

โครงการอบรมหลักสูตรการประชาสัมพันธ์แบบองค์รวม รุ่นที่ 1

โดย

คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย



วันเสาร์ที่ 13 ตุลาคม 2555

ณ ศูนย์การศึกษาวิภาวดี มหาวิทยาลัยรังสิต

อาคารทีเอสที ทาวเวอร์



วรงค์ ชินวันทนานนท์

หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์



การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อบอกกล่าว
2. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ
3. เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิด
4. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
5. เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด
6. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี
7. เพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด



ประเภทการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. การเขียนข่าวแจก
2. การเขียนบทความ
3. การเขียนบทความเพื่อการโฆษณา
4. การเขียนสุนทรพจน์
5. การเขียนข่าวทางไกล หรือการเขียนสื่อบุคคล
6. การเขียนคำขวัญ และโลโก้
7. การเขียนวิทยุเพื่อการประชาสัมพันธ์



หลักการเขียนข่าววิทยุ

- ข้อจำกัดเรื่องเวลา
- พาดหัวข่าว
- เสนอสาระสำคัญของข่าว

รายการโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

- รายการข่าว และสถานการณ์ปัจจุบัน
- โทรทัศน์เพื่อการชกุงใจ
- รายการสารคดี
- รายการสัมภาษณ์

ประโยชน์การประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต

- ด้านการศึกษา
- ด้านธุรกิจ และการค้า



สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

ประเภทสื่อ

- **สื่อที่ควบคุมได้** (Controllable Media)
 - สิ่งพิมพ์ (Print Media)
 - สื่อบุคคล (Personal Media)
 - สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual Media)
 - สื่อกิจกรรมต่างๆ (Activity Media)
- **สื่อที่ควบคุมไม่ได้** (Uncontrollable Media)
 - สื่อมวลชน (Mass Media)



ความสำคัญของสื่อ

- ถ่ายทอด หรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
 - ประชาชนมีความเข้าใจถูกต้อง
 - สร้างความนิยม หรือสร้างภาพพจน์ที่ดี



ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท

สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)

- สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (The Printed Words)
 - สื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน (House or Home Journal)
 - สื่อสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน (External Publication)
 - สื่อสัมพันธ์แบบผสม (Combination)

สื่อสิ่งพิมพ์ลักษณะต่าง ๆ



- หนังสือพิมพ์
- วารสาร
- นิตยสาร
- หนังสือรายงานประจำปี
- หนังสือรายงานประจำงวด
- จดหมาย
- ป้ายประกาศ และโปสเตอร์
- แผ่นพับ
- เอกสารแจก
- จุลสาร
- ใบปลิว

หนังสือพิมพ์



ข้อดี

- เป็นสื่อที่เสนอข่าวที่น่าสนใจสม่ำเสมอ และรวดเร็ว จึงเป็นสื่อที่มวลชนยอมรับข่าวการเผยแพร่
- มีความคงทนถาวรกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น ผู้อ่านไม่เข้าใจตอนใดก็ย้อนกลับมาอ่านทบทวนใหม่ได้
- เสนอเรื่องราวข่าวสารหลายประเภท มีทั้งเรื่องราวข่าวสารที่ประชาชนเฉพาะกลุ่ม และประชาชนทั่วไปสนใจ จึงสามารถเข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่มอาชีพ
- เสนอข่าวหรือเรื่องราวต่าง ๆ ครั้งละมาก ๆ ได้ รวมทั้งเสนอข่าวประจำวันทุกวันเป็นประจำทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ ได้ อย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง
- มีภาพถ่ายประกอบช่วยดึงดูดความสนใจ และเข้าใจข่าวสารได้ยิ่งขึ้น
- ราคาถูก หาซื้อได้ง่าย และมีหลายภาษา

