



คู่มือการปฏิบัติงาน
ฝ่ายประชาสัมพันธ์

จัดทำโดย

นายภัทรภัทร์ พลະวัฒน์

ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

คำนำ

คู่มือการปฏิบัติงาน เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน รวมทั้งเป็นการจัดการองค์ความรู้ไว้ที่ส่วนงาน ให้เป็นแหล่งเรียนรู้และพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไปในอนาคต ดังนั้นงานประชาสัมพันธ์ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จึงได้จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของสำนักงานประชาสัมพันธ์ เพื่อรวบรวมขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ของงานประชาสัมพันธ์ งานซื้อสื่อโฆษณา งานรับโทรศัพท์ ไว้ที่เว็บไซต์ ของวิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดมาตรฐานในการปฏิบัติงาน คู่มือฉบับนี้เป็นเครื่องมือช่วยในการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้ที่มีประสบการณ์ และความชำนาญ ในการปฏิบัติงานของงานประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ให้กับบุคคลภายนอก หรือผู้ใช้บริการ ได้เข้าใจ กระบวนการปฏิบัติงาน อันจะก่อให้เกิดการสื่อสารและความเข้าใจที่ตรงกัน ระหว่างผู้ให้บริการและ ผู้รับบริการ

ทั้งนี้จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือการปฏิบัติงานนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน ของวิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และนำไปปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตามหลักธรรมาภิบาล และ จรรยาบรรณ ต่อไป หากมีข้อเสนอแนะอันใดที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 1 ประวัติ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ชื่อหน่วยงาน

วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ที่ตั้ง

วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 1 ถนนอุทงนอก แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทร. 02160 1200

ติดต่อ

โทรศัพท์ 02 160 1200 เว็บไซต์ <http://www.chm.ssru.ac.th>

ประวัติความเป็นมาโดยสังเขป

จากการที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาของประเทศเพื่อนบ้าน (นโยบายรัฐบาลด้านการศึกษา 2544) เป็นต้นมา รัฐบาลจึงส่งเสริมและพัฒนาศึกษายกระดับคุณภาพและมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมและพัฒนาระบบการจัดการศึกษาในสถาบันศึกษานานาชาติซึ่งเป็นสถานที่ที่มีชาวต่างชาติได้เข้ามาศึกษา หรือผู้ที่เข้ามาทำงานอยู่ในประเทศไทย อาทิ นักศึกษา คณาจารย์และผู้บริหารสถานศึกษาที่เป็นชาวต่างชาติ เพราะบุคคลเหล่านี้จะเป็นสื่อกลางที่ดีในการเผยแพร่การจัดการศึกษาของไทยให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติมากขึ้น การจัดการศึกษาของประเทศไทยมีการพัฒนาด้านต่างๆตลอดมา โดยเฉพาะการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาและหลักสูตรการฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถของประชากรให้มีความรู้เท่าทันและเป็นส่วนหนึ่งของประชากรโลก (Global Citizens) ซึ่งสถาบันศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศเข้ามามีบทบาทอย่างมาก ในการจัดการศึกษาให้เกิดการเรียนรู้โดยใช้สื่อที่เป็นสากล เช่น ภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการแข่งขันได้ระดับนานาชาติ

จากเหตุข้างต้น มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาในฐานะที่เป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ จึงได้ส่งเสริมและพัฒนาระบบการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรภาคภาษาอังกฤษให้เหมาะสม และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาระบบการจัดการศึกษาของประเทศ ในการผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ทางวิชาการที่ทันสมัยและความรู้ภาคปฏิบัติในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถเป็นกำลังสำคัญของสังคมยุค Knowledge-based จึงได้จัดตั้งโครงการจัดการศึกษาหลักสูตรภาคภาษาอังกฤษ ขึ้นในปีการศึกษา 2547 และปรับเป็นหน่วยงานในกำกับ โดยตั้งเป็นวิทยาลัยนานาชาติ จัดการเรียนการสอน ณ อาคารศรีจุฑาภา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพมหานคร แต่เนื่องจากจำนวนนักศึกษาที่เพิ่มมากขึ้น มหาวิทยาลัยฯ จึงมีนโยบายในการขยายพื้นที่การศึกษา โดยในปีการศึกษา 2558 ได้ขยายพื้นที่การจัดการเรียนการสอนของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย

ราชภัฏสวนสุนันทา มายังอาคารวิทยาลัยนานาชาติ ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม ตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดย ในปีการศึกษา 2558 ได้เปิดการเรียนการสอน ในสาขาวิชาดังนี้

2. วิสัยทัศน์ (Vision)

วิทยาลัยชั้นนำในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพสูงในระดับสากล

Leading College to Produce High Quality Graduates for International Workplace

3. พันธกิจ (Mission)

ผลิตบัณฑิต วิจัย บริการวิชาการและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

To educate people, conduct research, provide academic services to communities and to promote and conserve art and cultures

4. ภารกิจหลัก (Key result area)

1. ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพระดับสากล มีทักษะวิชาชีพเฉพาะทาง(ต้องแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการเป็นผู้นำในวิชาชีพ) ที่ตรงกับความต้องการด้านแรงงานของชุมชน สามารถแข่งขันและดำรงตนอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

2. บริการทางวิชาการ อบรมวิชาชีพและถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ชุมชน สังคม อาเซียนและนานาชาติอย่างมีคุณภาพ

