



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

www.thebestcenter.com facebook.com/bestcentergroup

คุณภาพทางวิชาการต่อขนาดที่ 1

คู่มือเตรียมสอบ

นักสื่อสารมวลชนปฏิบัติการ

(ด้านทั่วไป) กรมประชาสัมพันธ์

(เนื้อหาและข้อสอบมากกว่า 600 ข้อ)



ประกอบด้วย

1. ทดสอบความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์
2. ทดสอบความรู้ความสามารถด้านสื่อสารมวลชน โดยมีประเด็นเนื้อหา ดังนี้
 - ความรู้เกี่ยวกับข่าวสารทั่วไป เหตุการณ์ปัจจุบัน ความรู้รอบตัว
 - ความหมายของการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์
 - ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์
 - ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเขียนข่าว และรายงานข่าว
 - ทักษะเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับการอ่าน เขียน และสรุปเนื้อหา
 - ความรู้และทักษะ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อดิจิทัล
 - ความรู้เกี่ยวกับการย่อความ การจับประเด็นใจความสำคัญ และการเล่าเรื่องที่ดี
 - ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี
 - ความรู้เกี่ยวกับภารกิจ องค์การ
 - ความรู้ด้านสังคม

สนใจสั่งซื้อ หรือสอบถามเพิ่มเติม โทร. 081-496-9907



LINE: @thebestcenter

299.-

คู่มือเตรียมสอบ
นักสื่อสารมวลชนปฏิบัติการ
กรมประชาสัมพันธ์

ราคา 299.-

คำนำ

ชุดคู่มือเตรียมสอบนักสื่อสารมวลชนปฏิบัติการ (ด้านทั่วไป) กรมประชาสัมพันธ์ เล่มนี้ ทางสถาบัน THE BEST CENTER และฝ่ายวิชาการสถาบัน ได้เรียบเรียงขึ้นจาก ประสบการณ์ตรงของสถาบันที่มีประสบการณ์ มาจัดทำเป็นหนังสือชุดนี้ขึ้น เพื่อให้ผู้สมัคร สอบใช้สำหรับเตรียมตัวสอบในการสอบแข่งขันฯ ในครั้งนี้

ทางสถาบัน THE BEST CENTER ได้เล็งเห็นความสำคัญจึงได้จัดทำหนังสือ เล่มนี้ขึ้นมา เป็นสรุปเนื้อหาสาระสำคัญและเจาะข้อสอบพร้อมคำอธิบายอย่างละเอียด เพื่อให้ผู้ที่สอบได้เตรียมตัวอ่านล่วงหน้า มีความพร้อมในการทำข้อสอบ

ท้ายนี้ คณะผู้จัดทำขอขอบคุณทางสถาบัน THE BEST CENTER ที่ได้ให้ การสนับสนุนและมีส่วนร่วมในการจัดทำต้นฉบับนี้ ทำให้หนังสือเล่มนี้สามารถสำเร็จขึ้นมา เป็นเล่มได้ พร้อมกันนี้คณะผู้จัดทำขออภัยขอรับข้อบกพร่องใด ๆ อันเกิดขึ้นและยินดีรับฟัง ความคิดเห็นจากทุก ๆ ท่าน เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

ขอให้โชคดีในการสอบทุกท่าน

ฝ่ายวิชาการ

สถาบัน The Best Center

www.thebestcenter.com

สารบัญ

➤ ความรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์	1
➤ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ภารกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ ค่านิยม โครงสร้างองค์การ ฯลฯ	3
➤ ความหมายของการสื่อสาร	9
➤ การประชาสัมพันธ์	23
➤ การวางแผนประชาสัมพันธ์	29
➤ การผลิตสื่อ	31
➤ การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	35
➤ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์	46
➤ ระบบวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	54
➤ ความรู้เกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ และรายการวิทยุกระจายเสียง	71
➤ การเขียนข่าวและรายงานข่าว	83
➤ ทักษะเบื้องต้นที่เกี่ยวกับการอ่าน เขียนและสรุปเนื้อหา	116
➤ ความรู้ และทักษะ ที่เกี่ยวกับสื่อดิจิทัล	126
➤ ความรู้เกี่ยวกับการย่อความ การจับประเด็นใจความสำคัญและการเล่าเรื่องที่ดี	134
➤ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ฉบับย่อ	140
➤ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่กับงานด้านการสื่อสารมวลชน	151
★ แนวข้อสอบความหมายของการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์	165
★ แนวข้อสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์	191
★ แนวข้อสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเขียนข่าวและรายงานข่าว	204
★ แนวข้อสอบทักษะเบื้องต้นที่เกี่ยวกับการอ่าน เขียนและสรุปเนื้อหา	214
★ แนวข้อสอบความรู้และทักษะที่เกี่ยวกับสื่อดิจิทัล	228
★ แนวข้อสอบเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่	240
★ แนวข้อสอบจริยธรรมของนักสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล	251
★ แนวข้อสอบเครื่องมือสร้างคอนเทนต์สำหรับสื่อภาครัฐ	255
★ แนวข้อสอบความรู้เกี่ยวกับการย่อความ การจัดประเด็นใจความสำคัญและการเล่าเรื่องที่ดี	261
★ แนวข้อสอบความรู้ด้านสังคม	274
★ แนวข้อสอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี 2 ชุด	288
★ แนวข้อสอบความรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ ภารกิจ อำนาจหน้าที่ ค่านิยมโครงสร้าง	307
★ แนวข้อสอบความรู้เกี่ยวกับข่าวสารทั่วไป เหตุการณ์ปัจจุบัน ความรู้รอบตัว	323

ความรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์

➤ ประวัติกรมประชาสัมพันธ์

เป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลและหน่วยงานของรัฐบาลกับประชาชน ตลอดจนระหว่างประชาชนด้วยกัน โดยวิธีการให้ข่าวสาร ความรู้ข้อเท็จจริงและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเพื่อเสนอรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่โน้มน้าว ชักจูงประชาชน เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือแก่รัฐบาลและหน่วยราชการต่าง ๆ ตามแนวทางที่ถูกที่ควรในระบอบประชาธิปไตย โดยมี พระมหากษัตริย์เป็นประมุข นอกจากสำนักงานใหญ่ในกรุงเทพมหานครแล้ว กรมประชาสัมพันธ์ ยังมีสำนักประชาสัมพันธ์เขต อีก 8 สำนัก ได้แก่ 1. สปท.1 ขอนแก่น , 2. สปท.2 อุบลราชธานี , 3. สปท.3 เชียงใหม่ , 4. สปท.4 พิษณุโลก , 5. สปท.5 สุราษฎร์ธานี , 6. สปท.6 สงขลา , 7. สปท.7 จันทบุรี และ , 8. สปท.8 กาญจนบุรี เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้เข้าถึงประชาชนในส่วนภูมิภาค ขณะเดียวกันกรมประชาสัมพันธ์ ยังมีสำนักงานประชาสัมพันธ์ครบทุกจังหวัด

กรมประชาสัมพันธ์เริ่มก่อตั้งเมื่อ 3 พฤษภาคม 2476 ภายหลัง การเปลี่ยนแปลงการปกครอง จากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราช 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 ตลอดจน นโยบายของ รัฐบาล ในแต่ละสมัย และเปลี่ยนชื่อมาเป็น "กรมโฆษณาการ" เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2483 หลังจากนั้น 12 ปี ได้เปลี่ยนชื่อเป็น "กรมประชาสัมพันธ์" เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2495

- 3 พฤษภาคม 2476 ตั้งเป็น "กองการโฆษณา" โดยพระราชบัญญัติ จัดตั้งกระทรวงและกรม มีฐานะเป็น กรมอิสระ ขึ้นตรงต่อคณะรัฐมนตรี

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

- 31 มีนาคม 2481โอนกิจการด้านช่าง 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 กรมโฆษณาการ

• 8 มีนาคม 2495 เปลี่ยนชื่อเป็น "กรมประชาสัมพันธ์" เพื่อให้เหมาะสมกับ ภาระหน้าที่ ในฐานะ แหล่ง การเผยแพร่ นโยบาย และ ผลงาน ของรัฐบาล รวมทั้ง เผยแพร่ ข่าวสาร การเมือง ศิลปกรรม 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 องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งจัดตั้งขึ้นใหม่ และเพิ่มหน่วยงาน ระดับกอง คือ กองสำรวจประชามติ 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 "สำนักงานแถลงข่าวไทยจีนที่พมมเปญประเทศเขมร" 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 มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ ออกเป็นราชการบริหาร ส่วนกลาง (20หน่วยงาน) และราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด) โดยเพิ่มหน่วยงาน ใหม่คือ กองงานคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 5-8, และวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11

• วันที่ 26 มีนาคม 2540 มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งเป็นราชการ บริหารส่วนกลาง 22 หน่วยงาน และราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด 75 จังหวัด

• 26 มีนาคม 2540 มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งเป็นราชการ บริหารส่วนกลาง 22 หน่วยงาน และราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด 75 จังหวัด)

• 9 ตุลาคม 2545 ราชกิจจานุเบกษา กฎกระทรวง แบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งเป็น ราชการบริหารส่วนกลาง 21 หน่วยงาน และราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัด 75 จังหวัด)

- 12 มีนาคม 2568 ราชกิจจานุเบกษา กฎกระทรวง แบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งเป็น ราชการบริหารส่วนกลาง 20 หน่วยงาน และราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัด 76 จังหวัด)

➤ ตรากรมประชาสัมพันธ์



ตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งปรากฏในราชกิจจานุเบกษา ตอนที่ 7 เล่มที่ 64 ลงวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2490 กำหนดเครื่องหมายราชการ "กรมโฆษณาการ" ให้เป็นรูปพระอินทร์เป่าสังข์เหาะลอยอยู่บนเมฆ โดยมีชื่อ "ปาณจนันท์" มีวงกลมล้อมรอบตามวรรณคดีกล่าวไว้ว่า พระอินทร์เป่าสังข์ปลุกพระนารายณ์ให้ตื่นจากบรรทมสินธุ์ในสวาคะทะเล เพื่อขึ้นมาปราบเหตุร้ายต่าง ๆ ในโลก อย่างไรก็ดี โดยที่สังข์ ตามลัทธิพราหมณ์ถือว่าเป็นมงคล 3 คือ สังข์ ถือกำเนิดจากพระพรหม ท้องสังข์เคยเป็นที่ซ่อนคัมภีร์พระเวทและตัวสังข์มีรอยนิ้วพระหัตถ์ของพระนารายณ์ ในพิธีทางศาสนา พราหมณ์ จึงมีการเป่าสังข์เพื่อความเป็นสิริมงคลด้วย นอกจากนี้ พระในลัทธิชินโตก็ใช้สังข์เป่าในพิธีมงคลพวงชาวเกาะทะเลใต้เป่าสังข์บอกสัญญาณ ระหว่างกันปรากฏว่าได้ยินไปไกลไม่แพ้เป่าเขาควย เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์เป็นการโฆษณาเผยแพร่ และอธิบายชี้แจงให้ประชาชนเข้าใจอย่างกว้างขวางเป็นการสร้างความเข้าใจอันดี โดยมีวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์เป็นเครื่องช่วย จึงเปรียบได้กับการเป่าสังข์ของเทวดาในสมัยโบราณเพื่อบอกสัญญาณ และเรียกประชุม นั่นเอง

