

บทที่ 9

การเสนองานและการดำเนินการ

เมื่อวางแผนโครงการเรียบร้อยแล้ว จะต้องนำเสนอเพื่อให้ฝ่ายบริหารหรือบริษัทลูกค้าพิจารณาอนุมัติ และเมื่อโครงการผ่านความเห็นชอบพร้อมทั้งงบประมาณเพื่อดำเนินงานแล้ว จากนั้นจึงนำไปปฏิบัติตามที่วางแผนไว้

การเสนองานเพื่อขอความเห็นชอบ

ก่อนที่จะดำเนินงานตามแผนงานที่วางไว้ จะต้องนำแผนงานนั้นเสนอต่อฝ่ายบริหารหรือในกรณีของบริษัทที่ปรึกษา ก็จะต้องเสนอต่อบริษัทลูกค้าเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบให้ดำเนินงานตามแผนนั้น ในการพิจารณานี้ฝ่ายบริหารหรือบริษัทลูกค้าจะพิจารณาอนุมัติงบประมาณเพื่อดำเนินการด้วย

การเสนองานจัดเป็นงานที่ทำท้าทายความสามารถอย่างหนึ่ง เนื่องจากการเสนองานจะมีผลให้โครงการนั้นสามารถปฏิบัติได้หรือยังคงเป็นแผนงานต่อไปโดยไม่มีการนำไปปฏิบัติ การเสนองาน เป็นการที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์พยายามที่จะขายความคิดหรือโครงการที่จัดทำขึ้นให้ฝ่ายบริหารยอมรับ ดังนั้น ในการเสนองานผู้เสนองานจะต้องมีการเตรียมการที่ดี ทำการเสนองานอย่างมีเหตุผล และต้องอาศัยประสบการณ์ของการเสนองานที่มีผลให้ได้รับความเห็นชอบในอดีต ซึ่งหากสามารถทำให้ฝ่ายบริหารทราบและเข้าใจถึงกระบวนการดำเนินงาน ตลอดจนมั่นใจในประโยชน์ที่จะได้รับจากโครงการประชาสัมพันธ์นั้นแล้ว โอกาสที่โครงการนั้นจะได้รับความเห็นชอบก็จะมีมากขึ้น อย่างไรก็ตาม บางครั้งก็เป็นการยากที่จะพุดให้ฝ่ายบริหารเห็นความสำคัญของงานที่จะทำได้ ทำให้ยากที่จะได้รับอนุมัติให้ดำเนินงานตามที่เสนอได้ แม้ว่าแผนงานนั้นจะได้จัดทำไว้อย่างดีแล้วก็ตาม ด้วยเหตุนี้ การเสนองานเพื่อขอความเห็นชอบนี้ จึงเป็นงานที่มีความสำคัญมากอย่างหนึ่งของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จึงควรที่จะพัฒนาหรือเพิ่มความสามารถในด้านนี้ โดยมีการฝึกฝนปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ

การเสนองานต่อฝ่ายบริหารหรือบริษัทลูกค้าสามารถทำได้ 2 วิธี คือ

1. การเขียน
2. ด้วยวาจา

การเสนองานนอกจากจะใช้วิธีใดวิธีหนึ่งแล้ว ยังนิยมที่จะใช้ทั้ง 2 วิธีประกอบกันด้วย กล่าวคือ นอกจากจะมีการเสนอแผนโครงการให้ฝ่ายบริหารหรือบริษัทลูกค้าพิจารณาล่วงหน้าแล้ว ยังมีการเสนองานด้วยวาจาก็ ซึ่งอาจทำได้โดยการจัดให้มีการประชุม เพื่อให้โอกาสแก่ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ในอันที่จะอธิบาย ชี้แจงให้ฝ่ายบริหารทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการดำเนินงานนั้น การเสนองานด้วยวิธีการนี้ จะมีประสิทธิภาพมากกว่าการเสนอแผนงานโดยการเขียนเพียงอย่างเดียว เพราะผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีโอกาสที่จะอภิปราย ชี้แจง ตลอดจนตอบข้อสงสัยหรือคำถามที่อาจมีขึ้นในเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินงาน งบประมาณและอื่น ๆ ตลอดจนมีโอกาสในการแก้ไขทัศนคติที่ไม่ดีที่ฝ่ายบริหารบางคนอาจมีต่องานประชาสัมพันธ์ได้เนื่องจากประสบการณ์ในอดีต เช่น มองงานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ไม่มีประโยชน์และควรตัดค่าใช้จ่ายด้านนี้ เมื่อต้องการลดค่าใช้จ่ายขององค์กร เป็นต้น

การเสนองานโดยการเขียน

การเสนองานโดยการเขียน อาจเสนอในรูปของบันทึก (memorandum) หรือแผนโครงการ (proposal) ก็ได้ แต่ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใด สิ่งสำคัญคือต้องการให้ผู้อ่านยอมรับในสิ่งที่เสนอให้ดำเนินการหรืออาจกล่าวได้ว่า เพื่อขยายความคิดนั้นให้กับผู้อ่าน ดังนั้น การเขียนจึงต้องมีลักษณะของการตั้งใจเพื่อให้อ่านยอมรับ ซึ่งการที่ผู้อ่านจะยอมรับได้นั้นจะต้องเขียนให้สื่อความหมายได้ง่าย ตรงจุด และชัดเจนโดยใช้คำที่ผู้อ่านคุ้นเคย หากจำเป็นจะต้องใช้ศัพท์เทคนิคจะต้องมีการให้ความหมายและอธิบายให้เป็นที่เข้าใจก่อน ในการเขียนควรมีการยกตัวอย่างหรือมีการอธิบายประกอบเพื่อช่วยให้เข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น แต่ไม่ควรทำเพื่อดึงความสนใจไปจากสาระสำคัญหรือไม่ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาสำคัญได้ดียิ่งขึ้น ในการยกตัวอย่าง ควรจะเป็นเรื่องที่ผู้อ่านมีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ส่วนการอธิบายประกอบ อาจใช้ภาพ กราฟและแผนภูมิต่าง ๆ ที่จะช่วยให้เข้าใจได้เร็วขึ้น

