

## บทที่ 11

### การดำเนินการ

#### วัตถุประสงค์ในการศึกษาบทนี้

1. เพื่อให้สามารถอธิบายถึงความสำคัญและความรับผิดชอบของบุคคลที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการ
2. เพื่อให้ทราบถึงความจำเป็นที่ต้องดำเนินการภายใต้งบประมาณที่ได้รับ
3. เพื่อให้เข้าใจถึงการจัดการด้านเวลาในการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์
4. เพื่อให้ตระหนักถึงคุณภาพในการดำเนินงาน
5. เพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ต้องพิจารณาในการใช้บริการจากบุคคลหรือองค์การภายนอก

ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามแผนที่กำหนดไว้ เป็นขั้นตอนที่สามของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการนำกลยุทธ์และยุทธวิธีต่างๆ ที่กำหนดไว้ในแผนงานที่ผ่านความเห็นชอบจากผู้บริหารระดับสูงแล้วมาปฏิบัติเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ต้องการโดยราบรื่น ผู้ที่รับผิดชอบในการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ต้องผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในงานประชาสัมพันธ์ และมีทักษะในการจัดการทรัพยากรต่างๆ เช่น การมอบหมายงานให้บุคคลที่เหมาะสม การประสานงาน การประเมินผลการทำงานของบุคคล การดำเนินงานให้เสร็จภายใต้งบประมาณและเวลาที่กำหนด โดยใช้เครื่องมือต่างๆ ช่วยในการจัดการทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งนี้เพราะในระหว่างการทำงานอาจมีสิ่งต่างๆ เกิดขึ้นที่อาจมีผลกระทบต่อการทำงานได้

## ผู้รับผิดชอบงานหรือกิจกรรม

โครงการประชาสัมพันธ์หนึ่งจะมีผู้รับผิดชอบหรือหัวหน้าโครงการเพียงหนึ่งคน ผู้รับผิดชอบโครงการต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการทำงานเป็นอย่างดี ที่มีบทบาทสำคัญในการที่จะทำให้การดำเนินงานเป็นไปโดยราบรื่นและบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ โดยจะต้องดำเนินการเพื่อให้บุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่รับผิดชอบในแต่ละกิจกรรมของโครงการนั้นทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างและรักษาขวัญและกำลังใจในการทำงาน รวมถึงต้องสร้างสิ่งจูงใจให้บุคคลเหล่านี้ตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ ในบางกรณีอาจจำเป็นต้องสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้รับผิดชอบงานส่วนต่างๆ ทำงานให้ประสบความสำเร็จด้วย

อย่างไรก็ตาม เป็นการยากที่จะมีผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานทั้งโครงการเพียงคนเดียว โดยเฉพาะโครงการขนาดใหญ่มักมีผู้รับผิดชอบงานทั้งหมดตลอดโครงการเป็นจำนวนหลายคนที่รับผิดชอบกิจกรรมต่างๆ กัน อาทิ การจัดทำเอกสารข่าว การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน การวางแผนการจัดงานพิเศษ การสร้างความสัมพันธ์กับพนักงาน การเขียนคำกล่าวสุนทรพจน์ให้กับซีอีโอ การต้อนรับครอบครัวของผู้เข้าร่วมประชุม เป็นต้น ซึ่งบุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบแต่ละกิจกรรมนั้น นอกจากจะเป็นบุคคลจากหน่วยงานประชาสัมพันธ์แล้ว บ่อยครั้งจำเป็นต้องใช้บริการจากบุคคลหรือองค์กรภายนอก ไม่ว่าจะเป็น ช่างภาพ นักออกแบบ ผู้จัดส่งวัสดุอุปกรณ์ บุคคลจากโรงพิมพ์ และอื่นๆ เช่น บริษัทที่รับจัดงานพิเศษ บริษัทที่ผลิตแถบวีดิทัศน์หรือภาพยนตร์ เป็นต้น

ทักษะสำคัญที่ผู้บริหารโครงการ คือ การมอบหมายงาน ซึ่งไม่ได้หมายความว่า เป็นการมอบหมายงานที่ไม่ต้องการไปให้คนอื่นทำแทน แต่หมายถึง การกำหนดบุคคลที่เหมาะสมที่สุดสำหรับงานนั้นรับผิดชอบในการดำเนินงานนั้น พร้อมทั้งมอบอำนาจหน้าที่ในการดำเนินงานด้วย<sup>1</sup> การที่จะทำเช่นนี้ได้ ผู้บริหารโครงการต้องรู้ถึงจุดอ่อนจุดแข็งของบุคคลแต่ละคนที่จะมอบหมายงานให้ โดยต้องมอบหมายให้บุคคลที่จะทำงานนั้นได้ดีที่สุด แล้วพิจารณาว่า จะใช้สิ่งใดเป็นสิ่งจูงใจที่จะทำให้บุคคลนั้นทำงานอย่างเต็มความสามารถ อย่างไรก็ตาม การมอบหมายงานนั้นจำเป็นต้องมีการ

## การประชุมเพื่อการดำเนินงาน

เมื่อกำหนดเวลาที่จะเริ่มทำงานและคาดคะเนเวลาที่จะต้องใช้ในการทำงานแต่ละงานในโครงการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็ควรจะจัดการประชุมพบปะกันระหว่างผู้ที่ต้องเกี่ยวข้องในการดำเนินงานตามโครงการนั้นทั้งหมด เพื่อมอบหมายงานให้กับพนักงาน ในการมอบหมายงานนี้ควรคำนึงถึงความสามารถของพนักงานแต่ละคนว่าจะมีส่วนช่วยในการดำเนินโครงการนั้นได้อย่างไรบ้าง ซึ่งควรคำนึงถึงความสามารถของพนักงานแต่ละคนมากกว่าเป็นเพียงการมอบหมายงานให้กับพนักงานเท่านั้น