➤ สีกรมประชาสัมพันธ์

ใช้สีม่วง ซึ่งถือกันว่าเป็นสีของงานสื่อสารมวลชน และ การประชาสัมพันธ์

➤ วิสัยทัศน์

กรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์กรที่ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ”

➤ พันธกิจหรือภารกิจหลักของ กปส. มีดังนี้

1. มีบทบาทนำในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน

2. ประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนความคิดเห็นจากประชาชนสู่รัฐ อีกทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ประเด็นความคิดสำคัญอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริหารจัดการสื่อ เครือข่าย และอุปกรณ์ทั้งปวงที่จำเป็นในการปฏิบัติการกิจนี้

3. เป็นองค์การหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารทั้งปวง ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชาติและพัฒนาสังคมได้

4. เป็นที่ปรึกษาหลักทางด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ และประชาชน

➤ 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. เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

4. มีคุณธรรม จริยธรรม (Ethic)

5. จิตสำนึกในการให้บริการเพื่อประโยชน์ของประชาชน (Service mind)

➤ภารกิจ

การเป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ของรัฐ โดยการเสนอแนะและขับเคลื่อนนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ การส่งเสริมและสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ของรัฐ การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร และการดำเนินกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมถึงการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีอื่น เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ และเป็นประโยชน์ ตลอดจนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศไทย

➤อำนาจหน้าที่

1. ศึกษา วิเคราะห์ สืบค้นและตรวจสอบประสามติเพื่อเสนอแนะนโยบายและจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ ของรัฐรวมทั้งติดตามประเมินผลและรายงานการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

2. ส่งเสริมและเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ศีลธรรมและค่านิยมที่ดี

3. ดำเนินการประชาสัมพันธ์นโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาล เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดี ความมั่นคงของประเทศและเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ และความสัมพันธ์อันดีกับต่างประเทศ

4. พัฒนาและประสานความร่วมมือด้านการประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน ตลอดจนสนับสนุนและให้การช่วยเหลือทางวิชาการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

5. พัฒนาและบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศและประสานความร่วมมือในการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงานภายในกรมและหน่วยงานภายนอก เพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

6. ดำเนินกิจกรรมกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ และการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีอื่น เพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

7. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นหน้าที่และอำนาจของกรม หรือตามที่นายกรัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

➤จรรยาบรรณ

โดยที่กรมประชาสัมพันธ์มีภารกิจหลักในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนเพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติเป็นไปอย่างมีระบบ ด้วยการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนและประชาคมโลกในพุทธศาสตร์ และนโยบายสำคัญของรัฐบาล ซึ่งจะต้องทำงานเชิงรุก ทั้งเรื่องการวางแผนประสานงาน ติดตามประเมินผล การบริหารจัดการข่าวสารอย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เป็นกลางถูกต้อง เพิ่มบทบาทในการเป็นที่ปรึกษาด้านวิชาการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานต่างๆ

กรมประชาสัมพันธ์ได้จัดทำจรรยาบรรณการขึ้นจากกรอบแนวคิดพื้นฐานของมาตรฐานคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งจากวัฒนธรรมองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์ที่ข้าราชการยึดถือมาโดยตลอด โดยมีเจตนารมณ์เพื่อให้ข้าราชการของกรมประชาสัมพันธ์เป็นข้าราชการของประชาชน ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ยึดมั่นในหลักคุณธรรม จริยธรรม มุ่งมั่นในการรักษามาตรฐานตามหลักวิชาการและวิชาชีพ โดยยึดถือประโยชน์ของสาธารณชนเป็นที่ตั้ง เพื่อการบรรลุภารกิจอันสำคัญ ทั้งงานด้านการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารมวลชนตามพันธกิจอันเป็นวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 78 และ 79 ของพระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการพลเรือน พ.ศ. 2551 กรมประชาสัมพันธ์จึงออกข้อบังคับว่าด้วยจรรยาบรรณการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2552 ไว้ดังต่อไปนี้

มีความซื่อสัตย์ สุจริต และโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

♦ ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่แสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยมิชอบด้วยกฎหมาย สำหรับตนเองหรือผู้อื่น และปฏิบัติงานอย่างโปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบ ดังนี้

1. ไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่หรืออิทธิพลของตนกดดันต่อการตัดสินใจ เพื่อผลประโยชน์ ในรูปแบบใดๆ

2. หลีกเลี่ยงการปฏิบัติที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทับซ้อนและสามารถตรวจสอบการปฏิบัติงานได้
3. ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย ระเบียบ และวินัยข้าราชการโดยเคร่งครัด
4. ดำเนินการให้ประชาชนรับรู้หลักเกณฑ์ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ผู้รับผิดชอบ และระยะเวลาในการปฏิบัติด้วยความถูกต้อง และสะดวกรวดเร็ว มีจิตบริการ (Service Mind) และยืนหยัดในสิ่งถูกต้อง

♦ 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. ไม่กระทำการใดเพื่อเป็นการช่วยเหลือหรืออุปถัมภ์ค้ำชูบางบุคคลเพื่อผลประโยชน์บางอย่างโดยมีผลประโยชน์ตอบแทน
2. พิจารณาความดีความชอบอย่างเป็นธรรมและเสมอภาคตามผลงานที่ประจักษ์
3. ปฏิบัติตนให้อยู่ในระเบียบวินัยและศีลธรรมอันดี
4. มีความรับผิดชอบและปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ โดยคำนึงถึงประโยชน์ ของทางราชการ
5. ไม่มุ่งหวังหรือแสวงหาประโยชน์อันมิควรได้จากการปฏิบัติงาน รวมทั้งไม่ใช้เวลาราชการและอุปกรณ์เครื่องมือของราชการไปทำงานภายนอกเพื่อผลประโยชน์ของตน ทำงานอย่างมีอาชีพ และทำงานเป็นทีม โดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน

♦ ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความมุ่งมั่น เต็มศักยภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลแก่ประชาชน ดังนี้

1. ทำงานโดยยึดผลลัพธ์ของงานเป็นหลัก เพื่อมุ่งประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของงาน และความคุ้มค่าต่อองค์กร
2. ยึดหลักการปฏิบัติงานแบบมีส่วนร่วม และรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน ผู้รับบริการ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำงานแบบบูรณาการ
3. พัฒนาระบบการทำงาน วิธีการทำงาน และกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อผลสัมฤทธิ์ของงานอย่างต่อเนื่อง

4. พัฒนาตนเองให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและความชำนาญในการปฏิบัติงานจนเป็นที่ยอมรับเพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

5. ปฏิบัติงานอย่างมีเป้าหมาย โดยยึดนโยบายรัฐบาล ระเบียบ กฎหมาย หลักวิชาการ และจรรยาวิชาชีพเป็นหลักในการพัฒนางาน มีความเป็นธรรมและเสมอภาค

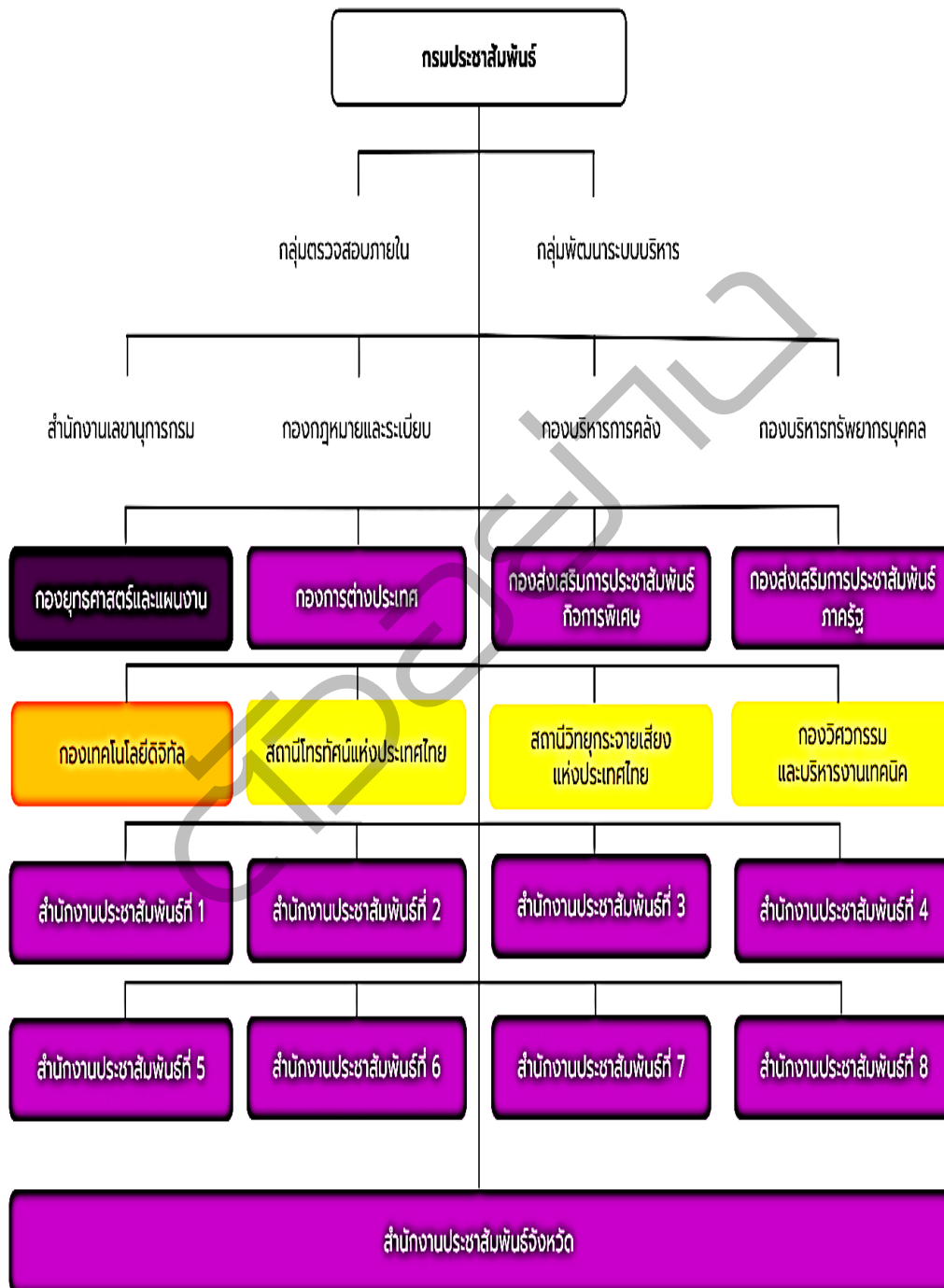
♦ ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสมอภาค ถูกต้อง เป็นธรรมและปราศจากอคติ ดังนี้