นอกจากนี้ โอกาสที่แผนโครงการจะได้รับการยอมรับจะมีมากขึ้น หากเขียนในลักษณะที่ทำให้ผู้อ่านเห็นถึงข้อเสนอแนะ สิ่งที่จะจัดทำรวมถึงประโยชน์ที่จะได้รับไว้อย่างชัดเจน

รูปแบบของแผนโครงการ

การเสนอโดยการจัดทำแผนโครงการ จะมีลักษณะที่เป็นทางการมากกว่าบันทึก แผนโครงการมีองค์ประกอบในการจัดทำเช่นเดียวกับหนังสือ องค์ประกอบที่สำคัญ มี

ส่วนหน้า รวมถึง ปก สารบัญ สารบัญภาพหรือตาราง และ บทคัดย่อ (abstract)

เนื้อหา โดยทั่วไปแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

1. บทนำ มักกล่าวถึงสิ่งที่ตั้งใจจะทำ ขอบเขตของงานที่จะทำ และจุดประสงค์ที่ต้องการ รวมถึงการบอกให้ผู้อ่านทราบว่า ทำไมเอกสารนี้จึงมีความสำคัญ และอาจมีการอ้างถึงที่มาของสถานการณ์ (background) และปัญหาที่เกิดขึ้นในการวิจัยเพื่อให้อ่านทราบถึงข้อจำกัดต่าง ๆ

2. เนื้อเรื่อง ควรเน้นถึงเรื่องสำคัญเพียงเรื่องเดียว แม้ว่าการเขียนอาจมีประเด็นต่าง ๆ ที่จะกล่าวถึงหลายประการ แต่ก็ควรเขียนประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้ให้สัมพันธ์กับเนื้อหาสำคัญตามลำดับก่อนหลัง และการอธิบายแต่ละประเด็นนั้นควรมีคำอธิบายและเหตุผลสนับสนุนอย่างชัดเจน

3. บทสรุป เป็นการสรุปสิ่งที่ค้นพบ และข้อเสนอแนะ สำหรับข้อเสนอแนะนี้ต้องชัดเจนเป็นไปได้และเหมาะสม

ส่วนท้าย มีบรรณานุกรม (reference) และภาคผนวก (appendix)

การเสนองานทางวาจา

การเสนองานด้วยวิธีนี้ มิได้หมายความว่าไม่ต้องมีการเขียน เพราะหากต้องการที่จะพูดให้มีประสิทธิภาพ ผู้พูดควรมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่จะพูดเป็นอย่างดี และมีการเตรียมเรื่องที่จะพูด มีการร่างและกลั่นกรองสิ่งที่พูด ลำดับข่าวสารที่จะเสนอให้เหมาะกับลักษณะและขนาด

MEMORANDUM

To: S. Adams

Re: Independence and Necessary Public Relations Programs

OBJECTIVES

To begin with, we must formulate objectives more specific than "independence." Saying what we want is easy; saying what we have to do to get it is a little more difficult. As with the PR campaign against the Stamp Act, we must specify the objective in terms that tell us what we must do. With the Stamp Act, we wanted repeal. But our specific objective was to prevent the act's enforcement.

If we rephrase "independence" to describe what we really want, we might say "to establish home rule and prevent the interference of the British in the internal affairs of the colonies." In a sense, we had "home rule" before 1763. But our research on British attitudes shows that return to the pre-1763 days is impossible. Hence, complete separation is the only way to achieve home rule.

But what will this require? Above all, it will require unification of the colonies and belief in a common purpose: independence from Britain. No plan for separation will succeed unless all the colonies join together. Thus our primary objective is:

To effect a unification of the colonies.

Achieving this objective will require a massive, well-coordinated PR campaign throughout the colonies. The objective of such a campaign should be:

1. To generate common attitudes among the inhabitants of the various colonies.
2. To sustain and organize popular sentiment.
3. To change the attitude of the people toward Great Britain from one of allegiance to one of repudiation.

RESEARCH

A thorough examination of English common law, colonial charters, newspapers of the last decade and British and colonial history formed the major portion of the research effort for this project. In addition, during my recent tour of the colonies I interviewed a number of key political figures to gather their insights into the current situation. To this has been added the report from Benjamin Franklin on opinions in Britain and France. I list below the major research findings.

รูปที่ 9.1 แสดงการเสนอโครงการในรูปแบบที่ความจำ

ที่มา : Doug Newsom and Tom Siegfried, Writing in Public Relations Practice : Form and Style, Wardsworth Publishing Company, 1981.

Legal Basis for Independence

There can be no doubt that taxation of an Englishman without his consent (through representation in the taxing body) is a violation of his rights. This is the clear message of the Glorious Revolution (1689), and it is reaffirmed in various ways by the colonial charters. Furthermore, during the reign of Queen Anne, the crown agreed to recall the provincial governor after the New York assembly complained that he had taxed the subjects without the consent of the assembly. This action seems to have established royal consent to the doctrine that taxation without representation is unconstitutional.

No responsible person, in the colonies or England, argues that direct representation of the colonies in Parliament is feasible (see the resolutions of the Stamp Act Congress). Thus if Parliament persists in taxing us, we have no administrative remedies, as our lawyer friends would say. It thus becomes a clear case of Parliament's violating our rights through unconstitutional action; they are the lawbreakers. We are thus legally--and morally--justified in breaking our ties to the empire.

Current State of Opinion in the Colonies

Despite the anti-British feelings displayed at the time of the Stamp Act, ties to Britain remain strong. We are, for the most part, Englishmen who just happen to live on the other side of the Atlantic. The physical distance is trifling compared to the closeness of language, history and culture.

In fact, it is not an exaggeration to say that the colonies feel closer to England than they do to each other. At first glance, barriers to achieving unification would seem almost insurmountable.

But research has turned up some encouraging signs. Since the beginning of this century the colonies have joined in several wars, most recently the seven years' battle against the French. Fighting on the same side brings peoples together, and joining in battle again would not be a completely novel affair. Furthermore, the colonists have in common their "rights as Englishmen," along with the heritage of fighting for these rights, which have been passed down from 17th-century England. Most of us share a common language, and we hold a common allegiance to the crown. Upon these common beliefs and traits we should be able to build a movement for unity.

