คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

(Work Manual)

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักสารสนเทศและการสื่อสาร
สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน)

คำนำ

การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานที่สำคัญและจำเป็นต่อทุกงานทุกสาขาวิชาชีพ โดยเฉพาะสภาวะสังคมไทยปัจจุบันเป็นสังคมแห่งการสื่อสารที่เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและกว้างขวางในทุกรูปแบบ เรามีเทคโนโลยีการสื่อสารอันทันสมัย สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ในงานประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชนทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ให้มีความเข้าใจ สนับสนุน ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ซึ่งงานประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต้องมีความรู้ทางทฤษฎี มีศิลปะในการดำเนินงาน มีประสบการณ์รอบรู้ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความสามารถในการทำงาน มีความพยายามและความอดทนอย่างสูง ต้องกระทำอยู่เสมอต่อเนื่องกันไม่หยุดนิ่ง และการปฏิบัติงานนั้นต้องทันต่อเหตุการณ์ มีความรวดเร็ว ฉับไว สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ในกรณีสำคัญเร่งด่วน หรือกรณีวิกฤติเหตุการณ์ ไม่เฉพาะเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เท่านั้น แต่ทุกๆ คนในหน่วยงาน ควรต้องทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ด้วยเพื่อร่วมกันสร้างสรรค์งานที่ดี สร้างชื่อเสียง เพื่อความสำเร็จของงาน และหน่วยงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานของสำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน) ซึ่งมีหน้าที่ในการเผยแพร่พระเกียรติคุณและพระอัจฉริยภาพของพระมหากษัตริย์ไทยด้านการเกษตร จำเป็นต้องมีองค์ความรู้เกี่ยวกับวิธีการเขียนข่าวเพื่อการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ข่าวสารและสร้างภาพพจน์หรือภาพลักษณ์ที่ดี ให้เกิดการขับเคลื่อนหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การประยุกต์ใช้เพื่อการพึ่งพาตนเอง

คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จะเป็นแนวทางการปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน) เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย หรือสาธารณชนให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับภารกิจ วัตถุประสงค์และการดำเนินงาน อันจะนำมาซึ่งผลลัพธ์ตามภารกิจของสำนักงาน การมีส่วนร่วมของภาคประชาชน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ตลอดจนเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคลากรในองค์กร คู่มือฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ และสร้างมาตรฐานต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สามารถเพิ่มคุณภาพ และประสิทธิภาพของงานประชาสัมพันธ์ของ พกฉ. ได้เป็นอย่างดี

ฝ่ายประชาสัมพันธ์
สำนักสารสนเทศและการสื่อสาร
มีนาคม ๒๕๖๗

สารบัญ

ส่วนที่ ๑ บทนำ ๔
๑. ความเป็นมาและความสำคัญ ๔
๒. วัตถุประสงค์ ๔
๓. ขอบเขตการดำเนินงาน ๔
๔.คำจำกัดความ ๔
๕.บทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ ๖
๖. ข้อกำหนดที่สำคัญและตัวชี้วัดดำเนินการ งานประชาสัมพันธ์ พกฉ. ๘
๗.ข้อกำหนดการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์ ๘
๘.ช่องทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ๙
๙. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ๑๑
๑๐.การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ๑๓
ส่วนที่ ๒ ผังกระบวนการทำงาน (Flow Chart) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ๑๕
๑.กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ๑๕
๒.กระบวนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ๑๖
๔.การอำนวยความสะดวกสื่อมวลชน กลุ่มหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน ในการร่วมสนับสนุนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ๑๘
๕.การดำเนินการโครงการเผยแพร่พระอัจฉริยภาพกษัตริย์เกษตร ๑๙
๖. กระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ พกฉ. ๒๐
๗. กระบวนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ พกฉ. ๒๑
ส่วนที่ ๓ สื่อประชาสัมพันธ์ ภายใน พกฉ. ๒๒
๑.สื่อประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่ ๒๒
๒.สื่อประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่ ประเภทจอวีดิทัศน์ ๓๐
๓. แผนผังแสดงจุดติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่ พกฉ ๓๑
ส่วนที่ ๔ มาตรฐานของงาน และจริยธรรมที่เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ ๓๔
๑. มาตรฐานและคุณภาพของงานประชาสัมพันธ์ ๓๔
๒. จรรยาบรรณ/คุณธรรม จริยธรรมในการปฏิบัติงาน ๓๔