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

ให้ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ปฏิบัติตามจรรยาข้าราชการดังกล่าวข้างต้น โดยครบถ้วน การไม่ปฏิบัติตามจรรยาข้าราชการอันไม่ใช่วิถีทางวินัย ให้ผู้บังคับบัญชาตักเตือนและนำไปประกอบการพิจารณาแต่งตั้งเลื่อนเงินเดือน หรือสั่งให้ข้าราชการผู้นั้นได้รับการพัฒนา อนึ่ง ให้ลูกจ้าง และพนักงานราชการของกรมประชาสัมพันธ์ถือปฏิบัติตามจรรยาข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ โดยอนุโลม ทั้งนี้ ให้หน่วยงานผู้บังคับบัญชา และข้าราชการปฏิบัติตามแนวทางการดำเนินการตามข้อบังคับว่าด้วยจรรยาข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2552

➤ โครงสร้างส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์

โครงสร้างตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2568



ความหมายของการสื่อสาร

• การสื่อสาร

ชีวิตเป็นเรื่องของการเรียนรู้และสิ่งหนึ่งที่สำคัญและต้องมีการเรียนรู้คือ ความสัมพันธ์ หรือ มนุษยสัมพันธ์ เพราะทุกสิ่งทุกอย่างในโลกนี้มักเป็นบทเรียนของกันและกัน ถ้าไม่ใส่ใจเรียนรู้ซึ่งกันและกันก็จะอยู่ในโลกนี้ด้วยความยากลำบาก เพราะชีวิตจะมีคุณค่าและรู้สึกมีความสุขเมื่อได้แสดงออกอย่างที่เราอยาก มีโอกาสเรียนรู้เรื่องราวและสิ่งใหม่ๆตามที่เรากำลังต้องการ

ดังนั้นความสำเร็จของมนุษย์ในการดำรงชีวิตทั่วไป จึงมักมีข้อกำหนดไว้อย่างกว้างๆว่า เราจะต้องเข้ากับคนที่เรากำลังติดต่อกันให้ได้ และต้องเข้าให้ได้ดี ด้วยการเรียนรู้ที่จะสร้างความสัมพันธ์ร่วมกัน โดยอาศัยวิธีการสื่อสารและหลักจิตวิทยา ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์โดยทั่วไปมักถูกมองว่าเป็นเรื่องของศิลปะ(Arts) มากกว่าศาสตร์(Science) ซึ่งก็หมายความว่า การเรียนรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของบุคคลแต่เพียงอย่างเดียว โดยขาดศาสตร์ของการสื่อสาร ย่อมขาดศิลปะในการนำไปปรับใช้ในชีวิตจริงให้ประสบความสำเร็จได้

• ความหมายของการสื่อสาร

ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของการสื่อสารไว้ในหลายแง่มุม เช่น

จอร์จ เอ มิลเลอร์ : เป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

จอร์จ เกรย์เบอร์ : เป็นการแสดงกริยาสัมพันธ์ทางสังคมโดยใช้สัญลักษณ์และระบบสาร

วิลเบอร์ ชแรมส์ : เป็นการมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร

ซึ่งสามารถสรุปให้เข้าใจได้ง่ายๆคือ การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่งที่เรียกว่าผู้ส่งสารไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งที่เรียกว่าผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางในการสื่อสาร

โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ ผู้ส่งสาร(Sender) สาร(Message) ช่องทาง(Channel) และตัวผู้รับสาร(Receiver) ซึ่งมักเรียกกันว่า SMCR

• วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

การสื่อสารในชีวิตของแต่ละบุคคลนั้นล้วนมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป และส่งผลต่อการดำเนินชีวิตได้คือ ทำให้ไม่รู้สึกละเลย ทำให้ทราบการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น สร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ทำให้เกิดการแสดงออก ทำให้เกิดการพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้เกิดกำลังใจ(หาภาพประกอบแต่ละประเภท)

• ประเภทของการสื่อสาร

การสื่อสารภายในบุคคล(Intrapersonal Communication)

การคิดหรือจินตนาการกับตัวเอง เป็นการคิดไตร่ตรองกับตัวเอง ก่อนที่จะมีการสื่อสาร ประเภทอื่นต่อไป

การสื่อสารระหว่างบุคคล(Interpersonal Communication)

การที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาทำการสื่อสารกันอย่างมีวัตถุประสงค์ เช่นการพูดคุย ปรึกษาหารือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

การสื่อสารกลุ่มย่อย(Small-group) Communication)

การสื่อสารที่มีบุคคลร่วมกันทำการสื่อสารเพื่อทำกิจกรรมร่วมกันแต่จำนวนไม่เกิน 25 คน เช่นชั้นเรียนขนาดเล็ก ห้องประชุมขนาดเล็ก

การสื่อสารกลุ่มใหญ่(Large-group Communication)

การสื่อสารระหว่างคนจำนวนมาก เช่นภายในห้องประชุมใหญ่ โรงภาพยนตร์ โรงละคร ชั้นเรียนขนาดใหญ่

การสื่อสารในองค์กร(Organization Communication)

การสื่อสารระหว่างสมาชิกภายในหน่วยงาน เพื่อปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วง เช่นการสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงาน เจ้านายกับลูกน้อง

การสื่อสารมวลชน(Mass Communication)

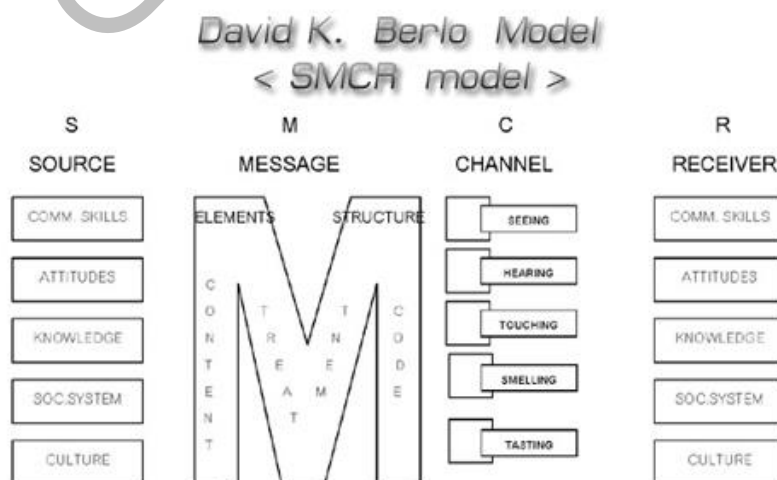
การสื่อสารกับคนจำนวนมากในหลายๆพื้นที่พร้อมกัน โดยใช้สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อกลาง เหมาะสำหรับการส่งข่าวสารไปยังผู้คนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน

การสื่อสารระหว่างประเทศ(International Communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีความแตกต่างกันใน เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม การเมืองและสังคม เช่นการสื่อสารทางการทูต การสื่อสารเจรจาต่อรองเพื่อการทำธุรกิจ

•ประสิทธิภาพของการสื่อสาร

ตามองค์ประกอบของการสื่อสาร ทำให้เห็นว่าปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารได้ ดังนั้นจึงควรต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบต่างเพื่อช่วยในการวางแผนการสื่อสาร โดยสามารถศึกษาได้จากแบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล



จากแนวคิดของเบอร์โล ได้พูดถึงองค์ประกอบต่างไว้ดังนี้

ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร (Sender and Receiver)ในตัวผู้ส่งสารและผู้รับสารเองก็มีองค์ประกอบที่สามารถช่วยให้การสื่อสารประสบความสำเร็จได้ อันได้แก่ **ทักษะในการสื่อสาร (Communication skill)** อันประกอบด้วย การพูด การฟัง การอ่าน การเขียนและยังรวมถึงการแสดงออกทางท่าทางและกริยาต่าง เช่นการใช้สายตา การยิ้ม ท่าทางประกอบ และสัญลักษณ์ต่าง การฝึกฝนทักษะการสื่อสาร และรู้จักเลือกใช้ทักษะจะช่วยส่งผลให้ประสบความสำเร็จในการสื่อสารได้ทางหนึ่ง ถัดมาก็คือ **ทัศนคติ (Attitude)** การมีทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นต่อตนเอง ต่อเรื่องที่ทำการสื่อสาร หรือแม้กระทั่งต่อช่องทางและผู้รับสาร และในทางกลับกันทัศนคติของผู้รับสารที่มีต่อองค์ประกอบต่างๆก็ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพได้ ในทางตรงกันข้ามหากว่ามีทัศนคติที่ไม่ดีแล้วก็จะก่อให้เกิดความล้มเหลวได้เช่นกัน นอกจากนี้ **ความรู้ (Knowledge)** ของตัวผู้ส่งสารและผู้รับสารเองก็มีผลต่อการสื่อสาร ทั้งความรู้ในเนื้อหาที่จะสื่อสาร ถ้าไม่รู้จริงก็ไม่สามารถสื่อสารให้ชัดเจนหรือทำให้ผู้รับสารเข้าใจได้ ผู้รับสารเองหากขาดความรู้ก็ไม่สามารถทำความเข้าใจตัวสารได้ อีกด้านหนึ่งก็คือความรู้ในกระบวนการสื่อสาร ถ้าไม่รู้ในส่วนนี้ก็ไม่สามารถวางแผนทำการสื่อสารให้สำเร็จได้เช่นกัน ในด้านสุดท้ายก็คือ สถานภาพทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture) สถานภาพของตัวเองในสังคม เช่นตำแหน่งหรือหน้าที่การงาน จะมีส่วนกำหนดเนื้อหาและวิธีการในการสื่อสาร ด้านวัฒนธรรมความเชื่อ ค่านิยม วิถีทางในการดำเนินชีวิตก็จะมีส่วนในการกำหนดทัศนคติ ระบบความคิด ภาษา การแสดงออกในการสื่อสารด้วยเช่นกัน เช่นสังคมและวัฒนธรรมของเอเชียและยุโรปทำให้มีรูปแบบการสื่อสารที่ต่างกัน หรือแม้กระทั่งสังคมเมืองกับสังคมชนบทก็มีความแตกต่างกัน

สาร (Message) ตัวสารก็คือ เนื้อหา ข้อมูล หรือความคิดที่ถูกถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร ซึ่งก็จะมีองค์ประกอบอยู่คือ การเข้ารหัส (Code) จะเป็นกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้สื่อความหมาย เนื้อหา (Content) ก็คือเนื้อหาสาระที่ถูกถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร และอีกส่วนหนึ่งก็คือ การจัดสาร (Treatment) เป็นการเรียบเรียงรหัส และเนื้อหาให้ถูกต้อง เหมาะสม ได้ใจความ

ช่องทาง (Channel) ช่องทางและสื่อจะเป็นตัวเชื่อมผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าด้วยกัน การเลือกใช้สื่อสามารถเป็นตัวลดหรือเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารได้ ในการเลือกสื่อต้องพิจารณาถึงความสามารถของสื่อในการนำสารไปสู่ประสาทสัมผัสหรือช่องทางในการรับสาร ซึ่งก็ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น การลิ้มรส

➤ ความหมายของการสื่อสาร

การติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการรับและการถ่ายทอดข้อมูล หรือเนื้อหาสาระต่างๆ ที่บุคคลต้องการหรือเกี่ยวข้องกัน จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง เพื่อสร้างความเข้าใจ การชักจูงใจ มุ่งให้ความรู้ หรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการกระทำอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่ประสงค์ ซึ่งการสื่อสารที่ดีสามารถทำให้เกิดการร่วมแรงร่วมใจกัน เกิดประโยชน์แก่หน่วยงานและสังคม

