บทที่ ๑๑

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวางและมีวิธีการดำเนินงานมากมายหลายรูปแบบด้วยกัน การวางแผนงานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะเป็นการตัดสินใจไว้ล่วงหน้าว่าจะทำอะไร อย่างไร ทำเมื่อใด ที่ไหน และใครเป็นผู้กระทำบ้าง การวางแผนจึงเปรียบเสมือนเป็นสะพานที่เชื่อมโยงระหว่างปัจจุบันไปสู่อนาคตตามที่ต้องการ ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์นั้น มีองค์ประกอบที่สำคัญที่ควรนำมาพิจารณาอยู่ ๕ ประการด้วยกันคือ

๑. วัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์จะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่แน่นอน ทั้งนี้เพื่อผู้ปฏิบัติงานจะได้ทราบว่าตนกำลังทำอะไรอยู่ และกำลังทำเพื่ออะไร ความสำเร็จของการวางแผนนี้ขึ้นอยู่กับการคาดคะเน มีตัวเลขและสถิติต่างๆ ในอดีตเข้ามาช่วย

๒. วิธีดำเนินงาน เพื่อประโยชน์สำหรับผู้ปฏิบัติงานจะได้ทราบว่าตนจะต้องทำงานอะไรบ้าง มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องใด และจะต้องทำในช่วงเวลาใด การงานจึงจะดำเนินไปอย่างดีมีประสิทธิภาพ

๓. ผู้รับผิดชอบการดำเนินงาน ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์จะต้องมีผู้ควบคุมนโยบายให้การทำงานบรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ผู้ที่รับผิดชอบในนโยบายเป็นบุคคลที่มีความสำคัญมาก จะต้องเป็นผู้ที่มีความรอบรู้ในการทำงานเป็นอย่างดี รู้ว่าหากมีปัญหาต่างๆ เกิดขึ้นจะแก้ปัญหานั้นๆ ให้ดำเนินไปได้อย่างไร

๔. การกำหนดมาตรฐาน การกำหนดมาตรฐานในการทำงานเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างหนึ่ง ในการประชาสัมพันธ์จะต้องมีการประเมินผลงานอยู่เสมอ งานได้บรรลุเป้าหมายในระดับใดจึงจะพอใจ หรือถึงระดับใดที่จะต้องมีการปรับปรุงเพื่อให้สามารถไปถึงเป้าหมายดังกล่าวได้

๕. บุคลากรและปัจจัยที่จำเป็น หมายถึง บุคคลผู้ร่วมทำงาน วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เงิน เวลาและ สถานที่ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ด้วย และการวางแผนก็จะต้องอาศัยสิ่งเหล่านี้มาพิจารณาประกอบ

ประโยชน์ของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์

ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่มีประโยชน์อยู่หลายประการ พอสรุปเป็นข้อๆ ได้ดังต่อไปนี้

๑. ช่วยให้ได้ทราบล่วงหน้าว่าจะต้องดำเนินงานในเรื่องใดบ้าง การดำเนินงานจะได้เป็นไปอย่างฉับไวและทันต่อเหตุการณ์

๒. เพื่อทุกคนในหน่วยงานจะได้ทราบนโยบายในการทำงาน การทำงานของแต่ละคนจะได้มีลักษณะประสานงานกัน ซึ่งจะช่วยให้บรรลุเป้าหมายได้ดีขึ้น

๓. เพื่อที่จะได้มีการกระจายกันทำงาน แต่ละคนมีความรับผิดชอบในงานของตน ได้มีโอกาสเรียนและศึกษางานอย่างเต็มที่ การทำงานก็จะเกิดผลดี

๔. เพื่อให้ได้รู้ว่าในการดำเนินงานจะต้องใช้อะไรบ้าง เช่น บุคคลากร อุปกรณ์ต่างๆ งบประมาณ ซึ่งจะช่วยให้มีการประหยัดและไม่มีการทำงานในลักษณะซ้ำซ้อนกัน

๕. ช่วยให้การตัดสินใจในการแก้ปัญหาต่างๆ เป็นไปอย่างรวดเร็วขึ้น เป็นการประหยัดเวลาในการบริหารงาน

๖. ช่วยให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบแผนงานหรือโครงการไว้ล่วงหน้า เพื่อที่ผู้ที่เกี่ยวข้องอาจเสนอโครงการต่างๆ เพิ่มเติม โดยมีลักษณะสอดคล้องกับโครงการประชาสัมพันธ์เดิม

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นเป็นอย่างยิ่ง และทำให้การทำงานของหน่วยงานบรรลุเป้าหมาย

ประเภทของแผนงานประชาสัมพันธ์

ในการแบ่งประเภทของแผนงานประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่หลายหลักการด้วยกัน เช่นหลักของช่วงเวลาในการดำเนินงานตามแผน หลักขนาดและความสำคัญของแผน ฯลฯ

๑. <u>หลักของช่วงเวลาในการดำเนินงานตามแผน</u> โดยกำหนดเป็น ๓ ระยะคือ แผนระยะสั้น แผนระยะกลาง และ แผนระยะยาว

ก. <u>แผนระยะสั้น</u> ได้แก่แผนงานประจำปี แผนปฏิบัติการ ๒ หรือ ๓ ปี และแผนชั่วคราว ซึ่งอาจจะเป็นแผนชั่วระยะเพียงไม่กี่เดือน เป็นแผนในกรณีฉุกเฉิน หรือกรณีพิเศษต่างๆ แผนงานประชาสัมพันธ์เหล่านี้มักมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินงาน งบประมาณ การใช้ทรัพยากรและสื่อต่างๆ รวมทั้งมีการกำหนดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะได้รับความสะดวกที่สุดในการดำเนินงาน ทั้งนี้ยกเว้นกรณีการประชาสัมพันธ์กรณีฉุกเฉินพิเศษ อาจจะมีรายละเอียดไม่ครบ