3. อนุรักษ์ และพัฒนาศิลปวัฒนธรรมไทยสู่สากล

4. วิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมสู่การเรียนการสอนและการพัฒนาท้องถิ่น ตลอดจนพัฒนาภูมิปัญญาไทยสู่อาเซียนและสากล

5. เสาหลัก (Pillar)

ทรงปัญญา ศรีทศธรรม นำสังคม

Wisdom, Alignment, Social Leadership

6. วัฒนธรรมองค์กร (Culture)

มีความดีงามและปฏิบัติตนในจริยวัตรแบบไทย มีความรักใคร่ปรองดอง ให้เกียรติและเคารพ ผู้อาวุโส

7. อัตลักษณ์ (Identity)

เป็นผู้นำด้านการปฏิบัติ ผนัวิชากร สื่อสารภาษาอังกฤษสู่สากล พัฒนาคนให้มีคุณธรรม

เป็นผู้นำด้านการปฏิบัติและผนัวิชากร หมายถึง บัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถด้านวิชาการ หรือมีทักษะวิชาชีพ ประสบการณ์ และมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน มีความเป็นผู้นำ และทำงานเป็นทีม สามารถนำ

หลักวิชาการ วิชาชีพ และประสบการณ์ นำมาประยุกต์ ใช้ในการปฏิบัติงาน ด้วยความชำนาญ มีความรู้ คุณธรรม จริยธรรม และพัฒนาตนเองให้เป็นนักปฏิบัติมืออาชีพ

สื่อสารภาษาอังกฤษสู่สากล หมายถึง บัณฑิตสามารถใช้ภาษาอังกฤษ ในการเรียนรู้ การถ่ายทอดความรู้ ด้านวิชาการ คุณธรรม จริยธรรม ประสบการณ์ และการนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน ตลอดจนการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล การสังเคราะห์ข้อมูล และการประเมินค่าข้อมูลอย่างมีวิจารณญาณ

พัฒนาคนให้มีคุณธรรม หมายถึง บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรม มีความรับผิดชอบ และมีจิตสาธารณะ ในการสร้างประโยชน์เพื่อสังคมและประเทศชาติตลอดจนปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพของตนเอง

8. เอกลักษณ์ (Uniqueness)

“เน้นความเป็นวัง ปลูกฝังองค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล”

เน้นความเป็นวัง หมายถึง เป็นหน่วยงานที่สืบสานความเป็นวังสวนสุนันทา มีการอนุรักษ์ ทำนุบำรุง และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ

เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล หมายถึง เป็นหน่วยงานที่มีแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย ทันสมัย สามารถ แข่งได้ระดับชาติและระดับนานาชาติ ตอบสนองทุกรูปแบบ การเรียนรู้ของผู้รับบริการได้อย่างทั่วถึงและมี ประสิทธิภาพ

9. ค่านิยมหลัก (Core Values)

S: Strong Leadership	มีภาวะผู้นำที่เข้มแข็ง
S: Service	มีใจบริการ
R: Respect	มีความเคารพ ยกย่อง
U: Unity	มีความสามัคคี รวมใจ
I: Integrity	มีความซื่อสัตย์
C: Creativity	มีความคิดสร้างสรรค์

10. นโยบายการพัฒนาวิทยาลัย

วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นหน่วยงานที่เทียบเท่าคณะ มุ่งเน้นให้มีการพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพื่อเป็นองค์กรระดับสากล สามารถแข่งขันได้ใน สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง และการเปิดประชาคมอาเซียน เพื่อพัฒนาองค์กรให้มีความมั่นคงและก้าวสู่ สากล ผู้บริหารสูงสุดของวิทยาลัยนานาชาติจึงกำหนดนโยบายการพัฒนา ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาของ มหาวิทยาลัย ไว้ดังนี้

1) นโยบายการบริหารจัดการวิทยาลัย

มุ่งเน้นพัฒนา และปฏิรูประบบบริหารจัดการให้มีความคล่องตัวโดยยึดหลักธรรมาภิบาล โดยใช้การบริหาร จัดการตามเกณฑ์บริหารจัดการองค์กร เพื่อให้วิทยาลัยมีประสิทธิภาพสูงขึ้น รวมทั้งสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และความผูกพันให้กับบุคลากรทั้งองค์กร

2) นโยบายการพัฒนา นักศึกษา ศิษย์เก่า และชุมชน

วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการมุ่งสร้างความเครือข่ายที่ดีกับนักศึกษา ศิษย์เก่าและชุมชน ตลอดจนเสริมสร้างทักษะการประกอบวิชาชีพ การเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับนักศึกษาและศิษย์เก่า รวมทั้งการพัฒนาชุมชน

3) นโยบายการพัฒนาคุณภาพบัณฑิต

พัฒนานักศึกษาให้มีความโดดเด่นทางด้านภาษาอังกฤษ มีความเป็นผู้นำในวิชาชีพ มีทักษะ และมีคุณภาพในระดับสากลควบคู่กับคุณธรรมจริยธรรม เพื่อให้บัณฑิตสามารถแข่งขันได้ในอาเซียนและสากล (คุณภาพของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาต้องผ่านการสอบวัดความรู้ด้านภาษาอังกฤษ IELTS 5.5 หรือ TOEFL 500 หรือ TOEIC 600) โดยมีความรู้ความสามารถด้านวิชาการและวิชาชีพเป็นอย่างดี