หนังสือพิมพ์



ข้อจำกัด

- ไม่สามารถเข้าถึงผู้อ่านที่อ่านหนังสือไม่ออก หรือผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี
- หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ไม่มีสีสันสวยงาม ไม่มีสิ่งใดสะดุดตาผู้อ่าน นอกจากพาดหัวข่าวซึ่งควรเป็นข้อความที่กะทัดรัด อ่านเข้าใจง่าย และสัมพันธ์กับเนื้อเรื่องของข่าว
- มีอายุสั้น ไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นเวลานาน
- มีช่วงอายุที่สั้น เพราะข่าวต่าง ๆ มีผ่านเข้ามาทุกวัน
- ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเพียงบางเรื่อง หรือบางคอลัมน์ที่เขาเกี่ยวข้อง หรือสนใจเท่านั้น
- ไม่มีสีสัน หรือภาพสีที่สวยงามสะดุดตาชวนอ่าน

วารสาร



ข้อดี

- รูปเล่มแข็งแรง และสวยงาม
- สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ตามความประสงค์เจาะจง หรือต้องการ
- มีผลทางด้านช่วยย้ำเตือนความทรงจำ และประทับใจ เพราะออกติดต่อกันเป็นประจำและต่อเนื่อง โดยสม่ำเสมอ
- มีเนื้อที่เพียงพอที่จะสื่อสาร หรือชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์
- มีความยืดหยุ่นสูง อาจเปลี่ยนแปลงเนื้อหา รูปเล่ม ให้เป็นไปตามความต้องการ และงบประมาณขององค์กร

วารสาร



ข้อจำกัด

- คุณภาพของวารสารมักไม่ค่อยดี และขาดคุณภาพ เพราะจัดทำกันเองในองค์กรเป็นส่วนใหญ่
- งบประมาณเป็นอุปสรรคสำคัญในการจัดทำ
- ผู้จัดทำไม่มีเวลาเพียงพอ เพราะต้องมึ้งงานภาระอื่น ๆ ภายในองค์กรอีกมากมาย
- หากวารสารที่ออกนั้นไม่มีวัตถุประสงค์ที่ไม่แน่ชัด หรือขาดความรู้ที่น่าสนใจ และสารประโยชน์ที่แท้จริงแล้ววารสารนั้นก็อาจจะไม่ได้รับความสนใจจากประชาชน
- ยับเลิกได้ง่าย หากผู้บริหารไม่เห็นด้วย หรือเมื่อไม่ได้รับงบประมาณ

นิตยสาร



ข้อดี

- การจัดทำนิตยสารมักทำในรูปแบบของธุรกิจ โดยทีมงานขององค์กร
- มีการวางแผนงานจัดทำอย่างเป็นระบบ ทำให้มีรูปแบบที่สวยงาม และเนื้อหาแปลกใหม่ไม่ซ้ำหรือซ้ำซ้อน
- สามารถนำเสนอรายละเอียดเรื่องราวได้มาก และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้
- จำนวนการผลิตไม่มาก มีการบอกเงื่อนไขการรับเป็นสมาชิก ทำให้ไม่สูญเปล่า
- ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารนานกว่าหนังสือพิมพ์

นิตยสาร



ข้อจำกัด

- ราคาต่อหน่วยของนิตยสารแพงกว่าหนังสือพิมพ์
- การจัดจำหน่าย และเผยแพร่อยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่ม
- ขาดความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เพราะอาจออกเป็นรายเดือน หรือรายปี
- มีราคาแพง ประชาชนบางกลุ่มอาจไม่สามารถซื้อ หรือจับจ่ายได้
- มีจำนวนจำหน่าย และเผยแพร่ค่อนข้างน้อย



หนังสือรายงานประจำปี

มักจัดทำเป็นรูปเล่ม และมีขนาดต่าง ๆ ตามความเหมาะสม มีเรื่องราวสำคัญ และ น่าสนใจขององค์กร เรียกว่า Annual Report

หนังสือรายงานประจำงวด

ทำเป็นรูปเล่มคล้ายหนังสือรายงานประจำปี โดยออกเป็นงวด ๆ เช่น 3 เดือน หรือ 6 เดือน ต่อครั้ง เพื่อรายงานผลการดำเนินงานขององค์กร ประจำงวด หรือรายงานผลโครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้ว



จดหมาย

มีลักษณะเป็นแผ่นปลิวชนิดหนึ่ง เพื่อส่งให้กับ
กลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย มีหัวจดหมายที่สวยงาม
เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตน หรือองค์กร