ข. <u>แผนระยะกลาง</u> มักจะเป็นแผนการประชาสัมพันธ์ให้แก่งานบางประเภท ซึ่งมีความมั่นคงและมีการดำเนินงานแน่นอนสม่ำเสมออยู่แล้ว การดำเนินแผนงานประชาสัมพันธ์อาจต้องใช้เวลา ๕ ถึง ๑๐ ปีขึ้นไป แผนเหล่านี้จะกำหนดนโยบายและแนวทางดำเนินงานเพื่อที่จะให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างไม่ละเอียดนัก แต่ก็พอเป็นแนวทางให้สามารถดำเนินงานได้อย่างชัดเจนพอควร แผนนี้ยังต้องมีการปรับปรุงขั้นตอนและรายละเอียดให้เหมาะสมต่อสภาพแวดล้อมในอนาคตอันใกล้ให้เหมาะสมดียิ่งขึ้น

ค. <u>แผนระยะยาว</u> เหมาะสำหรับการใช้เวลาดำเนินการประมาณ ๑๐ ปีขึ้นไป จึงจำเป็นต้องทำเป็นแผนกว้างๆ พยายามกำหนดเป้าหมายใหญ่ๆ บางอย่างเท่าที่พอกำหนดล่วงหน้าได้ เช่น จำนวนประชากรของประเทศไทย รายได้ของประเทศ ฯลฯ เป็นต้น สำหรับแผนระยะยาวนี้การประชาสัมพันธ์ยังไม่มีการดำเนินการกันแพร่หลายนัก แม้ในการสัมมนาการทางวิชาการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ซึ่งได้ประชุมมาแล้วถึง ๓ ครั้ง ก็ได้มีการเรียกร้องให้มีการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ของชาติ ซึ่งหมายถึงโครงการหรือแผนการระยะยาวนี้ขึ้นด้วย

๒. <u>หลักขนาดและความสำคัญของแผน</u> โดยการวางแผนการประชาสัมพันธ์ อาจจะเริ่มจากขนาด ชนิด ประเภทสิ่งของที่จะประชาสัมพันธ์ โดยพิจารณาว่าจะให้งบประมาณสักเท่าใด หรือจะเน้นหนักไปทางไหน มากน้อยเพียงใด การแบ่งโดยถือระดับของแผนงานตามขนาดและความสำคัญนี้ อาจแบ่งขั้นตอนเรียกได้ดังนี้ คือ

แผนงาน
โครงการชุดหรือโครงงาน
โครงงานย่อย
โครงการ
โครงการย่อย
งาน
กิจกรรม

การแบ่งประเภทของแผนงานประชาสัมพันธ์โดยยึดหลักในเรื่องของระดับของแผนตามขนาดและความสำคัญเป็นหลักนี้ จะให้ความสำคัญของหน่วยงานต่างๆ ลดหลั่นลงตามลำดับ

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์มีทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และ ระยะยาว

ลำดับขั้นตอนของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์

ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์อาจแบ่งขั้นตอนออกได้เป็น ๒ ขั้นด้วยกันคือ ขั้นตอนที่ ๑ คือการวางแผนงานบริหารทั่วไป ขั้นตอนที่ ๒ คือการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ทั่วไป ซึ่งจะได้กล่าวในรายละเอียดต่อไป

ขั้นตอนที่ ๑ การวางแผนงานบริหารทั่วไป แบ่งออกได้เป็น ๓ ระยะด้วยกันคือ

ก. ก่อนมีโครงการ ให้ดำเนินงานในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

๑. ศึกษาสภาพแวดล้อมและเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อให้ได้ทราบถึงปัญหาหรือความต้องการต่างๆ ของหน่วยงาน และ บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงาน

๒. ตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ โดยเป็นเป้าหมายและวัตถุประสงค์อย่างกว้างๆ และจะต้องสอดคล้องกับข้อ ๑

๓. หาวิธีการแก้ไขโดยการใช้วิธีการต่างๆ อย่างสังเขป วิเคราะห์วิธีการต่างๆ ทั้งข้อดีและข้อเสียพร้อมทั้งแนวทางแก้ไข และเลือกวิธีการที่เห็นว่าดีที่สุด

ข. การวางโครงการ โดยการดำเนินงานต่อจากระยะก่อนมีโครงการดังต่อไปนี้

๔. ทำโครงการของวิธีที่ดีที่สุด โดยเน้นถึงเรื่อง เป้าหมาย ผู้รับผิดชอบ โดยมีการแบ่งงานและจัดวางรูปงาน หลังจากนั้นให้จัดโครงการละเอียดโดยเน้นในส่วนสำคัญที่เกี่ยวกับ กำลังคน วัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ตารางเวลาปฏิบัติงาน งบประมาณที่ต้องใช้ในการดำเนินโครงการ หน่วยงานที่จะรับผิดชอบดูแลผลงานตามโครงการ

๕. เสนอเพื่อพิจารณาโครงการ

๖. เสนอของบประมาณและอาจจะต้องมีการแก้ไขโครงการบ้าง เพื่อความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ค. การปฏิบัติงานตามโครงการและประเมินผล โดยการดำเนินงานต่อจากระยะการวางโครงการดังต่อไปนี้