True, these common features have not led the way to unity so far. In essence, this is because the tie to Britain has been strong; each colony needed Britain more than it needed any other colony. But this need was largely due to the threatening presence of the French on our western borders. With France gone, the tie to England can be weakened.

One further point should be made about weakening ties to Britain. A great many of our people came to America because they didn't like things in Britain. Thus we have a ready-made broad base of support for any anti-British movements we undertake.

รูปที่ 9.1 (ต่อ)

Support will also come from certain specific groups. Printers and lawyers, with the memory of the oppressive Stamp Act fresh in their minds, will back efforts for home rule. An extremely important group that will favor self-rule is the clergy. The faith of Protestant Christianity is one of the most central characteristics of colonial culture. It sets us apart from the English, and is perhaps the best spot through which to drive a wedge between the colonies and the crown. After all, the church is a most powerful social institution. The colonies have at least 3,000 churches serving a dozen and a half denominations. And most church leaders fear above all else the establishment of an Anglican episcopate on the North American continent. By promoting such fears we can increase the clergy's hostility toward Britain.

Opinion in England

Opinion toward the colonies in England has changed dramatically since the French and Indian War. English officials view the colonists as spoiled children, and they are determined to crack down on the colonists and bring them "into line." Parliament may have repealed the Stamp Act, but further measures are sure to follow.

The person in England whose opinion is most important, of course, is the king. Most colonists see the king as wise and just; it's Parliament that is to blame for the tyrannical taxation. Our research indicates that this view is rather naive.

King George is certainly a courageous and resolute ruler. He does not lack intelligence. But, without being too unkind, we must report that the king suffers from moral obtuseness and is also stubborn and vain. Most colonists don't know that George favors suppression of the colonies by whatever means might be needed. He has absolutely no sympathy for our appeals in the name of "liberty."

The king's views are shared by many in Parliament. But also in Parliament are those who support the American cause and understand our arguments. Such procolonial voices can be quite important; their protests will no doubt inhibit the ministry from pressing an all-out war against the colonies, at least at first.

Feasibility of Achieving Independence

Research shows that independence is possible. It will not be granted by the king without a fight. But a war for independence can be won. The English army is not in top shape; George will probably have to hire mercenaries to invade the colonies, and mercenaries do not make the best fighters. We have an exceptional military weapon in the backwoods riflemen, who, as marksmen, far surpass anything the British can put in the field.

AUDIENCES

My research findings indicate that certain obvious key audiences should be the primary targets of our PR efforts. These include:

1. Printers
2. Clergy
3. Colonial leaders
4. Certain Members of Parliament
5. The French government

Printers are obviously among the most influential people in the colonies. By controlling the press, they control the flow of information to the public. They constitute our highest priority target audience.

Clergymen, as noted above, can also be of great value in swaying public opinion. They are generally experienced orators and have captive audiences every Sunday.

If we are to achieve unification of the colonies, it is imperative that political leaders in each province be subjected to our communication efforts. Those who already agree must be provided information to support their view; those who are undecided must be persuaded to join the cause.

Members of Parliament who are inclined to support the colonies should be kept informed of our problems. They may be helpful in moderating any possible punitive acts by Parliament. Eventually, of course, war will break out despite the help of our friends in Parliament. At that point we must hope to receive aid from France. Thus, the French government must also be persuaded of the merits of our case.

We must also be aware of certain groups making up the colonial public. Some communications must be designed for the intellectuals, those who make up the colonial assemblies and the like. The lower classes, the backwoods farmers, and the illiterate and poorly educated are other groups we must consider. Special interest groups like mechanics and merchants must also be persuaded, and we must obtain the support--or at least the neutrality--of blacks, Indians, and French Canadians.

VEHICLES

To be effective, our PR program must use the proper vehicles of communication to reach each of our target audiences. Such vehicles can be of three types: written, verbal, and visual.

Written Vehicles of Communication

Beyond any doubt, newspapers will be our most important and most effective method of communicating to large audiences. More than 20 newspapers are published now, and that number is growing; more than 40 should be in operation ten years from now. It is essential that we develop good working relations with the press, for without its cooperation we can never

รูปที่ 9.1 (ต่อ)

hope to unify opinion across the colonies. We must use **this** medium in all ways **possible**.

Primarily, we will **use** newspapers as an outlet for political essays designed to promote unity **among** the colonies and animosity **toward** Great Britain. Newspapers will **also** be valuable **as** a medium for reprinting letters **and** documents helpful to **our** cause. We may, for example, **want** to print the **Magna Carta**, the Bill of Rights, **and** perhaps parts of some colonial charters. Resolutions passed by colonial assemblies can **be** reprinted across all the colonies.

Newspapers do have serious limitations, however. Space restrictions force essays to be briefer **than we** would sometimes like. Developing **our** arguments in sufficient depth to convince the intellectual classes will require a different medium—the pamphlet. Pamphlets give writers the space they need to build a thorough and complete **case** for their propositions. **Most** colonial (and British) leaders are avid pamphlet readers, and propagating **our** ideas in this **form** will help develop unified thinking among the key citizens in each colony. Pamphlets will serve to present the overall, complete statement of the American position **while** newspaper essays can attack more specific points.

While pamphlets are **an** excellent device for reaching **the** upper classes, they usually are **not** read by the majority of the people. In addition to the newspapers, then, we **must** have a vehicle designed specifically to reach the lower classes. The broadside, or handbill, is perfect for this purpose. **It's** ideal for rallying crowds **and** inciting **the** emotions, since it can be distributed quickly or posted in gathering places. **Broad-**sides rarely identify any source or author, so they can **be** as inflammatory as we like without fear of reprisal. Broad-sides **can** reach many **more** people than newspapers can, and they **are more** effective in gaining attention to a specific issue. They **are** also easily distributed by clandestine methods, making censorship impossible.