♦ ความสำคัญของการสื่อสาร

ความสำคัญต่อมนุษย์และสังคม 5 ประการหลักๆ ได้แก่

1. ความเป็นสังคม สังคมขนาดเล็กหรือใหญ่ มีความสลับซับซ้อนต่างกัน ต้องมีการสื่อสารที่มีวิธีการ

แตกต่างกัน เพื่อสร้างความเข้าใจให้เกิดการยอมรับ และปฏิบัติร่วมกัน

2. ชีวิตประจำวัน มนุษย์ต้องมีการสื่อสารตลอดเวลา ถ้าไม่ใช่ผู้ส่งสารก็ต้องเป็นผู้รับสาร

3. อุตสาหกรรมและธุรกิจ การติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ โฆษณา เป็นเครื่องมือในการจูงใจลูกค้าให้เกิดการเข้าร่วมและดำเนินธุรกิจ

4. การปกครอง การเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนรับทราบและเข้าใจอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความร่วมมือและการปฏิบัติตามนโยบายและกฎหมายของรัฐบาล ก่อให้เกิดความสงบสุขในสังคม

5. การเมืองระหว่างประเทศ การสื่อสารระหว่างประเทศอย่างรวดเร็วทำให้ก้าวทันสถานการณ์โลก และสามารถสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในประเทศและประเทศอื่นๆ

♦ วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร โดยทั่วไปการสื่อสารมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. จุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร เพื่อแจ้งให้ทราบ แจ้งให้ปฏิบัติตาม หรือดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง สอนหรือให้การศึกษา สร้างความพอใจและให้ความบันเทิง เสนอหรือชักจูงใจ ฯลฯ

2. จุดมุ่งหมายของผู้รับสาร เพื่อทราบ ศึกษา ก่อให้เกิดความพอใจ และเพื่อกระทำหรือตัดสินใจ ฯลฯ สำหรับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในองค์การ มีดังนี้

1. เพื่อให้หรือรับข่าวสาร ข้อเท็จจริงด้านต่างๆโดยมุ่งให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง

2. เพื่อจูงใจให้เกิดความร่วมมือ สร้างกำลังใจแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปสู่ความสัมพันธอันดี

3. เพื่อกระตุ้นและโน้มน้าวจิตใจให้ผู้ปฏิบัติงานปฏิบัติตามแผนที่วางไว้

♦ องค์ประกอบการสื่อสาร

1. ผู้ส่งสาร หมายถึง ผู้พูด ผู้เขียน หรือเจ้าของข้อความ หรือความคิด

2. สารหรือข้อมูล หมายถึง ตัวข่าวสาร ข้อมูล หรือเรื่องราวที่ผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสารเป็นเรื่องราวต่างๆ ในรูปของข้อมูล ความรู้สึก ความคิดเห็น ฯลฯ โดยทั่วไปหมายถึงสิ่งเร้า สารหรือเรื่องราวที่ผู้ส่งสารส่งออกไป

3. สื่อ/ช่องทาง หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเป็นตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจเป็นคำพูด คำสั่งด้วยวาจา ระเบียบข้อบังคับ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพสัญลักษณ์ การแสดงท่าทางต่างๆ

4. ผู้รับสาร หมายถึง ผู้ที่รับข่าวสารนั้น เช่น ผู้ฟัง ผู้รับคำสั่ง ฯลฯ

5. ข้อมูลย้อนกลับ หรือปฏิกิริยาตอบสนอง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงท่าที หรือพฤติกรรมของผู้รับสารที่แสดงออกมาให้ผู้ส่งสารได้รับทราบ

♦ วิธีการสื่อสาร

1. การสื่อสารด้วยวาจา (ภาษาพูด) คือ การพูดที่เป็นประโยค มีจังหวะจะโคน น้ำเสียงมีทั้งเบาและค่อย มีความเร็วหรือช้าของการพูด

2. การสื่อสารด้วยกิริยาท่าทาง (ภาษากาย) เช่น การกลอกตา การจ้องตา การพยักหน้า การก้มโค้ง การแสดงออกทางสีหน้า การสัมผัส และการใช้มือ

3. การสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร (ภาษาเขียน) ได้แก่ สัญลักษณ์ และรูปภาพต่างๆ

การจะเลือกวิธีการสื่อสารนี้มีปัจจัยเกี่ยวข้องอีกมากมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้สื่อ และผู้รับสื่อ ตลอดจน เหตุการณ์แวดล้อมต่างๆที่เกี่ยวข้องอีกด้วย บางครั้งการสื่อความหมายอาจจะต้องใช้ทั้ง 2 หรือ 3 วิธี ร่วมกัน เพื่อให้การสื่อ นั้นมีน้ำหนักและมีความหมายลึกซึ้งขึ้นเป็นต้น และเมื่อมีการส่งสารแล้วยังต้องสังเกตปฏิกิริยา ย้อนกลับของผู้รับ เพื่อที่จะทำให้ทราบว่าข่าวสารที่ส่งไปนั้นบรรลุเป้าหมายเพียงใด ปฏิกิริยาย้อนกลับนี้อาจจะมี ทั้งพอใจ ไม่พอใจ หรือมีความเข้าใจมากน้อยเพียงใดอีกด้วย

♦ประเภทของการสื่อสาร แบ่งได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. การสื่อสารภายในตนเอง หมายถึง บุคคลผู้นั้นเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในขณะเดียวกัน
2. การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารระหว่างคน 2 คน เช่น การสนทนา หรือ การโต้ตอบ

จดหมายระหว่างกัน เป็นต้น

3. การสื่อสารแบบกลุ่มชน เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับกลุ่มชนซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมาก เช่น การสอนในห้องเรียนระหว่างครูเพียงคนเดียวกับนักเรียนทั้งห้อง หรือระหว่างกลุ่มชนกับบุคคล เช่น กลุ่มชนมา ร่วมกันฟังคำปราศรัยหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง เป็นต้น

4. การสื่อสารมวลชน เป็นการสื่อสารโดยการอาศัยสื่อมวลชนประเภทวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสื่อ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ แผ่นโปสเตอร์ ฯลฯ เพื่อการติดต่อไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งเป็นมวลชนให้ได้รับข้อมูลข่าวสารเดียวกันในเวลาพร้อม ๆ หรือไล่เลี่ยกัน

♦ทิศทางของการสื่อสาร

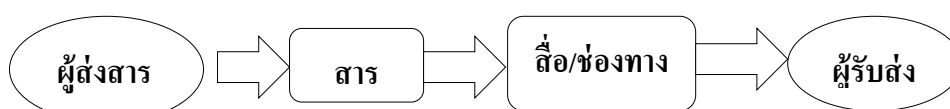
1. จากเบื้องบนลงสู่เบื้องล่าง เป็นการติดต่อสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาลงมาสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อ เป็นการส่งหรือถ่ายทอดข้อมูลหรือสั่งงานมายังผู้ปฏิบัติงาน การใช้สื่อในการสื่อสารจากเบื้องบนลงสู่เบื้องล่าง การสื่อสารลงล่างมีความสำคัญมาก ถ้าสื่อสารลงมาสู่ผู้ปฏิบัติไม่ชัดเจนแล้ว จะเกิดปัญหาความสับสนหรือการ เบี่ยงเบนข่าวสารได้

2. จากเบื้องล่างขึ้นสู่เบื้องบน เป็นการสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังผู้บังคับบัญชา เพื่อตรวจสอบ งานหรือดูผลย้อนกลับ ว่างานที่ได้ปฏิบัติไปแล้วได้ผลเป็นอย่างไร การส่งข่าวสารขึ้นบนจึงมีลักษณะเป็นการ รวบรวม มีการตรวจสอบอย่างดี คิดให้ถี่ถ้วน

3. ระดับเดียวกัน เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ร่วมงาน เป็นการสนับสนุนให้เกิดการร่วมมือการ ทำงานและการทำงานเป็นทีม

♦รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลโดยทั่วไปมี 2 ระบบ ได้แก่

1. การติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว หมายถึงการที่ผู้ส่งสารได้แจ้งหรือเสนอข้อมูลให้ผู้รับสารทราบ เพื่อแนะนำ บอกกล่าว ซึ่งฝ่ายรับจะไม่มีโอกาสได้สอบถาม หรือปรึกษาหารือกับผู้ส่งสาร



2. การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง เป็นการสื่อสารที่มีการโต้ตอบระหว่างผู้รับสาร และผู้ส่งสาร โดยทั้ง สองฝ่ายมีโอกาส พบปะ ชี้แจง ทำการตกลง ทบทวนความเข้าใจ เป็นต้น การสร้างความสัมพันธ์ต่อกันควรใช้

การติดต่อสื่อสารแบบสองทางในทุกระดับชั้นการบังคับบัญชา การติดต่อสื่อสารที่ตรงไปยังฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเพียงฝ่ายเดียว หากไม่มีการโต้ตอบกลับมา หรือไม่มีการตรวจสอบย้อนกลับมาแล้ว โอกาสที่จะเกิดการผิดพลาดในการทำงานก็มีมาก และยังทำให้การทำงานในหน่วยงานไม่มีประสิทธิภาพ

ในปัจจุบันนี้หน่วยงานหรือองค์กรสมัยใหม่จะไม่นิยมใช้การสื่อสารทางเดียว แต่จะใช้ “การสื่อสารสองทาง” สามารถโต้ตอบหรือสื่อสารย้อนกลับไปได้ การสื่อสารสองทางนี้

ปัญหาอุปสรรคและผลลัพธ์ของการสื่อสาร

1. ด้านตัวบุคคล ได้แก่ การขาดทักษะในการสื่อสาร ความเข้าใจภาษาและถ้อยคำที่ยากเกินไป มีอคติ มีความลำเอียงเพราะรักหรือเพราะเกลียด ฯลฯ

2. ด้านข่าวสารหรือข้อมูล เช่น ข้อมูลคลุมเครือ ยากแก่การเข้าใจ มีการกลั่นกรอง ต่อเติม จนเบี่ยงเบนไปจากเดิม ฯลฯ

3. ด้านสื่อความหมาย อาทิ คำพูดที่เคลือบแฝง ภาษาท่าทาง สัญลักษณ์เพราะถึงแม้ว่าสัญลักษณ์หลายอย่างเป็นสากลที่ทุกคนเข้าใจกันอย่างกว้างขวาง แต่การเข้าใจอาจขึ้นอยู่กับคนบางกลุ่มเท่านั้น ถ้านำไปใช้กับกลุ่มคนอื่นอาจไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดได้

4. ด้านสิ่งแวดล้อม เสียงรบกวน ระยะทางของการติดต่อสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับสารอยู่ห่างไกลกันมาก และต้องอาศัยคนกลางส่งข้อมูลย่อมทำให้การส่งข้อมูลมีการล่าช้า และข้อมูลบิดเบือนได้จากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวจะกระทบต่อผลลัพธ์ของการสื่อสารในเชิงบวกและเชิงลบ ดังนี้

