัญชา และข้าราชการปฏิบัติตามแนวทางการดำเนินการตามข้อบังคับว่าด้วยจรรยาข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2552

ประกาศ ณ วันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2552 (นายกฤษฎพร เสริมพานิช) อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

(นายกฤษฎพร เสริมพานิช)

อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์และการติดตามประเมินผล

➤ การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างกลุ่มบุคคล ทุกคนทุกองค์กร สามารถใช้การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ภารกิจหลักเป็นไปอย่างราบรื่น ลดทอนปัญหาอุปสรรคลงให้น้อยที่สุดเท่าที่จะน้อยได้ มีทฤษฎี หรือตำราเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กล่าวไว้มากมายทั้งในและต่างประเทศ จึงขอสรุปเรียบเรียงไว้เพื่อสะดวกสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริงๆ ดังนี้

➤ ประเภทของการประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปการประชาสัมพันธ์ อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้างๆ ได้ 2 ประเภท คือ

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลภายในสถาบันเอง อันได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมตลอดจนถึงนักการภารโรง คนขับรถภายในองค์การสถาบันให้เกิดมีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพัน จงรักภักดี (Loyalty) ต่อหน่วยงาน

การประชาสัมพันธ์ภายใน จึงมีความสำคัญมาก การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์การ สถาบันจะดีไปไม่ได้เลยหากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานจะมีผลสะท้อน ไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการ และการดำเนินงานขององค์การสถาบันเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน ลูกจ้างภายในสถาบันมีความเข้าใจในนโยบาย และการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดี ก็จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้าง ประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย

สำหรับสื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้น อาจใช้การติดต่อสื่อสารด้วยวาจาแบบซึ่งหน้า (Face of Face) หรืออาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์การ (House Journal) ช่วย เช่น หนังสือเวียน จดหมายของภายใน วารสารภายใน เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอก กลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ประชาชนทั่วไป และประชาชนที่องค์การสถาบันเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภค รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวสถาบัน และให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี

การทำการประชาสัมพันธ์ภายนอกต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่ หรือจำนวนมาก จึงอาจใช้เครื่องมือ สื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสารชนด้วย อันได้แก่ สื่อมวลชน (Mass Media) เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่ง

ปัจจุบัน องค์การ สถาบันต่าง ๆ ถิ่นนิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าช่วยในการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน
2. เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงสถาบันมิให้เสื่อมเสีย
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน

วัตถุประสงค์เฉพาะของการประชาสัมพันธ์ หน่วยงาน สถาบัน องค์การต่างๆ

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินธุรกิจของหน่วยงานนั้นๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management) ได้ทราบถึง ทศนคติ มติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหาที่ยากที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน
4. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชน เช่น บริษัทห้างร้าน เพื่อให้ลูกค้ายอมรับในบริษัทตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทจำหน่ายอยู่ ทั้งมีส่วนเพิ่มปริมาณการขายทางอ้อม
5. เพื่อทำหน้าที่จัดปัญหาต่างๆ ภายในหน่วยงาน
6. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

วัตถุประสงค์และความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ

1. เพื่อดึงดูดความสนใจ
2. เพื่อสร้างความเชื่อถือ
3. เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจ

ซึ่งทั้งสามประการนี้จะทำให้องค์การสถาบันสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้นั้นคือ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสนใจ เชื่อถือ และความเข้าใจให้แก่ประชาชนพร้อมทั้งโน้มน้าวชักจูงให้ประชาชนเห็นด้วยกับการกระทำขององค์การสถาบัน

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสารสัมพันธ์ที่มีความสำคัญและเป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวางมีระบบงานที่ซับซ้อนแต่งงานประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมลักษณะความเป็นผู้นำขององค์การและบุคคลทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือทั้งจากพนักงานภายในและจากประชาชนภายนอกด้วย นับว่างานประชาสัมพันธ์มีคุณค่าต่อสถาบันต่างๆเป็นอย่างยิ่งซึ่งพอจะสรุปความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ได้เป็นข้อๆดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้น

หมายถึง การสร้างความรู้สึกระประทับใจที่บุคคลหลาย ๆ กลุ่มมีต่อหน่วยงานนั้น ๆ รวมทั้งลูกค้า คู่ค้า ผู้บริโภค ชุมชน พ่อค้าและรัฐบาล โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ เผยแพร่

ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณค่าทำให้เกิดความเลื่อมใสและสร้างความผูกพันทางใจ เช่น การที่หน่วยงานประสบความสำเร็จมีกำไรพอควร และแบ่งส่วนของกำไรให้กับพนักงานในรูปของเงินเดือนที่สูงพอควร ตลอดจนมีสวัสดิการต่าง ๆ ให้เหมาะสมตามอัตรา ขณะเดียวกันก็เป็นสมาชิกที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชน เป็นเพื่อนบ้านที่ดี มีนโยบายส่งเสริมพนักงานให้มีตำแหน่งและความรับผิดชอบสูงมีการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

2. การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน

หมายถึง มีการพัฒนาปรับปรุงตัวเอง รวมทั้งสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของประชาชนแล้วโอกาสที่ประชาชนจะได้รับความไม่สะดวก เกิดความเข้าใจผิด หรือมองในแง่ร้ายซึ่งจะเป็นผลในการนำไปวิพากษ์วิจารณ์ให้เกิดเสียชื่อเสียงย่อมไม่มี หรือมีน้อยมากเพราะเราได้ตรวจสอบความคิดเห็นทัศนคติของประชาชนและทำการปรับปรุงอยู่เสมอ

3. การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง

หมายถึง การทำให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานและฝ่ายบริหาร เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างฝ่ายบริหารกับบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วยการให้ข่าวสารข้อเท็จจริงและความถูกต้อง มิได้เป็นการจูงใจหรือการโฆษณาชวนเชื่อด้วยกลวาทา ย่อมทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกับฝ่ายบริหารขึ้น

4. การประชาสัมพันธ์ช่วยการขยายและการตลาด

หมายถึง การประชาสัมพันธ์เป็นการปูพื้นค่านิยม ทัศนคติที่ดีให้เกิดกับหน่วยงาน เมื่อประชาชนมีค่านิยม ความรู้สึกที่ดีแล้วก็มีใจพร้อมที่จะรับฟังข่าวสาร การโฆษณาสินค้า หรือบริการต่างๆ ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อในที่สุดประชาสัมพันธ์ที่มีการตรวจสอบทัศนคติความคิดเห็น ค่านิยมของกลุ่มเป้าหมายยังช่วยให้ฝ่ายการตลาดวางแผนงานตั้งแต่ผลิตสินค้าจัดจำหน่ายโฆษณา ฯลฯ ได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพด้วย

หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ ในปัจจุบันมีหลักใหญ่ๆ สำคัญๆ อยู่ 3 ประการด้วยกันคือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ การบอกกล่าวชี้แจงหรือเผยแพร่ให้ทราบนี้ คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึง

1.1)นโยบาย

1.2)วัตถุประสงค์

1.3)การดำเนินงาน

1.4) ผลงาน บริการ และกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การ สถาบันให้ประชาชน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในองค์การสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก เข้าใจ และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การสถาบัน

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การป้องกันความเข้าใจผิดนี้ ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (Preventive Relation) ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกัน

ไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้น การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบังเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้

ประเภทของการแก้ไขความเข้าใจผิด

1. การแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง คือการออกคำแถลง ถ้อยแถลง แถลงการณ์หรือประกาศ ซึ่งแจ้งแก้ไขความเข้าใจผิดนั้น ไปยังกลุ่มประชาชนเพื่อให้ประชาชนทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริง วิธีการแก้ไขความเข้าใจผิดวิธีนี้จึงเป็นวิธีแก้โดยตรงไปตรงมา กล่าวคือ ความจริงมีอยู่อย่างไรก็แถลงไปตามนั้นอย่างไรก็ตามการแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง

2. การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมนี้ส่วนมากใช้ความเข้าใจผิดบางประการที่ไม่สมควรใช้วิธีการแก้ไขทางตรง เพราะอาจจะทำให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมนี้ จึงมิใช่การออกประกาศชี้แจง หรือแถลงการณ์เหมือนวิธีแรก แต่เป็นการกระทำ (deeds) ให้ประชาชนได้เห็นประจักษ์แก่ตนเอง เพื่อลบล้างความเข้าใจผิดหรือข่าวลืออกุศลดังกล่าวเสีย ตัวอย่างเช่น มีข่าวลือหรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความสกปรกในการผลิต การบรรจุหีบห่อของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่อาจจะแก้ไขความเข้าใจผิดด้วยการกระทำและแสดงให้เห็นข้อเท็จจริงโดยการเชิญสื่อมวลชนหรือตัวแทนกลุ่มประชาชนที่เข้าใจผิดเข้ามาเยี่ยมชมโรงงานหรือบริษัทหรือชมกรรมวิธีในการผลิตการบรรจุหีบห่อของสินค้าเป็นการลบล้างความเข้าใจผิดไปในตัว

3. การสำรวจประชามติ หลักที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่งก็คือ จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะองค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่าประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งไหน ตลอดจนทำที่ต่างๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์การสถาบันของเรา ซึ่งจะทราบได้จากการสำรวจวิจัยประชามติ เพื่อองค์การสถาบันจะสามารถตอบสนองสิ่งต่างๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน

➤ บทบาทของการประชาสัมพันธ์ต่อระบบสังคม

มนุษย์มักจะรวมกลุ่มกันอยู่ในสังคม การรวมกลุ่มกันจะกลายเป็นสังคมชาติเพราะมนุษย์จะมีความรู้สึกความคิดเห็นในแนวเดียวกันซึ่งเราเรียกว่าเป็นความรู้สึกร่วม ร่วมที่จะเป็นกลุ่มเดียวกัน มีความประพฤติเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันยอมรับนับถือขนบธรรมเนียมประเพณีอย่างเดียวกันการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่ไม่เพียงแต่มุ่งเผยแพร่ข่าวสารจากกลุ่มสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่งแต่เพียงด้านเดียวเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมให้กลุ่มสังคมต่าง ๆ เข้ามาพิจารณาตัดสินใจคุณค่าของสังคม ช่วยให้ความคิดและเป้าหมายรวมทั้งความต้องการร่วมกัน บรรลุสู่ทิศทางเดียวกันและเป็นจริงเป็นจังยิ่งขึ้นในยุคโลกาภิวัตน์ การประชาสัมพันธ์ทำให้สังคมกลายเป็นสังคมที่มีการรับรู้ข่าวสารเหมือนกัน มีความเข้าใจร่วมกันเกิดความรู้สึกเข้าใจ และเห็นใจระหว่างกลุ่มสังคมทำให้เกิดความรู้สึกเสียสละ อดทนและเกิดความมั่นคงขึ้นในสังคม ผลก็คือทำให้ประชาชนในสังคมสามารถช่วยกันพัฒนาบ้านเมืองและสังคมอย่างก้าวหน้าด้วยความร่วมมือของประชาชนทุกกลุ่มในสังคมนั่นเอง