Broad-sides and newspapers both reach **many** townspeople. **But** seldom do they fall **into the** hands of **our** rural citizens. **The** country people have no regular **means** of **communication** with the city, yet it is important that **they** get our message **also**. The best possibility with them is the **almanac**. It is not a timely medium; people get new almanacs **no more** than once a year. **But** the only printed matter **many** rural citizens **own** is an almanac and a Bible. Indeed, nearly every household has an almanac. **While** newspaper circulation **commonly numbers** in the hundreds, Ames of **Boston** sells 60,000 copies of his **almanac** each year. **Almanacs** can't present news, but they **can** place our general **arguments** before the **country people**.

Verbal Vehicles

While written material will be the **most** important device for disseminating information, we **must** realize that only **about** half the **men** in the colonies can read (**and** only about a fourth of the **women** are literate). **Furthermore**, not everyone **who** can read actually does read. so we **must** devise means for reaching the nonreaders.

รูปที่ 9.1 (ค)

The most obvious way is through speeches. Public addresses can gather large crowds. Sermons can also get our message across; here we must enlist the aid of the sympathetic clergy. The best of the speeches and sermons can be reprinted in the newspapers or in pamphlet form.

We must remember that the great majority of the public is not interested in the philosophical and constitutional issues. In fact, most of them can't grasp such complexities. But we must communicate some flavor of the substance of these issues, and verbal communication can help accomplish this. One device especially well-suited to this goal is the slogan--the short, simple but expressive phrase that condenses volumes of elaborate reasoning into a quick, emotional, potent statement of feeling and fact. "No taxation without representation!" is an example. It conveys a substantial amount of the essence of an important issue, but nobody needs to be able to read to understand and remember it.

Taking the brevity of the slogan one step further, we can instruct our speakers to use certain key words again and again, some evoking the positive aspects of our position and others calling forth images of British unfairness. Words standing alone can be just as powerful as slogans. "Tyranny" or "Oppression" or "Slavery" can be the words that characterize the practices of the British; "Liberty" or "Freedom" or "Independence" can be the watchwords of the revolution.

One other verbal device we might try is the song. People who can't read a word can remember uncountable verses of song lyrics. If we can introduce songs that carry our message, and if the songs become popular, we can reach a far greater audience than we can with newspapers, pamphlets and speeches.

Visual Vehicles

Complementing the verbal approach toward those who don't read should be devices aimed at the eyes rather than the ears. Illustrations can be used on broadsides to depict the British in an unfavorable light. Almanac covers are convenient spots for cartoonlike drawings either to idolize the heroes of our side or lampoon the British. One of our most successful illustrative devices during the Stamp Act campaign was the snake cut in pieces. Used with the slogan "Join or Die," this can be a most persuasive cartoon.

Other visual symbols can be created and ingrained in the public consciousness. Liberty trees and liberty poles can be the rallying points for demonstrations, serving as focal points for public attention to the issues.

Other Vehicles

Several miscellaneous devices can add to the overall effect of our communications program. Town meetings, for example, can be forums for publicizing our views. We can coordinate town meetings throughout New England so the same message is received by many audiences at once.

Other less formal methods can be used for communicating ideas and information. Certain taverns can be designated information centers where those in support of our cause can gather to discuss the latest news.

STRATEGY

Our research shows that popular sentiment favoring independence will come about only after war breaks out with Britain. The first phase of our PR strategy, then, must be geared to preparing the people for war by building up ill feelings toward Britain and by promoting a sense of intercolonial unity. A second phase of PR strategy will be used after war breaks out, with a third phase to be put into effect after independence is actually declared.

Strategy before War

Our most important objective is to effect a sense of unity among the colonies. This will, of course, be difficult. The diversity of the colonies is well known. However, we have noted two major common threads running through the colonies (aside from the fact that almost everyone speaks English) They are: (1) Every colonial charter guarantees its citizens the rights of Englishmen; and (2) colonists from north to south share a common allegiance to the crown.

We must use these common threads to create a new consciousness, a new spirit of American nationalism among the colonists. Distinctions between New Englanders, New Yorkers, Georgians and Virginians must be made to appear trivial.

Our heritage as Englishmen is a common bond that must be used to turn the colonies against England. We must champion our rights as Englishmen. The early years of our communication efforts must arouse opposition to all those acts of Parliament that ignore our rights. We must heavily emphasize that parliamentary acts denying our rights are unconstitutional, and that if we are to be true to our common heritage, we must oppose them.

This is, of course, an appeal to principle. Some people are motivated by high principle, others by self-interest. Interests differ, but principle is universal and unifying, so appeal to principle must be our primary thrust. We must also, however, provide arguments for those susceptible to self-interest appeals. If one group in particular is taxed or oppressed, we must stress to others that they may be the next to be stung by the ministry's punitive measures. By creating a common bond of subordination to an unjust Parliament, we can create another unifying element--the sharing of a common enemy--and further our objectives.

In pursuing this strategy, we can enhance feelings of unity while encouraging derisive attitudes toward Britain. In generating these ill feelings we must be careful not to break one of our common bonds--allegiance to the crown. King George must not become the object of our attacks during this phase of the campaign. Though we know better, we must appear to believe that the king is good and wise, merely out of touch with the situation in America, and kept in the dark by the ministry. All our wrath should be directed at Parliament. In this way we will avoid severing too soon one of the strongest ties among the colonies.

รูปที่ 9.1 (ต่อ)

With these considerations in mind, we can outline the following elements of our PR strategy in the prewar years:

1. Prepare pamphlets aimed at political leaders that detail the legal and moral arguments opposing parliamentary acts of taxation or oppression.
2. Prepare a continuous flow of newspaper essays designed for the general public, stressing the *principle* that Parliament has no right to tax, and emphasizing possible future taxes that might damage each group's particular interests.
3. Stress in all messages our common heritage as Englishmen and our determination to stand on the rights of Englishmen, as loyal subjects of the king.
4. Direct all expressions of outrage at Parliament, the ministry, or colonial governors, but not the king.

Finally, as soon as general sentiment warrants, a conference similar to the Stamp Act Congress should be convened. As soon as armed conflict breaks out, such a congress should become permanent in order to coordinate colonial opposition to the British forces.