๗. การเสนองานตามโครงการ โดยมีการดำเนินงานตามแผนที่ได้วางไว้ โดยมีการควบคุมการดำเนินงานอย่างเคร่งครัด

ขั้นตอนที่ ๒ การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ทั่วไป

นอกจากการประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจหรือกรณีฉุกเฉินพิเศษแล้ว การวางแผนงานเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ทั่วไปแล้ว มักนิยมที่จะแบ่งขั้นตอนต่างๆ ของการประชาสัมพันธ์ออกได้ดังนี้ คือ

๑. ศึกษาความจำเป็นและเหตุผล เพื่อให้ได้ทราบถึงปัญหาและความต้องการที่แท้จริงขั้นต้นเสียก่อน ว่าประชาชนหรือสมาคมของหน่วยงานนั้นๆ มีปัญหาและความต้องการในเรื่องใด มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการจัดตั้งชื่อกิจกรรมหรือโครงการขึ้น

ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์นั้น ไม่ใช่เป็นการแก้ปัญหาในระยะสั้นๆ หรือแก้เหตุการณ์เฉพาะหน้าเท่านั้น หากแต่ควรวางแผนระยะกลางไว้เพื่อเตรียมรับสถานการณ์ล่วงหน้า ในแง่ของการประชาสัมพันธ์มักจะพบอยู่เสมอว่า เมื่อเราวางแผนงานขั้นต้นนี้เสร็จแล้ว ในระยะต่อๆ ไปอาจจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงให้ดีขึ้นในแต่ละขั้นตอนต่อไป

๒. กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ หรือ เป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่กะทัดรัดชัดเจน ระบุถึงผลงานที่ได้รับในอนาคต เพื่อความสะดวกในการประเมินผล โดยมีการพิจารณาจากความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้ประกอบด้วย เช่น

ก. การแสวงหาความสัมพันธ์และความร่วมมือร่วมใจจากประชาชน โดยการสร้างความคุ้นเคยให้มากๆ ยิ่งขึ้น

ข. การป้องกันและแก้ไขการเข้าใจผิด ซึ่งทำให้เกิดความขัดแย้ง ความเคลือบแคลงสงสัย ความไม่ถูกต้องคลาดเคลื่อน ตลอดจนข่าวลือหรือการให้ร้ายป้ายสีต่างๆ

ค. การเสริมสร้างชื่อเสียงและเกียรติคุณ โดยการสร้างความนิยมเชื่อถือ ความเลื่อมใสศรัทธา โดยการสร้างคุณงามความดี เสถียรภาพและความมั่นคงของกิจการ

ง. การธำรงรักษาความสัมพันธ์อันดีที่ได้สร้างไว้ อาจทำได้ในรูปของโครงการต่างๆ เพื่อประโยชน์ของส่วนรวมและประชาชนโดยทั่วไป

จ. เพื่อส่งเสริมอิทธิพลที่ใช้ในการจูงใจประชาชนให้เกิดความเชื่อถือและศรัทธา มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน ซึ่งจะมีผลทำให้กิจการของหน่วยงานได้รับการสนับสนุน

มากๆ ยิ่งขึ้นไป

๓. <u>เผยแพร่แนวความคิดขั้นต้น</u> โดยการเผยแพร่แนวความคิดออกไปทางสื่อต่างๆ เพื่อทดสอบท่าที ปฏิกริยา เสียงวิจารณ์ต่างๆ ที่สะท้อนกลับมาว่าประชาชนหรือผู้เกี่ยวข้องมีทัศนคติอย่างไรต่อหน่วยงานและการดำเนินงานของหน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อพิจารณาการปรับปรุงแก้ไขแผนงานของเราให้ถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงควรระวังอย่าให้ผ่านขั้นตอนนี้ไป ถ้าหวังจะให้แผนงานประชาสัมพันธ์ประสบผลดีที่สุด

๔. <u>ศึกษา สำรวจ และวิจัยเพิ่มเติม</u> ปัญหาต่างๆ บางเรื่องบางสถาบันหรือหน่วยงานอาจมีลักษณะคล้ายกันบ้าง แต่ส่วนใหญ่แล้วรายละเอียดมักจะแตกต่างกันเสมอ และในการวางวัตถุประสงค์ นโยบาย หรือเป้าหมายใดๆ ควรจะได้ทำการศึกษาและวิจัยโดยเฉพาะเรื่อง เฉพาะกรณี หรือเฉพาะโครงการนั้นๆ ด้วย

การศึกษา สำรวจ และวิจัยสถานการณ์ต่างๆ นั้นมีความสำคัญสำหรับการดำเนินงานทุกอย่าง ช่วยให้ได้ทราบความรู้สึกนึกคิดของประชาชนส่วนใหญ่ ทำให้มีหลักฐานข้อมูลที่สามารถเรียกร้องการสนับสนุนหรือเห็นชอบจากฝ่ายผู้บริหารได้ ผู้ดำเนินงานตามแผนงานนี้ก็สามารถค้นพบปัญหาที่ซ่อนเร้นหรือสิ่งที่จะเป็นอันตรายต่อเสถียรภาพ และความมั่นคงของหน่วยงาน ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ซึ่งอาจเกิดจากความเข้าใจผิด อันอาจจะกลายเป็นประชามติต่อไป