ส่วนที่ ๑ บทนำ

๑. ความเป็นมาและความสำคัญ

การประชาสัมพันธ์ถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร พร้อมสร้างการปฏิบัติงานในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพ และเกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ยังส่งผลให้องค์กรเกิดการเรียนรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และเข้าใจถึงจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรคในการดำเนินงานของบุคลากรทุกคนในหน่วยงาน อีกทั้งงานประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สามารถเชื่อมโยงการดำเนินงานกับหน่วยงานอื่นๆ ได้อย่าง ถูกต้องและเกิดความเข้าใจเป็นอย่างดี โดยใช้ประโยชน์จากช่องทางการสื่อสารในงานประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ให้ข้อข่าวสารแก่บุคคลภายในองค์กร และภายนอกได้อย่างกว้างขวาง เพราะฉะนั้น การดำเนินงานจะต้องมีแนวทางในการปฏิบัติที่ถูกต้องตามขั้น และจำเป็นอย่างยิ่งที่การที่จะสร้าง ระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ โดยการจัดทำแนวทางการดำเนินงานของด้วยงานให้มีการปฏิบัติอย่าง ถูกต้องและแม่นยำ

คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน) ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินงานให้มีคุณภาพให้เกิดขั้นตอนและแนวทางปฏิบัติในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ อีกทั้งเป็น ประโยชน์ในการให้ความรู้ให้กับบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ ให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น อันจะนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่ การปฏิบัติ ตลอดจนเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในองค์กร

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ได้รับทราบถึงหน้าที่ และแนวทางการปฏิบัติในภาพรวมของฝ่ายประสัมพันธ์ และปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบ

๒.๒ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่สื่อสารสัมพันธ์ หรือผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ไปเป็นในแนวทางและมาตรฐานเดียวกัน

๒.๓ เพื่อเป็นเครื่องมือในการการเรียนรู้การปฏิบัติงานด้วยตนเอง สามารถปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้

๓. ขอบเขตการดำเนินงาน

คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ใช้สำหรับการปฏิบัติงานโดยครอบคลุมกระบวนงานประชาสัมพันธ์ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ พกฉ. เอง รวมถึงวิธีการในการประสานจัดการช่องทางภายนอก ขั้นตอนการดำเนินงานการผลิต การเผยแพร่ การประเมินผล และการรายงานผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์

๔.คำจำกัดความ

๔.๑ ประชาสัมพันธ์ (Public Relation) หมายถึง หรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงประชามติ (Public opinion) ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย (Target publics) เกิดมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงาน

การประชาสัมพันธ์จึงไม่เป็นเพียงแค่งานเผยแพร่ แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงานทั้งศาสตร์และศิลป์ในเชิงสร้างสรรค์ ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดี และสร้างสัมพันธภาพระหว่างหน่วยงาน องค์กร กับกลุ่มประชาชน ที่เกี่ยวข้อง โดยยึดหลักความจริงและประโยชน์ร่วมกันทั้ง ๒ ฝ่าย

๔.๒ ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ภาพขององค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานในความรู้สึกของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมต่างๆ ของหน่วยงานที่ประชาชนได้รับรู้ โดยการเกิดภาพลักษณ์ต้องใช้ ระยะเวลาที่ยาวนาน ในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ควรศึกษาถึงลักษณะของภาพลักษณ์ การเกิดภาพลักษณ์ และประเภทของภาพลักษณ์ ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ สามารถกำหนดรายละเอียดต่างๆ ใน แผนประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง

๔.๓ การวางแผนประชาสัมพันธ์ (Public Relation Plan) หมายถึง การกำหนดวิธีขององค์กร สถาบัน หน่วยงานอย่างมีเหตุผล เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กำหนดทิศทาง เป้าหมาย รายละเอียดกิจกรรมต่างๆ ในแผนการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และที่สำคัญต้องมีกิจกรรมที่เป็นกลยุทธ์ขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์ ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้วย

๔.๔ การเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเขียนที่แตกต่างจากการเขียนประเภทอื่น เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากการเขียนทั่วไป การเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์นั้น มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ วัตถุประสงค์พื้นฐานมี ๗ ประการ คือ

๔.๔.๑ การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้เข้าใจ เพื่อให้ได้รับรู้ว่าองค์กรทำอะไร เมื่อใด เพื่ออะไร เพราะอะไร ที่ไหน เพื่อให้ประชาชนได้ทราบ

๔.๔.๒ การเขียนเพื่อให้ประชาชนยอมรับ เป็นการเขียนโน้มน้าวใจ ชักจูงให้ประชาชน คล้อยตาม โดยยกส่วนดีให้ชัดเจน ใช้ภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