Wartime Strategy, before Independence

Until war begins, public statements favoring independence will be useless; in fact, they would damage our cause by appearing too radical. Once war begins, however, the idea of independence might be mentioned. But it will take at least a year of fighting before colonial leaders will be willing to vote for independence. Thus, our strategy for the early part of the war should follow this outline:

1. During the first six months, mention the possibility of independence in newspaper essays but do not promote an immediate vote at this time.
2. During this time allow a small amount of criticism of the king to appear.
3. Six to eight months after the war starts, prepare a pamphlet setting forth the case for independence in strong terms. Distribute the pamphlet widely and have large portions of it reprinted in the newspapers.
4. Use newspapers during the following months to support the ideas of the pamphlet and generate vocal public support for independence.

Our pamphlet calling for independence must address the question of loyalty to the king. This will be the time to sever all ties to the crown. Attacking George personally might prove difficult; instead, we should attack the very notion of kingship, saying, in effect, that no matter how nice a guy George is, all kings are bad because the very idea of "king" is bad.

รูปที่ 9.1 (ต่อ)

Postindependence Strategy

After the colonies vote for independence, it will still be necessary to win the war to keep it. In large measure, strategy during this period will be typical war strategy: engender hatred for the enemy, boost national morale, induce desertions of enemy soldiers. Of special importance during this period will be communications abroad. We must persuade other countries, especially France, that we are worthy of diplomatic recognition and military aid.

The above has been a bare outline of what we must do to achieve our objectives. I will proceed at once with the planning details. If all goes well, we should have independence in ten years.

รูปที่ 9.1 (ต่อ)

ของผู้ฟัง เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจได้ง่าย ไม่วกวน นอกจากนี้ ผู้พูดจะต้องสามารถควบคุมอารมณ์ในการรับฟังความคิดเห็นที่ขัดแย้งและการกล่าวถึงงานประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่ไม่น่าพอใจ ต้องมีความพยายามที่จะจัดบรรยากาศของความขัดแย้งให้หมดไปเพื่อมิให้แผนงานที่จัดทำไว้อย่างดีแล้วต้องหมดโอกาสที่จะนำไปปฏิบัติ และควรมีการคาดคะเนคำถามที่คาดว่าจะได้รับตลอดจนเตรียมคำตอบที่เหมาะสมไว้เพื่อให้ตอบได้อย่างกระชับ รัดกุมและทันท่วงที

ในการเสนองานเพื่อให้บรรลุผล บางครั้งผู้เสนองานนอกจากจะจัดทำสำเนาเสนอ เพื่อให้ฝ่ายบริหารหรือบริษัทลูกค้าศึกษาล่วงหน้าแล้ว ยังอาจต้องพูดคุยกับบุคคลต่าง ๆ เกี่ยวกับแผนโครงการนั้นเพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นที่มีต่อแผนโครงการนั้นก่อนที่จะมีการเสนองานเป็นทางการ เพื่อจะได้ชี้แจงความคิดเห็นที่ไม่ถูกต้องหรือให้ข้อมูลที่จะลดความคิดเห็นที่ขัดแย้งลง และเพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ในการเตรียมเสนองานอย่างเป็นทางการ สำหรับการที่จะพัฒนาการพูดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผู้พูดควรจะต้อง

1. มีความรู้ในเรื่องที่จะพูดเป็นอย่างดี ผู้พูดจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจในเรื่องที่จะพูดเพื่อให้ทราบว่า มีข้อมูลใดที่ต้องการให้ผู้ฟังสนใจเป็นพิเศษ และเพื่อจัดเตรียมร่างและลำดับเรื่องราวที่จะเสนอในอันที่จะทำให้ผู้ฟังเข้าใจได้ง่าย นอกจากนี้ ควรทราบถึงเวลาที่จะมีในการพูด โดยทั่วไปหากยิ่งใช้เวลาในการพูดน้อยเท่าไร ผู้พูดก็ต้องมีเวลาเตรียมตัวมากขึ้นเท่านั้นเพื่อพูดให้ได้ครบถ้วนและผู้รับเข้าใจ

2. ต้องรู้จักผู้ฟัง การที่จะพูดให้มีประสิทธิภาพนั้นผู้พูดจะต้องรู้จักผู้ฟังทั้งในด้านพื้นฐานต่าง ๆ ที่สนใจ ตลอดจนนิสัยการปฏิบัติ ซึ่งอาจสังเกตและสรุปได้จากการติดต่อพบปะกัน ซึ่งจะทำให้ผู้พูดสามารถจัดเรื่องราว ใช้ศัพท์ ตลอดจนยกตัวอย่างให้เหมาะกับลักษณะของผู้ฟังได้

3. อาจจัดทำโน้ตย่อเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพูด ผู้พูดแต่ละคนจะมีความสามารถและแบบฉบับในการพูดแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ในการพูดควรเป็นตัวของตัวเอง ไม่ควรอ่าน ไม่ควรท่อง และเพื่อพูดให้ได้สาระสำคัญครบถ้วน ก็อาจใช้โน้ตย่อช่วยได้ นอกจากนี้ ยังอาจใช้เสียงสูงต่ำช่วยในการเน้นประเด็นสำคัญที่ต้องการให้ผู้ฟังสนใจ

4. ควรมีการฝึกปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ การที่จะพูดให้บรรลุผลที่ต้องการนั้นผู้พูดจะต้องรู้ถึงความสามารถ ข้อดีและข้อบกพร่องในการพูดของตน แล้วพยายามแก้ไขข้อบกพร่องนั้น

ซึ่งอาจทำได้โดยการเข้ารับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการพูด หรือการฝึกฝนแก้ไขข้อบกพร่องหรือปรับปรุงวิธีการพูดด้วยตนเอง โดยการสังเกตผู้ที่มีความสามารถในการเสนองานหรือในการพูดที่ประทับใจ แล้วนำถ้อยคำหรือวิธีการนั้นมาฝึกฝน หรืออาจอัดวิดีโอเทปการพูดของตนเองไว้แล้วนำมาพิจารณาเพื่อแก้ไขปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในด้านถ้อยคำสำนวนที่ใช้วิธีการพูด ลำดับเรื่องราว ความน่าสนใจ กริยาท่าทางในการพูด ความสามารถในการใช้โสตทัศนูปกรณ์ ประกอบและอื่น ๆ