การศึกษาวิจัยนี้ยังช่วยให้ทราบว่าผู้ใดหรือกลุ่มใดทำให้เกิดประชามติ กลุ่มอิทธิพลนี้อาจจะเป็นหัวหน้าคนงาน สื่อมวลชน หรือ กลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ กลุ่มประชามติที่ได้กล่าวมานี้จะมีทั้งผู้สนับสนุนและผู้ที่คัดค้าน สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินแผนงานประชาสัมพันธ์ได้แก่สิ่งต่อไปนี้ คือ

ก. ทัศนคติ ท่าทีความรู้สึก สภาพจิตใจ และพฤติกรรมของบุคคลในหน่วยงานและประชาชนโดยทั่วไป

ข. สภาพทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และความก้าวหน้าทางวิทยาการต่างๆ

ค. สภาพของขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และจริยธรรมของบุคคลในสังคม

ง. สภาพของความเชื่อถือ อุดมการณ์ ค่านิยม ของบุคคลในสังคม

จ. โอกาสและช่องทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อโน้มน้าวจิตใจของ

มวลชน ให้เปลี่ยนแปลงไปตามแผนงานประชาสัมพันธ์ที่ได้กำหนดไว้

๕. รวบรวมข้อมูล เป็นการรวบรวมแนวความคิด รายละเอียดต่างๆ ตลอดจนตัวเลข ที่ได้จากการศึกษาวิจัยเอามาจัดเป็นหมวดหมู่ โดยแยกตามประเภทของปัญหา เพื่อสะดวกต่อการพิจารณาวางแผนดำเนินการแก้ปัญหานั้นๆ ต่อไป เป็นการป้องกันมิให้มีการหลงลืม ตกหล่น หรือผิดพลาด

๖. พิจารณาวิเคราะห์ปัญหาเป้าหมาย ภายหลังจากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลมาพร้อมแล้ว ก็จะต้องนำข้อมูลและปัญหาเหล่านั้นมาวิเคราะห์ มีการระดมกระแสความคิดในที่ประชุมของหลายๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป

๗. ปรับปรุงนโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมายอีกครั้ง ภายหลังจากที่ได้นำข้อมูลมาร่วมกันวิเคราะห์ วิจารณ์แล้ว ก็จะต้องเริ่มมองหาวิธีการแก้ไขปรับปรุงนโยบาย วัตถุประสงค์และเป้าหมายนั้นอีกครั้ง หาวิธีการที่จะดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย พิจารณาในรายละเอียด เลือกแนวทางปฏิบัติเพื่อบรรลุผลสำเร็จตามนโยบาย เป้าหมายไว้หลายๆ ทาง อย่าด่วนปิดทางเลือกหรือแนวความคิดต่างๆ เร็วเกินไป อย่าคิดว่าแนวทางนั้นทำไม่ได้หรือแนวความคิดนี้ก็ทำไม่ได้ ด้วยคิดอย่างผิวเผินแล้วว่าคิดขัดอย่างโน้นอย่างนี้ ควรเปิดช่องทางเลือกปฏิบัติให้กว้างเข้าไว้ก่อนจะดีกว่า ค่อยๆ ศึกษาพิจารณาหาข้อมูลเพิ่มเติมอีกก็ยังได้ หาทางแก้ไข ปรับปรุงนโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมายให้ดีที่สุด

มีข้อน่าพิจารณาเกี่ยวกับการหาวิธีการแก้ไข เพื่อปรับปรุงนโยบายในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวนั้น อาจทำได้โดยมองหาแนวทางเลือกวิธีอื่นๆ ที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ ซึ่งอาจจะแบ่งย่อยออกไปได้ดังนี้คือ

ก. การหาทางเลือกต่างๆ ไว้ให้กว้างขวางก่อน ทั้งนี้เพราะว่าปัญหาหนึ่งๆ อาจมีวิธีแก้ได้ตั้งหลายวิธี ดังนั้นจึงควรหาให้พบเสียก่อนว่าวิธีการแก้ปัญหาที่เราดำเนินอยู่นั้นจะมีทางใดให้เลือกดำเนินการได้บ้าง

ข. การวิเคราะห์ทางเลือกต่างๆ โดยพิจารณาจากข้อดีและข้อเสีย รวมทั้งวิธีการแก้ไขด้วย ผลบางอย่างอาจคิดเป็นตัวเลขไม่ได้แต่มีผลทางจิตใจ

ค. เลือกวิธีการที่ดีที่สุดในการวางแผนประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้บังคับบัญชาได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ควรเสนอหนทางที่ดีๆ หลายๆ ทาง พร้อมทั้งชี้แจงข้อเสียของแต่ละทางให้ผู้บังคับบัญชาได้รับทราบด้วย

๘. วางแผนโครงการ เมื่อเลือกวิธีการที่ดีที่สุดได้แล้วจึงเริ่มสร้างแผนการดำเนินงาน กำหนดแนวทางปฏิบัติว่าเราควรทำอย่างไรบ้าง จึงจะแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการนั้นๆ ได้เป็นผลดีที่สุด สิ่งที่จะต้องทำแบ่งออกเป็น ๘ ประการด้วยกันคือ

ก. กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย ในขั้นการวางแผนโครงการนี้ จะต้องกำหนดสิ่งต่างๆ ดังกล่าวนี้ให้ชัดเจน โดยทั่วไปนโยบายเป้าหมายในขั้นนี้จะต้องกำหนดเป็นผลงานที่สามารถวัดตรวจสอบได้ จึงควรกำหนดเป้าหมายเป็นตัวเลขจำนวนเท่านั้นเท่านี้ หรือเสียงประชามติระดับสูงเท่านั้นเท่านี้เปอร์เซ็นต์ ฯลฯ เป็นต้น การกำหนดเป้าหมายนี้ ควรกำหนดหลักการและทฤษฎีที่จะดำเนินงานควบคู่กันไปให้ชัดเจนด้วย