ป้ายประกาศ และโปสเตอร์

เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชน
ที่มีความเด่น และสะดุดตา จัดทำด้วยสีสันทสวยงาม
มีภาพ และตัวอักษรชัดเจน อ่านง่ายแม้อยู่ไกล



แผ่นพับ

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการขององค์กร

เอกสารแจก

มักทำเป็นเอกสารที่รวมเป็นเล่ม เพื่อเผยแพร่หรือแจกให้อ่าน



จุลสาร

เป็นเอกสารเชิงความรู้ทางวิชาการ มีลักษณะ
คล้ายแผ่นพับ แต่เย็บเป็นเล่ม

ใบปลิว

มีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นเดียว บรรจุข่าวสาร
เรื่องราวต่าง ๆ ที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ให้
ประชาชนทราบอย่างทั่วถึงในกลุ่มเป้าหมายได้
อย่างกว้างขวาง

สื่อบุคคล

สื่อบุคคล หรือ การสื่อสารด้วยคำพูด

มี 2 แบบ

- **แบบที่เป็นทางการ** เช่น การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา
- **แบบที่ไม่เป็นทางการ** คือ การพูดจา สนทนาปราศรัยต่าง ๆ



สื่อบุคคล

ลักษณะของสื่อบุคคล

- การพูดสนทนา เป็นการสื่อสารของบุคคลโดยทั่วไปในวงสนทนา
- การอภิปราย เป็นการสื่อความโดยกลุ่มคนตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ซึ่งเป็นการให้ความรู้ ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน
- การบรรยาย เป็นการสื่อความเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจต่อเนื่องในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดย **ผู้ฟัง** เป็น **ผู้รับสาร** และ **ผู้บรรยาย** เป็น **ผู้ให้สาร**
- การประชุม เป็นการร่วมกันปรึกษาหารือกันในกลุ่ม หรือทีมงานอย่างมีระบบ และระเบียบวิธีทางการประชุม
- การฝึกอบรม เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคคล เพื่อให้มีความรู้เพิ่มเติม และมีความสามารถขึ้นในเรื่องที่ได้รับการฝึก และอบรมมา
- การสัมมนา เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง ทั้งให้ และรับความรู้ซึ่งกันและกันระหว่าง วิทยากร และผู้เข้าร่วมสัมมนา
- การพูดในที่ชุมชน เป็นการพูดในที่สาธารณะ หรือชุมชนในวาระ หรือโอกาสต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจ ความรู้ ยกย่อง และยินดี ตลอดจนความเห็นอกเห็นใจในเรื่องราวต่าง ๆ

สื่อบุคคล

ข้อดี

- เป็นสื่อที่ทุกคนมีอยู่แล้ว ไม่ต้องสิ้นเปลืองในการซื้อสื่อแบบสื่ออื่น ๆ
- ทำให้ผู้พูด และผู้ฟังเห็นหน้าตา บุคลิก ลีลา ท่าทาง น้ำเสียงประกอบการพูด ซึ่งมีอิทธิพลในการชักจูง และเร้าความสนใจได้มากกว่า
- เป็นการสื่อสารสองทาง ทั้งผู้พูด และผู้ฟังสามารถโต้ตอบกันได้ทันที
- ผู้พูดสามารถปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับผู้ฟังได้ทันที
- เหมาะกับการเผยแพร่เรื่องราวที่ไม่สลับซับซ้อน หรือติดต่อสัมพันธ์กันเป็นการส่วนตัว

สื่อบุคคล

ข้อจำกัด

- ไม่มีความคงทนถาวร พูดแล้วก็ผ่านไป
- ไม่สามารถครอบคลุมผู้ฟังจำนวนมาก ๆ ได้
- หากผู้พูดขาดความสามารถในการพูดจูงใจ ก็จะทำให้การพูดล้มเหลวได้
- เนื้อหาสาระที่นำมาพูดหากสลับซับซ้อนเกินไป ทำให้ผู้ฟังไม่เข้าใจ
- เป็นสื่อที่ไม่มีหลักฐานอ้างอิงที่ชัดเจน

สื่อโสตทัศน์

- ภาพยนตร์ หรือ วีดีโอ
- วิทยุ
- โทรทัศน์
- เครื่องฉายแผ่นใส
- เครื่องฉายสไลด์
- เครื่องรับ - ส่งแฟกซ์