4) นโยบายการพัฒนาวิทยาลัยสู่ความเป็นเลิศ

มุ่งความเป็นเลิศและมีศักยภาพในการแข่งขันในระดับชาติ อาเซียน และนานาชาติได้ โดยส่งเสริมและสนับสนุนการทำวิจัย การพัฒนานวัตกรรมเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการเรียนการสอนและการถ่ายทอดสู่การพัฒนาสังคม

5) นโยบายการพัฒนาการสร้างความพร้อมการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

มุ่งสร้างความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนทั้งด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาอาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา ให้เตรียมพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนได้อย่างมีความสุข

6) นโยบายการพัฒนาเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และศิลปวัฒนธรรม

มุ่งสร้างเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และศิลปวัฒนธรรม ให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานที่สำคัญที่จะทำให้นักศึกษาของวิทยาลัยมีความโดดเด่น บัณฑิตมีคุณลักษณะที่ตรงตามอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ที่วิทยาลัย/มหาวิทยาลัยต้องการ

7) นโยบายด้านการประกันคุณภาพ

มุ่งเน้นการประกันคุณภาพและมาตรฐานสากล โดยบูรณาการการประกันคุณภาพให้อยู่ในการปฏิบัติงานเพื่อให้สอดคล้องกับตัวชี้วัดของระบบการประกันคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัย

11. เป้าหมายการพัฒนาวิทยาลัย

1) “มีคุณภาพชีวิตดีและมีความสุข” พัฒนาให้เป็นองค์กรในกำกับของมหาวิทยาลัยที่มีประสิทธิภาพสูง มีการบริหารจัดการตามเกณฑ์บริหารจัดการองค์กร (EdPEX) มีการสรรหา รักษาและพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูงในการปฏิบัติงาน สร้าง ปรับปรุงอาคารสถานที่ (ศูนย์ศาลายา) และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้อาจารย์ บุคลากรและนักศึกษามีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุข

2) “สามารถพึ่งพาตนเองได้” วิทยาลัยนานาชาติมุ่งบูรณาการการเรียนการสอน การบริการวิชาการและการวิจัย เพื่อเพิ่มผลผลิตงานวิจัยที่มีคุณภาพทั้งด้านวิชาการและเชิงพาณิชย์ และต่อยอดองค์ความรู้สู่การสร้างนวัตกรรมเพื่อการบริการวิชาการแก่สังคม และพัฒนาศักยภาพของคณะ (อาจารย์ บุคลากร ทรัพยากรและ

ทรัพย์สินที่วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ) ให้มีความโดดเด่น เพื่อการบริการทางวิชาการตามความต้องการของศิษย์เก่า ชุมชน และสังคม รวมทั้งสร้างและใช้ประโยชน์เครือข่ายในการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร การหาลูกค้า และการหารายได้เพิ่มให้สามารถพึ่งพาตนเองได้

3) “บัณฑิตที่มีคุณภาพ” วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการมุ่งพัฒนาหลักสูตรที่ทันสมัย และพัฒนากระบวนการผลิต เพื่อความเป็นเลิศในการผลิตบัณฑิต มีภาวะความเป็นผู้นำทางด้านภาษาอังกฤษและวิชาชีพเฉพาะ มีคุณธรรมจริยธรรมและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ มีทักษะเฉพาะตัว มีความพร้อมในการประกอบวิชาชีพ และสามารถดำรงตนอยู่ในสังคมที่มีสภาวะการแข่งขันสูงได้

4) “เป็นชุมชนวิชาการ” วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการมุ่งพัฒนาวิทยาลัยนานาชาติให้เป็นชุมชนวิชาการ โดยสร้างพร้อมของอาคารสถานที่ บุคลากร หลักสูตร และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการผลิตบัณฑิต การวิจัย และการบริการวิชาการแก่สังคม และสามารถแข่งขันได้ทั้งในท้องถิ่น ระดับชาติ อาเซียนและนานาชาติ

12. ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Thrusts)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งของการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างองค์ความรู้และบริการวิชาการแก่สังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างเครือข่ายกับองค์กรภายนอกทั้งในระดับชาติและนานาชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างภาพลักษณ์ขององค์กร และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ยกกระดับการเรียนการสอนที่มีคุณภาพสู่มาตรฐานก้าวไกลสู่อาเซียนและสากล

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญ/ความเป็นมา

งานประชาสัมพันธ์ ขึ้นตรงกับฝ่ายบริหาร วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้มีก็ปรับโครงสร้างใหม่ งานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้งานประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ในการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาใหม่ตลอดจนการจัดโครงการกิจกรรมต่างๆ ของวิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกได้รับรู้ ข่าวสาร

1.2 วัตถุประสงค์ของคู่มือ

เพื่อสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของวิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เผยแพร่ประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาใหม่ ตลอดจนการจัดโครงการกิจกรรมต่างๆ ของวิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

1.3 ประโยชน์ของคู่มือ

1. ได้เป็นคู่มือการปฏิบัติงาน
2. ได้เป็นคู่มือให้เพื่อนนักวิชาการคอมพิวเตอร์ผู้ปฏิบัติงานทำงานทดแทนกันได้