ในการประชุม นอกจากจะมีการมอบหมายงานแล้ว ควรมีการคาดคะเนปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในการทำงานและควรวางวิธีการป้องกันมิให้ปัญหานั้นเกิดขึ้น วิธีการหนึ่งที่ปฏิบัติกันในการคาดคะเนปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น ก็คือการศึกษาศถานการณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยๆ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หรือการศึกษาจากแหล่งภายนอก เช่น ตำราหรือบทความ การติดตามการดำเนินงานขององค์กรอื่นๆ ฯ ซึ่งจะช่วยไม่ให้มองข้ามรายละเอียดบางอย่างไป อันจะเป็นการประหยัดเวลาในการทำงาน และมีผลให้โครงการนั้นบรรลุผลสำเร็จได้ง่ายขึ้น

ในระหว่างการดำเนินงานที่ได้รับมอบหมาย แม้ว่าจะมีการวางแผนโครงการไว้อย่างระมัดระวังและมีการบริหารงานอย่างดีที่สุดแล้วก็ตาม ก็อาจเกิดปัญหาหรือความสับสนได้ ปัญหาหรือความสับสนนี้อาจเกิดจากการทำงานของบุคคลหนึ่งที่สามารถก่อให้เกิดปัญหากับบุคคลอื่นที่ทำงานเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน โดยทั่วไปมักเกิดขึ้นจากการขาดการติดต่อสื่อสารภายใน ดังนั้น คณะผู้ทำงานควรจัดให้มีการติดต่อกันเป็นประจำ ซึ่งอาจทำได้โดยการจัดให้มีการประชุมพบปะกันเป็นประจำหรือติดต่อกันโดยใช้สื่อต่างๆ เช่น บันทึกข้อความ โทรศัพท์ อีเมล เป็นต้น เพื่อติดตามความก้าวหน้าในการทำงาน ร่วมกันพิจารณาปัญหาที่เกิดขึ้นตลอดจนหาทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น การแก้ปัญหาการขาดการติดต่อสื่อสารภายในสามารถทำได้หลายวิธี ดังตัวอย่าง

- หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ขนาดเล็กแห่งหนึ่ง แจ้งให้พนักงานทราบว่า มีการประชุมในระหว่างเวลา 9.30 - 10.00 น. ของทุก

- ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรขนาดใหญ่ กำหนดให้พนักงานจัดทำเอกสารหรือบันทึกอธิบายเหตุผลในการดำเนินงานส่งไปยังทุกคนที่เกี่ยวข้อง ภายหลังจากที่ฟังการถกเถียงกันอย่างรุนแรงในระหว่างที่พนักงานมีการกล่าวหาว่าใครที่ควรจะถูกตำหนิในกรณีที่งานล่าช้ากว่ากำหนด
- ในการดำเนินงานของบริษัทที่มีสาขาหลายแห่งแทนที่จะใช้การสื่อสารด้วยการเขียน ก็ใช้วิธีการประชุมร่วมกันทางโทรศัพท์เป็นประจำทุกสัปดาห์โดยโทรศัพท์ที่ใช้มีเสียงดังที่สามารถฟังพร้อมกันได้หลายๆ คน และแต่ละคนจะสรุปสิ่งที่ต้องทำไว้ วิธีการนี้ก่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงแผนการดำเนินงานหรือผู้ปฏิบัติงานให้สอดคล้องกันมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้ ผลงานที่ดีที่สุดจะเป็นผลของความพยายามของผู้รับผิดชอบงานทั้งหมดที่แต่ละคนจะใช้ทักษะและประสบการณ์ร่วมกันเพื่อให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพและเป็นไปในทิศทางที่ต้องการ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงานจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างหรือเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานได้ ดังนั้นผู้บริหารควรพยายามที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีในระหว่างบุคลากรและควรให้ความสนใจต่อการตำหนิกล่าวหาซึ่งกันและกัน เพราะจะมีผลในการทำลายความสัมพันธ์ที่ดีลงไปได้

โดยทั่วไป เมื่อมีการวางแผนโครงการไว้แล้ว หากไม่จำเป็นจริงๆ ก็ไม่ควรมีการเปลี่ยนแปลงแผนการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะได้มีการวางแผนไว้อย่างดีแล้ว แต่ในบางครั้งอาจมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นได้ มีผลให้ต้องมีการ

ในการประชุมพบปะกันทุกครั้ง ควรมีการจัดทำบันทึกการประชุม เพื่อ บันทึกการตัดสินใจสำคัญๆ และสรุปสาระสำคัญของการประชุมนั้น แล้วส่งไปยังทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ทราบถึงการกระทำ และความรับผิดชอบที่ได้ตกลงกัน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นงานประเภทหนึ่งที่มีเอกสารเกี่ยวข้อง มาก ทั้งในด้านการรวบรวมข้อมูล การจัดทำโครงการ ตลอดจนถึงกิจกรรมต่างๆ ทั้งในการดำเนินงานตามปกติ หรือเมื่อมีการจัดงานพิเศษ หรือเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน ดังนั้น องค์การจึงจำเป็นต้องมีเครื่องใช้สำนักงานที่ทันสมัยเพื่อลดภาระงานและ เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากที่สุด เครื่องมืออุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกในการทำงานนี้ รวมถึงโทรศัพท์ เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ ตู้และชั้นเก็บเอกสารที่กว้างขวางเพียงพอ เครื่องโทรสาร นอกจากนี้ ในแผนกประชาสัมพันธ์ของ องค์การขนาดใหญ่จะมีเครื่องบันทึกเสียง เครื่องฉายสไลด์ เครื่องจำหน่ายซองจดหมาย ฯลฯ

## งบประมาณ

ในขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์นั้น ผู้รับผิดชอบโครงการ จะต้องกำหนดวงเงินให้เพียงพอที่จะดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ สำหรับขั้นตอนการดำเนินงานนี้ งบประมาณมีหน้าที่สำคัญ คือ เป็นกลไกการควบคุม ให้มีการจัดทำกิจกรรมต่างๆ ที่กำหนดไว้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้จำนวนเงินที่กำหนด ในการควบคุมการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้นี้ ผู้บริหารโครงการมีความรับผิดชอบในการใช้เงินในการซื้อวัสดุอุปกรณ์หรือบริการต่างๆ เพื่อจัดทำกิจกรรม