ภาพยนตร์

ข้อดี

- มีทั้งแสง สี เสียง และภาพเคลื่อนไหวประกอบดนตรี ทำให้ประทับใจ และจดจำ
- สามารถเร้าความสนใจของผู้ชมได้ตลอดเวลาที่ภาพยนตร์ฉายอยู่
- สามารถสอดแทรกความคิดเห็น และเป็นสื่อในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติพฤติกรรมได้ง่าย
- สามารถเสนอภาพในอดีตที่เราไม่สามารถย้อนกลับไปชมได้อีก
- ใช้เทคนิคสร้างเหตุการณ์ประกอบฉากการถ่ายทำได้อย่างสมจริงสมจังที่สุด

ภาพยนตร์

ข้อจำกัด

- ค่าใช้จ่าย และระยะเวลาในการถ่ายทำภาพยนตร์สูงมาก
- ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มชนเป้าหมายจำนวนมาก ๆ ได้ ชมได้ในจำนวนจำกัด
- มีข้อจำกัดเกี่ยวกับเครื่องอุปกรณ์ และห้องฉายภาพยนตร์

วิทยุ

ข้อดี

- มีราคาถูก มีความรวดเร็ว แม้จะอยู่ห่างไกลจากสถานีก็ตาม
- เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับฟังได้
- ให้ความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ฟัง สร้างความใกล้ชิด ซ้ำยังพกติดตัวได้ตลอดเวลา
- ให้ความรู้สึกเร้าอารมณ์ และเป็นสื่อที่จูงใจได้ง่าย เพราะเน้นจังหวะ ลีลาที่ใสอารมณ์ทำให้ผู้ฟังจินตนาการ และมีความรู้สึกร่วมด้วย
- สามารถฟังไปด้วย และทำงานอื่นไปด้วยได้

วิทยุ

ข้อจำกัด

- ไม่สามารถเสนอรายละเอียดได้มาก เพราะต้องพูดให้สั้น กระชับ เข้าใจง่าย
- ไม่มีความคงทนถาวร ถ้าผู้ฟังพลาดรายการไปก็ไม่สามารถจะรับฟังได้อีก
- ถ้ามีข้อผิดพลาดจะแก้ไขได้ยาก
- ต้องฟังอย่างมีสมาธิจึงจะได้ใจความทั้งหมด
- เป็นการสื่อสารทางเดียว ไม่สามารถโต้ถามเรื่องราวที่ไม่เข้าใจได้

โทรทัศน์

ข้อดี

- ดึงดูดความสนใจได้มาก เพราะสามารถทดแทนได้ทั้ง หนังสือพิมพ์ วิทยุ และภาพยนตร์
- ผู้ชมเก็บข่าวสารได้มาก เพราะมีทั้งภาพ และเสียง
- ถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ข่าวเป็นที่น่าเชื่อถือ
- สามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุ และหนังสือพิมพ์

ภาพยนตร์

ข้อจำกัด

- ราคาแพงกว่าสื่อประเภทอื่น
- เมื่อพลาดรายการก็ไม่สามารถจะชมได้อีก นอกจากบันทึกเป็นวิดีโอเทป
- เป็นการสื่อสารทางเดียว

เครื่องฉายแผ่นใส

เป็นการสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยายเพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น

เครื่องฉายสไลด์

เป็นสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยาย เพื่อให้เกิดความชัดเจน เป็นภาพนิ่ง เลื่อนภาพได้ที่ละหนึ่งภาพ ปัจจุบันมีการปรับปรุงให้มีการฉายแบบ Multi ทำให้ฉายได้ที่ละ 3 เครื่อง

เครื่องรับ - ส่งแฟกซ์

เป็นเครื่องโทรศัพท์ที่สามารถส่งข่าวสารที่มีลักษณะคล้ายการถ่ายเอกสารจากต้นทางมายังหมายเลขโทรศัพท์ปลายทาง โดยมีสัญญาณบอกความพร้อมในการรับข่าวสาร หรือแฟกซ์