ผลเชิงบวก

1. เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง
2. เกิดความพอใจของคู่สนทนา
3. เกิดความรู้สึกระบอบใจ
4. เกิดความรู้สึกว่าคู่สนทนาให้เกียรติและยอมรับ
5. ความต้องการมาติดต่อในครั้งต่อไป
6. เกิดความสัมพันธ์เป็นเครือข่ายการทำงานในอนาคต

ผลเชิงลบ

1. เกิดความเข้าใจผิดพลาด
2. เกิดความไม่พอใจของคู่สนทนา
3. เกิดความรู้สึกไม่ประทับใจ
4. ไม่ต้องการติดต่อด้วย
5. ไม่สามารถสร้างเครือข่ายการทำงาน

ประสิทธิภาพในการสื่อสาร ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่

1. ระดับความรู้ (Knowledge) ผู้ส่งสารและผู้รับสารที่มีความรู้ใกล้เคียงกันในเรื่องที่ต้องการจะสื่อสารอาจง่ายต่อการทำความเข้าใจกัน

2. ทศนคติ (Attitude) การที่ต่างฝ่ายต่างมีทัศนคติที่ดีต่อการส่งและการรับ ย่อมมีโอกาสพิจารณาตามความเป็นจริงได้ดีกว่าการมีทัศนคติเชิงลบต่อกัน ซึ่งอาจนำไปสู่การตัดสินใจด้วยอารมณ์ที่ไม่เหมาะสม

3. ระดับสังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural System) ผู้ส่งสารและผู้รับสารที่เข้าใจระบบสังคม วัฒนธรรมของผู้ที่มาติดต่อกัน จะสามารถเลือกวิธีการ จัดเนื้อหาสาระ รูปแบบที่ติดต่อให้สอดคล้องเหมาะสมได้ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ควรเลือกให้เหมาะกับบุคคลเป้าหมายของการติดต่อสื่อสาร

ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ควรเลือกให้เหมาะกับบุคคลเป้าหมายของการติดต่อสื่อสาร ภาษาที่ใช้	เชิงบวก	เชิงลบ
1. ภาษาพูด	สุภาพ, ชัดเจน, มีหางเสียง มีคำขานรับ ครับ/คะ, สั้น เข้าใจง่าย ตรงประเด็น	สั้นห้วน, ไม่สุภาพ, พูดคลุมเครือ ไม่เน้นประเด็นที่ต้องการ สื่อสาร, อธิบายความยืดหยุ่นแต่ไม่ตรง ประเด็น
การฟัง	ตั้งใจฟัง ติดตาม ขานรับหรือสอบถามกลับตามความเหมาะสม	ไม่ตั้งใจฟัง ฟังแล้วไม่เก็บประเด็น พูดแทรก
การโต้ตอบ	ถ้าฟังไม่เข้าใจให้ถามอย่างสุภาพ จนมั่นใจ ในสาระสำคัญของการสื่อสาร	ตอบกลับแบบประชดประชันหรือ ท้าทาย
2. ภาษากาย	สุภาพ ท่าที่เป็นมิตร จริใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส สบตาคู่สนทนา ตามสมควร แต่งกายเหมาะสม ยืนและนั่งในท่าที่เหมาะสมกับคู่สนทนา	ท่าที่ไม่สุภาพ หน้าตาบูดบึ้งไม่ควบคุมอารมณ์ ไม่มองหน้าคู่สนทนา แต่งกายไม่เหมาะสม ยืนและนั่งในท่าที่ไม่เหมาะสม กระแทกหูโทรศัพท์
การโต้ตอบ	สบตาคู่สนทนา ท่าที่เป็นมิตร ให้บริการตามประเด็นที่ผู้รับบริการ ต้องการ ตอบรับหรือปฏิเสธด้วยท่าที สุภาพ	ท่าที่ไม่เต็มใจให้บริการ แสดงอาการโต้ตอบด้วยอารมณ์ ท่าที่ไม่เกรงใจ
3. ภาษาเขียน	ใช้ภาษาเขียนให้ตรงกับประเภทหนังสือ เช่น เรื่องราชการใช้ภาษาราชการ	เขียนด้วยภาษาพูดหรือไม่เหมาะสม กับประเภทหนังสือ/เรื่อง เขียนอธิบายยาวมากแต่ไม่ชัดเจน เข้าใจยาก

	เขียนเนื้อเรื่องตรงกับชื่อเรื่อง เขียนอธิบาย ชัดเจน กระชับ ตรงประเด็น เข้าใจง่าย ถูกต้อง ตามแบบฟอร์ม	ใช้ภาษาไม่เหมาะสมกับผู้ติดต่อด้วย
การโต้ตอบ	ใช้ภาษาเขียนให้ตรงกับ ประเภทหนังสือ ตอบตรงประเด็น ชัดเจน เข้าใจง่าย ถูกต้องตามแบบฟอร์ม	ตอบไม่ตรงประเด็น เขียนตอบแบบทำ ทนาย หรือปฏิเสธแบบ ตัดญาติขาดมิตร

แนวทางการปฏิบัติเพื่อการสื่อสารด้านการเจรจาโต้ตอบเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีดังนี้

1. รู้ขั้นตอนของการสื่อสาร มีความตั้งใจ ความเข้าใจ การยอมรับ และนำไปสู่การปฏิบัติให้ตรงตามเป้าหมายของการสื่อสารได้ให้เกิดประสิทธิภาพ
2. ใช้ภาษาธรรมดาที่ใช้อยู่ประจำ
3. รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา จะสามารถรู้และเข้าใจจิตใจ รวมถึงความคิดซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ว่าคู่สื่อสารจะได้ตอบมาอย่างไร
4. เข้าใจภาษาท่าทาง
5. เรียนรู้วิธีรับและวิธีให้ผลย้อนกลับ การศึกษาว่า ข่าวสารที่ส่งไปนั้น ผู้รับข่าวสารเข้าใจหรือไม่ และต้องรีบแก้ไขหากการสื่อสารล้มเหลว ส่วนการตรวจสอบที่ใช้กันมากคือ “การดูผลย้อนกลับ” (Feedback) ซึ่งทำได้โดยการเปิดโอกาสหรือกระตุ้นให้ผู้รับสารสามารถสื่อสารย้อนกลับมาให้ได้สม่ำเสมอ
6. พัฒนานิสัยการฟังที่ดี ควรฟังทั้งความหมายของการพูด และการแสดงความเห็นประกอบของผู้พูด และต้องมีความหมายซ่อนอยู่ในคำพูดเหล่านั้นหรือไม่ ทักษะการฟังที่ดี สามารถลดความเข้าใจผิด ความขัดแย้งในการปฏิสัมพันธ์กับคน การใช้ความคิด การจับประเด็น ฝึกความจำ และฝึกฝนการจดจำแนวแนวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ควรแสดงความรำคาญ ไม่อยากฟังหรือฟังแบบขอไปที โดยไม่ได้สนใจในสิ่งที่ผู้อื่นพูดจริง ๆ เปลี่ยนเรื่องพูดหรือคุยเรื่องอื่นแทรกขัดจังหวะ ไม่ควรคิดเอาเองว่าเขาคงเข้าใจเหมือนอย่างที่เราเองเข้าใจ ควรสื่อสารอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อให้มั่นใจว่าเขาเข้าใจในสิ่งที่เราพูดจริง ๆ

➢ ทักษะการเป็นผู้ฟังและผู้พูดที่ดี

ทักษะการเป็นผู้ฟังที่ดี

การสื่อสารที่ใช้ช่องทางด้านการเจรจาโต้ตอบ ผู้ที่จะรับสารได้อย่างถูกต้อง ชัดเจนจนสามารถนำไปดำเนินการหรือปฏิบัติได้จะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะของการเป็นผู้ฟังที่ดี ดังนี้

1. ควรฝึกความอดทนในการเป็นผู้ฟังที่ดี เนื่องจากโดยธรรมชาติแล้วมีความเป็นไปได้สูงที่ผู้ฟัง

จำนวนมากอาจเกิดอาการ “ใจลอย” เนื่องจากเบื่อหน่ายกับสิ่งที่ฟังและมีสิ่งอื่นที่น่าสนใจให้ชวนคิดมากกว่าหรือ “พูดแทรก” เนื่องจากรู้สึกว่าผู้พูดนั้นพูดช้า ไม่ทันใจ โดยอาจใช้วิธี “ควั่นสรุป” จากความคิดของตนแทนการฟังอย่างตั้งใจจนจบ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานที่ผิดพลาด เข้าใจผิด อันเนื่องมาจากการฟังที่ขาดประสิทธิภาพ

ควรฝึกโดยการกำหนดให้มีช่วงเวลาหนึ่งในแต่ละวันตั้งใจฟังสิ่งที่ผู้อื่นพูด อาจฝึกฝนจากการฟังเทป บทเรียน หนังสือเสียงต่างๆ โดยตั้งเวลาในการฟังอย่างเจาะจง พร้อมจดย่ออยู่ที่เนื้อหาของผู้พูดเสมอ นอกจากนี้ ควรฝึกฝนทักษะการฟังโดยใช้สถานการณ์ที่ทำให้การฟังเป็นไปอย่างยากลำบาก เช่น ในสถานที่ที่มีสิ่งเร้า หรือสิ่งรบกวนภายนอก ตามสถานที่สาธารณะต่างๆ ที่อาจมีเสียงดังรบกวน หรือมีสิ่งที่น่าสนใจกว่าคอยดึงดูดซึ่งส่งผลให้ประสิทธิภาพในการฟังลดลง เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาทักษะด้านการฟังในสถานการณ์ที่ยากลำบากทุกรูปแบบที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เช่น ฟังคำอธิบายงานจากหัวหน้า ในขณะที่ทั้งห้องทำงานเต็มไปด้วยเสียงดังในการติดต่อกัน เป็นต้น

2. การมีมารยาทในการเป็นผู้ฟัง เป็นหลักการสำคัญในการให้เกียรติผู้พูด เป็นเหตุให้เกิดการปิดกั้นการเรียนรู้จากแหล่งต่าง ๆ ไปอย่างน่าเสียดาย รวมทั้งเป็นการสร้างสัมพันธ์อันดีต่อทั้งผู้พูดและผู้ฟัง ทำให้การสนทนานั้นเป็นไปอย่างสร้างสรรค์และจบลงด้วยดี

ควรสบตาผู้พูดเสมอ ไม่เดินไปเดินมา ลูกนั่งหรือย้ายที่นั่งไปมา ในขณะที่กำลังฟังผู้อื่นพูดกับตน ไม่พูดขัดจังหวะหรือพูดแทรกในขณะที่อีกฝ่ายยังพูดไม่จบ โดยหากต้องการถามอะไรให้จำหรือจดประเด็นเอาไว้ก่อน หรือหากกลัวลืมจริง ๆ ให้ยกมือขึ้นและกล่าวขออนุญาตถามด้วยน้ำเสียงสุภาพ รู้จักจังหวะของการ พูด/ฟังถาม/ตอบ ในการสื่อสาร รู้จักเลือกฟังในสิ่งที่สร้างสรรค์เป็นประโยชน์

3. การฟังอย่างกระตือรือร้น ไม่ใช่แค่แสดงท่าทางภายนอกว่ากำลังฟังอยู่ แต่ในสมองต้องมีการทำงานถกเถียงและคิดไปด้วยอยู่ตลอดเวลา จะฟังแบบใจลอยคิดถึงเรื่องอื่นไม่ได้