ข. ควรจะต้องกำหนดกลุ่มชนเป้าหมายไว้ด้วย ว่าแผนงานโครงการของเรานั้นจะมุ่งสัมผัสโดยตรงกับกลุ่มชนกลุ่มใดเป็นอันดับแรกและรองๆ มาตามลำดับ หรือทั้งหมดทุกกลุ่มอย่างไร

ค. กำหนดโครงร่าง วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หัวข้อ เนื้อเรื่องที่จะดำเนินการเผยแพร่ ตลอดทั้งคำขวัญ คำพูด เครื่องหมาย สัญญลักษณ์ เพื่อกระตุ้นเร่งเร้าเรียกร้องความสนใจ ทำให้เกิดความประทับใจและเกิดความคิดใคร่ครวญ

ง. ระบุผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติตามโครงการนั้นๆ ไว้ให้ชัดเจนว่าใครเป็นหัวหน้าโครงการ ผู้รับผิดชอบ พร้อมทั้งจะต้องกำหนดหน่วยงาน และผู้ควบคุมการดำเนินงานที่จะรับผิดชอบโครงการด้วย

จ. จัดทำโครงการรายละเอียด ในลักษณะของโครงการปฏิบัติได้เลย ซึ่งจะแตกต่างกับขั้นตอนของการวางแผนงานทั่วไป คือจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญต่อไปนี้รวมอยู่ด้วยคือ การกำหนดบุคคลากรและเจ้าหน้าที่ประจำสายงานต่างๆ ของโครงการนี้ กำหนดวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จำเป็นในการดำเนินโครงการนี้ กำหนดตารางเวลาการปฏิบัติงานไว้ด้วยว่า งานส่วนไหนจะเริ่มและเสร็จเมื่อใด มีตารางปฏิบัติงานเพื่อปฏิบัติและตรวจสอบได้โดยสะดวก กำหนดเงินงบประมาณและค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการ

ดำเนินโครงการ จะต้องใช้เงินจำนวนเท่าใดในช่วงเวลาใด และจะหาเงินได้จากแหล่งใด แน่นอนเป็นต้น กำหนดสถานที่ที่จะดำเนินโครงการไว้ด้วยว่าจะเริ่มจากที่ไหนถึงที่ไหน หรือมีขอบข่ายของโครงการอย่างไร มีการกำหนดสื่อด้วยว่าจะใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนใดบ้างในโครงการนั้น จะทำการเผยแพร่ทางใดบ้าง เช่นทางโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ต่างๆ สไลด์หรือภาพยนตร์โฆษณาในโรงภาพยนตร์ เอกสารเผยแพร่ ฯลฯ เป็นต้น และแม้ว่าจะเป็นสื่อประเภทเดียวกัน ก็จะต้องพิจารณาด้วยว่าหนังสือพิมพ์ฉบับใดจะเหมาะสมหรือให้ผลดีกว่า มิใช่ส่งไปลงหมดทุกฉบับอย่างไม่มีความหมาย ซึ่งจะเป็นการสิ้นเปลืองและไม่คุ้มค่า

๔. <u>กำหนดยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์</u> คือการวางแบบแผน จัดขบวนการหรือสิ่งแวดล้อมในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วยเทคนิค รายละเอียดของวิธีการ ตลอดจนขั้นตอนของวิธีดำเนินการที่จะนำมาใช้ให้สัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายของแผนการประชาสัมพันธ์นั้นๆ ยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์นี้อาจใช้ได้หลายทางด้วยกันคือ

ก. ใช้สอดแทรกในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ การใช้ระดับนี้เป็นการแสดงถึงวิถีทางของแผนงานที่สมบูรณ์ ของแต่ละขั้นตอนของแผนหรือหมวดหมู่ของขั้นตอนต่างๆ ในแผนงานนั้นๆ

ข. ใช้เพื่อการดำเนินงานให้เกิดแนวทางพฤติกรรมของกลุ่มมวลชนและผู้ดำเนินการ ใช้เป็นแบบฉบับสำหรับการดำเนินงานในบางส่วนบางตอนได้

ค. ใช้ยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์ เพื่อวางแนวสำหรับการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ดำเนินการ หรือระบบการดำเนินการทั้งหมด เพื่อให้สื่อต่างๆ รวมทั้งบุคคลากรได้รับประโยชน์สัมฤทธิ์ผลสมความมุ่งหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์

ยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์เป็นกลวิธีที่ช่วยให้การประชาสัมพันธ์ตามแผนการที่วางไว้บรรลุตามเป้าหมาย เป็นการใช้ "ศาสตร์" ควบคู่ไปกับ "ศิลป์" ของการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ ที่ได้มีกำหนดไว้ในแต่ละขั้นตอน แต่ละครั้งนั้นได้ การดำเนินยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ ที่ใช้กันอยู่ได้แก่