## การบริหารเวลา

การบริหารเวลา หมายถึง การจัดการด้านเวลาของบุคคลากร<sup>3</sup> เป็น การดำเนินงานที่ต้องมีการกำหนดตารางเวลาทำงานเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงตามเวลาที่ กำหนดไว้และภายใต้งบประมาณที่ได้รับด้วย

ผู้บริหารโครงการ นอกจากจะต้องจัดทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้โครงการ ดำเนินงานไปภายใต้งบประมาณที่กำหนดแล้ว ยังต้องให้งานดำเนินไปภายในเวลาที่ กำหนดด้วย ความสามารถในการทำงานให้เสร็จก่อนกำหนดเส้นตาย (Deadlines) จึง เป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของโครงการประชาสัมพันธ์<sup>4</sup>

ในแต่ละกิจกรรมที่กำหนดไว้ เช่น การจัดทำแฟ้มข่าวและแถบวิดิทัศน์ เพื่อส่งให้สื่อมวลชน แผ่นพับ จดหมายข่าว ไปสเตอร์ การกล่าวสุนทรพจน์ของ ผู้บริหาร ฯลฯ นั้นต้องใช้เวลาเป็นสัปดาห์ หรือมากกว่าในการจัดเตรียมงาน หรือใน การจัดงานพิเศษต้องใช้ระยะเวลาเป็นเวลาหลายสัปดาห์ หรือเป็นเวลาหลายเดือนในการ เตรียมงานด้านต่างๆ ตัวอย่าง ในการเชิญวิทยากรที่มีชื่อเสียงมาร่วมรายการทาง โทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงควรจะเชิญล่วงหน้าประมาณ 3 เดือน หรือวารสารที่ จัดทำเป็นประจำทุกเดือนต้องมีการรวบรวมข้อมูลเพื่อเรียบเรียงนำเสนอล่วงหน้า 2-3 สัปดาห์ล่วงหน้าก่อนที่จะพิมพ์เผยแพร่ในวันที่กำหนด ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์จึงต้องให้ ความสำคัญต่อวันงานหรือวันที่กำหนดเผยแพร่ข่าวสาร เช่น กำหนดเวลาในการ แจกจ่ายวารสาร รายงานการประชุม หรืออื่นๆ เพื่อจะได้ทำงานให้เสร็จภายใน กำหนดเวลา

ในแต่ละกิจกรรมนั้น มักประกอบไปด้วยงานย่อยๆ ที่ต้องทำหลายประการ ผู้บริหารโครงการต้องสามารถกำหนดงานที่ต้องทำในแต่ละกิจกรรม รวมถึงต้องสามารถคาดคะเนเวลาที่ต้องใช้ในการทำงานหนึ่งตามจำนวนคนที่รับผิดชอบต่อการทำงานนั้น ทั้งนี้เพราะในการดำเนินงานนั้นงานบางอย่างต้องเสร็จก่อนที่อีกงานหนึ่งจะเริ่มทำได้ ซึ่งประสบการณ์และวิจารณญาณเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในการคาดคะเนเวลาที่ต้องใช้ในการทำงานในแต่ละกิจกรรม<sup>5</sup> ในการดำเนินงานใดๆ หากกำหนดเวลาดำเนินงานแต่ละขั้นตอนไม่เหมาะสม จะเป็นผลให้ต้องใช้เวลาทำงานมากขึ้น หรือพบว่าโครงการไม่เสร็จสิ้นภายในเวลาที่กำหนด ซึ่งจะเป็นผลเสียต่อการดำเนินโครงการและองค์การ

เมื่อแผนงานได้รับอนุมัติให้ดำเนินงานแล้ว ในการดำเนินกิจกรรมบางกิจกรรม เช่น การประชุมสื่อมวลชน จำเป็นต้องมีการคาดคะเนเวลาที่ต้องใช้ในการทำงานตามโครงการนั้นให้บรรลุผลและเสร็จสิ้นภายในเวลาที่ต้องการ และเพื่อช่วยให้การดำเนินงานก้าวหน้าไปตามกำหนด และเพื่อให้งานในขั้นตอนต่างๆ เสร็จตามลำดับก่อนหลัง และพร้อมที่จะเผยแพร่ในเวลาที่ต้องการ นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เครื่องมือต่างๆ เข้ามาช่วยในการบริหารเวลา วิธีการที่นิยมใช้ คือ การจัดทำตารางเวลาทำงาน (Timeline) ที่สามารถจัดทำได้หลายรูปแบบ วิธีที่นิยมใช้ในปัจจุบันคือ ปฏิทินการทำงาน (Calendar), D-Day planning, Gantt chart และ Program Evaluation and Review Technique (PERT)

### ปฏิทินการทำงาน

ปฏิทินการทำงานเป็นวิธีการที่ระบุงานที่จะต้องทำลงในปฏิทินรายเดือนขนาดใหญ่ ที่จะช่วยเตือนนักประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ต้องทำในวันต่างๆ ตัวอย่างปฏิทินการทำงานแสดงในภาพที่ 11.1

### D-Day Planning

สำหรับกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาเตรียมงานนานเป็นเดือนหรือหลายเดือน เช่น การจัดงานรับรองสื่อมวลชน ฯ องค์การส่วนมากนิยมใช้การจัดตารางการทำงานโดยวิธี D-Day planning ซึ่งเป็นการวางแผนการทำงานย้อนกลับจากวันจัดงาน มายัง

## ภาพที่ 11.1 ปฏิทินการทำงาน

ที่มา: Wilcox, D.L., Ault, P.H. & Agee, W. K. (1986). **Public Relations: Strategies and Tactics.** Harper & Row Publishers. P.163.