ควรตอบสนองการฟังทุกครั้ง ด้วยการแสดงท่าทางตั้งใจฟังและตอบรับ “ครับ/ค่ะ” เพื่อให้ผู้พูดรู้ว่าเรากำลังฟังอยู่ รวมทั้งกระตุ้นให้เขาตั้งคำถามย้อนกลับมาทุกครั้งหลังจากที่ผู้พูดคุยสนทนาเสร็จ หรือพูดทวนสิ่งที่ได้ยินมาซ้ำอีกครั้งเพื่อเป็นการย้ำว่าสิ่งที่เขาเข้านั้นตรงกันกับสิ่งที่เราพูดออกไปหรือไม่

4. ควรจับประเด็นโดยตั้งคำถามเพื่อวัดความสามารถในการฟัง ความสามารถในการจับประเด็นเป็นตัวชี้ว่าการสื่อสารที่เกิดขึ้นนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ ผู้ส่งสารสามารถบรรลุเป้าหมายในการสื่อสารที่ต้องการไปยังผู้รับสารหรือไม่ ในภาคปฏิบัติหลังจากจบการพูดคุยกันแล้วทุกครั้ง ควรตั้งคำถามทวนซ้ำ เพื่อทดสอบว่าเราสามารถจับประเด็นในเนื้อหาที่ฟังไปได้หรือไม่ ตัวอย่างคำถามเช่น ในรูปแบบของ ใครทำอะไร ที่ไหน อย่างไร เมื่อไร เวลาใด และเขาจะต้องทำอะไรต่อไป เป็นต้น รวมทั้งสามารถตั้งคำถามเพื่อให้เขาได้คิดต่อ ยอด เช่น ถามความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่ได้ฟัง จะก่อให้เกิดประโยชน์ในการฝึกฝนทักษะการคิดได้อีกทาง

การพัฒนาทักษะการฟังนั้นเป็นทักษะที่ต้องเรียนรู้ ฝึกฝน สร้างให้เป็นนิสัย การพัฒนาทักษะการฟังควรควบคู่กับทักษะการอ่าน ทักษะการเขียน และทักษะการพูดอย่างสอดคล้องกัน

การฝึกทักษะการฟัง มีข้อเสนอดังนี้

1. การฟังทุกครั้งต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน และไม่เลือกฟังเฉพาะเรื่องที่ตนเองสนใจ
2. รับฟังข้อมูลทั้งหมดก่อนตัดสินใจ
3. ให้ความสนใจกับผู้พูด
4. มีการตรวจสอบ หรือตีความหมายทุกครั้งที่มีการสื่อสาร
5. เป็นการฟังด้วยการยอมรับสาระ และความรู้สึก
6. แสดงความสนใจกระตือรือร้นที่จะฟัง
7. จัดสิ่งรบกวนที่ทำลายสมาธิในการฟัง
8. ควรฟังพร้อมสังเกตภาษา, ท่าทางประกอบ จะช่วยบอกความนัยได้

ทักษะการเป็นผู้พูดที่ดี

การพูดเป็นวิธีหนึ่งของการสื่อสาร การถ่ายทอดความคิด ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก หรือความต้องการ ด้วยเสียง ภาษา และกิริยาท่าทาง เพื่อให้ผู้รับฟังรับรู้ เข้าใจได้ตรงตามจุดประสงค์ของผู้พูด การสื่อสารจึงจะบรรลุผลได้ ผู้พูดเป็นผู้ที่จะต้องถ่ายทอดความรู้สึก ความคิดเห็น ข้อเท็จจริง ตลอดจนทัศนคติของตนซึ่งเกิดจากการสะสมความรู้ ความคิดและประสบการณ์ที่มีคุณค่า มีประโยชน์ แล้วรวบรวม เรียบเรียงความรู้ความคิดเหล่านี้ ให้มีระเบียบ เพื่อที่จะได้ถ่ายทอดให้ผู้ฟังเข้าใจได้โดยง่าย โดยใช้ภาษา เสียง อากัปกิริยาและบุคลิกภาพของตนให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด ผู้พูดจะต้องคำนึงถึงมารยาทและคุณธรรมในการพูดด้วย หลักการพูดที่ดีต้องคำนึงถึง

1. การใช้ภาษา ต้องเลือกใช้ถ้อยคำที่เข้าใจง่ายเหมาะสมกับวัยของผู้ฟัง
2. ออกเสียงพูดให้ชัดเจนตามหลักภาษาและความนิยม ดังพอประมาณ อย่าตะโกนหรือพูดค่อยเกินไป
3. สีหน้า ท่าทางยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง ไม่เคร่งเครียด
4. ท่าทางในการยืน นั่ง ควรสง่าผ่าเผย การใช้ท่าทางประกอบการพูดก็มีความสำคัญ เช่น การใช้มือ นิ้ว จะช่วยให้ผู้ฟังเข้าใจเรื่องราวได้ง่ายยิ่งขึ้น
5. ต้องรักษามารยาทการพูดให้เคร่งครัดในเรื่องเวลาในการพูด พูดตรงเวลาและจบทันเวลา
6. พูดเรื่องใกล้ตัวให้ทุกคนรู้เรื่อง เป็นเรื่องสนุกสนานแต่มีสาระ และพูดด้วยท่าทางและกิริยานุ่มนวล เวลาพูดต้องสบตาผู้ฟังด้วย
7. ไม่ควรพูดเรื่องเชื้อชาติ ศาสนา การเมือง โดยไม่จำเป็น และไม่ควรพูดแต่เรื่องของตัวเอง
8. ไม่พูดคำหยาบ นินทาผู้อื่น ไม่พูดแซงขณะผู้อื่นพูดอยู่ และไม่ชี้หน้าคู่สนทนา พูดด้วยวาจาสุภาพ
9. รักษาอารมณ์ในขณะที่พูดให้เป็นปกติ

➤ ข้อดีและข้อจำกัดของการสื่อสารด้วยคำพูด

ข้อดี

1. สร้างความเข้าใจกับผู้ฟังได้อย่างรวดเร็ว
2. เป็นเครื่องมือสร้างมนุษยสัมพันธ์กับบุคคลอื่นที่ได้ผลดีที่สุด

3. สามารถพิสูจน์ได้ว่า สิ่งที่เราสื่อออกไปได้ผลหรือไม่ในทันที
4. สามารถดัดแปลงแก้ไขคำพูดหรือยึดหยุ่นให้เหมาะสมกับโอกาส เวลา หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้

ข้อจำกัด

1. การสื่อสารด้วยคำพูดอาจถูกจำกัดด้วยสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เช่นเสียงรบกวน
2. หากเรื่องที่สื่อสารมีความซับซ้อน หรือเป็นนามธรรมที่เข้าใจยาก การใช้คำพูดเพียงประการเดียว อาจทำให้ผู้ฟังไม่เข้าใจ ถ้าใช้การเขียนอาจเหมาะสมกว่า
3. สารจากคำพูดอาจเป็นสารที่ไม่คงทน กล่าวคือ พูดเสร็จก็ผ่านหายไป ผู้ฟังก็ไม่มีโอกาสฟังซ้ำ ย่อมจะนำมาเป็นหลักฐานได้ไม่สะดวกนัก
4. การสื่อสารด้วยคำพูด มีโอกาสผิดพลาดในแง่ข้อเท็จจริง หรือผิดพลาดจากเจตนาที่แท้จริงของผู้พูดได้ง่าย

คุณธรรมและจรรยาบรรณของผู้พูด

เป็นสภาพนามธรรมประจำตัวมนุษย์ อันเป็นผลมาจากการได้รับการศึกษาอบรม คุณธรรมเป็นเครื่องคอยกำกับจิตใจให้ตั้งอยู่ในความดีงาม แสดงออกมาเป็นการทำ การพูด การคิด ที่มี

คุณธรรมประจำใจควบคุม

การแสดงออกให้ปรากฏตามแบบที่สังคมกำหนด เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยดีงามอยู่เสมอ
จรรยาบรรณที่ต้องเน้นเป็นพิเศษคือ

1. ความสุภาพเรียบร้อย หมายถึง ความสุภาพเรียบร้อยทั้งในทาง กิริยาอาการ การแต่งกาย และการใช้คำพูด
2. ความจริงใจ หมายถึง การใช้คำพูดและการแสดงออกในการยกย่อง สรรเสริญ แสดงความชื่นชมหรือแสดงความคิดเห็นอื่น ๆ ได้พอเหมาะพอควร และตรงกับความรู้สึกที่มีอยู่ในใจของผู้พูด ไม่ควรเสแสร้ง อย่างที่เรียกว่า ปากอย่างหนึ่งแต่ใจอย่างหนึ่ง
3. ความรับผิดชอบต่อการพูดมี 2 ประเภท คือ ความรับผิดชอบทางกฎหมาย และทางคุณธรรม มีข้อคำนึงถึงคือ

1. การพูดในทุกโอกาส ทุกกรณี ย่อมถือเป็นพันธะหน้าที่ที่ต้องจะพูดโดยเต็มใจ และตั้งใจ
2. เมื่อได้พูดไปแล้วว่าอย่างไร ต้องไม่ลืมนึกว่า ตนได้พูดเช่นนั้นจริง ๆ และไม่พยายามปฏิเสธคำพูดของตนเมื่อเกิดความเสียหายขึ้น

➤ หลักการรับโทรศัพท์

ปัจจุบันโทรศัพท์เป็นช่องทางของการสื่อสารที่ใช้ค่อนข้างมาก เพราะเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สามารถใช้ติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย สามารถโต้ตอบ ชักถามได้ทันที ทั้งในส่วนของผู้โทร. และผู้รับ แต่มีขั้นตอนที่พึงปฏิบัติในการรับโทรศัพท์ มีดังนี้

1. เตรียมพร้อม โดยเตรียมกระดาษและดินสอไว้ใกล้มือ พร้อมทั้งจะจดบันทึกได้ทันที
2. การตอบรับ ควรรับโทรศัพท์โดยเร็วที่สุด ควรจะยกหูรับก่อนเสียงกริ่งครั้งที่สอง

3. แสดงตัว จะช่วยให้การสนทนาในการโทรศัพท์เริ่มต้นด้วยดี และประหยัดเวลาด้วย ควรใช้ถ้อยคำที่ชัดเจน สมบูรณ์และเข้าใจง่าย กล่าวชื่อผู้รับ และชื่อหน่วยงานด้วย เพื่อบอกให้ผู้โทร. ได้รู้ว่า เขาได้ต่อโทรศัพท์มาถูกต้องหรือไม่ เสนอความช่วยเหลือทันที “จะให้ดิฉัน/ผม ช่วยอะไรได้บ้างคะ/ครับ”

4. ตั้งใจฟัง ด้วยการฟังอย่างระมัดระวัง เก็บรายละเอียด พร้อมทั้งจุดประสงค์ในการโทร. ชื่อผู้โทร. ที่ถูกต้อง รับฟังเรื่องราวทั้งหมดอย่างตั้งใจและสนใจ ระหว่างการรับฟังอยู่นั้น ไม่ควรนั่งเงียบเฉยโดยไม่พูด ควรพูดบ้างโดยใช้คำสั้น ๆ ที่เหมาะสมเพื่อแสดงว่าเข้าใจ และกำลังฟังอยู่อย่างสนใจ ไม่ควรพูดแทรก พูดตัดบท หรือสรุปความในขณะที่ยังพูดไม่จบ