๑. <u>การเผยแพร่ข่าวสาร</u> ได้แก่การกำหนดกลวิธีว่าในการเผยแพร่จะเผยแพร่ด้วยข่าว บทความ หรือกิจกรรม. หรือจะใช้สื่อในรูปของ ใบปลิว โปสเตอร์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ จำนวนเท่าใด วันเวลาใด เริ่มวันไหน อย่างไร ช่วงระยะเวลาไหนที่จะเน้น หรือให้ถี่ในระยะเวลาใด ตลอดจนเมื่อใกล้วันเริ่มงาน จะต้องมีการให้ข่าวเพื่อจูงใจ โน้มน้าว ชักจูงกลุ่มชนเป้าหมายกลุ่มต่างๆ โดยพิจารณาถึงช่องทางสื่อสาร ชนิดประเภท จำนวน วันเวลา เป็นต้น

๒. <u>การโน้มน้าวจิตใจหรือการจูงใจ</u> ได้แก่การวางแผนว่าจะชักจูงหรือโน้มน้าวจิตใจของประชาชนให้เห็นคล้อยตามเป็นขั้นตอนอย่างไร ช่วงระยะเวลาไหน เหมาะกับเรื่องอะไร ช่องทางหรือสื่อสารใดจะเปิดให้บ้าง รวมทั้งการพิจารณาด้วยว่าจะใช้คำพูด ข้อเขียน การดำเนินงานอย่างไรจึงจะเหมาะสมที่สุด

๓. <u>ความคิดคำนึงและไตร่ตรอง</u> ในการประชาสัมพันธ์นั้น การคิดไตร่ตรองทบทวน ถึงเหตุการณ์ที่จำเป็น ตลอดจนอุปสรรคที่ต้องเผชิญอยู่ตลอดเวลาของการดำเนินงาน นับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพราะบางครั้งสภาวะแวดล้อมและเหตุการณ์ ทำให้ต้องหยุดคิดคำนึงถึงแผน บางครั้งการดำเนินการประชาสัมพันธ์ต้องหยุดหรือนิ่งลงชั่วคราวจะดีกว่าการดำเนินประชาสัมพันธ์ต่อไป การหยุดนิ่งไม่โต้ตอบในบางเรื่องถือว่าเป็นยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์ เพราะการโต้ตอบทุกครั้งและทุกเรื่องอาจจะมีผลดีมากกว่าผลเสีย การนิ่งเพื่อให้เกิดความเข้าใจในทางที่ดีต่อกัน หรือเกิดความร่วมมือประสานงานในการดำเนินการใดๆ ในบางครั้งเป็นเรื่องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่ตระหนักแก่ใจของประชาชนแล้วก็ไม่จำเป็นต้องโต้ตอบหรือทำการใดๆ อันอาจจะมีลักษณะการกระทำที่เกินแก่ความจำเป็นหรือเกินกว่าเหตุก็ได้

หลักการวางแผนที่ดีสำหรับการประชาสัมพันธ์

หลักการวางแผนที่ดีสำหรับการประชาสัมพันธ์มีข้อๆ ดังต่อไปนี้

๑. แผนที่ดีจะต้องมีการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ชัดเจน เข้าใจง่าย มีลักษณะเฉพาะเจาะจง สามารถนำไปปฏิบัติได้ง่าย

๒. ต้องเป็นแผนที่นำทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ไปใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า มีการกำหนดการใช้บุคคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนมีการกำหนดเวลาและสถานที่ไว้ในแผนอย่างชัดเจนและถูกต้อง

๓. ต้องมีข้อกำหนดเกี่ยวกับการควบคุมงานตามแผนที่ได้วางไว้ มีเกณฑ์ต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้ตรวจสอบผลงานต่างๆ ให้ถูกต้องตามมาตรฐานที่ได้วางไว้

๔. ต้องคำนึงถึงสื่อมวลชนที่นำมาใช้อย่างรอบคอบ ความสำเร็จหรือล้มเหลวนั้นขึ้นอยู่กับความเอาใจใส่ของผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบนั่นเอง

๕. การวางแผนงานที่ดี จะต้องคำนึงถึง ปัญหา อุปสรรค และผลเสียต่างๆ ด้วย มิใช่หวังแต่จะได้เพียงอย่างเดียว

๖. แผนงานที่ดีควรให้ผู้ร่วมงานทุกระดับได้มีส่วนร่วมในการพิจารณาวางแผนงานด้วยตามความเหมาะสม โดยจำเป็นต้องครอบคลุมถึงบุคคลหรือหน่วยงานหลายฝ่ายร่วมกัน

๗. ต้องมีข้อมูลต่างๆ อย่างเพียงพอ สำหรับการวางแผนการประชาสัมพันธ์ การประเมินผลหรือคุณค่าของงานต่างๆ นั้นอาจจะไม่สามารถวัดได้เป็นตัวเลขเหมือนแผนงานบริหารอื่นๆ ทั่วไป

๘. เพื่อผลดีในการปฏิบัติ รายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับแผนงานควรจัดทำเป็นเอกสารแจกจ่ายผู้เกี่ยวข้องได้ทราบโดยทั่วกัน เพื่อที่จะได้ให้ความร่วมมือได้ถูกต้อง

๙. นักวางแผนงานควรฝึกตนเองให้เป็นนักคิด วางแผนและฝึกการปฏิบัติตามแผนจนเป็นนิสัยจนกระทั่งเกิดความชำนาญ

๑๐. องค์ประกอบที่สำคัญยิ่งของการวางแผนที่ดีคือการยึดหลักการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง มีการประเมินผลงานเพื่อปรับปรุงแผนงานที่วางไว้นั้นให้สมบูรณ์ขึ้นเสมอ จนมีลักษณะเป็นวงจรหมุนเวียน