- D-90 Decide Date.
- D-85 Plan program for press reception.
- D-85 Shortlist venues.
- D-85 Invite quotations, menus, from prospective venues.
- D-80 Compilation of invitation list. Check names.
- D-75 Compare received hotel quotations and menus.
- D-70 Visit prospective venues.
- D-65 Select and appoint venues.
- D-50 Design invitation card. Agree wording.
- D-50 Seek printer's quotation for invitation card.
- D-42 Receive printer's quotation. Order cards and envelopes.
- D-35 Photograph subject.
- D-32 Receive, check and return proof of invitation card.
- D-30 Write managing director's speech.
- D-30 Order self-adhesive label badges, press kit wallets, visitor's book.
- D-30 Book projector, projectionist, microphones.
- D-25 See contact prints. Order photographs.
- D-24 Obtain approval of managing director's speech.
- D-22 Send special invitation to radio/TV producers/news program.
- D-20 Write news release.
- D-14 Delivery of invitation cards and envelopes.
- D-13 Dispatch invitations. Order studio artwork – tent cards for speakers, displays, directional signs.
- D-10 Record acceptance/refusals.
- D-9 Follow-up non replies, important refusals.
- D-8 Photographs supplied. Item at D-30 delivered.
- D-4 Collect 16mm film.
- D-3 Give total numbers for catering, seating together with plan of the room.
- D-2 Run off news release, MD's speech.
- D-2 Assemble press kits.
- D-1 Deliver materials, equipment to venue.
- D-1 Prepare room.
- D-1 Rehearsal. Run through film.
- D-Day Press reception.

**ภาพที่ 11.2** D-Day Planning Chart ของการประชุมสื่อมวลชน

ที่มา: Jenkins, F. (1985). **Effective PR Planning. (Second edition)**. FotoDirect Limited. p.85-86.

## Gantt Chart

Gantt chart เป็นเทคนิคที่สามารถนำมาใช้ในการระบุรายละเอียดกิจกรรมที่ต้องทำในแต่ละขั้นตอน และวันเวลาที่ต้องการใช้ในการทำงานแต่ละกิจกรรมนั้นให้เสร็จ ซึ่งเวลาที่ต้องใช้ในการทำงานในแต่ละกิจกรรมอาจมีการคาบเกี่ยวซ้ำซ้อนกับกิจกรรมอื่นได้ โดยแสดงให้เห็นว่าจะเริ่มกิจกรรมนั้นเมื่อใดและจะเสร็จเมื่อใด ดังแสดงในภาพที่ 11.3 ที่แสดงงานต่างๆที่ต้องทำก่อนวันแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน และภาพที่ 11.4 แสดงงานต่างๆ ที่ต้องจัดทำในโครงการจัดส่งจดหมายข่าวทางไปรษณีย์

กิจกรรม	วันที่ 1	วันที่ 2	วันที่ 3	วันที่ 4	วันที่ 5
การจองสถานที่	■				
การเชิญวิทยากร		■			
การเชิญผู้สื่อข่าว		■	■		
การเตรียมเครื่องดื่ม			■		
การจัดเตรียมแฟ้มข่าว			■		
การย่ำเตือนวิทยากร				■	
การตรวจเช็คความเรียบร้อย				■	
วันแถลงข่าว					■

ภาพที่ 11.3 Gantt chart ของการแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน

จากภาพที่ 11.3 หากการจัดงานแถลงข่าวแก่สื่อมวลชนต้องใช้เวลาในการเตรียมงานทั้งหมด 5 วัน กิจกรรมการจองสถานที่ต้องทำให้เสร็จในวันแรก การเชิญวิทยากรกำหนดให้แล้วเสร็จในวันที่สอง การเชิญผู้สื่อข่าวเริ่มในวันที่สองและต้องแล้วเสร็จในวันที่สาม ขณะที่การเตรียมเครื่องดื่มและการจัดเตรียมแฟ้มข่าวจะเริ่มและเสร็จสิ้นในวันที่สาม ส่วนการเตือนวิทยากรและการตรวจเช็คความเรียบร้อยของงานทุกอย่างจะทำในวันก่อนที่งานจะเริ่มในวันรุ่งขึ้น

สัปดาห์ งาน/กิจกรรม	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ศึกษาเรื่องราวที่จะเสนอในจดหมายข่าว	■	■							
เขียนเรื่องราวที่จะเสนอในจดหมายข่าว			■	■	■				
จัดทำภาพประกอบ			■	■					
ทำ Layout					■	■			
พิมพ์จดหมายข่าว							■	■	■
ตรวจสอบรายชื่อผู้รับ					■	■			
จำหน่ายซอง							■	■	■
พับจดหมายข้างใส่ลงในซอง								■	■
ติดแสตมป์และจัดส่ง									■

ภาพที่ 11.4 Gantt Chart ของโครงการส่งจดหมายข่าวทางไปรษณีย์

ที่มา: Bovee, C.L., Thill, J.V., Wood, M.B. & Dovel, G.P. (1993). **Management**. McGraw Hill Company. p.228.

ตาราง Gantt chart เปรียบเหมือนแผนงานสำหรับบริหารเวลาที่สามารถนำมาใช้ในการควบคุมเวลาการทำงานได้ เช่นเดียวกับงบประมาณที่ใช้ในการควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามงบประมาณที่กำหนด<sup>6</sup> การนำมาใช้ในการติดตามการทำงานทำได้โดยภายใต้เส้นแนวนอนแต่ละเส้น อาจมีการลากเส้นตามแนวนอนเส้นที่ 2 ซึ่งเส้นที่ 2 นี้จะแสดงถึงเวลาจริงที่ใช้ในการทำกิจกรรมแต่ละกิจกรรม ที่เป็นการบันทึกความก้าวหน้าในการทำงาน โดยอาจทำให้แตกต่างจากเส้นแรกด้วยสีหรือรูปแบบของเส้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารโครงการทราบว่างานแต่ละขั้นตอนเป็นไปตามเวลาที่กำหนดไว้หรือไม่ ขั้นตอนใดเสร็จก่อนกำหนด งานใดล่าช้ากว่าที่กำหนด ซึ่งจะทำให้ผู้บริหารรู้ว่า โครงการจะสำเร็จภายในเวลาหรือไม่ หรือหากจำเป็นอาจต้องเพิ่มบุคคลทำงานมากขึ้นเพื่อให้โครงการนั้นสำเร็จตามกำหนด อย่างไรก็ตาม หากมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตารางการทำงาน ก็ต้องมีการปรับเปลี่ยน Gantt chart ด้วย