การใช้โสตทัศนูปกรณ์ประกอบ

ในการเสนองานนี้หากเป็นการประชุมขนาดเล็ก อาจใช้วิธีการพูดบรรยายตามแผนโครงการที่ได้จัดทำและส่งสำเนาให้พิจารณาล่วงหน้าก่อนแล้วได้ แต่ถ้าจะให้ที่น่าสนใจและมีประสิทธิภาพมากขึ้นก็ควรใช้โสตทัศนูปกรณ์ประกอบการพูด โดยเฉพาะการประชุมขนาดใหญ่ที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมากหรือในกรณีที่ต้องเสนอแผนโครงการนั้นหลาย ๆ ครั้ง ก็จำเป็นที่จะต้องมีการจัดเตรียมโสตทัศนูปกรณ์ที่จะใช้ประกอบเพื่อให้การเสนองานนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับโสตทัศนูปกรณ์ที่สามารถใช้ประกอบการพูดก็มีมากมายหลายประเภท แต่ที่นิยมใช้ประกอบการเสนองานก็มี

การเขียนลงบนแผ่นกระดาษ (flip charts) มักนิยมใช้ในการประชุมขนาดเล็กที่มีผู้เข้าร่วมประชุมไม่เกิน 10 คน¹ เป็นการเขียนลงบนกระดาษเพื่อเน้นให้เห็นถึงประเด็นสำคัญของแผนงานหรือเพื่อให้เข้าใจสิ่งที่พูดได้ชัดเจนยิ่งขึ้น การเขียนนี้ผู้พูดอาจเขียนในขณะที่พูด หรืออาจเขียนมาล่วงหน้าก็ได้ หรือบางครั้งอาจร่างด้วยดินสอมาก่อนและผู้พูดมาเขียนด้วยปากกาคตามรอยดินสอที่ร่างไว้ก็ได้ วิธีนี้นิยมใช้เมื่อผู้พูดต้องการที่จะให้ผู้ฟังค่อย ๆ เข้าใจเรื่องราวเป็นลำดับไป

การเขียนบนกระดาน นิยมใช้ในการประชุมภายในองค์กรที่มีผู้เข้าประชุมประมาณ 10 คน² เป็นการใช้เครื่องมือที่ไม่ต้องมีการจัดทำล่วงหน้า เมื่อผู้พูดเห็นว่ามึ่สิ่งใดสำคัญ ก็อาจเขียนประกอบเพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจมากขึ้น

การใช้เครื่องฉายข้ามศีรษะ (Overhead projector) นิยมใช้ในกรณีที่มีแผนภูมิที่จะใช้ประกอบการพูดมีความซับซ้อน หรือรูปแบบของภาพเป็นส่วนสำคัญของแผนงาน ที่ผู้เสนองานมักจะมีการจัดทำแผนภูมิหรือภาพลงบนแผ่นโปร่งใส (Transparencies) มาล่วงหน้า

สไลด์ (slide) จัดเป็นสื่อที่นิยมใช้มากโดยเฉพาะการเสนองานของบริษัทที่ปรึกษา ด้านประชาสัมพันธ์ต่อบริษัทลูกค้า และสามารถใช้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ว่าในบางครั้งอาจเสียค่าใช้จ่ายในการจัดทำมากกว่าสื่ออื่น และยังคงใช้เวลาในการสร้างบทและผลิตสไลด์ สไลด์ที่จะทำให้ผู้ดูเข้าใจง่าย คือสไลด์ที่ไม่ซับซ้อนหรือมีเนื้อหามากเกินไป ในการใช้สไลด์ ควรฉายสไลด์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะพูด ไม่ควรฉายสไลด์ที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับเรื่องที่พูดทิ้งไว้ ควรปล่อยให้จลสว่างไว้จะดีกว่า และผู้พูดควรเรียนรู้ที่จะใช้ไมชี้ (pointer) เพราะถ้าใช้อย่างถูกวิธีจะดึงความสนใจของผู้ดูไว้ได้และยังช่วยให้ผู้พูดยืนห่างจากจอและไม่อยู่ในสายตาของผู้ดูด้วย

นอกจากนี้ ก็อาจใช้สื่อทัศนูปกรณ์อื่น ๆ ประกอบได้ตามความเหมาะสม

ในการใช้เครื่องมือประกอบการเสนองานนั้น เนื้อหาที่ปรากฏจะมีความสำคัญมากกว่ารูปแบบในการเสนอ นอกจากนี้ ผู้ที่จะใช้เครื่องมือประกอบ ควรฝึกการใช้เครื่องมือและจัดเตรียมวัสดุที่จะใช้ประกอบให้เป็นลำดับถูกต้อง เพราะหากใช้ไม่ถูกต้องหรือไม่สั่งหัดที่จะใช้แล้ว ก็จะไม่ช่วยให้ผู้ฟังเข้าใจแผนงานได้ดีขึ้น และอาจมีผลให้บรรยากาศที่ดีในการประชุมนั้นเสียไปได้

การดำเนินงาน

เมื่อแผนงานได้รับอนุมัติให้ดำเนินงานแล้ว จะมีการคาดคะเนเวลาที่ต้องใช้ในการทำงานแต่ละขั้นตอน และกำหนดรายละเอียดของงานที่จำเป็น ที่จะทำให้การดำเนินงานตามโครงการนั้นบรรลุผลและเสร็จสิ้นภายในเวลาที่ต้องการ และเพื่อช่วยใช้การดำเนินงานก้าวหน้าไปตามกำหนด จึงนิยมจัดทำตารางเวลาทำงาน (timetable) ที่อาจจัดทำในรูปแผนภูมิ ที่แสดงถึงจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของงานแต่ละงานในโครงการ หรืออาจจัดทำปฏิทินโครงการ (program calendar) ที่จะช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ทราบว่า กิจกรรมที่จะจัดทำ เช่น จัดหมายข่าว แผ่นพับ สไลด์ บัตรเชิญ ฯลฯ จะเริ่มดำเนินการ เมื่อใดเพื่อให้เสร็จทันในเวลาที่ต้องการใช้ ปฏิทิน-