ข้อควรคำนึงสำหรับผู้วางแผนการประชาสัมพันธ์

ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้ คือ

๑. คนและสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ภาวะแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ภาวะทางเศรษฐกิจ บรรยากาศทางการเมือง สังคม ค่านิยม วัฒนธรรม ศาสนา ประชาชน ความเชื่อถือ ฯลฯ

๒. ปัญหาทั้งภายในและภายนอกของหน่วยงานที่เกิดขึ้น จะต้องได้รับการแก้ไขให้หมดสิ้นไป

๓. มีการตรวจสอบดีกรีของความสำเร็จ(DEGREE OF SUCESS) ที่ตั้งไว้ว่าเหมาะสมหรือไม่ มากหรือน้อยเกินไปหรือไม่

๔. วิธีการและเครื่องมือที่ใช้อยู่มีสภาพดี และการใช้มีประสิทธิภาพหรือไม่

๕. การดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ทำอยู่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบ้างหรือไม่ และมีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางใด

๖. จะต้องมีการศึกษาหาข้อมูลและการประเมินผลเพิ่มเติม เพื่อการปรับปรุงขั้นตอนต่างๆ หลายครั้ง เพื่อให้ได้ความถูกต้องมากที่สุดในการปฏิบัติงาน

๗. จะต้องนำเอาสื่อมวลชนต่างๆ เข้ามาช่วย โอกาสของการผันแปรมีอยู่มาก ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องวางแผนให้รัดกุมเป็นพิเศษ จึงจะเกิดผลดีตามเป้าหมาย

การนำสื่อมวลชนเข้ามาช่วย ทำให้การประชาสัมพันธ์ทำได้ง่ายขึ้น

ข้อห้ามในการวางแผนการประชาสัมพันธ์

ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์จะต้องไม่วางแผนหรือดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้มีลักษณะดังต่อไปนี้

๑. หวังผลในการวางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยต้องการเห็นผลในฉับพลันทันทีทันใด

๒. มีหลักเกณฑ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือนโยบายในระดับสูง

๓. การวางแผนให้มีลักษณะสูง-ต่ำ หรือกว้างจนเกินไป ขาดเป้าหมายที่ชัดเจนจนไม่สามารถดำเนินการต่างๆ ได้ หรือไม่ได้ผล

๔. ขาดการคำนึงถึงผลสะท้อนหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยทางตรงหรือทางอ้อมโดยที่ไม่คาดคิดมาก่อน

๕. ขาดการคำนึงถึงหลักการวางแผนงาน ปริมาณค่าใช้จ่ายทั้งหมดไม่สัมพันธ์กับผลที่จะได้รับ

๖. วัดผลงานประชาสัมพันธ์จากการปริมาณการขายหรือกำไรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง ทั้งนี้เพราะผลของการประชาสัมพันธ์นั้นยังรวมถึง การสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน เกียรติยศ ความเชื่อถือ ความเลื่อมใสและศรัทธา ความนิยมรักใคร่ ความซาบซึ้งในความซื่อสัตย์สุจริต และสถานะอันสูงเด่นของหน่วยงาน ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่วัดได้ยากมาก

๗. การหลงคิดว่า อำนาจ อิทธิพล เงินและความมั่งคั่ง จะซื้อความเลื่อมใสศรัทธาและทุกสิ่งทุกอย่างได้จากประชาชน

การตรวจสอบแผนงานประชาสัมพันธ์

เพื่อความสะดวกในการติดตามตรวจสอบแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ตามลำดับขั้นตอนต่างๆ ที่ได้วางแผนการดำเนินไว้นั้น เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาปรับปรุงในรายละเอียดแต่ละด้าน ในแต่ละครั้งอาจจะจัดทำแบบตรวจสอบแผนงานขึ้น โดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

ก. <u>รายละเอียดในแต่ละหัวข้อ</u> ในรายละเอียดแต่ละหัวข้อของขั้นตอนของกิจกรรม ควรจะต้องแสดงสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้ คือ

๑. <u>การดำเนินงาน</u> จะต้องมีช่องต่างๆ ได้แก่ วันเดือนปี วิธีและสถานที่ดำเนินงาน ผู้รับผิดชอบ

๒. <u>เป้าหมาย</u> ในแต่ละขั้นตอนของกิจกรรมคืออะไร

ข. <u>ขั้นตอนของกิจกรรม/โครงการ</u> ได้แบ่งหัวข้อต่างๆ ไว้ดังต่อไปนี้

๑. การศึกษาความจำเป็นและเหตุผล เพื่อให้รู้ปัญหาและความต้องการที่แท้จริง และมีการตั้งชื่อกิจกรรมนั้นด้วย

๒. กำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ โดยการแสวงหาความสัมพันธ์ร่วมมือร่วมใจ การป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิด การเสริมสร้างชื่อเสียงและเกียรติคุณ การรักษาความสัมพันธ์อันดี และการส่งเสริมอิทธิพลชักจูงใจให้สนับสนุนกิจกรรมที่กำลังดำเนินการอยู่

๓. การเผยแพร่แนวความคิดขั้นต้น โดยการหยั่งท่าทีและเลือกสิ่งเผยแพร่

๔. การศึกษา สำรวจ และวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ ทัศนคติ สถานภาพทางการเมือง สังคม เศรษฐกิจ โอกาส และข้อผิดพลาด

๕. การรวบรวมข้อมูลต่างๆ โดยการจัดลำดับ แยกหมวดหมู่ของข้อมูล

๖. การพิจารณาวิเคราะห์ปัญหา เป้าหมายในเรื่องที่เกี่ยวกับ สถานการณ์ ความสามารถของบุคคล เงิน และอุปกรณ์ต่างๆ