อย่างไรก็ตาม Gantt chart ไม่ให้ความสนใจต่องานที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ดังนั้น ในโครงการที่มีความซับซ้อนมาก อาจต้องใช้เทคนิคอื่นช่วยในการดำเนินงาน<sup>7</sup>

### **Program Evaluation and Review Technique (PERT)**

กองทัพเรือของสหรัฐอเมริกาได้พัฒนาเทคนิค PERT ขึ้นในปี 1957<sup>8</sup> เพื่อปรับปรุงการวางแผนและการประเมินโครงการเรือดำน้ำโพลาริส (Polaris submarine program) วิธีการนี้จะแบ่งโครงการเป็นงานต่างๆ ที่ต้องทำหรือกิจกรรมย่อยๆ แล้วคาดคะเนเวลาที่ต้องใช้ในการทำงานในแต่ละกิจกรรมให้แล้วเสร็จ โดยใช้วงกลมแทนงานที่ต้องทำและลูกศรแทนเวลาที่ต้องใช้ในการทำงานนั้น ผู้จัดทำต้องเรียงลำดับงานตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการได้โดยไม่มีที่ย้อนกลับ จากนั้นจึงวิเคราะห์และระบุกิจกรรมหลักที่มีความสำคัญต่อการทำงานหรือเรียกว่า สายงานวิกฤติ (Critical path) ซึ่งหมายถึง เส้นทางที่ใช้เวลาดำเนินงานให้เสร็จตามโครงการมากที่สุด และต้องกำหนดความน่าจะเป็นในการทำงานนั้นให้เสร็จตามกำหนด รวมถึงบุคคลที่รับผิดชอบต่องานนั้นด้วย นอกจากนี้ยังต้องจัดทำแผนเผชิญเหตุ ซึ่งเป็นแผนงานที่จัดทำขึ้นเพื่อแก้ไขสถานการณ์บางอย่างที่อาจจะเกิดขึ้น ภาพที่ 11.5 แสดงสายงานวิกฤติ

หากโครงการใดก็ตามที่เวลาที่ต้องใช้ในสายงานวิกฤติมากกว่าเวลาทั้งหมดที่กำหนดของโครงการแล้ว เช่น ระยะเวลาดำเนินโครงการ 30 วัน แต่ในสายงานวิกฤติต้องใช้เวลาทำงานถึง 35 วัน ในกรณีนี้ผู้บริหารจะต้องเร่งดำเนินงานด้วยวิธีการต่างๆ เช่น จ้างพนักงานเพิ่มขึ้น จ้างบริษัทอื่นทำงาน ฯ เพื่อให้โครงการนั้นเสร็จภายในกำหนดเวลา

การใช้เทคนิคนี้ ผู้บริหารจะต้องให้ความสนใจต่อเวลาที่ใช้ในการทำงานแต่ละขั้นตอนในสายงานวิกฤติ เพราะหากงานในขั้นตอนใดใช้เวลามากกว่าที่คาดคะเนไว้ จะมีผลให้โครงการนั้นเสร็จล่าช้าออกไป ดังนั้น จึงต้องมีการทบทวนและประเมิน

**ภาพที่ 11.5** ไตอะแกรม PERT ของการเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางสื่อมวลชน

ที่มา: Baines, P., Egan, J. & Jefkins, F. (2004). *Public Relations: Contemporary issues and techniques*. Elsevier Butterworth-Heinemann. p.87.

สถานการณ์อยู่เสมอ โดยทั่วไป นิยมทบทวนสัปดาห์ละ 2 ครั้ง เพื่อโยกย้าย เปลี่ยนแปลงทรัพยากรที่เหลืออกจากงานหนึ่งไปยังอีกงานหนึ่งที่จำเป็น เพื่อให้งานทุกส่วนที่เกี่ยวข้องในสายงานวิกฤติเสร็จภายในกำหนดเวลา

## การควบคุมคุณภาพ

ในการดำเนินโครงการประชาสัมพันธนั้น นอกจากการบริหารจัดการด้านการงบประมาณ และเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการแล้ว ผู้บริหารโครงการยังต้องให้ความสนใจต่อการควบคุมคุณภาพของงานที่ทำตลอดโครงการนั้นด้วย

การควบคุมคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญในปัจจุบัน เนื่องจากจะทำให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขัน การควบคุมคุณภาพของโครงการประชาสัมพันธจึงเป็นส่วนหนึ่งของการทุ่มเทเพื่อคุณภาพขององค์กรด้วย ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บริหารโครงการประชาสัมพันธในการพัฒนามาตรการเพื่อตรวจสอบและควบคุมคุณภาพ

ขั้นตอนแรกเกิดขึ้นในระหว่างกระบวนการวางแผน เมื่อมีตัดสินใจกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ และในขั้นตอนของการประเมินผล ก็จะทราบว่าการดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ ซึ่งก็จะทราบว่าได้บรรลุถึงวัตถุประสงค์อย่างมีคุณภาพหรือไม่ด้วย อย่างไรก็ตาม ขณะที่ดำเนินโครงการ ผู้บริหารโครงการจำเป็นต้องรู้ถึงระดับของคุณภาพของงานที่ทำ และผลที่เกิดขึ้นระหว่างกาลด้วยเพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่จะทำให้ประหลาดใจเมื่อโครงการเสร็จสิ้นลงได้

ในการควบคุมคุณภาพการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธนั้น อาจแยกได้เป็นด้านข่าวสาร และสื่อหรือเครื่องมือที่ใช้ โดยทั่วไป ผลงานที่นักประชาสัมพันธจัดทำจะต้องสื่อสารเนื้อหาหรือสิ่งที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ ในการสื่อสารนี้ นักประชาสัมพันธจะต้องทราบสภาพทางจิตใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสามารถแยกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ กลุ่มที่มีความกระตือรือร้นที่จะได้ข่าวสาร (Active audience) และกลุ่มที่ไม่มีความกระตือรือร้นที่จะได้ข่าวสาร (Passive audience)

โครงการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มุ่งให้ข่าวสารแก่กลุ่มคนที่ไม่มีความกระตือรือร้นที่จะได้ข่าวสาร คนกลุ่มนี้จะให้ความสนใจต่อข่าวสาร หากข่าวสารนั้นให้ความสนุกเพลิดเพลิน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาข่าวสารที่มีรูปแบบที่น่าสนใจ โดยอาจใช้ภาพถ่าย ภาพประกอบ คำขวัญที่สะดุดตา ความสนใจ การใช้ดาราศาสตร์หรือผู้มีชื่อเสียง และอื่นๆ ที่จะดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ได้ สำหรับเครื่องมือด้านการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในการให้ข่าวสารแก่คนกลุ่มนี้ คือ เอกสารสรุป และรูปแบบอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น การจัดงานพิเศษต่างๆ เป็นต้น

ส่วนกลุ่มคนที่มีความกระตือรือร้นที่จะได้ข่าวสารนั้น ต้องการข้อมูลที่มีรายละเอียดมาก ดังนั้น เครื่องมือที่เหมาะสมในการให้ข่าวสารแก่คนกลุ่มนี้ ได้แก่ แผ่นพับ บทความ การประชุมทางวิชาการ การแสดงปาฐกถา การสาธิต เป็นต้น

### **ปัจจัยที่ต้องพิจารณา**

ในการประเมินคุณภาพของผลงานในระหว่างการทำโครงการประชาสัมพันธ์ มีปัจจัยที่ต้องพิจารณาดังต่อไปนี้<sup>9</sup>

1. ความสอดคล้องกัน (Consistency)
2. ความเชื่อถือ (Reliability)
3. ความถูกต้อง (Accuracy)
4. ความกลมกลืน (Congruency)
5. ความซื่อสัตย์ (Honesty)

### **ความสอดคล้องกัน**

สิ่งสำคัญด้านหนึ่งของข่าวสารที่ส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย คือ ความสอดคล้องกัน ข่าวสารที่ใช้ในโครงการประชาสัมพันธ์ต้องสอดคล้องกับการกระทำขององค์กร และสอดคล้องกับข่าวสารจากหน่วยงานอื่นๆ ขององค์กร เพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพของข่าวสาร ที่จะย้ำเตือนเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความเชื่อถือมากขึ้น เพราะได้รับข่าวสารที่ตรงกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการเกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น หรือ

## ความน่าเชื่อถือ

ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความสามารถของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่จะดำเนินงานในสิ่งที่ตั้งเป้าหมายไว้ให้ได้ ในกรณีของโครงการประชาสัมพันธ์ ก็หมายความว่า หน่วยงานประชาสัมพันธ์สามารถที่จะดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ และบรรลุถึงเป้าหมายขององค์การได้อย่างดี

## ความถูกต้อง

ความถูกต้องเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดด้านคุณภาพของผลงานด้านการประชาสัมพันธ์ นั่นคือ ผู้บริหารโครงการประชาสัมพันธ์ต้องให้ความสนใจต่อความถูกต้องของงานทุกด้านของแต่ละกิจกรรมของโครงการ ไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลที่ปรากฏในแผ่นพับถูกต้อง ภาพที่เลือกใช้ประกอบในแฟ้มข่าวสื่อถึงเรื่องราวที่ต้องการ และอื่นๆ ทั้งนี้เพราะความสำเร็จหรือความล้มเหลวของโครงการประชาสัมพันธ์จะขึ้นกับความถูกต้องของข่าวสารที่นำเสนอแก่กลุ่มเป้าหมายด้วย เพราะการที่ได้พบข้อผิดพลาดในแผ่นพับที่จัดทำขึ้นเมื่อพิมพ์เรียบร้อยแล้ว อาจทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นหากต้องจัดพิมพ์ใหม่ หรืออาจส่งผลเสียต่อองค์การมากขึ้น หากคนภายนอกเป็นผู้พบข้อผิดพลาดนั้นหลังจากที่เผยแพร่ไปแล้ว

## ความกลมกลืน

ความกลมกลืน หมายถึง การทำงานแต่ละส่วน แต่ละองค์ประกอบของโครงการจะต้องเหมาะสมกลมกลืนกัน นั่นคือ ไม่ควรทำงานส่วนใดส่วนหนึ่งโดยปราศจากความเข้าใจว่า งานหรือองค์ประกอบนั้นเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับงานหรือองค์ประกอบอื่นอย่างไร เช่น การกำหนดเนื้อหาข่าวสารต้องตระหนักถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการ และต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย ภาพที่ใช้ประกอบต้องให้ความรู้สึกเช่นเดียวกับเนื้อหา การเลือกสื่อก็ต้องให้เหมาะสมกับ



## ความซื่อสัตย์

ความซื่อสัตย์เป็นสิ่งสำคัญที่นักประชาสัมพันธ์ยึดถือในการทำงาน จึงต้องให้ความสนใจต่อความซื่อสัตย์ในการดำเนินโครงการ นั่นคือ ต้องมีความซื่อสัตย์ในการเสนอข่าวสารของโครงการให้ถูกต้องเป็นจริง และหลีกเลี่ยงการดำเนินงานใดๆ ที่เป็นการหลอกลวงหรือทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจผิดในสาระสำคัญของโครงการได้ หากพบว่าข้อมูลที่เผยแพร่มีความผิดพลาด จะต้องแก้ไขให้ถูกต้องในทันที