๔.๔.๓ การเขียนเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด

๔.๔.๔ การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

๔.๔.๕ การแก้ไขเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด

๔.๔.๖ การเขียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี

๔.๔.๗ การเขียนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด

๔.๕ การผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการดำเนินงานตามนโยบาย ยุทธศาสตร์หรือโครงการสำคัญของ พกฉ. ซึ่งข้อมูลในการจัดทำข่าวอาจได้มาจากเอกสาร โครงการ กิจกรรม การประชุม การแถลงข่าว และสื่อมวลชน โดยมีแหล่งข่าวเป็นบุคลากรเจ้าหน้าที่ ผู้บริหาร เครือข่าย พิพิธภัณฑ์เกษตรฯ และภาคีความร่วมมือของ พกฉ.

๔.๖ การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำข่าวประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น เผยแพร่สู่สาธารณชนโดยตรงผ่านทางเว็บไซต์ พกฉ. หรือ Facebook พิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติฯ หรือช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ หรือสื่อมวลชน นำเสนอผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เอกสาร วารสาร และผ่านทางภาคีเครือข่ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ ทั้งที่เป็นองค์กรภาครัฐและเอกชน

๔.๗ สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง เครื่องมือหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ ใช้สำหรับสื่อสารกับชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่ รวมถึงแบ่งปันเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับภารกิจองค์กร กิจกรรม ผลงาน และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรหรือหน่วยงาน

๔.๘ พกฉ. หมายถึง สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน)

๔.๙ นักประชาสัมพันธ์ หมายถึง บุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการสร้างและบริหารจัดการกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ของ พกฉ. อยู่ภายใต้การกำกับดูแลโดย สำนักสารสนเทศและการสื่อสาร

๕.บทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ

๕.๑ บทบาทและลักษณะงานที่ปฏิบัติ

หน้าที่ความรับผิดชอบในงานประชาสัมพันธ์ คือ การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจ ผลการดำเนินงานเพื่อสร้างภาพลักษณ์ พกฉ. ให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับสากล รวมถึงการให้ข้อมูลพื้นฐานแก่ผู้เข้ามาใช้บริการ หรือการติดต่อสอบถาม หรือประสานซึ่งข้อมูลต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับ พกฉ. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีหว่าง พกฉ. และผู้รับบริการหรือบุคคลภายนอก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

งานประชาสัมพันธ์	รายละเอียดงานที่รับผิดชอบ
การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์	๑.จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ ได้แก่ - แผนประชาสัมพันธ์รายปี (กำหนดส่งแผน ไม่เกินเดือนตุลาคม ของปีงบประมาณ) - แผนประชาสัมพันธ์รายเดือน (กำหนดส่งแผนไม่เกินทุกวันที่ ๒๕ ของเดือน) - กำหนดทบทวนแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์รายไตรมาส (ร่วมทบทวนแผนรายปี ในทุก ๓ เดือน)
การผลิตชิ้นงานประชาสัมพันธ์	๒.จัดทำเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ ได้แก่ - เผยแพร่พระเกียรติคุณและพระอัจฉริยภาพของพระมหากษัตริย์ไทยและพระบรมวงศานุวงศ์ ด้านการเกษตร - ข่าวภาพลักษณ์ผู้บริหาร กิจกรรม ผลการดำเนินงาน พกฉ. - กิจกรรม กิจการ สินค้าและบริการ ของ พกฉ. - ฐานการเรียนรู้ และสื่อออนไลน์ - ผลการดำเนินงาน ความเคลื่อนไหวเครือข่ายพิพิธภัณฑ์เกษตรฯ - เนื้อหาองค์ความรู้ ที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตร หรือวันสำคัญตามโอกาสต่างๆ
การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	๓.ควบคุมการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทาง พกฉ. และผ่านสื่อมวลชน
การติดตามผลการดำเนินงาน	๔.จัดทำรายงานผลการดำเนินงานรายเดือน รวมถึงรายงานตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายรายงานต่อผู้บังคับบัญชา ๕.จัดเก็บกฤตภาคข่าว (Clipping)