๗. ปรับปรุงนโยบาย วัตถุประสงค์และเป้าหมายอีกครั้ง โดยการเลือกหนทางอื่นๆ วิเคราะห์ทางเลือก และเลือกวิธีการที่ดีที่สุด

๘. การวางแผนโครงการ จัดทำได้โดยกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ กำหนดกลุ่มชนเป้าหมาย กำหนดโครงร่าง(THEMES) กำหนดผู้รับผิดชอบ หลังจากนั้นก็มีการกำหนดโครงการโดยกำหนด บุคคลากร วัสดุอุปกรณ์ ตารางเวลาการปฏิบัติงาน เงินงบประมาณ สถานที่ และสื่อที่จะใช้

๙. กำหนดยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์ โดยการแสดงวิถีทางของแผนงานที่สมบูรณ์ ดำเนินงานสร้างพฤติกรรมของกลุ่มมวลชน วางแนวการใช้เครื่องมือ ระบบดำเนินงานเพื่อใช้สื่อทั้งหมดได้เต็มที่ โดยการเผยแพร่ข่าวสาร การโน้มน้าวจิตใจ การจัดหน่วยงาน ความคิดคำนึงและใคร่ครวญ

๑๐. การประเมินผลโครงการอีกครั้ง โดยการตรวจสอบข้อมูล วัตถุประสงค์ นโยบาย หลักการ ทฤษฎี

๑๑. ทบทวนเหตุการณ์สภาวะแวดล้อม ทั้งเหตุที่คาดหมายและไม่ได้คาดหมาย หาทางแก้ไขเมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้น

๑๒. ตั้งปัญหาถามโครงการเกี่ยวกับเรื่อง ทำไม อะไร ที่ไหน เมื่อไร ใคร และอย่างไร โดยมีจุดมุ่งหมายขั้นตอนการดำเนินงาน จะใช้วิธีการใดประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อข้อความให้เหมาะสม

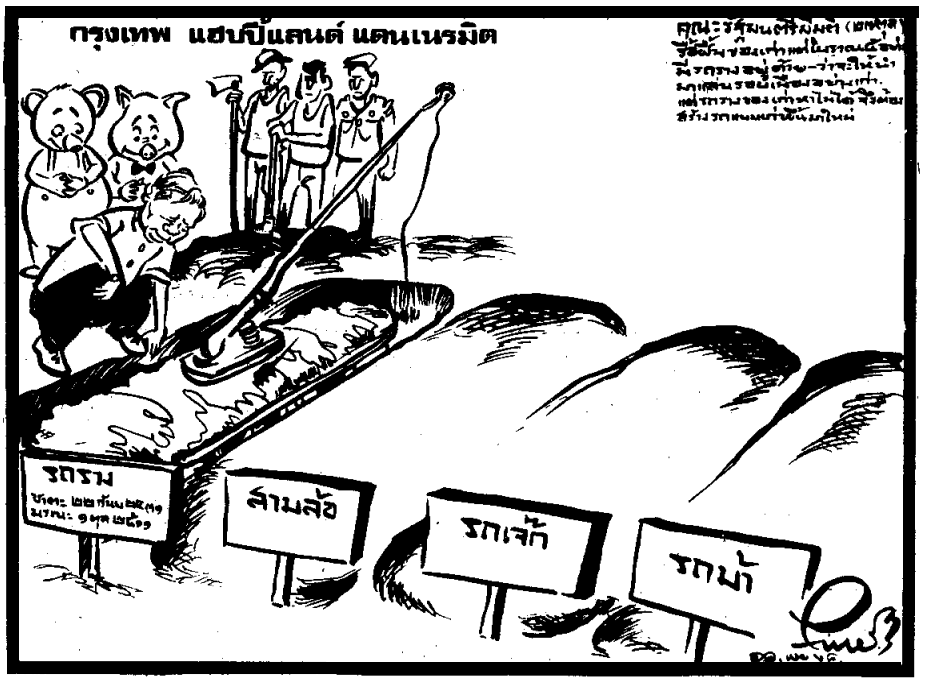
๑๓. กำหนดแผนเสริมหรือเปลี่ยนแปลงแผน โดยมีการกำหนดแผนที่ ๒ และ แผนที่ ๓ ตลอดจนแผนเสริม

๑๔. ตัดสินใจดำเนินการตามแผนงาน โดยต้องกำหนดการเริ่มงาน มีผู้ควบคุมการดำเนินงาน มีการตัดสินใจแก้ปัญหาต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นด้วยมาตรการที่เหมาะสม

๑๕. การประเมินผลขั้นสุดท้าย โดยการวางวัตถุประสงค์ในการประเมินผล กำหนดเกณฑ์(CRITERIA) ในการประเมินผลงาน ตรวจสอบความถูกต้องตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้เป็นระยะๆ การแปลข้อมูลให้ถูกต้อง ดูว่าได้ผลตรงตามเป้าหมายหรือไม่ มีความสำเร็จเป็นที่พอใจหรือไม่

๑๖. การแก้ไขข้อผิดพลาด โดยการตรวจสอบดูข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องในการดำเนินงานที่ไม่เข้าเกณฑ์ การดำเนินงานซ้ำหรือดำเนินงานใหม่ เปลี่ยนแปลงแผนหากเห็นว่าล้มเหลว หรือมีทางที่สำเร็จได้ยาก

๑๙. ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินงานตามแผนงานนี้



การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องทันสมัยและมีความคิดริเริ่ม