1.4 ขอบเขตของคู่มือ

ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานการผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ของงานประชาสัมพันธ์ สำหรับให้บุคลากรของหน่วยงานซึ่งมีหน้าที่เกี่ยวข้องหรือเชื่อมโยงกับงานด้านดังกล่าว นำไปปฏิบัติหรือ ประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการดำเนินงานตาม นโยบายของวิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งข้อมูลในการจัดทำข่าวได้มาจากเอกสาร งาน/โครงการ/กิจกรรม การประชุม การแถลงข่าว การตรวจราชการ ข้อร้องเรียนของประชาชน โดยมีแหล่งข่าวเป็นทีมของวิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำข่าวประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น เผยแพร่สู่สาธารณชนโดยผ่าน <https://chm.ssru.ac.th/th> และ ทางช่องทางการสื่อสารต่างๆ อาทิ วารสาร จดหมายข่าว จ ด ห ม า ย อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) โทรสาร โซเชียลมีเดีย ไลน์ (LINE) เฟสบุ๊ก (Facebook)

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ หมายถึง บุคลากรทุกตำแหน่งที่ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ นักประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

บทที่ 2

หน้าที่ความรับผิดชอบและการบริหารจัดการ

2.1 บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่ง

งานประชาสัมพันธ์ (ตำแหน่ง : นักประชาสัมพันธ์) เป็นส่วนหนึ่งในฝ่ายบริหารงานทั่วไป สังกัดฝ่ายบริหาร และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรองคณบดีฝ่ายบริหารงานทั่วไป มีจำนวนงาน ดังนี้

1. การประกาศข่าวสาร
2. การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์
3. การถ่ายรูปกิจกรรม
4. การประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์
5. การทำแผนประชาสัมพันธ์

2.2 ลักษณะงานที่ปฏิบัติ

ตำแหน่ง : นักประชาสัมพันธ์ (ระดับปฏิบัติการ) ปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานระดับต้นที่ต้องใช้ ความรู้ความสามารถทางวิชาการในการทำงานปฏิบัติงานกับงานประชาสัมพันธ์ ภายใต้การกำกับ แนะนำตรวจสอบ และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการปฏิบัติการ

- (1) รวบรวมและช่วยจัดทำเอกสาร ภาพและข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อใช้จัดทำสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน
- (2) สืบค้นและรวบรวมความคิดเห็นของประชาชน เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินงาน ภายในหน่วยงาน
- (3) ปรับปรุงทะเบียนสื่อมวลชน เพื่อเก็บรวบรวมไว้เป็นข้อมูลของหน่วยงาน
- (4) ให้บริการด้านเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในการติดต่อ ต้อนรับ ชี้แจงต่างๆ ไป เพื่อไขข้อข้องใจ และช่วยตอบคำถาม
- (5) ดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยวิธีการต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ ให้ความรู้ ความเข้าใจอันดี เกี่ยวกับการดำเนินงาน หรือผลงานของหน่วยงานหรือของรัฐบาล หรือนโยบายของรัฐบาล

2.ด้านการวางแผน

วางแผนการทำงานที่รับผิดชอบ ร่วมวางแผนการทำงานของหน่วยงานหรือโครงการเพื่อให้ การดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

3. ด้านการประสานงาน

(1) ประสานการทำงานร่วมกันระหว่างทีมงานหรือหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกเพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนดไว้

(2) ชี้แจงและให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูล ข้อเท็จจริงแก่บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจหรือความร่วมมือในการดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมาย

4. ด้านการบริการ

(1) เผยแพร่ แจกจ่ายข่าวสาร และเอกสารเกี่ยวกับความรู้ในด้านต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์งานของหน่วยงาน

(2) ให้คำแนะนำเกี่ยวกับระเบียบและวิธีการปฏิบัติงานที่อยู่ในความรับผิดชอบแก่ผู้ร่วมงานหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อความเข้าใจอันดีในการปฏิบัติงาน และให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วง

(3) ประสานงานกับบุคคลภายในหน่วยงานเดียวกัน ต่างหน่วยงาน หรือประชาชนทั่วไป เพื่อให้ให้บริการ หรือขอความร่วมมือ เกี่ยวกับข้อมูลเพื่อใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่ตนรับผิดชอบ