5. ตัดสินใจ ทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ต่อไปนี้

5.1 ดำเนินการเอง โดยเริ่มจากการรับรู้ความคิดเห็นของเขา จดบันทึกรายละเอียดให้ถูกต้องครบถ้วน ให้คำตอบที่ถูกต้อง ชัดเจน พยายามให้ความช่วยเหลือเท่าที่จะทำได้ แสดงให้เขาเห็นว่าเราเต็มใจจะให้ความช่วยเหลือ โดยการให้คำแนะนำต่างๆ อย่าตอบเพียงคำว่า ไม่ทราบเพื่อปิดเรื่องให้พ้นตัว พูดให้เข้าใจ และอาจต้องอธิบายสาเหตุที่ต้องรอนางครั้งอาจจะต้องวางหูโทรศัพท์เพื่อไปทำธุระอื่นกลางคัน เช่น ค้นเอกสาร หรือตามตัวบุคคลอื่น ท่านควรบอกให้เขาเข้าใจว่า กำลังจะดำเนินการอย่างไร นานแค่ไหน ถ้าต้องใช้เวลานาน ควรเสนอว่าขัดข้องไหม ถ้าได้ข้อมูลเรียบร้อยแล้วจะโทร. กลับไปถ้าเขาต้องการที่จะรอ เมื่อท่านทำธุระเสร็จและกลับมาพูดโทรศัพท์อีกครั้งหนึ่ง ควรกล่าวคำบางคำเพื่อเรียกความสนใจและแน่ใจว่าเขากำลังคอยอยู่ เช่น เอย่ยชื่อตัวเขาแล้วจึงให้รายละเอียดหรือข้อความที่เขาต้องการต่อไป

ตัวอย่าง “กรุณาถือสายรอสักครู่ นะคะ ดิฉันจะค้นเอกสารให้คุณ”

“กรุณาถือสายรอสักครู่ นะคะ ดิฉันมีโทรศัพท์เรียกเข้ามาอีกเครื่องหนึ่ง”

ถ้าจะใช้เวลานานในการรอ

“ดิฉันคิดว่า จะต้องใช้เวลาในการค้นหารายละเอียด คุณจะขัดข้องไหมคะ ถ้าดิฉันจะโทร. กลับไปหาคุณทันทีที่ได้รายละเอียดแล้ว”

5.2 โอนสายให้ผู้อื่น ควรบอกผู้โทร. ให้ทราบว่า คุณกำลังจะดำเนินการอย่างไร พร้อมทั้งอธิบายเหตุผล หากหมายเลขโทรศัพท์ของผู้ที่จะต้องโอนสายไปให้ โอนสายไปอย่างถูกต้อง ต้องแน่ใจว่าได้โอนไปถึงผู้ที่ต้องการจริงๆ เมื่อโอนได้แล้ว บอกชื่อผู้โทร. พร้อมรายละเอียดอย่างถูกต้อง ชัดเจน การโอนสายอย่าลืมกดโทรศัพท์เพื่อเปลี่ยนเป็นเสียงรอสาย หรือเอามือปิดช่องรับเสียงโทรศัพท์ด้วย

5.3 รับข้อความให้ผู้อื่น เสนอให้การช่วยเหลือ หรือรับฝากข้อความ การจดบันทึกข้อความ ให้บันทึกรายละเอียดอย่างชัดเจน ซึ่งประกอบด้วย ชื่อผู้โทร. ตำแหน่ง หน่วยงาน ถ้าปลายสายไม่สะดวกจะบอกก็ไม่ควรชักมากเกินไป ควรถามปลายสายว่าอยากให้ทำอะไร จะฝากเรื่องไว้หรือจะโทร. กลับมาใหม่เอง ชื่อผู้รับเรื่อง หมายเลขโทรศัพท์ เลขหมายภายในสำนักงาน (ถ้ามี) วัน เวลาในขณะนั้น จุดประสงค์ หรือข้อมูล สิ่งที่ต้องการทำ ที่อยู่(ถ้ามี)เขาต้องการให้โทร. กลับหรือไม่ เมื่อบันทึกรายละเอียด ก่อนจบการสนทนา ควรทบทวน

บางตอน เพื่อให้แน่ใจว่าถูกต้อง ถ้าผิดผู้โทร.จะ ได้ช่วยแก้ไข เสร็จแล้วให้ส่งบันทึกข้อความไปยังผู้ที่เขาต้องการทันที กรณีเรื่องด่วนอาจเสนอการเขียนโน้ต แล้วนำไปไว้ในห้องประชุมเพื่อไม่ให้ขัดจังหวะการประชุม กรณีปลายสายต้องการทราบที่อยู่หรือเบอร์โทรศัพท์มือถือของคนที่เรารับเรื่องแทน ควรขอชื่อและเบอร์โทร.กลับ และบอกว่าจะให้คนที่เรารับเรื่องแทนติดต่อกลับโดยเร็วที่สุดจะดีกว่า เพื่อเป็นการไม่ให้ข้อมูลส่วนตัวของผู้อื่นก่อนได้รับอนุญาต

ตัวอย่าง “ประธานโทษ จะให้ดิฉันเรียนว่าใครพูดคะ”

“ขอโทษนะคะ ถ้าท่านกลับมา จะให้ดิฉันเรียนว่าใครโทร.มาคะ”

อย่าใช้คำถาม “นั่นใครพูดคะ” หรือ “คุณชื่ออะไร”

6.จบการสนทนา ก่อนจบการสนทนาควรแน่ใจว่า ท่านได้พยายามอย่างดีที่สุดเพื่อช่วยเหลือเขาและการสื่อสารข้อความทั้งสองฝ่ายเข้าใจถูกต้องตรงกัน ควรยืนยันเรื่องที่คุยกันอีกครั้ง โดยเฉพาะการนัดหมาย วันเดือนปี เวลา สถานที่ กล่าวคำสวัสดิ์อย่างนุ่มนวล กล่าวชื่อผู้โทร. รอให้ผู้โทร.วางสายก่อน วางหูโทรศัพท์บนที่วางอย่างถูกต้องและแผ่วเบา

เกร็ดความรู้ในเรื่องของการสื่อสาร

ศิลปะในการสื่อสาร

1. คิดกระจ่างก่อนที่จะสื่อสาร ผู้สื่อสารต้องการสื่ออะไรและจะใช้วิธีสื่อสารแบบไหน
2. วางวัตถุประสงค์ในการสื่อสารแต่ละครั้ง และหาแนวทางไปสู่วัตถุประสงค์ดังกล่าว
3. วิเคราะห์สิ่งแวดล้อม ในการสื่อสารไม่ได้ราบรื่นทุกครั้งที่ไป อาจจะมีอุปสรรคเกิดขึ้นได้ เช่น เสียงรบกวน ความมึนงงของผู้สื่อสาร จังหวะ ฯลฯ หากเราวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมเหล่านี้ได้อย่างถูกต้องจะวางแผนที่จะสัมฤทธิ์ผลมากขึ้น
4. การสื่อสารแบบสองทาง จะก่อให้เกิดประสิทธิผลของการสื่อสารเพิ่มขึ้น
5. ดีทั้งเนื้อหาและถ้อยคำ
6. พูดเป็นประเด็น อาจจะมีการเน้นย้ำให้เห็นใจความสำคัญเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันของผู้สื่อสาร
7. เน้นติดตามผล ถ้าการสื่อสารไม่สำเร็จจะได้หาวิธีการแก้ไขได้ทันที่
8. นำยลด้วยภาษาท่าทาง
9. เชื่อไม่จ้างทุกสมัย หมายถึง การสื่อสารที่ยึดความจริงเป็นหลัก จะเป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือตลอดเวลาไม่ว่าเวลาจะผ่านไปนานสักเท่าใด
10. ใช้ศิลปะในการฟัง หมายถึง คู่สื่อสารจำเป็นต้องเป็นผู้ฟังที่ดีด้วย

เทคนิคการสื่อสารที่ดีเพื่อความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย

1. จำไว้ว่า การยิ้มคือเครื่องมือการเข้าสังคมที่ทรงพลังที่สุด
2. รู้จักฟัง การเป็นผู้ฟังที่ดี จะเป็นผู้ควบคุมผลลัพธ์การสนทนา
3. พูดคุยในสิ่งที่เป็นที่สนใจของผู้สนทนา

4. ถามคำถามที่เรารู้คำตอบอยู่แล้ว เพื่อที่จะห้ยังความคิดของฝ่ายตรงข้ามได้
5. มอบหมายงานให้ลูกน้องด้วยความศรัทธาและเชื่อมั่นในตัวเขา
6. จงขอร้องเสมอ อย่าออกคำสั่ง
7. ปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างที่ดี ทั้งพฤติกรรมและทัศนคติ
8. พัฒนาความสามารถในการสอนงาน
9. แสดงความนับถือต่อผู้อื่นเสมอ เช่น ตรงต่อเวลา
10. ตอบรับโทรศัพท์ทันที

ทักษะการสื่อสาร 12 ประการ สำหรับผู้นำ

1. การแต่งกาย บุคลิกภายนอก เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้อื่น
2. ภาษากาย การวางท่าทางขณะสนทนาต้องคำนึงถึงความเรียบร้อย ถือเป็นการให้เกียรติผู้อื่น
3. การเคลื่อนไหวขณะพูด ควรมีเป้าหมายเพื่อเน้นความสำคัญของเนื้อหา และจริงจัง
4. การสบสายตา เพื่อแสดงออกถึงความมั่นใจในคำพูด และถือเป็นการให้ความสำคัญ
5. การแสดงออกทางสีหน้า ควรสอดคล้องกับเนื้อหาและบรรยากาศ ความจริงใจ จริงจัง
6. น้ำเสียง นักเบาคควรเน้นตามเนื้อหาที่ให้ความสำคัญ แต่ควรนุ่มนวลไว้ก่อนเสมอ
7. การใช้น้ำเสียง อิม อ้า เอ้อ เป็นการแสดงการยอมรับ เห็นด้วย หรือขัดจังหวะเพื่อชิงพูด
8. การตั้งใจฟังเรื่องราวคู่สนทนา ถือเป็นการให้เกียรติ ให้ความสำคัญต่อคู่สนทนา
9. การตอบคำถาม ต้องครอบคลุมเนื้อหาที่เขาอยากรู้และสิ่งที่เราอยากบอก
10. อารมณ์ขัน ควรแทรกเมื่อบรรยากาศสนทนาเริ่มเครียด ควรดูเรื่อง ถูกจังหวะ
11. การแนะนำตัวบุคคลอื่น ถือเป็นการให้เกียรติทั้งผู้ถูกแนะนำ และผู้ที่เรานำมาใหู้จัก
12. การใช้อุปกรณ์เสริม เช่น เรื่องที่ซับซ้อน เข้าใจยาก ควรมี Diagram แผ่นภาพ Slide เป็นต้น

----- ✍

การประชาสัมพันธ์

➤ การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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