สื่อกิจกรรมต่าง ๆ

มีลักษณะเด่น 3 ประการ คือ

- ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนจำนวนมากมาเข้าร่วมงาน
- ประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงาน และองค์กรให้เป็นที่รู้จักของประชาชน
- ประชาชนที่มาร่วมงานได้รับสารประโยชน์ ส่วนองค์กรได้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาประชาชนเพิ่มขึ้น

การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้การศึกษาทางอ้อมในวิชาการสาขาต่าง ๆ และเหตุการณ์ต่าง ๆ แก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล กิจกรรมของสถาบันต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- เพื่อกระตุ้นแรงเร้ากลุ่มประชาชนเป้าหมายให้ร่วมมือกับสถาบัน หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อสถาบันไปในทางที่พึงประสงค์
- เพื่อสร้างความบันเทิง สนุกสนาน ความพึงพอใจแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย



หลักในการจัดกิจกรรมหรือนิทรรศการ

- การจัดแต่ละครั้งควรมีศูนย์รวมแนวความคิดเพียงอย่างเดียว
- ควรเลือกสถานที่ที่เหมาะสม และสะดวกในการเข้าชม
- ต้องให้ผู้ชมเข้าใจง่าย และเสียเวลาน้อยที่สุด
- ใช้คำอธิบายสั้น ๆ ข้อความโต ๆ มองเห็นชัดแต่ไกล
- แสงก็มีบทบาทในการจัดนิทรรศการ
- สีที่สะดุดตาจะช่วยเร้าความสนใจ และน่าติดตาม
- ควรพยายามให้ผู้เที่ยวชมได้มีส่วนร่วมตามความเหมาะสม
- ควรจัดเรื่องราว หรือกลุ่มวัสดุที่แสดงให้เป็นหมวดหมู่ และต่อเนื่องสัมพันธ์กัน





สื่อมวลชน

แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ

- หนังสือพิมพ์ทั้งรายวัน และนิตยสารทั้งรายสัปดาห์ และรายปี
- สื่อกระจายเสียง และแพร่ภาพ นอกจากวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์แล้วยังมี
 - ภาพยนตร์
 - เคเบิลทีวี
 - ดาวเทียม
 - วีดีโอเท็กซ์



บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชน

- แจ้งข่าวสารความรู้ ความเคลื่อนไหวของกิจการ หรือหน่วยงานต่าง ๆ
- เผยแพร่ไปยังประชาชนส่วนใหญ่อย่างกว้างขวาง
- สิ่งที่เผยแพร่มีการจัดเตรียมอย่างดีไว้ก่อนล่วงหน้า
- สื่อมวลชนส่งข่าวสารที่สนองความสนใจของกลุ่มประชาชนจำนวนมาก
- พยายามรักษามาตรฐาน หรือคุณภาพการทำงานของสื่อมวลชนประเภทนั้นไว้เพื่อภาพพจน์ที่ดีงาม และความเชื่อถือของประชาชน

การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

- การย่อ หรือซ้ำบ่อย ๆ จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น คงทนถาวรมาก
- ให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วม เช่น ในรายการโทรทัศน์ให้ผู้ชมเข้าร่วมรายการด้วย



ชุมชนสัมพันธ์

ความสำคัญของงานชุมชนสัมพันธ์ต่อองค์กร

- ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีต่อกัน
- ทำให้ชุมชนเกิดทัศนคติที่ดีกับหน่วยงาน
- ทำให้ได้รับการสนับสนุน / การช่วยเหลือจากชุมชน ทั้งในภาวะปกติ และภาวะวิกฤติ
- ชุมชน และประชาชนในชุมชนเกิดศรัทธาต่อหน่วยงาน
- หน่วยงานมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาชุมชน



ประเภทของกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์

➤ กิจกรรมที่เชื่อมโยงกับการดำเนินธุรกิจขององค์กร

- งานมวลชนสัมพันธ์
- การรับบุคลากรในชุมชนเข้าร่วมงานกับองค์กร
- การขยายฐานลูกค้าไปสู่ชุมชน

➤ กิจกรรมเชิงสังคม หรือสาธารณประโยชน์

- กิจกรรมที่องค์กรจัดทำให้กับชุมชน
- กิจกรรมที่องค์กรทำร่วมกับชุมชน
- กิจกรรมที่องค์กรร่วมกับหน่วยงานอื่นทำให้กับชุมชน

กิจกรรมในการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์

- การจัดแสดงนิทรรศการ
- การจัดประชุมสัมมนา
- การประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่
- การเผยแพร่ข่าวสารความรู้สู่ชุมชน
- การเยี่ยมเยียนชุมชน
- การส่งจดหมายตรง / จดหมายข่าว
- การจัดกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ในชุมชน
- การเปิดให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมของหน่วยงาน
- การสร้างโรงเรียนในชุมชน
- การสร้างสิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ ให้กับชุมชน เช่น ห้องสมุด ศาลาอเนกประสงค์ สวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น
- การให้โอกาสคนในชุมชนเข้าร่วมกับองค์กร
- การรับฟังข้อเสนอแนะจากชุมชน

แนวทางการบริหารชุมชนสัมพันธ์



กำหนดชุมชนเป้าหมาย

- ชุมชนใกล้เคียง
- ชุมชนที่ไกลออกไป
- ชุมชนระดับประเทศ
- ชุมชนเสมือน
- เครือข่ายชุมชน

วิเคราะห์ชุมชน

- สำรวจ และเก็บข้อมูลชุมชน
- วิเคราะห์การรับรู้ และทัศนคติเดิมของชุมชนที่มีต่อองค์กร
- วิเคราะห์สภาพแวดล้อมชุมชน
- วิเคราะห์ความต้องการของชุมชนในเชิงเศรษฐกิจ สังคม

รวบรวมจัดทำฐานข้อมูลชุมชน วางแผนโครงการ / กิจกรรม

- กำหนดวัตถุประสงค์
- กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
- กำหนดพื้นที่เป้าหมาย
- กำหนดแนวทางการสื่อสาร
- กำหนดบุคลากร และงบประมาณ
- กำหนดวิธีการติดตาม และประเมินผล

แนวทางการบริหารชุมชนสัมพันธ์



ขั้นปฏิบัติการ

- เผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ / กิจกรรม
- ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ แกนนำ หรือผู้นำชุมชน
- เน้นการสื่อสารกับชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ (การวางกลยุทธ์สื่อและสาร)
- การใช้สื่อชุมชนสนับสนุน
- จัดกิจกรรมตามแผนงานที่กำหนดไว้
- ติดตาม และประเมินผล

สร้างการมีส่วนร่วม

- เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามีส่วนร่วมในโครงการ / กิจกรรมขององค์กร
- เปิดรับฟังความคิดเห็น / ข้อเสนอจากชุมชน
- ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการประเมินโครงการ / กิจกรรมขององค์กร
- การร่วมมือกับชุมชนในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม

การสร้างอย่างต่อเนื่อง

- นำผลการประเมินโครงการ / กิจกรรมมาวางแผนในโครงการใหม่
- จัดโครงการ / กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง
- รักษา และขยายฐานความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน

กิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์

หลักการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม และสาธารณประโยชน์

- ส่งเสริมพัฒนาการตามความแตกต่างระหว่างบุคคล
- ส่งเสริมการพัฒนาตนเองตามธรรมชาติ และเต็มศักยภาพ
- เน้นทั้งความรู้ และคุณธรรม จริยธรรม
- ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้คิดออกแบบกิจกรรมด้วยตนเองอย่างสร้างสรรค์
- ให้ทำกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ
- ให้แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะจิตอาสา



กิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์



การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
Electricity Generating Authority of Thailand



“โครงการปลูกต้นไม้ ป่าต้นน้ำ ถวายพ่อ”



กิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์

ธนาคารกสิกรไทย
KASIKORNBANK 泰华农民银行



เครือข่ายธนาคารกสิกรไทย ร่วมกับ จิตอาสาและประชาชน
ในพื้นที่ทำความสะอาด วัดสิริกมลาวาส กรุงเทพฯ



พนักงานเครือข่ายธนาคารกสิกรไทย ร่วมกิจกรรม “1 คน 1
ความคิด มีค่า 8 บาท” เพื่อบำบัดน้ำเสีย ณ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
สมุทรปราการ



กิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์



โครงการสร้างฝายชะลอน้ำ



กิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์



ABAC FLOOD R-SA

“เอแบคร่วมใจช่วยภัยน้ำท่วม”