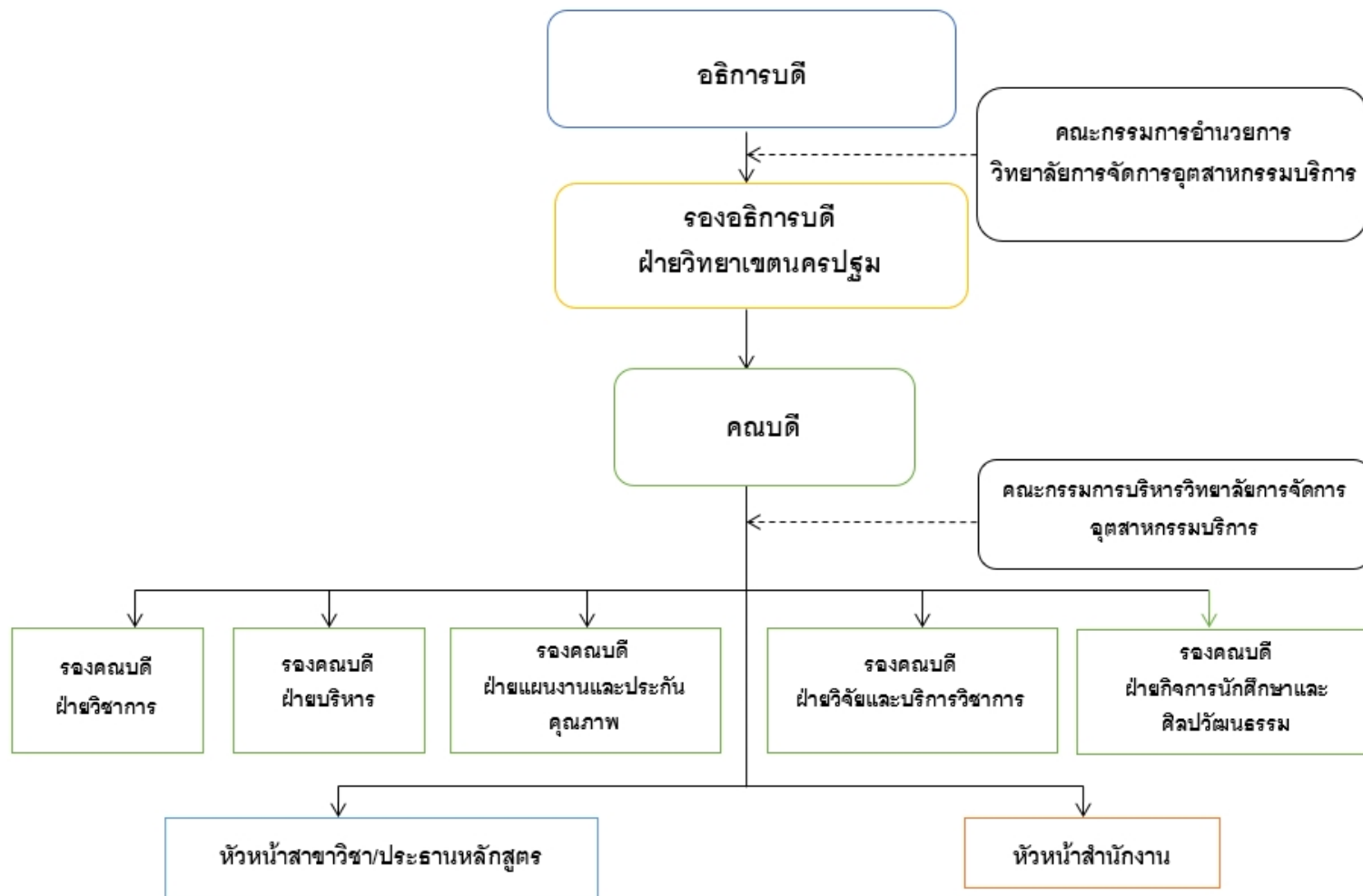
(4) อำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อด้วย การให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ตามที่ตนปฏิบัติหน้าที่อยู่ในอำนาจหน้าที่เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการด้านข้อมูลข่าวสารที่ดี

2.3 โครงสร้างขององค์กร (Organization Chart)

หน่วยงาน วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

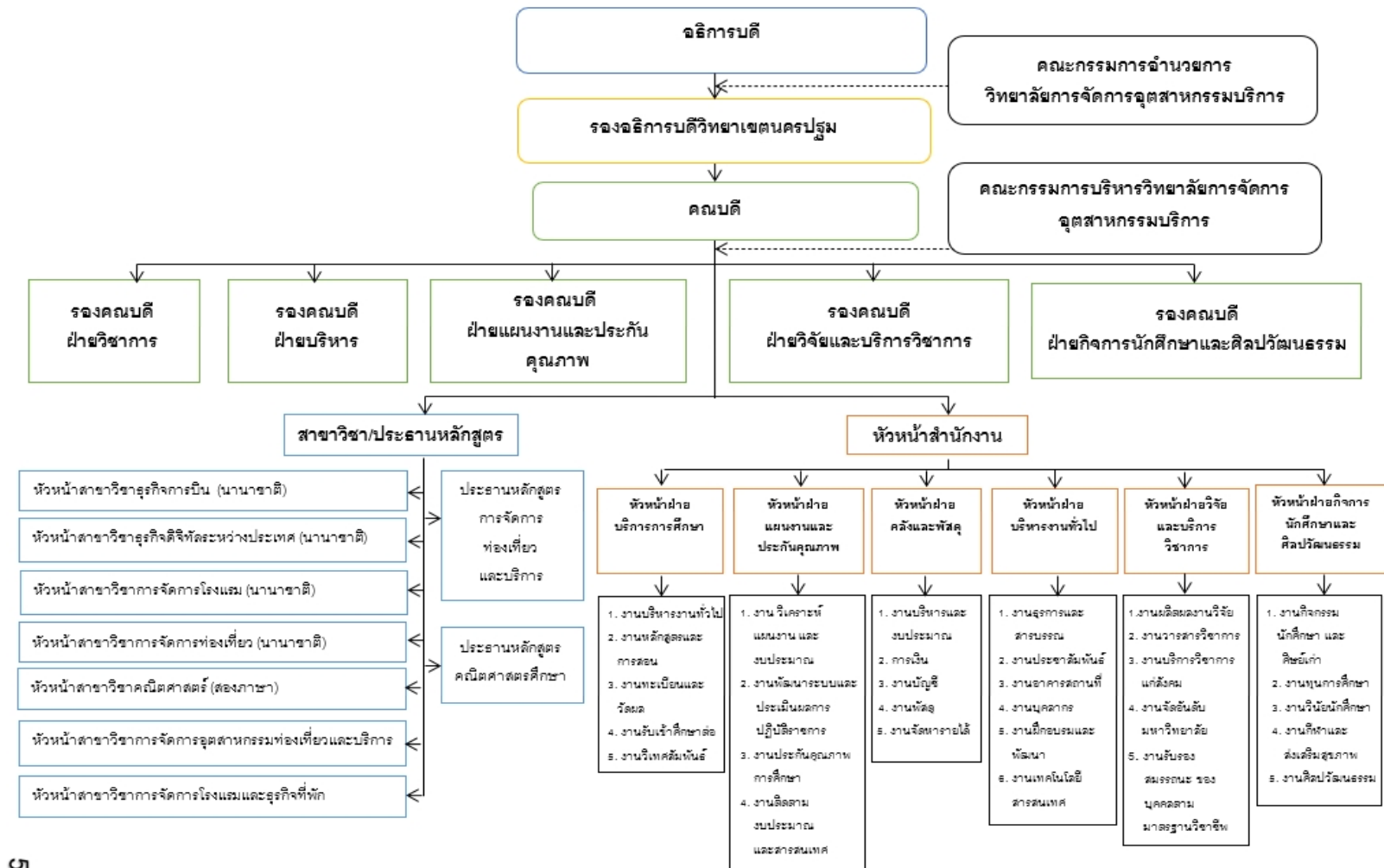
2.4 โครงสร้างการบริหาร(Administration Chart)