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินแต่ละปัจจัยด้านคุณภาพของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แสดงในภาพที่ 11.6

## การใช้บริการภายนอก

การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์บางอย่าง นักประชาสัมพันธ์อาจไม่มีความสามารถในงานด้านนั้นเพียงพอ หรือหากต้องการให้งานที่จะจัดทำมีคุณภาพดีแล้ว อาจต้องใช้บริการของผู้เชี่ยวชาญหรือบริษัทที่มีความชำนาญในงานด้านนั้น เช่น ช่างภาพ นักเขียนอิสระ นักออกแบบ นักวิจัย บริษัทถ่ายทำภาพยนตร์หรือแถบวีดิทัศน์ ฯลฯ

ในการทำงานกับบุคคลหรือองค์การภายนอกนั้น ผู้รับผิดชอบโครงการต้องบอกรายละเอียดสิ่งที่ต้องการสั่งซื้อหรือบริการที่ต้องการอย่างชัดเจน นอกจากจะใช้การพูดคุยแล้ว ควรจัดทำเป็นเอกสารสรุปเพื่อลดความเสี่ยงจากความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นได้ ตัวอย่าง ในกรณีของช่างภาพ ควรต้องตกลงกันในเรื่องต่างๆ อาทิ ชนิดของภาพ เช่น ภาพสี ภาพขาวดำ ฯ ขนาดของภาพ ลักษณะของภาพ สถานที่ถ่ายทำจะเป็นการถ่ายทำภายในหรือนอกสถานที่ อุปกรณ์ประกอบที่ต้องการ นางแบบ

## Quality Control Checklists

### Consistency Measures

- Messages consistent
- Tone consistent
- Style consistent

### Reliability Measures

- Each element moves toward overall goal
- Elements together move toward organizational goals

### Accuracy Measures

- Content accurate
- Materials error-free

### Congruency Measures

- Elements all “fit”

### Honesty Measures

- Message content truthful
- Message delivery not misleading

## ภาพที่ 11.6 เกณฑ์ที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพงานประชาสัมพันธ์

ที่มา: Parsons, P.J. (2003). **A Manager's Guide to PR Projects: A Practical Approach.** Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

หรือนายแบบ เป็นต้น ซึ่งแต่ละเรื่องก็มีรายละเอียดที่ต้องพิจารณาและมีค่าใช้จ่ายแตกต่างกันสำคัญของการใช้บริการจากบุคคลหรือองค์การภายนอก คือ เลือกใช้บริการให้เหมาะสมกับความต้องการ อย่างไรก็ตาม ด้วยเหตุที่ความสามารถ เทคนิค และคุณภาพของแต่ละบุคคลหรือองค์การภายนอกในการทำงานด้านนั้นแตกต่างกัน เช่น ในกรณีของช่างภาพ ช่างภาพก็มีหลายประเภท อาทิ ช่างภาพอิสระ ช่างภาพของสื่อมวลชน ช่างภาพที่รับถ่ายภาพทั่วไป หรือช่างภาพที่รับถ่ายภาพเฉพาะด้าน เป็นต้น ดังนั้น หากไม่มีประสบการณ์ในเรื่องนั้นมาก่อน ควรปรึกษาและขอคำแนะนำจากผู้ที่มี

ในการใช้บริการต่างๆ จากบุคคลหรือองค์กรภายนอกนี้ นักประชาสัมพันธ์ควรจะมีการคัดเลือก ตรวจสอบ และมีการพิจารณาผลงานของบุคคลหรือองค์กรเหล่านั้นก่อน ถ้าเป็นไปได้ก่อนที่จะตกลงกับรายใด ควรไปเยี่ยมชมหรือขอดูผลงานขององค์กรต่างๆ พร้อมทั้งให้เสนอราคาหรือคาดคะเนค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ด้วย เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบคุณภาพและราคาได้ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ และเมื่อตกลงใช้บริการแล้วจะต้องแจ้งให้ทราบถึงเส้นตาย (Deadlines) ของงานนั้นด้วย เช่น แจ้งถึงกำหนดวันออกวารสาร เพื่อให้โรงพิมพ์พิมพ์งานให้เสร็จตามกำหนด เป็นต้น

นักประชาสัมพันธ์ จึงควรจะมีการรวบรวมรายชื่อ สถานที่ติดต่อ พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ของผู้เชี่ยวชาญและองค์กรต่างๆ ที่มีผลงานที่น่าพอใจไว้ เพื่อความสะดวกในการติดต่อเมื่อจำเป็นต้องใช้บริการเหล่านั้น หรือในกรณีที่ไม่มีข้อมูลอยู่เลย อาจติดต่อข้อมูลได้จากสมาคมการค้าหรือวิชาชีพด้านนั้น

## คำถามท้ายบท

1. ในการมอบหมายงานให้แก่บุคลากรนั้น ผู้บริหารโครงการจะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยใดบ้าง และอย่างไร
2. งบประมาณ และ Gantt chart ที่จัดทำขึ้นสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมการดำเนินงานได้หรือไม่ ด้วยเหตุผลใด
3. จงอธิบายถึงเหตุผลที่ผู้บริหารโครงการประชาสัมพันธ์ต้องมีการบริหารเวลาตลอดจนเทคนิคที่สามารถนำมาใช้ในการบริหารเวลามาให้เป็นที่เข้าใจ
4. ปัจจุบัน องค์การต่างๆ ให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพมากขึ้น หากท่านเป็นผู้บริหารโครงการจะให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพของงานประชาสัมพันธ์ในด้านใดบ้าง และอย่างไร
5. ในการใช้บริการจากบุคคลหรือองค์การภายนอกนั้น มีปัจจัยใดบ้าง ที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึง และเตรียมการแก้ไขไว้มีอะไรบ้าง และอย่างไร