โครงการนี้จะช่วยในการตรวจสอบความก้าวหน้าของโครงการ และช่วยจัดการทำงานไม่เสร็จ
ภายในเวลาหรือการละเลยงานบางอย่างไปได้

JULY 1982						
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
	Meeting w/RCS - Draft Complete Mayor's letter - Gov. Relations will deliver letter to Mayor - Comp. Mailing list for Comm. Leader Meeting on 7/13. - Select & Call 8		-Letter en route to Mayor - Tour Home to be selected Community Advisors for meeting 7/1.	1 Contractor's Meeting - Select Contractor for Energy Tour - Receive Mayor's Letter - Community Advisory Meeting - 6:00 p.m. SAN JOSE PG&E	2	3
4	5 HOLIDAY	6 -PG&E will mail Mayor's letter to Community Leader Meeting on July 13	7 Call 3 Community Leaders from Advisory meeting 7/1 to speak at 7/13 meeting in support of ZIP.	8 (Community Leaders to receive invitations to 7/13.)	9	10
11	12	13 6:00 COMMUNITY LEADER MEETING - PG&E Auditorium - Food/Refreshments - Introduce ZIP Program. *****	14 Send thank you letters to all attendees along with flier invitations to Home Energy Tour	15 Editorial Boards including San Jose Mercury News - Bring Press packets - New Bureau Representatives will coordinate. *****	16	17
18	19 - Contractor will install Big 6 - Call speaking participants for 7/26 (Comm. Leader, Mayor, Council Person, County Supervisor) (No more than 3 in all. PG&E spokesperson.)	20 - RCS will inspect installations - Call PG&E photographer to cover on 7/26.	21 Send Press Advisories for Home Energy Tour 7/26.	22 Walk through tour home with all participants.	23 - Send Press Release. - Follow-up Media calls	24
25	26 - Morning Press calls. - 10:00 Home Energy Tour - Press Feeds *****	27	28 - Write Thank You letters to all participants. - Follow-up with any additional New Releases or pictures - Coordinate Community speakers Bureau - Deliver materials and Posters to community organizations - Start Follow-up activities	29	30	31

รูปที่ 9.2 แสดงปฏิทินโครงการ

ที่มา : Denis L. Wilcox, Phillip H. Ault and Warren K. Agee, Public Relations, Strategies and Tactics, Harper & Row Publishers, 1986, p.163.

เมื่อกำหนดเวลาที่จะเริ่มทำงานและคาดคะเนเวลาที่จะต้องใช้ในการทำงานแต่ละงานในโครงการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็ควรจะจัดการประชุมพบปะกันในระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานตามโครงการนั้นทั้งหมด เพื่อมอบหมายงานให้กับพนักงาน ในการมอบหมายงานนี้ ผู้บริหารควรพิจารณาว่า พนักงานแต่ละคนจะมีส่วนช่วยในการดำเนินโครงการนั้นได้อย่างไรบ้าง ซึ่งควรคำนึงถึงความสามารถของพนักงานแต่ละคนมากกว่าเป็นเพียงการมอบหมายงานให้กับพนักงานเท่านั้น

ในการประชุมควรมีการคาดคะเนปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในการทำงานและควรหาวิธีการป้องกันมิให้ปัญหานั้นเกิดขึ้น วิธีการหนึ่งที่ปฏิบัติกันในการคาดคะเนปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ก็คือ การศึกษาสถานการณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อย ๆ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หรือการศึกษาจากแหล่งภายนอก เช่น ตำราหรือบทความฯ ซึ่งจะช่วยให้ไม่มองข้ามรายละเอียดบางอย่างไป อันจะเป็นการประหยัดเวลาในการทำงานและมีผลให้โครงการนั้นบรรลุผลสำเร็จได้ง่ายขึ้น

ในระหว่างการดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมาย แม้ว่าจะมีการวางแผนโครงการไว้อย่างระมัดระวังและมีการบริหารงานอย่างดีที่สุดแล้วก็ตาม ก็อาจเกิดปัญหาหรือความสับสนได้ ซึ่งบางครั้งอาจเกิดขึ้นเนื่องจาก การทำงานของบุคคลหนึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหากับบุคคลอื่นที่ทำงานเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันได้ โดยทั่วไปมักเกิดขึ้นมาจากการขาดการติดต่อสื่อสารภายใน ดังนั้น คณะผู้ทำงานจึงควรจัดให้มีการติดต่อกันเป็นประจำ ซึ่งอาจทำได้โดยการจัดให้มีการประชุมพบปะกันเป็นประจำหรือติดต่อกันโดยใช้บันทึกข้อความเพื่อติดตามความก้าวหน้าในการทำงาน ร่วมกันพิจารณาปัญหาที่เกิดขึ้นตลอดจนหาวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น การแก้ปัญหามหาการขาดการติดต่อสื่อสารภายในสามารถทำได้หลายวิธี ดังตัวอย่าง

หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ขนาดเล็กแห่งหนึ่ง แจ้งให้พนักงานของเขาทราบว่า ในระหว่างเวลา 9.30-10.00 น. จะจัดให้มีการประชุมโดยมีกาแฟและของว่างให้ทาน เพื่อเป็นการจูงใจให้พนักงานมาพบกันชั่วขณะหนึ่งและพูดคุยกันถึงความสำเร็จและปัญหาในการทำงาน ซึ่งการที่พนักงานได้ทราบปัญหาการทำงานของเพื่อนร่วมงาน นอกจากจะช่วยหาวิธีการแก้ไขแล้วยังทราบว่า ปัญหานั้นจะมีผลกระทบต่อเวลาทำงานของเขาหรือไม่ อย่างไร หรือ ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรขนาดใหญ่ ได้ให้พนักงานจัดทำเอกสารหรือบันทึกเพื่อส่งไปยังทุกคนที่