โครงสร้างสายงานการบริหารและการบังคับบัญชาวิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ



2.5 โครงสร้างฝ่าย (Department structure Chart)

โครงสร้างการบริหารส่วนงานวิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ



บทที่ 3

หลักเกณฑ์ วิจารณ์ และแนวคิดที่เกี่ยวข้องการปฏิบัติงาน

3.1 หลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน

ตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่งสายงานประชาสัมพันธ์ ที่กำหนดโดย ก.พ.อ. เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2551 ระบุบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสายงานประชาสัมพันธ์สายงานนี้คลุมถึงตำแหน่งต่างๆ ที่ ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีลักษณะงานที่ปฏิบัติเกี่ยวกับ การสำรวจรวบรวมรับฟังความคิดเห็นของ นักศึกษา การเก็บ รวบรวมข้อมูลข่าวสาร และเอกสารความรู้ในด้านต่างๆ เพื่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ การจัดสัมมนา เพื่อ เผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานหรือผลงานของ การเผยแพร่ ศิลปวัฒนธรรมของชาติ เพื่อเป็นสื่อ ให้เป็นไปตามแผนงาน และนโยบายการ ประชาสัมพันธ์ หรือตามกฎหมาย และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่ เกี่ยวข้อง

1. พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540
2. ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน พ.ศ.2548
3. พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546

3.2 วิธีการปฏิบัติงาน

กิจกรรมหลัก	กิจกรรมรอง	รายละเอียดกิจกรรม
1. การประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์	ในกรณีเป็นการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ให้ ดำเนินการตาม กระบวนการดังนี้	ดำเนินการจัดเตรียมข้อมูลและคัดเลือกภาพ กิจกรรมที่จะนำเสนอขึ้นแสดงบนเว็บไซต์
		อัปโหลดข้อมูล และภาพถ่ายเข้าสู่ระบบ
		เมื่อวิเคราะห์อาการเสียได้แล้ว ก็ดำเนินการ สำรองข้อมูลไว้เพื่อป้องกันความเสียหายของ ข้อมูล
		ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง เว็บไซต์
		ดำเนินการประเมินผลการเผยแพร่ปีละ 1 ครั้ง

3.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องและกรณีศึกษา

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร ให้ความหมาย “การประชาสัมพันธ์” คือ การปฏิบัติ กิจกรรมต่างๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกัน ในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดย เป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่อง และหวังผลระยะยาว

พรทิพย์ พิมลสินธ์ ได้ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ คือ "การปฏิบัติกิจกรรม ต่างๆ ตามแผนการ ของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกัน ในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นการ ปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผล ระยะยาว"

วิรัตน์ ภิรัตน์กุล นิยามความหมายของคำว่าประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ “การประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การสถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวัง ผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน”

3.4 การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการเขียนที่แตกต่างจากการเขียนประเภทอื่นๆ เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากการเขียนทั่วไป การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นมี จุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนเป้าหมายเกิดความรู้ วัตถุประสงค์พื้นฐานมี 7 ประการ คือ

1) การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้เข้าใจเพื่อให้ได้รับรู้ว่าองค์กรทำอะไร ทำอย่างไร เมื่อใด เพื่ออะไร เพราะอะไร ที่ไหน เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ

2) การเขียนเพื่อให้ประชาชนยอมรับ เป็นการเขียนโน้มน้าวใจ ชักจูงให้ประชาชน คล้อยตาม โดยยกส่วนดีให้เห็นชัดเจนและใช้ภาษาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

3) การเขียนเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด

4) การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

5) การแก้ไขเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด

6) การเขียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี

7) การเขียนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด รูปแบบของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร มีการเขียนใน ลักษณะต่างๆ เช่น การเขียนข่าวแจก การเขียนสุนทรพจน์ในโอกาสต่างๆ การเขียนบทความ การเขียนบรรยายสรุป การเขียนทางวิชาการ การเขียนบรรยายภาพนิ่ง การเขียนบทภาพยนตร์และวิทยุโทรทัศน์

ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือเรียกว่า ข่าวแจก เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูล ต่างๆของหน่วยงาน เผยแพร่ไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่างๆตามความ เหมาะสมจึงอาจเป็นทั้งข่าวที่ เผยแพร่ทาง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์และสื่อแขนงอื่นๆ ได้ทั้งสิ้น ข่าวประชาสัมพันธ์ที่นัก ประชาสัมพันธ์ต้องรับผิดชอบจัดท าเผยแพร่ อาจจ าแนกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้ 1. ข่าวแจ้งให้ทราบ หรือ Announcement Release เป็นการแจ้งให้ทราบรายละเอียด ต่างๆ ของสิ่งที่เกิดขึ้นหรือที่จะมีขึ้น 2. ข่าว ประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ (Created News Release) บางครั้ง หน่วยงานอาจต้องการให้ข่าว ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ แทนที่จะเผยแพร่ในลักษณะ แจ้งให้ทราบอย่างธรรมดา ก็ท าได้โดยการ จัดให้เป็นกิจกรรมพิเศษขึ้น เช่น โครงการรณรงค์เพื่อสังคม ต่างๆ ช่วยให้มีสีสันและดึงดูดความสนใจ ให้เกิดความ นิยมต่อหน่วยงาน และมักจะได้รับการเผยแพร่ ทางสื่อมวลชนในวงกว้างมากขึ้น 3. ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน หรือ Spot News Release ส าหรับเผยแพร่กรณีเกิดเหตุการณ์ ฉุกเฉินหรือมีเหตุการณ์เร่งด่วนที่ควรแจ้งให้ประชาชน ได้รับความทราบอย่างรวดเร็วอาจไม่มีการเสนอ รายละเอียดมากแต่เน้นที่ความฉับไว เช่น การเปลี่ยนแปลงก าหนดการ บางอย่าง เป็นต้น 4. ข่าวตอบโต้เหตุการณ์ หรือ Response News Release ในกรณีที่เรื่องราวของหน่วยงาน ที่ รับรู้ไปถึงสื่อมวลชนโดยมิได้ออกมาจากนักประชาสัมพันธ์จนกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมา วิพากษ์วิจารณ์ หรือตั้งข้อสงสัยจากหน่วยงานภายนอก เช่น ข่าวลือเกี่ยวกับการขาดทุนของกิจการ ข่าวความขัดแย้ง เป็นต้น เมื่อ เกิดเหตุเช่นนี้ขึ้น สื่อมวลชนย่อมต้องการค ำชี้แจงที่ชัดเจนจาก หน่วยงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จ าเป็นต้อง ชี้แจงอย่างละเอียดด้วยเหตุผลน่าเชื่อถือ และจ าเป็น อย่างยิ่งในการอ้างถึงแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือสูงสุด

3.5 ข้อควรระวัง / ข้อสังเกต / สิ่งที่ต้องคำนึง / เงื่อนไข

ข้อมูลและความถูกต้อง ก่อนจะทำการประกาศข่าวประชาสัมพันธ์ ลงบนเว็บไซต์

บทที่ 4

เทคนิคการปฏิบัติงาน

วัตถุประสงค์การปฏิบัติงาน

งานประชาสัมพันธ์ มีเทคนิคหรือแนวทางการปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.1 แผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน

4.2 เทคนิคหรือแนวทางการปฏิบัติงานและกรณีศึกษา

4.1 แผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน

กิจกรรม	เวลาดำเนินการ
งานประชาสัมพันธ์มียุทธศาสตร์ในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร และยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร ในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนพัฒนาของคณะวิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ	ไตรมาสที่ 1 เดือนตุลาคม - ธันวาคม ไตรมาสที่ 2 เดือนมกราคม - มีนาคม ไตรมาสที่ 3 เดือนเมษายน - มิถุนายน

4.2 เทคนิคการทำงานแต่ละขั้นตอน

เพื่อให้การดำเนินงานในด้านประชาสัมพันธ์ ประสบความสำเร็จ มีแนวปฏิบัติที่ดีในการปฏิบัติดังนี้

1) ข้อมูลจากภารกิจและผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยได้แก่ แผนและผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย ภายในปีงบประมาณนั้นๆ

2) ข้อมูลนโยบายเร่งด่วนจากผู้บริหาร อาทิ การประชาสัมพันธ์รับนิสิตเข้าศึกษาใหม่การจัดค่ายอบรมคุณธรรมจริยธรรม เป็นต้นหลังจากได้ข้อมูลมาแล้ว ก็ทำการวางแผนปฏิบัติงาน เพื่อให้การบริหารงานบรรลุตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่ได้กำหนดไว้ แผนเป็นเรื่องการใช้ความรู้ในทางวิทยาการและวิจารณ์ญาณ วินิจฉัยเหตุการณ์ในอนาคต แล้วกำหนดวิธีการโดยถูกต้องและมีเหตุผล เพื่อให้การดำเนินการตามแผนเป็นไป อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพที่สุด โดยกำหนดหลักในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ลดการกำหนด วัตถุประสงค์ ให้กำหนดหรือระบุไว้อย่างชัดเจนว่า เพื่ออะไรบ้าง ต้องการสร้างสรรค์ความเข้าใจในสิ่งใดบ้าง หรือต้องการแก้ปัญหาใด เป็นต้น การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ให้ระบุให้ชัดว่ากลุ่มเป้าหมาย คือ ใคร มีพื้นฐาน การศึกษาหรือภูมิหลังอย่างไร การกำหนดแนวหัวเรื่อง ให้กำหนดให้แน่นอนว่า แนวหัวข้อเรื่องนั้นจะเน้นไป ทางใดการกำหนดช่วงระยะเวลา ให้มีการกำหนดช่วงระยะหรือจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการปฏิบัติงาน ให้เป็นไปอย่างมี