## กรณีศึกษา      ปีภาษาไทย

หลังจากที่รัฐบาลกำหนดให้ปี 2550 เป็นปีภาษาไทยเฉลิมพระเกียรติเนื่องในโอกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 กระทรวงวัฒนธรรม ในฐานะที่เป็นส่วนราชการที่มีภารกิจหลักในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานศิลปะ ศาสนา และวัฒนธรรม ได้ตระหนักถึงปัญหาการไหลบ่าของวัฒนธรรมต่างประเทศที่เข้าสู่ประเทศไทย ทำให้สังคมไทยผันแปรไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งส่งผลให้ภาษาไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงได้ดำเนินงานโครงการและกิจกรรมที่รณรงค์และเสริมสร้างค่านิยม จิตสำนึกทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทยโดยจัดกิจกรรมเนื่องในวันภาษาไทยแห่งชาติเป็นประจำทุกปี

กระทรวงวัฒนธรรมเล็งเห็นความสำคัญของการใช้ภาษาไทยและการดำเนินการรณรงค์การใช้ภาษาไทย เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและการใช้ภาษาไทยอย่างถูกต้อง พร้อมทั้งเผยแพร่ผลงานด้านภาษาไทยและเพิ่มประสิทธิภาพ

สำหรับในปี พ.ศ.2550 นี้ กระทรวงวัฒนธรรม โดยกรมศิลปากร กำหนด  
จัดกิจกรรม ดังนี้

1. การประกวดอ่านทำนองเสนาะ แบ่งเป็นระดับประถมศึกษา ระดับ  
มัธยมศึกษาตอนต้น และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยมี  
วัตถุประสงค์ คือ เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนไทยเกิดความรักและชื่นชม  
ในภาษาและวรรณกรรมอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ เพื่อ  
ส่งเสริมให้เยาวชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และเพื่อให้ความรู้  
และพัฒนาทักษะการอ่านทำนองร้อยกรองไทยและการอ่านออกเสียง  
แก่เยาวชนไทย โดยแบ่งการประกวดเป็น 2 รอบ คือ

1.1 รอบคัดเลือก ให้สถานศึกษาแต่ละแห่งที่เข้าร่วมกิจกรรม  
บันทึกเสียงการอ่านทำนองเสนาะของผู้เข้าประกวดตามบทที่  
สำนักวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร กำหนด  
แล้วส่งแถบบันทึกเสียงไปยังสำนักวรรณกรรมและ  
ประวัติศาสตร์ เพื่อให้คณะกรรมการพิจารณาตัดสินรอบ  
คัดเลือก และจะประกาศผลผู้ผ่านรอบคัดเลือกภายในวันที่ 10  
มกราคม 2550

1.2 รอบชิงรางวัล สำนักวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรม  
ศิลปากร ให้นักเรียนที่เข้ารอบการประกวดอ่านทำนองเสนาะ  
ต่อหน้าคณะกรรมการตามลำดับ เพื่อตัดสินให้ได้รับรางวัลของ  
แต่ละประเภทระหว่างวันที่ 5-9 กุมภาพันธ์ 2550

ทั้งนี้ ผู้ชนะการประกวดจะได้รับเงินรางวัลและโล่  
พระราชทานของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราช  
กุมารี หรือเกียรติบัตร พร้อมหนังสือวรรณกรรม ส่วน  
สถานศึกษาของผู้ชนะการประกวดฯ จะได้รับโล่พระราชทานฯ  
หรือเกียรติบัตรประกาศเกียรติคุณ

2. การประกวดเพลง แบ่งเป็นการประกวดการประพันธ์คำร้องและการขับร้องเพลงไทยสากล เพลงไทยลูกทุ่ง เพลงสำหรับเด็กและเพลงไทยเดิม โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อส่งเสริมให้คนไทยใช้ภาษาไทยอย่างถูกต้อง ทั้งด้านการเขียนและการออกเสียง เพื่อสร้างจิตสำนึกให้คนไทยตระหนักในความสำคัญและคุณค่าของภาษาไทย และเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจแก่บุคคลในวงการเพลงที่มีความสามารถใช้ภาษาไทยในการประพันธ์และการขับร้องดีเด่น

ดำเนินการรับสมัครผลงานเพลง ระหว่างวันที่ 15 ธันวาคม 2549 – 15 มีนาคม 2550 จัดการประกวด และตัดสินผลงานเพลง ในเดือนมิถุนายน 2550

3. โครงการพัฒนาการศึกษาวิทยาลัยนาฏศิลป์ กรมศิลปากร ประกอบด้วย
  - การจัดป้ายนิเทศเกี่ยวกับภาษาไทย การฟัง การพูด การอ่าน การเขียน กลอนที่ไพเราะ และโวหารชนิดต่าง ๆ
  - การประกวดผลงานการใช้ภาษาไทย ได้แก่ กลอน คำขวัญ เรียงความ สุนทรพจน์ ทำนองเสนาะ คัดลายมือ ฯลฯ
4. โครงการเพลงไทยจรโลงภาษาไทย ซึ่งจะมีการบรรยายในหัวข้อภาษาไทยในเพลงผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาษาไทย และการจัดมหกรรมคอนเสิร์ตเพลงไทยจรโลงภาษาไทย ตอนเพลงจากวรรณคดีไทย โดยจะมีการขับร้องเพลงที่นำเนื้อร้องมาจากวรรณคดี ซึ่งเป็นเพลงที่มีความไพเราะทั้งเสียงและความหมายของคำที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจก่อให้เกิดจินตนาการและอารมณ์ไปตามบทประพันธ์ เพื่อกระตุ้นให้คนไทยเห็นคุณค่าวัฒนธรรมแห่งภาษาไทย

## คำถาม

หากท่านเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงวัฒนธรรม ให้จัดทำ Gantt Chart แสดงรายละเอียดของงานหรือกิจกรรมที่ต้องจัดทำในแต่ละโครงการข้างต้น