เกี่ยวข้อง ภายหลังจากที่ฟังการถกเถียงกันอย่างรุนแรงในระหว่างพนักงานที่กล่าวหาว่าใคร
ที่ควรเป็นผู้ถูกตำหนิในกรณีทำให้งานล่าช้า หรือในการดำเนินงานของบริษัทที่มีสาขาหลายแห่ง
แทนที่จะใช้การสื่อสารด้วยการเขียน ก็ใช้วิธีการประชุมร่วมกันทางโทรศัพท์เป็นประจำทุกสัปดาห์
โดยการใช้โทรศัพท์ที่มีเสียงดังที่สามารถฟังพร้อมกันได้หลาย ๆ คน แต่ละคนจะสรุปสิ่งที่ต้องทำ
ไว้ วิธีการนี้ก่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงแผนการดำเนินงานหรือผู้ปฏิบัติงานได้

ด้วยเหตุนี้ ผลงานที่ดีที่สุดจะเป็นผลของความพยายามของคณะผู้ทำงานที่แต่ละคนจะ
ใช้ทักษะและประสบการณ์ร่วมกันเพื่อให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพและเป็นไปใน
ทางทิศทางที่ต้องการ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงาน จึงเป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างหรือเป็นอุปสรรค
ในการดำเนินงานได้ ดังนั้น ผู้บริหารควรพยายามที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีใน
การทำงานและควรให้ความสนใจต่อการตำหนิกล่าวหา ซึ่งกันและกัน เพราะจะมีผลในการทำลาย
ความสัมพันธ์ที่ดีลงไปได้

โดยทั่วไป เมื่อมีการวางแผนโครงการไว้แล้ว หากไม่จำเป็นจริง ๆ ก็จะไม่มีการ
เปลี่ยนแปลงแผนการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะได้มีการวางแผนไว้อย่างดีแล้ว แต่ใน
บางครั้งอาจมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นได้ มีผลให้ต้องมีการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงแผนการ
ดำเนินงาน ซึ่งอาจเป็นการตอบโต้หรือแก้ไขต่อความริบควมหรือเหตุการณ์เฉพาะหน้าที่ไม่คาดฝัน
หรือมีเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดโอกาสแก่นักประชาสัมพันธ์ในการที่จะใช้ประโยชน์จากสถานการณ์ที่เกิด
ขึ้นนั้นในทันทีทันใด เช่นนี้อาจมีผลให้ต้องมีการแก้ไข ปรับสิ่งที่ต้องดำเนินการให้เหมาะกับการ
เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และผู้บริหารจะต้องแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทุกคนทราบถึงความเปลี่ยนแปลงนั้น
และในกรณีริบควมมาก การมีหมายเลขโทรศัพท์ที่บ้านของพนักงานทุกคนไว้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ในการประชุมพบปะกันทุกครั้ง ควรมีการจัดทำบันทึกการประชุม เพื่อบันทึกการตัดสินใจ
สำคัญ ๆ และเพื่อสรุปสาระสำคัญของการประชุมนั้น แล้วส่งไปยังทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้
ทราบถึงการกระทำ ความรับผิดชอบที่ได้ตกลงกัน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นงานประเภทหนึ่งที่มีเอกสารเกี่ยวข้องมาก ทั้งใน
ด้านการรวบรวมข้อมูล การจัดทำโครงการ ตลอดจนถึงกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในการดำเนินงาน
ตามปกติหรือเมื่อมีการจัดงานพิเศษ หรือเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน ดังนั้น องค์การจึง

จำเป็นต้องมีเครื่องใช้สำนักงานที่ทันสมัยเพื่อลดภาระงานและเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากที่สุด เครื่องมืออุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกในการทำงานนี้ รวมถึงโทรศัพท์ เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องพิมพ์ดีด ที่เก็บเอกสารที่กว้างขวางเพียงพอ เครื่องโทรสาร เทเล็กซ์ นอกจากนี้ในแผนกประชาสัมพันธ์ขององค์การขนาดใหญ่จะมี เครื่องบันทึกเสียง เครื่องฉายสไลด์ เครื่องจำหน่าย จดหมาย เครื่องพิมพ์ออฟเซต เครื่องบันทึกวิดีโอ ฯลฯ อุปกรณ์เหล่านี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานสำนักงานต่าง ๆ เช่น การจัดเตรียมรายชื่อผู้รับเอกสาร การจัดพิมพ์ จดหมาย การจำหน่ายซอง การเตรียมเอกสารข่าวในลักษณะต่าง ๆ ฯลฯ

นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์บางอย่าง นักประชาสัมพันธ์อาจไม่มีความสามารถในงานด้านนั้นเพียงพอหรือต้องการที่จะให้งานที่จะจัดทำมีคุณภาพดีแล้ว อาจต้องใช้บริการของผู้เชี่ยวชาญหรือบริษัทที่มีความชำนาญในงานด้านนั้น เช่น ช่างภาพ นักเขียนอิสระ นักวิจัย บริษัทถ่ายภาพภาพยนตร์ หรือวิดีโอ ฯลฯ ในการใช้บริการจากภายนอกนี้ นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีการสรุปรายละเอียดของผลงานที่ต้องการ และการที่จะเลือกใช้บริการจากบุคคลหรือองค์การใด นักประชาสัมพันธ์ควรจะมีการคัดเลือก ตรวจสอบและพิจารณาผลงานของบุคคลหรือองค์การเหล่านั้นก่อน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรจะมีการรวบรวมรายชื่อ สถานที่ติดต่อพร้อมหมายเลข โทรศัพท์ของผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ ที่มีผลงานที่น่าพอใจไว้เพื่อความสะดวกในการติดต่อ เมื่อจำเป็นต้องใช้บริการเหล่านั้น

คำถามท้ายบท

1. การเสนอขออนุมัติแผนงานจากผู้บริหาร มีความสำคัญต่อฝ่ายประชาสัมพันธ์อย่างไร
 2. การที่จะเสนอแผนงาน สามารถทำได้กี่วิธี อะไรบ้าง และการที่จะเสนอให้ได้ผล ผู้เสนอควรมีการเตรียมตัวอย่างไรบ้าง
 3. โสภทศานุภรณ์ มีประโยชน์ต่อการเสนอแผนงานด้วยวาจาอย่างไร
 4. ปฏิทินโครงการคืออะไร มีประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการอย่างไร
 5. ในการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ให้บรรลุผลที่ต้องการ สิ่งที่น่าประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึง และเตรียมการแก้ไขไว้มีอะไรบ้าง อธิบาย
-