ประสิทธิภาพ เช่น จะเริ่มการเผยแพร่ล่วงหน้า เพื่อเป็นการอุ่นเครื่องหรือปูพื้นเมื่อไร และจะเริ่มเผยแพร่อย่างเต็มที่เมื่อไร เป็นต้นการกำหนดช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ จะต้องกำหนดลงไปว่าจะใช้สื่อหรือเครื่องมือใดบ้าง รวมทั้งจะใช้เทคนิคอื่นๆ อะไรบ้างเข้าร่วมด้วยการกำหนดงบประมาณ ให้กำหนดงบประมาณที่จะใช้ในการดำเนินการให้ชัดเจน ซึ่งการกำหนดงบประมาณนี้ ยังหมายรวมถึงกำลังบุคคล ต่างๆ ที่จะใช้ในการดำเนินการด้วย

4.3 เทคนิคการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน / ความสำเร็จ

กิจกรรม	เวลาดำเนินการ	การติดตามและประเมินผล
การประชุมสมัชชาบนเว็บไซต์	ไตรมาสที่ 1 เดือนตุลาคม - ธันวาคม ไตรมาสที่ 2 เดือนมกราคม - มีนาคม ไตรมาสที่ 3 เดือนเมษายน - มิถุนายน	เป็นการวัดผลว่าการดำเนิน การประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำมา ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่ วางแผนไว้ หรือไม่ มากน้อยเพียงใด มี ปัญหาอุปสรรคใดบ้างที่ต้องปรับปรุงแก้ไขต่อไป งานชิ้นนี้จึงเป็นงานที่ สำคัญและจำเป็น

4.4 เทคนิคการให้บริการกับผู้รับบริการให้มีความพึงพอใจ

ให้ความสะดวก เร็วรวดต่อผู้รับบริการ

4.5 จรรยาบรรณ / คุณธรรม / จริยธรรม / สมรรถนะในการปฏิบัติงาน

1. จรรยาบรรณต่อตนเอง บุคลากรต้องมีจรรยาบรรณต่อตนเอง ดังนี้

1) มีศีลธรรมอันดี ยึดมั่นในจริยธรรมและยืนหยัดในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นธรรม ประพฤติตนให้เหมาะสมกับการเป็นบุคลากร

2) มีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์สุจริตและรับผิดชอบ ประพฤติตนและปฏิบัติหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา

3) มีทัศนคติที่ดี รักการเรียนรู้และพัฒนาตนเองให้มีคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะในการท างานเพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ราชการมีประสิทธิภาพประสิทธิผลยิ่งขึ้น

4) มีความอดทนอดกลั้น เสียสละ และรับผิดชอบต่องานที่ปฏิบัติ

5) มีความสุภาพ อ่อนโยน สัมมาคารวะ และมีมนุษยสัมพันธ์อันดี

2. จรรยาบรรณต่อวิชาชีพ บุคลากรต้องมีจรรยาบรรณต่อวิชาชีพ ดังนี้

1) รัก ศรัทธา รับผิดชอบต่อวิชาชีพและเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรวิชาชีพของตน

2) ใช้วิชาชีพในการปฏิบัติหน้าที่ราชการด้วยความซื่อสัตย์ ในกรณีที่วิชาชีพใดมีจรรยาบรรณวิชาชีพ กำหนดไว้ ก็ต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพนั้นด้วย

บทที่ 5

ปัญหาอุปสรรค แนวทางแก้ไข การพัฒนาและข้อเสนอแนะ

5.1 ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ สามารถแยกได้ตาม ขั้นตอนการปฏิบัติงานด้วยหลักการบริหาร ดังนี้

1. บุคลากรยังไม่เข้าใจในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรตนเอง
2. บุคลากรมีทัศนคติไม่ดีในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรตนเอง คิดว่า เป็นงานของนักประชาสัมพันธ์แต่เพียง ผู้เดียว และหากตนเองไปประชาสัมพันธ์ ก็เป็นภาระงานเพิ่มขึ้นจากงานประจำ ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมของบุคลากรในมหาวิทยาลัย
- 3.งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอกับความต้องการในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย
- 4.การบริหารจัดการยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการในการประชาสัมพันธ์ เช่น การบูรณาการประชาสัมพันธ์เข้ากับโครงการ หรือ การเรียนการสอน

5.2 แนวทางแก้ไขและการพัฒนา

- 1.ให้มีการนัดประชุมเพิ่มเติมเพื่อเป็นการซักซ้อมเพื่อความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ในองค์กรของตนเอง
- 2.ผู้บริหารทุกระดับในคณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัย ควรมีการควบคุมดูแล ติดตามบุคลากรในเรื่องการมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งทุกคนได้ได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์องค์กรตนเอง
- 3.จัดหาคู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

5.3 ข้อเสนอแนะ

ควรมีการจัดหาช่องทางให้ความรู้กับบุคลากร เช่น เว็บไซต์ และมีการปรับปรุงข้อมูลอย่างเป็นปัจจุบัน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ เชิงรุกในโลกออนไลน์ ควรมีการบูรณาการกับโครงการที่มีการออกนอกสถานที่ เช่น ให้ไปจัดโครงการในโรงเรียนที่มีนักเรียนชั้นมัธยมตอนปลาย