➤ ประเภทของการประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปการประชาสัมพันธ์ อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้างๆ ได้ 2 ประเภท คือ

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

การประชาสัมพันธ์ภายใน จึงมีความสำคัญมาก การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์การ สถาบันจะดีไปไม่ได้เลยหากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานจะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย 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 รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียงๆ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวสถาบัน และให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี

การทำการประชาสัมพันธ์ภายนอกต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่ หรือจำนวนมาก จึงอาจใช้เครื่องมือ สื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสู่สาธารณชนด้วย อันได้แก่สื่อมวลชน (Mass Media) เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบัน องค์การ สถาบันต่าง ๆ ก็นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าช่วยในการประชาสัมพันธ์

➤ วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน
2. เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงสถาบันมิให้เสื่อมเสีย
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน

➤ วัตถุประสงค์เฉพาะของการประชาสัมพันธ์ หน่วยงาน สถาบัน องค์การต่างๆ

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินธุรกิจของหน่วยงานนั้นๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management) ได้ทราบถึงทัศนคติ มติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน
4. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชน เช่น บริษัทห้างร้าน เพื่อให้ลูกค้ายอมรับในบริษัทตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทจำหน่ายอยู่ ทั้งมีส่วนเพิ่มปริมาณการขายทางอ้อม
5. เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหาต่างๆ ภายในหน่วยงาน
6. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้า และชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

➤ วัตถุประสงค์และความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ

1. เพื่อดึงดูดความสนใจ
2. เพื่อสร้างความเชื่อถือ
3. เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจ

ซึ่งทั้งสามประการนี้จะทำให้องค์การสถาบันสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้นั้นคือ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสนใจ เชื่อถือ และความเข้าใจให้แก่ประชาชนพร้อมทั้งโน้มน้าวชักจูงให้ประชาชนเห็นด้วยกับการกระทำขององค์การสถาบัน

➤ ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสารสัมพันธ์ที่มีความสำคัญและเป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวาง มีระบบงานที่ซับซ้อนแต่งงานประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมลักษณะความเป็นผู้นำขององค์การและบุคคล ทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือทั้งจากพนักงานภายในและจากประชาชนภายนอกด้วย นับว่างานประชาสัมพันธ์มีคุณค่าต่อสถาบันต่างๆ เป็นอย่างยิ่งซึ่งพอจะสรุปความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ได้เป็นข้อๆ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้น

หมายถึง การสร้างความรู้สึกระซาบใจที่บุคคลหลาย ๆ กลุ่มมีต่อหน่วยงานนั้น ๆ รวมทั้งถูกจ้าง ลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน พ่อค้าและรัฐบาล โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ เผยแพร่ ชี้แจง ข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณค่าความดีให้เกิดความเลื่อมใสและสร้างความผูกพันทางใจ เช่น การที่หน่วยงาน ประสบความสำเร็จมีกำไรพอควร และแบ่งส่วนของกำไรให้กับพนักงานในรูปของเงินเดือนที่สูงพอควร ตลอดจนมีสวัสดิการต่าง ๆ ให้เหมาะสมตามอัตรา ขณะเดียวกันก็เป็นสมาชิกที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชน เป็นเพื่อนบ้านที่ดี มีนโยบายส่งเสริมพนักงานให้มีตำแหน่งและความรับผิดชอบสูงมีการฝึกอบรมและพัฒนา พนักงาน

2. การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน

หมายถึง มีการพัฒนาปรับปรุงตัวเอง รวมทั้งสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการ ของประชาชนแล้วโอกาสที่ประชาชนจะได้รับความไม่สะดวก เกิดความเข้าใจผิด หรือมองในแง่ร้ายซึ่ง จะเป็นผลในการนำไปวิพากษ์วิจารณ์ให้เกิดเสียชื่อเสียงย่อมไม่มี หรือมีน้อยมากเพราะเรา ได้ตรวจสอบ ความคิดเห็นทัศนคติของประชาชนและทำการปรับปรุงอยู่เสมอ

3. การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง

หมายถึง การทำให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานและฝ่ายบริหาร เพราะการประชาสัมพันธ์เป็น การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างฝ่ายบริหารกับบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วยการให้ข่าวสารข้อเท็จจริงและ ความถูกต้อง มิได้เป็นการจงใจหรือการโฆษณาชวนเชื่อด้วยกลฉ้อโกง ย่อมทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ กับฝ่ายบริหารขึ้น

4. การประชาสัมพันธ์ช่วยการขายและการตลาด

หมายถึง การประชาสัมพันธ์เป็นการปูพื้นค่านิยม ทัศนคติที่ดีที่เกิดกับหน่วยงาน เมื่อประชาชน มีค่านิยม ความรู้สึกที่ดีแล้วก็มีใจพร้อมที่จะรับฟังข่าวสาร การโฆษณาสินค้า หรือบริการต่างๆ ซึ่งเป็น แรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อในที่สุดประชาสัมพันธ์ที่มีการตรวจสอบทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยมของกลุ่มเป้าหมายยังช่วยให้ฝ่ายการตลาดวางแผนงานตั้งแต่ผลิตสินค้าจัดจำหน่าย โฆษณา ฯลฯ ได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพด้วย

➢ หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ ในปัจจุบันมีหลักใหญ่ๆ สำคัญๆ อยู่ 3 ประการด้วยกันคือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ การบอกกล่าวชี้แจงหรือเผยแพร่ให้ทราบนี้ คือ การบอก กล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึง

1.1)นโยบาย

1.2)วัตถุประสงค์

1.3)การดำเนินงาน

1.4) ผลงาน บริการ และกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ประชาชน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในองค์การสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก เข้าใจ และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การสถาบัน

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การป้องกันความเข้าใจผิดนี้ ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (Preventive Relation) ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้น การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบังเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้

ประเภทของการแก้ไขความเข้าใจผิด

1. การแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง คือการออกคำแถลง ถ้อยแถลง แถลงการณ์หรือประกาศ ชี้แจงแก้ไขความเข้าใจผิดนั้นไปยังกลุ่มประชาชนเพื่อให้ประชาชนทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริง วิธีการแก้ไขความเข้าใจผิดวิธีนี้จึงเป็นวิธีแก้โดยตรงไปตรงมา กล่าวคือ ความจริงมีอยู่อย่างไรก็แสดงไปตามนั้นอย่างไรก็ตามการแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง

2. การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมนี้ส่วนมากใช้ความเข้าใจผิดบางประการที่ไม่สมควรใช้วิธีการแก้ไขทางตรง เพราะอาจจะทำให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมนี้ จึงมิใช่การออกประกาศชี้แจง หรือแถลงการณ์เหมือนวิธีแรก แต่เป็นการกระทำ (deeds) ให้ประชาชนได้เห็นประจักษ์แก่ตนเอง เพื่อลบเลือนความเข้าใจผิดหรือข่าวลืออกุศล ดังกล่าวเสีย ตัวอย่างเช่น มีข่าวลือหรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความสกปรกในการผลิต การบรรจุหีบห่อของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทก็อาจจะแก้ไขความเข้าใจผิดด้วยการกระทำและแสดงให้เห็นข้อเท็จจริงโดยการเชิญสื่อมวลชนหรือตัวแทนกลุ่มประชาชนที่เข้าใจผิดเข้ามาเยี่ยมชมโรงงานหรือบริษัทหรือชมกรรมวิธีในการผลิตการบรรจุหีบห่อของสินค้าเป็นการลบเลือนความเข้าใจผิดไปในตัว

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

➤ บทบาทของการประชาสัมพันธ์ต่อระบบสังคม

มนุษย์มักจะรวมกลุ่มกันอยู่ในสังคม การรวมกลุ่มกันจะกลายเป็นสังคมชาติเพราะมนุษย์จะมีความรู้สึกความคิดเห็นในแนวเดียวกันซึ่งเราเรียกว่าเป็นความรู้สึกร่วม ร่วมที่จะเป็นกลุ่มเดียวกัน มีความประพฤติเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันยอมรับนับถือขนบธรรมเนียมประเพณีอย่างเดียวกันการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่ไม่เพียงแต่มุ่งเผยแพร่ข่าวสารจากกลุ่มสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่งแต่เพียงด้านเดียวเท่านั้น แต่ยัง

ข้อ 65. วัน “ต่อต้านคอร์รัปชันสากล” ตรงกับวันที่เท่าใด?

- ก. 1 มกราคม
- ข. 9 ธันวาคม
- ค. 15 มิถุนายน
- ง. 31 กรกฎาคม

เฉลย: ข. 9 ธันวาคม

อธิบาย: เป็นวันรณรงค์ทั่วโลกให้ประชาชนตระหนักถึงปัญหาคอร์รัปชัน

ข้อ 66. บริษัทเทคโนโลยี “Apple” เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ Vision Pro ในปีใด?

- ก. 2565
- ข. 2566
- ค. 2567
- ง. 2568

เฉลย: ข. 2566

อธิบาย: Apple เปิดตัวแว่นตา AR/VR ที่ชื่อว่า Vision Pro ในปี 2566 ถือเป็นอุปกรณ์ผสมผสานโลกจริงและเสมือน

ข้อ 67. “UNDP” เป็นหน่วยงานของสหประชาชาติที่เกี่ยวข้องกับเรื่องใด?

- ก. การพัฒนาอย่างยั่งยืน
- ข. การป้องกันโรค
- ค. การรักษาสันติภาพ
- ง. การศึกษาและวัฒนธรรม

เฉลย: ก. การพัฒนาอย่างยั่งยืน

อธิบาย: UNDP คือโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ มุ่งเน้นช่วยเหลือประเทศกำลังพัฒนา

ข้อ 68. ประเทศไทยตั้งเป้าเป็นประเทศ “รายได้สูง” ภายในปีใด?

- ก. 2570
- ข. 2580
- ค. 2590
- ง. 2600

เฉลย: ข. 2580

อธิบาย: เป็นเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ให้ไทยหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง

ข้อ 69. กระแส “Workcation” ในปี 2568 คืออะไร?

- ก. ทำงานนอกเวลา
- ข. พักผ่อนโดยไม่ทำงาน
- ค. ผสมผสานการทำงานกับการท่องเที่ยว
- ง. ลาออกเพื่อไปพักร้อน

เฉลย: ค. ผสมผสานการทำงานกับการท่องเที่ยว

อธิบาย: Work + Vacation คือการทำงานจากที่ท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา ฯลฯ

ข้อ 70. “วิสัยทัศน์ประเทศไทย 2580” ที่รัฐบาลกำหนดไว้ คืออะไร?

- ก. ประเทศไทยเป็นประเทศอุตสาหกรรม
- ข. ประเทศไทยไร้เงินสด
- ค. ประเทศไทยเป็นประเทศพัฒนาแล้ว รายได้สูง
- ง. ประเทศไทยเป็นประเทศปลอดพลาสติก

เฉลย: ค. ประเทศไทยเป็นประเทศพัฒนาแล้ว รายได้สูง

อธิบาย: เป็นเป้าหมายหลักของยุทธศาสตร์ชาติ คือพัฒนาไทยสู่ประเทศที่เจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน