



คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

กระทรวงศึกษาธิการ



สารบัญ

สารบัญ	หน้า
คำนำ	
ส่วนที่ 1 กระบวนการประชาสัมพันธ์	๑
ความเป็นมาและความสำคัญในการจัดทำคู่มือ	๑
วัตถุประสงค์	๑
ขอบเขตการดำเนินงาน	๑
ข้อกำหนดที่สำคัญและตัวชี้วัดกระบวนการ	๑
ข้อกำหนดการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์	๒
กรอบแนวคิด/คำจำกัดความ	๓
ส่วนที่ ๒ แผนผังกระบวนการประชาสัมพันธ์	๘
แผนผังกระบวนการประชาสัมพันธ์	๘
แผนผังกระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของงานประชาสัมพันธ์	๙
กระบวนการผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์	๑๐
กระบวนการผลิตสื่อ ลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	๑๑
ส่วนที่ ๓ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน มาตรฐานคุณภาพงานและการติดตามประเมินผล	๑๒
กระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารงานประชาสัมพันธ์	๑๓
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์	๑๔
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	๑๕
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	๑๖

คำนำ

คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ กลุ่มอำนวยการ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาทและเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการได้เข้าใจถึงกระบวนการ ขั้นตอนในการปฏิบัติงานของงานประชาสัมพันธ์กลุ่มอำนวยการ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท ได้อย่างถูกต้อง ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เอกสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ในการนำไปใช้ในการปฏิบัติงานตลอดจนผู้บริการและผู้สนใจทั่วไป

ส่วนที่ ๑

กระบวนการประชาสัมพันธ์

๑. ความเป็นมาในการจัดทำคู่มือกระบวนการประชาสัมพันธ์

การเสริมสร้างภาพลักษณ์และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร เป็นกลยุทธ์สำคัญในการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท ไปสู่ประชาชน ให้มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับการดำเนินงานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท อันจะนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงประชาชนทั่วไป นอกจากนี้ ยังเป็นเครื่องมือ ในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ตลอดจนเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคลากรในองค์กร

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์

๒.๒ เพื่อเป็นมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

๓. ขอบเขตการดำเนินงาน

ขอบเขตการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร และการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท ในครั้งนี้ จะทำการรวบรวมความรู้ การปฏิบัติงานด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ของงานประชาสัมพันธ์ โดยมีกระบวนการวางแผน และกำหนดประเด็นเนื้อหาในการผลิตสื่อ การออกแบบจัดทำสื่อ การตรวจสอบความถูกต้อง และการเผยแพร่ การกำหนด ลำดับ ขั้นตอนในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์องค์กร ทั้งในส่วนที่ดำเนินการเอง และการจ้างเหมาดำเนินการ ให้เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด

๔. ข้อกำหนดที่สำคัญและตัวชี้วัดกระบวนการ

กระบวนการ	ข้อกำหนดที่สำคัญของ กระบวนการ	ตัวชี้วัดภายใน กระบวนการ	ตัวชี้วัดของกระบวนการ
การจัดทำจดหมายข่าว	ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภารกิจงาน ผ่านช่องทาง อิเล็กทรอนิกส์	ความถูกต้องของเนื้อหาใน จดหมายข่าว เชื่อถือได้	จำนวน ๒๐๐ ฉบับ /ปี
เว็บไซต์	ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภารกิจ งาน นโยบายของกระทรวง และ สพฐ. ผ่านทางเว็บไซต์	ข้อมูลข่าวมีความถูกต้อง ชัดเจน มีการปรับปรุงข่าว ให้เป็นปัจจุบัน เชื่อถือได้มี ความน่าสนใจ	จำนวน ๓๐๐ ข่าว/ปี
วิทยุทัศน์	ประชาสัมพันธ์เข้าใจง่าย เข้าถึง กลุ่มคนได้ทุกวัย	เนื้อหาสื่อสารตรงประเด็น เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เรื่องราวมีความน่าสนใจ	ผลิต ๓ ครั้ง/ ปี

กระบวนการ	ข้อกําหนดที่สำคัญของ กระบวนการ	ตัวชี้วัดภายใน กระบวนการ	ตัวชี้วัดของกระบวนการ
บทความหนังสือพิมพ์	ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของ สำนักงานฯ ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งสามารถสื่อสารได้แพร่หลาย กว้างขวาง	เนื้อหาตรงตามจุดมุ่งหมาย ใช้ ภาษาที่เหมาะสมกับเนื้อหา หรือประเภทบทความ ภาษา เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการเรียบเรียงเนื้อหาเป็น อันหนึ่งอันเดียวกัน มีความ เชื่อมโยงกัน อ่านแล้วเกิด ความกระจำ	ผลิต ๑๐ ครั้ง/ปี
ข่าวแจก (Press Release)	ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภารกิจ ของสำนักงานเขตฯ ในรูปแบบ ข่าวแจกที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย	ข้อมูลถูกต้องตรงตามสิ่งที่ ปรากฏ มีความสมดุล เน้นหนักข้อเท็จจริงตาม ความสำคัญ มีความชัดเจน กะทัดรัด ใช้ภาษาที่เข้าใจ ง่าย ตรงไปตรงมา มีความ สด รวดเร็ว ทันเหตุการณ์	ผลิต ๑๒๐ ข่าว/ปี

๕. ข้อกำหนดการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์

ที่	ประเภทสื่อ	หลักเกณฑ์/เงื่อนไข
๑	งานภาพนิ่ง ๑. บันทึกภาพนิ่ง ๒. สำเนาภาพ	๑.๑ กรอกแบบขอใช้บริการ/หนังสือขอความร่วมมือ ๑.๒ แจ้งกำหนดการล่วงหน้า ๑ วัน ๑.๓ กรณีบันทึกภาพนอกสถานที่ควรมีรถรับ-ส่งอำนวยความสะดวก (ถ้ามี) ๒.๑ กรอกแบบขอใช้บริการ/หนังสือขอความร่วมมือ ๒.๒ แจ้งล่วงหน้า ๑ ชั่วโมง ๒.๓ สำเนาภาพดิจิทัล ขอให้นำซีดี /แฟลชไดรฟ์ มาด้วย
๒	งานภาพเคลื่อนไหว ๒.๑ บันทึกภาพ	๒.๑.๑ กรอกแบบขอใช้บริการ/หนังสือขอความร่วมมือ ๒.๑.๒ แจ้งกำหนดการล่วงหน้าอย่างน้อย ๑ วัน (ถ่ายวิดีโอทั้งใน/นอกสถานที่) ๒.๑.๓ การขอภาพวิดีโอ อย่างน้อย ๑-๒ วัน (CD/DVD ขอให้นำแผ่นมาด้วย) ๒.๑.๔ ในกรณีถ่ายทำนอกสถานที่ เจ้าของเรื่องต้องขอรด เพื่ออำนวยความสะดวก (ถ้ามี)

ที่	ประเภทสื่อ	หลักเกณฑ์/เงื่อนไข
๓	งานศิลปกรรม ๓.๑ งานออกแบบ/ผลิตด้วยคอมพิวเตอร์ เช่น แผ่นพับ,โปสเตอร์ ปกหนังสือ,ปกซีดี ฯลฯ	๓.๑.๑ กรอกแบบขอใช้บริการ/หนังสือขอความร่วมมือ ๓.๑.๒ แจ้งกำหนดการล่วงหน้าอย่างน้อย ๒ วัน ๓.๑.๓ งานที่ใช้วัสดุหรือหมึกพิมพ์มาก ต้องผ่านการพิจารณาจากผู้บังคับบัญชาก่อน ๓.๑.๔ การกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จของงานให้เป็นไปตามความยากง่ายและความสำคัญของงาน ๓.๑.๕ งานที่มีข้อความตั้งแต่ครึ่งหน้ากระดาษ A๔ ขึ้นไป เจ้าของงานต้องพิมพ์เป็นไฟล์ข้อมูลมาด้วย
๔	งานโสตทัศนูปกรณ์ ๔.๑ เสียงตามสาย	๔.๑.๑ บุคคลภายนอกห้ามเข้าห้องควบคุมเสียงก่อนได้รับอนุญาต (กรณีมีห้อง) ๔.๑.๒ งานที่จะประชาสัมพันธ์ ให้แจ้งล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๑ ชั่วโมง พร้อมข้อมูลรายละเอียดที่จะประชาสัมพันธ์
๕	เผยแพร่ข่าวผ่าน สื่อมวลชน /วารสาร	๕.๑ ส่งข้อมูล/เนื้อหาข่าว ที่ต้องการเผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์ ๕.๒ ส่งบทความ/ภาพพร้อมคำบรรยาย ที่ต้องการเผยแพร่ภายในวันที่ ๑๐ ของทุกเดือน
๖	สคริปสัมภาษณ์	๖.๑ ประสานขอใช้บริการทางโทรศัพท์/ประสานด้วยตัวเอง/หนังสือขอความร่วมมือ ๖.๒ แจ้งขอใช้บริการล่วงหน้าอย่างน้อย ๓ วัน ๖.๓ การเขียนสคริปใช้เวลา ๕ วัน ในการรวบรวมข้อมูลจัดทำตรวจสอบ เสนอผู้บริหารฯ

๖. คำจำกัดความ

๖.๑ ภาพลักษณ์ (Image)

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพขององค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานในความรู้สึกของประชาชนที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานที่ประชาชนได้รับรู้ขึ้นๆ โดยการเกิดภาพลักษณ์ต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน ในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ควรศึกษาถึงลักษณะของภาพลักษณ์ การเกิดภาพลักษณ์ และประเภทของภาพลักษณ์ ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ สามารถหนดรายละเอียดต่าง ๆ ในแผนประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง

๖.๒ การวางแผนประชาสัมพันธ์ (The public relations plan)

การวางแผนประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดวิธีขององค์กร สถาบัน หน่วยงาน อย่างมีเหตุผล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การวางแผนนี้เป็นขั้นตอนที่กระทำต่อจากการวิเคราะห์วิจัย ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรทราบถึงสาเหตุของปัญหาที่หน่วยงาน ต้องเผชิญอยู่ และทำที่ทัศนคติต่างๆ ของ ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ ไปกำหนดรายละเอียดกิจกรรมต่างๆ ในแผนการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และที่สำคัญต้องมีกิจกรรมที่เป็นกลยุทธ์

ขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์ในเรื่องการ เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรนั้นๆ ด้วย การวางแผนการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากในการทำงานด้าน การสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้สำเร็จตามเป้าหมาย

๖.๓ การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

การประชาสัมพันธ์ หรือ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูง ประชามติ (Public opinion) ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย (Target publics) เกิดมีความรู้ความเข้าใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน การประชาสัมพันธ์ จึงมิใช่เป็นเพียงแค่งานเผยแพร่ (Publicity) แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงาน ทั้งศาสตร์และศิลป์ ในเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้าง สัมพันธภาพระหว่างหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยยึดถือหลักความจริงและ ประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

การประชาสัมพันธ์ เป็นงานในระดับนโยบายที่องค์กร สถาบันทุกประเภท ต่างนำงานด้าน การประชาสัมพันธ์ไปใช้กับองค์กรหรือสถาบันของตนอย่างกว้างขวางแพร่หลายโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์ อันดีระหว่างหน่วยงานของตนกับประชาชน เพื่อป้องกันการเข้าใจผิด ตลอดจน การลดสาเหตุแห่งความขัดแย้งต่าง ๆ รวมทั้งการใช้การประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนนโยบายและการ ดำเนินงานขององค์กร สถาบัน เสริมสร้างและรักษา ชื่อเสียง ความนิยมความเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือ สนับสนุนจากประชาชนที่พึงมีต่อหน่วยงานของตน

๖.๔ การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการเขียนที่แตกต่างจากเขียนประเภทอื่นๆ เนื่องจากมี วัตถุประสงค์ การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนเป้าหมายเกิดความรู้ที่แตกต่าง จากการเขียนทั่วไป วัตถุประสงค์พื้นฐานมี ๗ ประการ คือ

๑) การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้เข้าใจเพื่อให้ได้รับรู้ว่าองค์กรทำอะไร ทำอย่างไร เมื่อใด เพื่อ อะไร เพราะอะไรที่ไหน เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ

๒) การเขียนเพื่อให้ประชาชนยอมรับ เป็นการเขียนโน้มน้าวใจ ชักจูงให้ประชาชนคล้อยตาม โดยยกส่วนดีให้เห็นชัดเจน และใช้ภาษาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

๓) การเขียนเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด

๔) การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

๕) การแก้ไขเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด

๖) การเขียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี

๗) การเขียนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด

รูปแบบของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร มีการเขียนใน ลักษณะต่างๆ เช่น การเขียนข่าวแจก การเขียนสุนทรพจน์ในโอกาสต่าง ๆ การเขียนบทความ การเขียน บรรยายสรุป การเขียนทางวิชาการ การเขียนบทความ การเขียนคำบรรยายประกอบภาพนิ่ง

- ข่าวกเพื่อการประชาสัมพันธ์

ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือเรียกว่า ข่าวแจก เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูลต่าง ๆ ของหน่วยงานเผยแพร่ไปยังกลุ่มประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ตามความเหมาะสม จึงอาจเป็นทั้งข่าวที่เผยแพร่ทาง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อแขนงอื่นๆ ได้ทั้งสิ้น

- บทความเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเขียนบทความมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

๑. เพื่ออธิบาย มีลักษณะเป็นการให้ข้อมูล ให้ภูมิหลัง และข้อเท็จจริงอย่างละเอียด เพื่ออธิบายให้ผู้อ่าน เข้าใจง่ายในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ซับซ้อน

๒. เพื่อรายงานหรือกระตุ้นความสนใจ มีลักษณะคล้ายๆ กับการเขียนเพื่ออธิบายหรือวิเคราะห์ ซึ่ง พิจารณาเห็นว่าเป็นเรื่องที่ผู้อ่านควรรู้ เป็นการรายงาน บอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้น

๓. เพื่อให้ความรู้ การแสดงความคิดเห็นของบทความนี้ คือ การให้ความรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ๔. เพื่อเสนอแนวทางแก้ไข เป็นบทความที่ผู้เขียนมุ่งอธิบายถึงข้อเท็จจริงและที่มาของปัญหา ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นพร้อมกับเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งอาจมีมากกว่าหนึ่งแนวทางก็ได้

๕. เพื่อโน้มน้าวใจ เป็นบทความที่ผู้เขียนต้องการโน้มน้าวให้เกิดการคล้อยตามความคิดเห็นในเรื่องที่กำลังนำเสนอ ส่วนมากมักเป็นประเด็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือโครงการรณรงค์ต่างๆ

๖. เพื่อวิเคราะห์หรือวิจารณ์ การวิเคราะห์เป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงหรือประเด็นปัญหาตามหลักวิชาการ ชี้ให้เห็นข้อดีและข้อเสีย และผลกระทบ โดยอ้างเหตุผลที่น่าเชื่อถือประกอบการวิเคราะห์อย่างรอบด้าน ส่วนการวิจารณ์จะเน้นในความคิดเห็นของผู้เขียนเป็นหลัก ซึ่งมาจากความรู้และประสบการณ์ที่มีโดยมองปัญหาหรือประเด็นในทุกมิติเพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่เที่ยงตรง

๗. เพื่อความเพลิดเพลิน เป็นการนำเสนอเรื่องเบาๆ ที่ผ่อนคลาย เพื่อสร้างอารมณ์ขันด้วยลีลาภาษา ที่ไม่เป็นทางการ

- การเขียนสุนทรพจน์

สุนทรพจน์ หมายถึง คำพูดที่ประธาน หรือบุคคลสำคัญกล่าวในโอกาสพิเศษ ที่มีจุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์โดยเฉพาะ โดยใช้ภาษาและถ้อยคำที่งดงาม รัดกุม สละสลวย และเหมาะสมกับโอกาส

- การเขียนประกาศหรือแถลงการณ์

ข้อเขียนชนิดหนึ่งที่อาจเผยแพร่เป็นเอกสารเฉพาะ เช่น แผ่นปลิว (Leaflet) หรือนิยามเผยแพร่ทางสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ มุ่งการสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างจริงจัง

๓.๓ การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือและสื่อกลางในการสื่อสารจากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย การสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ในปัจจุบัน สื่อในการประชาสัมพันธ์ มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลกปัจจุบัน อย่างไรก็ตามได้มี การแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้เป็น ๕ ประเภท คือ

๑. **สื่อบุคคล** หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สู่บุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจเนื่องจากติดต่อกับ

ผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆเช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้วาทิ การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที และเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิงนอกจากจะมีผู้บันทึกคำพูดนั้น ๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร หรือบันทึกเสียงเอาไว้

๒. **สื่อมวลชน** จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และ เกิดเป็นสื่อมวลชน เพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น ๕ ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๓๒) ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัด สำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออก ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกล เพราะใช้คลื่นวิทยุไม่มี ข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้ แต่มี ข้อจำกัดคือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้น หากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุดเนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหว และได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่ง แต่มีข้อจำกัด คือ ต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

๓. **สื่อสิ่งพิมพ์** เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบแตกต่างกันออกไป เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าว วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีอยู่มาก และมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูปปฏิทิน รูปโลก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอ เนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

๔. **สื่อโสตทัศน** เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศน แบ่งได้เป็น ๒ ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาดแบบจำลอง หรือ ของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องเล่นวีดีทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ และเครื่อง คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ในปัจจุบันนี้ คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงาน ประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสม (Multi-media) ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นสื่อที่ สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ที่สมจริงเป็น ธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัดคือมีความยุ่งยากในการ จัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์พอสมควร และต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นแหล่ง พลังงาน นอกจากนี้ ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคตอันใกล้ โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดี คือ สามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลก

ได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติมหรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์(E-mail)

๕. **สื่อกิจกรรม** ปัจจุบันสื่อนี้มีความ วามหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถ สื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมที่ได้ มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดริ้วขบวน การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพการจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาส และสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น

๖. **สื่อสมัยใหม่ (Modern Media)** สื่อสมัยใหม่ เป็นสื่อสมัยใหม่ ที่ใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือ ยุค สารสนเทศ (Information Age) ที่กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์

๑. ดาวเทียม (Satellite) หรือ สถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการ สื่อสารระหว่างประเทศ

๒. อินเทอร์เน็ต (Internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของ คนเราเป็นอย่างมากตลอดจนในสังคมและในหน้าที่การทำงาน อาชีพต่าง ๆ แม้แต่การประชาสัมพันธ์ก็นำ อินเทอร์เน็ตมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ ที่นำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ผ่านทาง E-mail หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจาก World Wide Web (www) โดยการจัดทำเป็น Website ของแต่ละแห่งให้ผู้เปิดดูเข้าไปดูและติดตามข้อมูลต่าง ๆ ได้

๔. (Term of reference : TOR) หมายถึง รายละเอียดและข้อกำหนดสำหรับการจัดจ้าง ซึ่งเป็นไปตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. ๒๕๓๕ และแก้ไขเพิ่มเติม

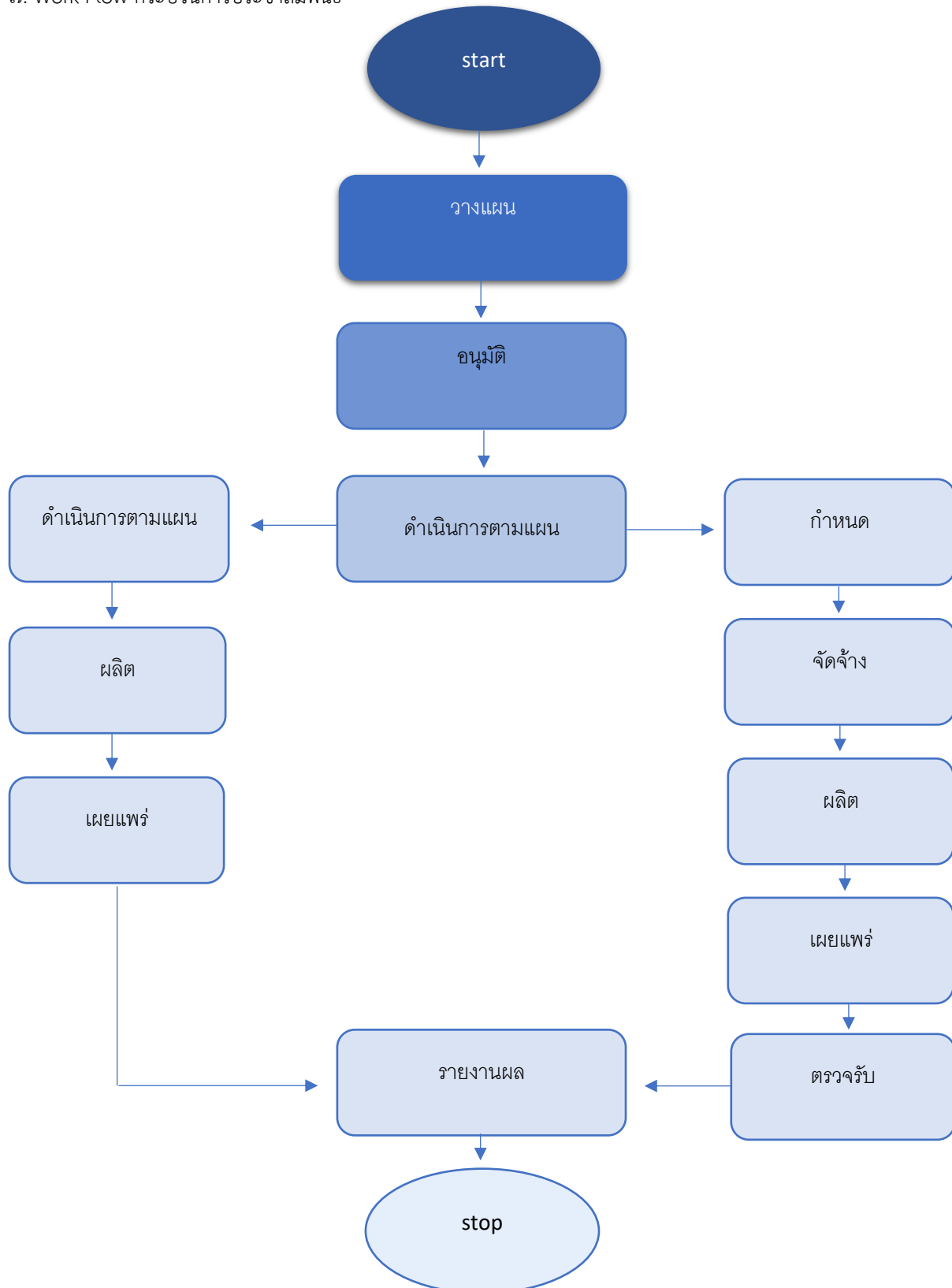
๕. ผู้รับจ้าง หมายถึง บริษัท ห้างหุ้นส่วน จำกัด หรือ ภาคเอกชนที่ผ่านการคัดเลือกตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ.๒๕๓๕ และแก้ไขเพิ่มเติม และได้ลงนามในสัญญาเพื่อรับดำเนินการตามข้อกำหนดและเวลาที่กำหนด

๖. หน่วยที่/หน้าที่ความรับผิดชอบ
งานประชาสัมพันธ์ กลุ่มอำนวยการ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท

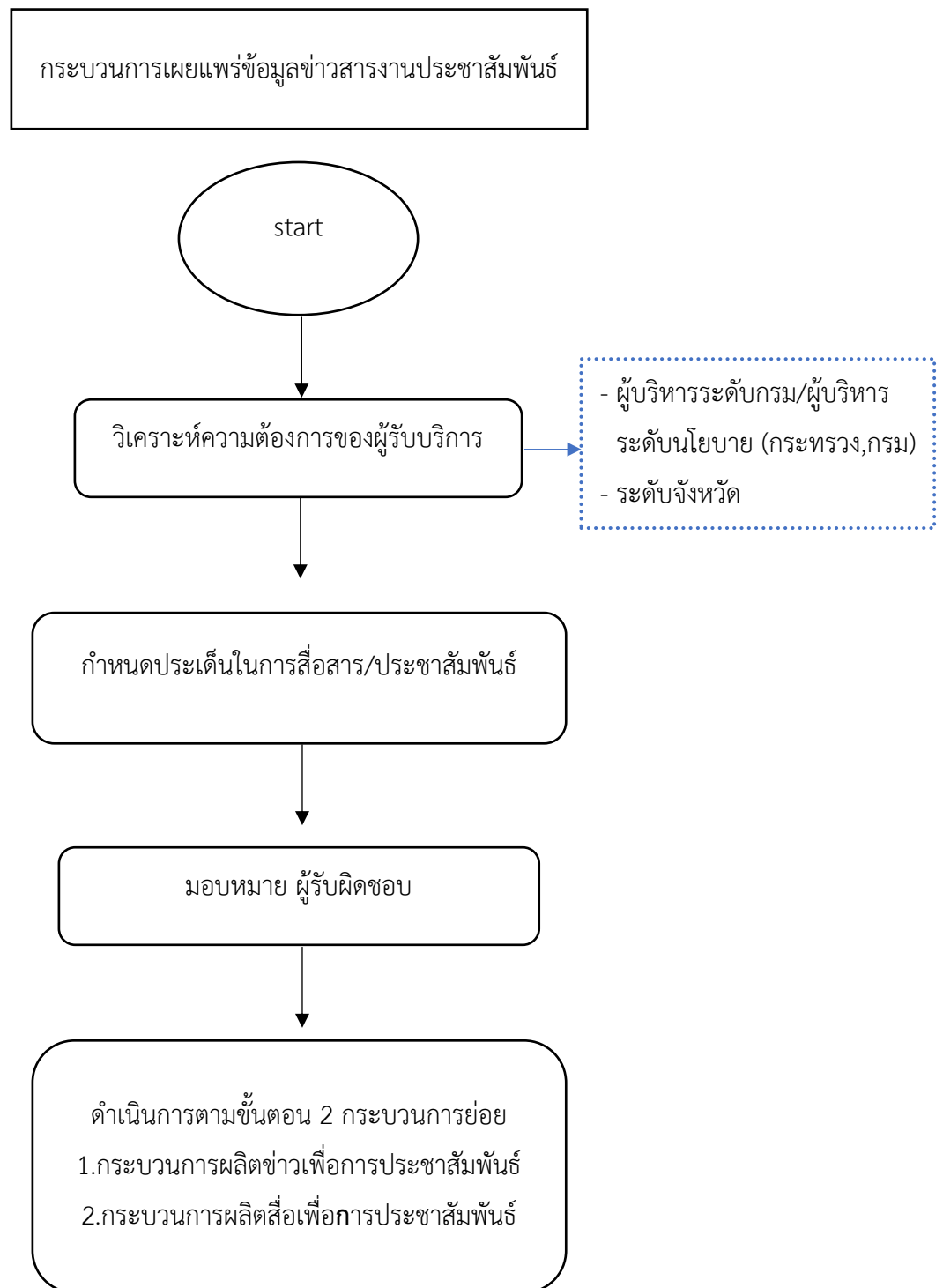
ส่วนที่ ๒

แผนผังกระบวนการประชาสัมพันธ์

๗. Work Flow กระบวนการประชาสัมพันธ์



๘. Work Flow กระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของงานประชาสัมพันธ์



๑ กระบวนการผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

ประสานประเด็นข่าว

- แสวงหาแหล่งข่าวจากหน่วยงานภายในองค์กร/ภาคี(เชิงรุก)
- จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

มอบหมายผู้รับผิดชอบ

ปฏิบัติงานทำข่าว/ถ่ายภาพนิ่ง/อัดเสียง/บันทึกวิดีโอ
ณ สถานที่จัดกิจกรรมตามกำหนดการ

ภาพข่าว

มอบหมายผู้รับผิดชอบ

คัดเลือกภาพ/ออกแบบ
และจัดทำภาพกิจกรรม
ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

เผยแพร่ภาพข่าวในรูปแบบ
เว็บไซต์ สพป.ชัยนาท
เฟสบุค สพป.ชัยนาท
line ประชาสัมพันธ์ สพฐ. ,
ประชาสัมพันธ์ สพป.ชัยนาท

การเขียนข่าว

ผลิตเป็นข่าวแจก

- รูปแบบเอกสาร
- ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

จัดส่งข่าวให้สำนักข่าว/
หนังสือพิมพ์ทาง E-mail
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เผยแพร่ทาง
*เว็บไซต์ สพฐ.
*หนังสือพิมพ์
*เฟสบุค สพป.ชัยนาท
*line ประชาสัมพันธ์ สพฐ. ,
ประชาสัมพันธ์ สพป.ชัยนาท

ภาพ VDO

ตัดต่อ/ลำดับภาพ

เผยแพร่ภาพข่าว
*ทางเว็บไซต์ สพฐ.
*ทางเว็บไซต์ สพป.ชัยนาท
*เฟสบุค สพป.ชัยนาท

สเปคตวิทย์/โทรทัศน์

ตัดต่อ/ลำดับเสียง/ภาพ

เผยแพร่ทาง
*เว็บไซต์ สพฐ.
*เว็บไซต์ สพป.ชัยนาท
*เฟสบุค สพป.ชัยนาท

๒ กระบวนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

กำหนดประเด็นเนื้อหา/แนวคิดในการนำเสนอให้เหมาะสมกับสื่อ

มอบหมายผู้รับผิดชอบ

ปฏิบัติงานโดยหาข้อมูลจากเอกสาร/ เว็บไซต์การสอบถาม/สัมภาษณ์ ฯลฯ

ประมวลผลข้อมูล เรียบเรียงออกแบบชิ้นงาน
ให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของสื่อ

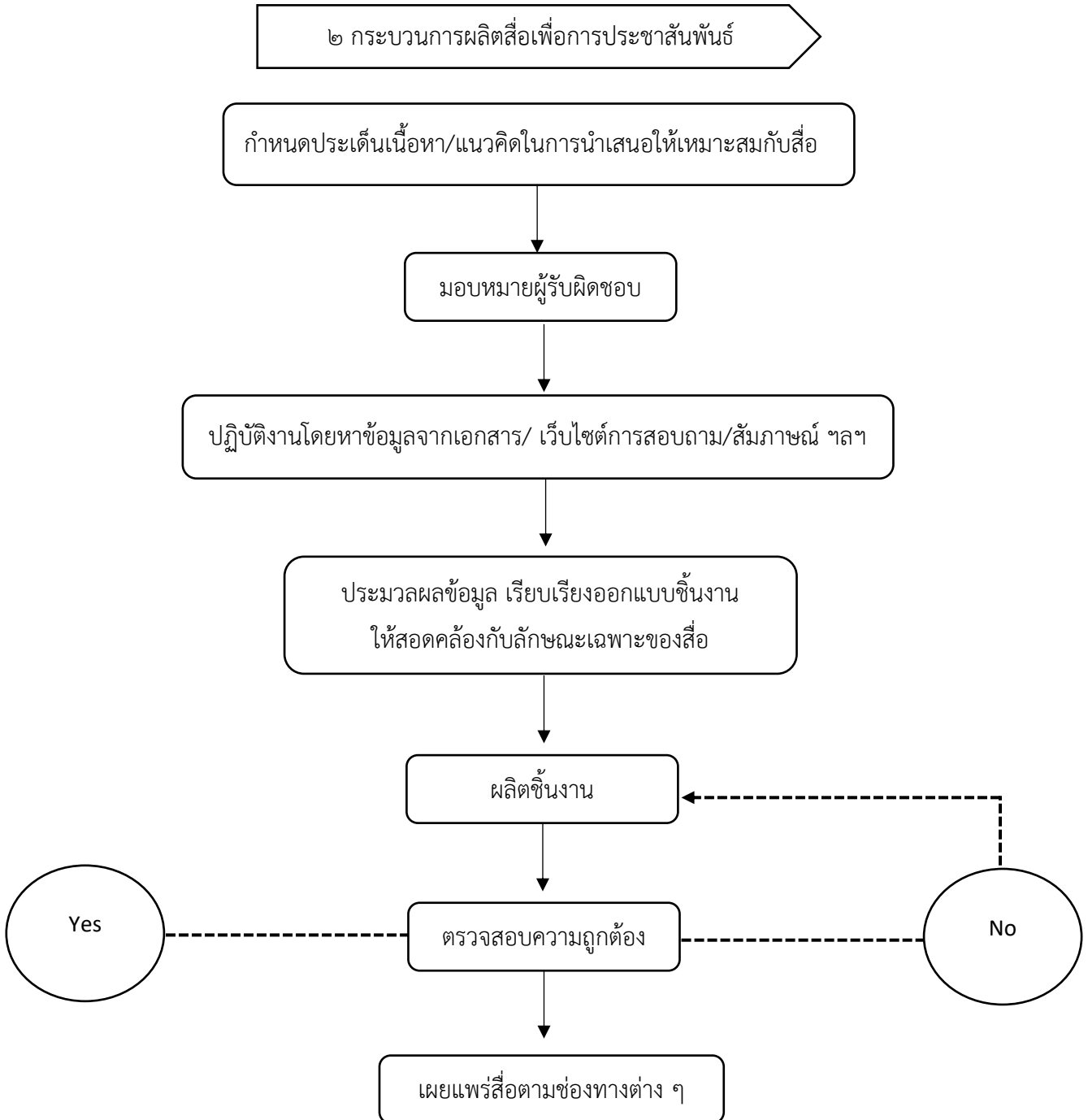
ผลิตชิ้นงาน

ตรวจสอบความถูกต้อง

Yes

No

เผยแพร่สื่อตามช่องทางต่าง ๆ



ขั้นตอนการปฏิบัติ มาตรฐานคุณภาพงาน
และการติดตามประเมินผล

กระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของงานประชาสัมพันธ์								
ที่	แผนผัง	ระยะ เวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐาน คุณภาพงาน	ระบบติดตาม ประเมินผล	ผู้รับผิดชอบ	แบบฟอร์ม	เอกสาร อ้างอิง
๑	วิเคราะห์ ความต้องการ ของ ผู้รับบริการ ↓	๑ วัน	๑.ประชุมทีมงาน ๒. วิเคราะห์นโยบาย และแผนการ ดำเนินงานของ กระทรวง/กรม ๓.วิเคราะห์ วัตถุประสงค์และ กลุ่มเป้าหมาย ๔.วิเคราะห์ความ เหมาะสมของรูปแบบ สื่อและเนื้อหาที่จะ นำเสนอ ๕.วิเคราะห์ งบประมาณและขีด ความสามารถในการ ผลิต	-ตัวชี้วัดของ กรม/กระทรวง -คู่มือแผน ปฏิบัติงาน	-เอกสารรายงาน	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์	-แบบประเมิน ความพึงพอใจ	
๒	กำหนด ประเด็นการ สื่อสาร/ ประชาสัมพันธ์	๑ชม.	คณะทำงานกำหนด ประเด็นในการ สื่อสาร/ประชาสัมพันธ์		-เอกสารรายงาน	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์		
๓	มอบหมาย ผู้รับผิดชอบ ↓	๑ชม.	๑.กำหนดประเด็นและ มอบหมายผู้รับผิดชอบ	-คู่มือ สมรรถนะ งานตาม ตำแหน่ง หน้าที่	- ติดตามด้วย ตัวเอง - โทรศัพท์ - อีเมลล์	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์	-แบบขอใช้บริการ	

กระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของงานประชาสัมพันธ์								
ที่	แผนผัง	ระยะ เวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐาน คุณภาพงาน	ระบบติดตาม ประเมินผล	ผู้รับผิดชอบ	แบบฟอร์ม	เอกสาร อ้างอิง
๔	ดำเนินการขั้นตอน ๒ กระบวนการย่อย ๑.กระบวนการผลิตข่าว เพื่อการประชาสัมพันธ์ ๒. กระบวนการผลิตสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์	๑-๒ วัน ๑-๒ วัน	แบ่งเป็น ๑.กระบวนการ ผลิตข่าวเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ ๒.กระบวนการ ผลิตสื่อเพื่อการ ประชาสัมพันธ์	-ถูกต้องตาม ข้อกำหนดที่ สำคัญและ ตัวชี้วัด กระบวนการ	-เอกสารรายงาน การเผยแพร่ข่าว -หลักฐานเชิง ประจักษ์ เช่น หนังสือพิมพ์ -โทรศัพท์ -อีเมล	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์	-แบบฟอร์มสรุปผลการ เผยแพร่ผ่าน ช่องทางสื่อ -แบบฟอร์มการผลิต/ การประสาน/การ ประชาสัมพันธ์ผ่าน ช่องทางสื่อ	-แฟ้มสรุป ผลการ ประชาสัมพันธ์ ทางสื่อ

กระบวนการประชาสัมพันธ์ : การผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์								
ที่	แผนผัง	ระยะ เวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐาน คุณภาพงาน	ระบบติดตาม ประเมินผล	ผู้รับผิดชอบ	แบบฟอร์ม	เอกสาร อ้างอิง
๑	ประสาน ประเด็นข่าว ↓	๑ ชม.	๑.เมื่อประชุม คณะทำงานกำหนด ประเด็นข่าวแล้ว ประสานข้อมูลเพื่อ ประกอบการทำข่าว	-ถูกต้องตาม ข้อกำหนดที่ สำคัญและ ตัวชี้วัด กระบวนการ	-ทางโทรศัพท์ -ติดต่อด้วย ตัวเอง	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์	-หนังสือ ราชการแจ้งไป ยังหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง	
๒	มอบหมาย ผู้รับผิดชอบ ↓	๑๕ นาที	๒.หัวหน้างาน มอบหมายงานตาม หน้าที่รับผิดชอบ	-คู่มือสมรรถนะ งานตามตำแหน่ง หน้าที่	-ติดตามด้วย ตัวเอง -โทรศัพท์ อีเมล	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์	-หนังสือสั่งการ	
๓	ปฏิบัติงาน ทำข่าว/ภาพนิ่ง /อัดเสียง /บันทึกวิดีโอ ↓	๒-๓ วัน	ภาพ VDO ๑.ถ่ายทำ ๒.ตัดต่อ/ลำดับภาพ ๓.เผยแพร่ทาง เว็บไซต์ สพฐ. ,เว็บไซต์ สพป.และ เฟสบุค สพป.ชัยนาท	-ผลงานมีคุณภาพ ตามมาตรฐาน -ตรงตาม วัตถุประสงค์ -ผู้รับบริการพึง พอใจ	-ติดตามด้วย ตัวเอง -โทรศัพท์ -อีเมล	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์	-แบบประเมิน ความพึงพอใจ	
		๑ วัน	ภาพข่าว ๑.บันทึกภาพนิ่งจัดเก็บ ในระบบฐานข้อมูลภาพ ๒.เลือกภาพออกแบบ จัดทำภาพกิจกรรม ๓.เผยแพร่ในรูปแบบ เว็บไซต์ สพฐ./สปป./เฟส บุค/Line,หนังสือพิมพ์	-เทคนิคการ ถ่ายภาพ -ภาพข่าวสื่อตรง กับเนื้อหาข่าว	-ฐานข้อมูล ภาพนิ่ง -คลังสื่อ มัลติมีเดีย	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์	-แบบสำรวจความ พึงพอใจ	
		๑-๒ วัน	การเขียนข่าว ๑.ข่าวแจก ๒.รวบรวมข้อมูล ๓.จัดทำรูปแบบเอกสาร	ข้อมูลถูกต้องตรง ตามสิ่งที่ปรากฏ จริง รวดเร็ว ทันเหตุการณ์	-ติดตามด้วย ตัวเอง -โทรศัพท์ -อีเมล	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์	-แบบฟอร์มการ ผลิต/การ ประสาน/การ ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางสื่อ	

ที่	แผนผัง	ระยะ เวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐาน คุณภาพงาน	ระบบติดตาม ประเมินผล	ผู้รับผิดชอบ	แบบฟอร์ม	เอกสาร อ้างอิง
		๑ วัน	๔.เผยแพร่โดยจัดส่งให้ สำนักข่าว หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง ทางเว็บไซต์ สพฐ./หนังสือพิมพ์ ๕.ประเมินติดตาม		๑.ทาง โทรศัพท์ ๒.อีเมล ๓.ข่าว ๔.เว็บไซต์	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์	-แบบฟอร์มการ ผลิต/การ ประสาน/การ ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางสื่อ	แฟ้ม สรุปผลการ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ทางสื่อ

กระบวนการประชาสัมพันธ์ : การผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์								
ที่	แผนผัง	ระยะ เวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐาน คุณภาพงาน	ระบบติดตาม ประเมินผล	ผู้รับผิดชอบ	แบบฟอร์ม	เอกสาร อ้างอิง
		๑ ชม.	๑.วิเคราะห์ประเด็น เนื้อหาแนวคิดวัตถุประสงค์ ให้สอดคล้องเหมาะสม กับประเภทสื่อ ๒.วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ประโยชน์ที่ได้รับตรงตาม วัตถุประสงค์	เนื้อหาตรงตาม วัตถุประสงค์กระชับ ชัดเจนถูกต้อง ดึง ความสนใจอย่าง รวดเร็วผู้ฟังจำได้	๑.ติดตามด้วย ตัวเอง	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์		
๔	ตรวจสอบ	๑ วัน	๑.ตรวจสอบก่อนทำการ เผยแพร่ ๒.ถ้าผล ไม่ผ่าน กลับไป แก้ไข ถ้าผ่าน นำไป เผยแพร่	ถูกต้อง ตรงตาม ความต้องการของ ผู้รับบริการ	๑.ทาง โทรศัพท์ ๒.อีเมล	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์		
๕	เผยแพร่	๑ วัน	๑.ภาพ VDO เผยแพร่ ทางเว็บไซต์ของ สพฐ., เว็บไซต์ของ สพป.,ทาง Youtube ๒.ภาพข่าว เผยแพร่ใน รูปแบบเว็บไซต์/ หนังสือพิมพ์ ๓.การเขียนข่าว เผยแพร่โดยจัดส่งให้ สำนักข่าว หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง เว็บไซต์สพฐ./ หนังสือพิมพ์	ข่าวได้รับการ เผยแพร่ข้อมูล ถูกต้องตรงตาม ประเด็นข่าว	-ติดตามด้วย ตัวเอง ๒. ติดตาม ด้วยตัวเอง ๓.โทรศัพท์ ๔.อีเมล	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์		

กระบวนการประชาสัมพันธ์ : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์								
ที่	แผนผัง	ระยะ เวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐาน คุณภาพงาน	ระบบติดตาม ประเมินผล	ผู้รับผิดชอบ	แบบฟอร์ม	เอกสาร อ้างอิง
๑	กำหนดประเด็น เนื้อหา/แนวคิด ในการนำเสนอให้ เหมาะกับสื่อ	๑ ชม.	๑.วิเคราะห์ประเด็น เนื้อหาแนวคิด วัตถุประสงค์ให้ สอดคล้องเหมาะสม กับประเภทสื่อ ๒.วิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย ประโยชน์ ที่ได้รับตรงตาม วัตถุประสงค์		-ติดตามด้วย ตัวเอง -โทรศัพท์	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์		
๒	มอบหมาย ผู้รับผิดชอบ	๑๕ นาที	๑.หัวหน้างานมอบหมาย งานตามหน้าที่ความ รับผิดชอบ	-คู่มือสมรรถนะงาน ตามตำแหน่ง หน้าที่	-ติดตามด้วย ตัวเอง -โทรศัพท์ -อีเมลล์	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์	-แบบฟอร์มขอ ใช้บริการ	
๓	ปฏิบัติงานโดยหา ข้อมูลจาก เอกสาร/เว็บไซต์ /การสอบถาม/ สัมภาษณ์ ฯลฯ		๑.หาข้อมูลภาพจาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/ เว็บไซต์	ข้อมูลถูกต้องภาพ สอดคล้องกับเนื้อหา สื่อเหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายและ ตรงตาม วัตถุประสงค์	-ติดตามด้วย ตัวเอง -โทรศัพท์	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์	-หนังสือราชการ ขอข้อมูลข่าว	
๔	ผลิตชิ้นงาน		๑.ผลิตชิ้นงานตามใบ งาน/แบบขอความร่วมมือ	ผลงานมีคุณภาพ ตามมาตรฐานการ ผลิตสื่อ	-ติดตามด้วย ตัวเอง -โทรศัพท์	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์		
๕	ตรวจสอบ ความถูกต้อง		๑.ตรวจสอบก่อนท ำการ เผยแพร่ ๒.ถ้าผล ไม่ผ่าน นำไป แก้ไข ถ้า ผ่าน นำไป เผยแพร่	ถูกต้อง ตรงตาม ความต้องการของ ผู้รับบริการ	-ติดตามด้วย ตัวเอง	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์	-แบบประเมิน ความพึงพอใจ	
๖	เผยแพร่สื่อตาม ช่องทางต่างๆ		เผยแพร่ทางช่องทางสื่อ ต่าง ๆ ที่มี	สื่อได้รับการเผยแพร่ ทันตามเวลา	-ติดตามด้วย ตัวเอง -โทรศัพท์ -แบบสอบถาม	-เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์		

๙. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

๙.๑ กระบวนการประชาสัมพันธ์

๙.๑.๑ งานประชาสัมพันธ์ รวบรวมและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล/กระทรวง ยุทธศาสตร์ และวิสัยทัศน์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา ชัยนาท งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรเพื่อการประชาสัมพันธ์

๙.๑.๒ ศึกษาและหาข้อมูลเกี่ยวกับสื่อประเภทต่าง ๆ

๙.๑.๓ วางแผนประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดความสำคัญของภารกิจด้านต่าง ๆ กลุ่มเป้าหมาย และกำหนด ประเภทสื่อ กิจกรรม ระยะเวลา และงบประมาณ

๙.๑.๔ นำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ต่อผู้บริหารองค์กร เพื่อขออนุมัติดำเนินการ

๙.๑.๕ เมื่อได้รับการอนุมัติแผนประชาสัมพันธ์ จึงเริ่มดำเนินการตามแผน ดังนี้

ดำเนินการเอง

๑. รวบรวมกิจกรรมของหน่วยงานในสังกัด

๒. กำหนดช่องทาง และระยะเวลาที่เหมาะสมกับประเภทกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมาย โดยประมวลข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนการดำเนินงาน เช่น การให้สัมภาษณ์ การเผยแพร่ข่าวทางเฟซบุ๊ค การจัดทำสื่อกิจกรรม (นำเสนอโดยการประชุมคณะทำงาน)

๓. ดำเนินการผลิตสื่อ และกิจกรรม

๓.๑ วารสาร

๓.๒ บทความหนังสือพิมพ์

๓.๓ วิดีทัศน์

๓.๔ เว็บไซต์

๓.๕ Press release (ข่าวแจก)

จ้างเหมาดำเนินการ

๑. กำหนดรายละเอียดและข้อกำหนด (Term of reference :TOR) ของการจัดจ้างผลิตสื่อ ประเภทต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์

๒. นำเสนออนุมัติ

๓. จัดจ้าง ดำเนินการตามระเบียบพัสดุฯ โดยงานพัสดุดำเนินการ

- หลังจากได้รับจ้าง ดำเนินตามขั้นตอนที่กำหนด
- คณะกรรมการตรวจรับฯ ตรวจรับสื่อตามรายละเอียด TOR

การตรวจสอบติดตาม

โดยวิธีตรวจติดตามจากงานโดยตรง /ผลงานที่สรุปมา/แบบสอบถาม

การประเมินผล/การรายงาน

ประเมินผลการดำเนินงานตามขั้นตอนการปฏิบัติงาน และสรุปรายงานผลให้ผู้บังคับบัญชา เพื่อทราบ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรต่อไป

ระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

- ๑.พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.๒๕๔๐
- ๒.ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.๒๕๒๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- ๓.ระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการประชาสัมพันธ์และการให้ข่าวสาร พ.ศ. ๒๕๒๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม



สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

กระทรวงศึกษาธิการ

