

**สรุปประเด็นกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้**  
**เรื่อง “การสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรสำหรับงานบริการห้องสมุด”**  
**โดย รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา วงจรุจิระ**  
**อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช**  
**วันพฤหัสบดีที่ 16 มกราคม 2563 เวลา 13.00-1600 น.**  
**ณ ห้องประชุม 2614-2614/1 อาคารวิชาการ 2 ชั้น 6**

-----

ปรัชญาของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ = “การจัดการการสื่อสารเพื่อให้รู้ เข้าใจ ยอมรับ และร่วมมือ”

**1. ภารกิจหลักของ PR คือ**

- 1.1 วางแผนงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์กร
- 1.2 วิเคราะห์ + ติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง
- 1.3 เผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กร
- 1.4 สร้างความสัมพันธ์/สร้างเครือข่าย

**2. จุดมุ่งหมายของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (Output)**

- 2.1 Knowledge ความรู้ ความเข้าใจ
- 2.2 Attitude ทศนคติที่ดีและการยอมรับ
- 2.3 Behavior ความร่วมมือและสนับสนุน

**3. ความสำคัญของการสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กร**

- 3.1 เพื่อการบริหารจัดการภายในองค์กร
- 3.2 เพื่อเสริมสร้างหรือส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร/ตราสินค้า/บริการ
- 3.3 เพื่อส่งเสริมการตลาด (ขายสินค้า/บริการ)

**4. ช่องทางประชาสัมพันธ์**

- 4.1 สื่อมวลชนต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น
- 4.2 เว็บไซต์องค์กร
- 4.3 สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Twitter, Instagram ฯ เป็นต้น

**5. ประเภทช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย**

- 5.1 Earned Media คือ สื่อที่กลุ่มเป้าหมายลูกค้า และผู้บริโภคทั่วไปเป็นเจ้าของ เช่น Facebook, Twitter, Instagram และองค์กรไม่ได้เป็นเจ้าของ แต่เมื่อโพสต์ แล้วมีการแบ่งปันข้อมูลให้กลุ่มต่างๆ
- 5.2 Paid Media คือ สื่อที่จ่ายเงินซื้อเพื่อโปรโมทเข้าถึงผู้คน
- 5.3 Owned Media คือ เป็นเจ้าของเอง หรือ สร้างขึ้นและดำเนินการเอง เช่น Website เป็นต้น

## 6. เป้าหมายของการประชาสัมพันธ์

- 6.1 เพื่อแจ้งให้ทราบ
- 6.2 เพื่อให้เกิดการยอมรับ
- 6.3 เพื่อป้องกันความเข้าใจผิด
- 6.4 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
- 6.5 เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด
- 6.6 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อองค์กร

## 7. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับกิจกรรมอะไรบ้าง

- 7.1 การวางแผนงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์กร (Planning)
- 7.2 การเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กร (Information Dissemination)
- 7.3 การสร้างความสัมพันธ์/การสร้างเครือข่ายกับหน่วยงาน/องค์กรอื่นๆ
- 7.4 คนในองค์กร (Internal Relations)
- 7.5 สื่อมวลชน (Media Relations)
- 7.6 ชุมชน/มวลชน/สาธารณชน (Public Relations)

## 8. แนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กร

- 8.1 เป้าหมาย/วัตถุประสงค์ของการสื่อสารคืออะไร (แจ้งทราบ ให้ความรู้ ฯลฯ)
- 8.2 กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร (Target) เช่น ภายใน, ภายนอกชุมชน, สาธารณชน, สื่อมวลชน ฯลฯ
- 8.3 ใช้เครื่องมืออะไร (Channel / Media) เลือกสื่อที่จะใช้งานให้เหมาะสม
- 8.4 สื่อสารเรื่องอะไร (Key Messages)

## 9. กำหนดวัตถุประสงค์

9.1 กลุ่มเป้าหมาย (ภายในองค์กร หรือ ภายนอกองค์กร) ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม  
พฤติกรรมที่เปิดรับข่าวสาร ทศนคติและการรับรู้เดิมของกลุ่มเป้าหมาย

9.2 ทิศทางของผลที่ต้องการจากการปฏิบัติตามแผนประชาสัมพันธ์

- การควบคุม (Control)
- การปรับตัวเข้าหากัน (Adaptability)

9.3 ระดับผลที่ต้องการจากการปฏิบัติตามแผนประชาสัมพันธ์

- การได้รับข่าวสาร
- การจดจำข่าวสาร
- การยอมรับ เชื่อตามข่าวสาร
- ความรู้สึกทัศนคติที่เกิดขึ้น หรือที่เปลี่ยนแปลง
- การแสดงออกทางพฤติกรรม

## 10. ทำความรู้จักกลุ่มเป้าหมาย

- ประเภทกลุ่มเป้าหมาย (หลัก/รอง)
- การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

10.1 ลักษณะทางประชากร (เช่น อายุ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ภูมิภาค รายได้ ฯลฯ)

10.2 ลักษณะทางจิตวิทยา (ค่านิยม รสนิยม วิถีชีวิต)

10.3 ลักษณะทางพฤติกรรมการสื่อสาร (ประเภทสื่อที่นิยมใช้ ช่วงเวลาการใช้สื่อความถี่ในการใช้สื่อ สถานที่ที่นิยมใช้)

## 11. การสร้างสรรค์ "สาร"

11.1 ต้องเหมาะสมกับ 3Cs คือ Customer (กลุ่มเป้าหมาย), Content (เนื้อหา) และ Chanel (ช่องทางการสื่อสาร)

11.2 ควรมี 3E-MU คือ Entertain, Educate, Engage, Meaningful และ Unique

## 12. การประเมินผลการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

12.1 การเปิดรับ / ได้รับ / เข้าถึงสื่อ (Exposure)

12.2 การเปลี่ยนแปลงหลังการเปิดรับสื่อ

- ความสนใจ (Attention)
- การรับรู้ (Awareness) เกิด Impression
- ความรู้ / ความเข้าใจ (Knowledge)
- เน้นย้ำ / สร้าง / เปลี่ยน ทศนคติ (Reinforce/Changing Attitude)
- ตอกย้ำพฤติกรรมที่ดี/ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเดิม/สร้างพฤติกรรมใหม่ (Reinforce / Modify /

Planned Behavior)

## 13. การสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จ (สูตร A to F) ดังนี้

- Accuracy ความถูกต้อง
- Brief สั้นกระชับตรงประเด็น
- Clarity ชัดเจน
- Direct to the target ตรงกลุ่มเป้าหมาย
- Easy เข้าใจง่าย
- Feedback ใส่ใจผลตอบกลับ