งานประชาสัมพันธ์	รายละเอียดงานที่รับผิดชอบ
การให้บริการข้อมูล	๖.ให้ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับองค์กร กิจกรรมที่เกิดขึ้น แก่ผู้มาใช้บริการ ทั้งแบบเผชิญหน้า ทางโทรศัพท์ และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ๗.อำนวยความสะดวกสื่อมวลชน กลุ่มสถานศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนในการร่วมประชาสัมพันธ์องค์กร
ดำเนินโครงการ กิจกรรมพิเศษ หรืองานตามภารกิจ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับ พกฉ.	๘. จัดทำโครงการ หรือกิจกรรมพิเศษ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ เช่น - โครงการถ่ายทอดพระอัจฉริยภาพกษัตริย์เกษตร โดยแบ่งเป็น ๓ กลุ่มเป้าหมาย คือ ๑) เกษตรกร ประชาชน นักเรียน สถาบันการศึกษา หน่วยงานในพื้นที่เครือข่ายพิพิธภัณฑ์เกษตรฯ ๒) สื่อมวลชน และ ๓) หน่วยงาน หรือมูลนิธิด้อยโอกาส - จัดงานแถลงข่าวกิจกรรมประจำเดือนพิเศษ อาทิ งานมหกรรมของ พกฉ. - จัดกิจกรรมพิเศษ ร่วมกับหน่วยงานภายนอก อาทิ จัดนิทรรศการเพื่อการประชาสัมพันธ์ร่วมกับสมาคมสื่อมวลชน หน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ หรือการออกบูธประชาสัมพันธ์ กิจกรรม และงานต่างๆ ในพื้นที่ชุมชน

๕.๒ บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ

ผู้ที่เกี่ยวข้อง	ความรับผิดชอบ
ผู้อำนวยการ พกฉ. / รองผู้อำนวยการ ที่ได้รับมอบอำนาจ	กลั่นกรองการผลิตและการเผยแพร่ และสั่งการ/อนุมัติดำเนินการ
ผู้อำนวยการสำนักสารสนเทศและการสื่อสาร	กำกับดูแลการปฏิบัติงานตามภารกิจของฝ่ายประชาสัมพันธ์ พิจารณา และกลั่นกรองการผลิตและการเผยแพร่ข่าว ชิ้นงานประชาสัมพันธ์
หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์	ตรวจสอบ ให้ข้อเสนอแนะ สนับสนุนการปฏิบัติงาน การวางแผนการผลิตและการเผยแพร่ ตามภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์
เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์	ดำเนินการประสาน สืบค้นข้อมูลเพื่อใช้ผลิต ผลิต และเผยแพร่ชิ้นงานประชาสัมพันธ์ช่องทางการประชาสัมพันธ์ตามภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ หรืองานที่ได้รับมอบหมายและสั่งการ

๖. ข้อกำหนดที่สำคัญและตัวชี้วัดดำเนินการ งานประชาสัมพันธ์ พกฉ.

กระบวนการ	ข้อกำหนดที่สำคัญของกระบวนการ	ตัวชี้วัดภายในกระบวนการ	ตัวชี้วัดของกระบวนการ
การผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ (ภาพรวมผู้บริหาร)	ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภารกิจงาน งานนโยบายของผู้บริหาร การประชุม กิจกรรมต่างๆ	ข้อมูลมีความถูกต้องชัดเจน มีการปรับปรุงข่าวให้เป็นปัจจุบัน มีความน่าเชื่อถือของเนื้อหาการสื่อสาร	จำนวนข่าว ๒๕๐ ครั้ง /ปี
สื่อ Social Media	ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ ภารกิจ ภาพลักษณ์ผู้บริหาร ความเคลื่อนไหว กิจกรรม กิจการ สินค้าและบริการ ฐานการเรียนรู้ องค์ความรู้ ฯลฯ	มีความถูกต้อง รวดเร็ว มีความน่าเชื่อถือ	จำนวนข่าว ๘๐๐ ครั้ง/ปี
ข่าวแจก (Press Release)	ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภารกิจ กิจกรรมสำคัญของสำนักงาน มหกรรม นิทรรศการหมุนเวียน ตลาดในรูปแบบข่าวแจก กระชับ เข้าใจง่าย	ข้อมูลถูกต้องตามกิจกรรมที่ปรากฏ มีความสำคัญ เน้นหนักตามข้อเท็จจริง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ทันเหตุการณ์	ผลิตข่าวไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง/ปี
เสียงตามสาย	ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ภารกิจ ความเคลื่อนไหวของสำนักงาน	ข้อมูลมีความถูกต้อง ชัดเจน เป็นประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมาย	จำนวน ๒๔ ครั้ง/ปี
บอร์ดประชาสัมพันธ์	ประชาสัมพันธ์ข่าวสารความเคลื่อนไหว ภารกิจที่เกิดขึ้น	ข้อมูลมีความถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ	จำนวน ๔ ครั้ง/ปี
ป้ายประชาสัมพันธ์	ประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมสำคัญ	ข้อมูลมีความถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ	ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
วีดิทัศน์	ประชาสัมพันธ์เข้าใจง่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่มวัย	เนื้อหาตรงประเด็นสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีความน่าสนใจ	ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
กลุ่ม Line พกฉ.	ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ภารกิจ ความเคลื่อนไหวของสำนักงาน	ข้อมูลมีความถูกต้อง ข้อความกระชับ รวดเร็ว ทันเหตุการณ์	จำนวน ๙๖ ครั้ง/ปี

๗.ข้อกำหนดการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์

ประเภทสื่อ	หลักเกณฑ์/เงื่อนไข
บันทึกภาพนิ่ง / ภาพเคลื่อนไหว	- หนังสือขอความร่วมมือ - ประสานการขอใช้บริการล่วงหน้า ๓ วัน - กรณีที่มีการขอให้บันทึกภาพนอกสถานที่ ให้ประสานรถรับ-ส่งอำนวยความสะดวก (ถ้ามี)

ประเภทสื่อ	หลักเกณฑ์/เงื่อนไข
งานออกแบบ	- หนังสือขอความร่วมมือ - กำหนดข้อความสำคัญ และรูปภาพที่ต้องการสื่อสาร - กำหนดระยะเวลาล่วงหน้าอย่างน้อย ๗ วัน หรือตามความยากง่ายของงาน และความสำคัญของงาน - กรณีที่ต้องมีการผลิตชิ้นงาน สามารถประสานไปยัง สพร. เพื่อดำเนินการในขั้นตอนการผลิตต่อไป
เผยแพร่ข่าวสารผ่านช่องทาง พกฉ.	- ส่งข้อมูล / รูปภาพ /เนื้อหาข่าว / ประเด็นสำคัญที่ต้องการเผยแพร่ อย่างน้อย ๑ วัน
งานพิธีกร	- หนังสือขอความร่วมมือ - แจ้งรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ล่วงหน้าอย่างน้อย ๗ วัน) ๑. ชื่อโครงการ/งาน/กิจกรรมที่ดำเนินการ ๒.กำหนดการของโครงการ /กิจกรรมที่ดำเนินการ ๓.วัตถุประสงค์ของโครงการ/กิจกรรม
เอกสารประชาสัมพันธ์ / สนับสนุนของที่ระลึก (ถ้ามี)	- หนังสือขอความร่วมมือ / เอกสารเบิก - ประสานการขอใช้บริการล่วงหน้า ๓ วัน

๘.ช่องทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

ช่องทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของ พกฉ. แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน โดยแบ่งเป็น

๘.๑ การสื่อสารภายนอก

การสื่อสารภายนอก หมายถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือข้อความระหว่างบุคคลหรือองค์กรกับบุคคล หรือองค์กรภายนอก หรือระหว่างองค์กรกับสังคมรอบข้าง โดยการสื่อสารภายนอกสามารถทำได้ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การสื่อสารทางโทรศัพท์ การส่งข้อความทางอีเมล์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การเข้าพูดโต้ตอบในการประชุมหรือการสัมมนา การใช้สื่อพิมพ์ เป็นต้น การสื่อสารภายนอกมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรหรือบุคคลในสังคมรอบข้าง การสื่อสารที่ดีภายนอกอาจช่วยเพิ่มความเข้าใจและการยอมรับจากสังคม นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางสำคัญในการสร้างพันธมิตรธุรกิจ การสร้างฐานลูกค้า และการสร้างโอกาสทางธุรกิจอื่น ๆ

ช่องทางสื่อสารภายนอกของ พกฉ. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ ใบปลิว โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ รายการออนไลน์ กิจกรรมพิเศษ งานแถลงข่าว ฯลฯ เป็นต้น

๘.๒ การสื่อสารภายใน

การสื่อสารภายใน หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือข้อความระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคนภายในองค์กรหรือชุมชนที่มีความสัมพันธ์หรือการทำงานร่วมกัน โดยการสื่อสารภายในสามารถเป็นได้ในหลายรูปแบบ เช่น การพูดโต้ตอบโดยตรง การใช้ข้อความหรืออีเมล์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น การสื่อสารภายในมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างความเข้าใจและความไว้วางใจภายในองค์กรหรือกลุ่ม ช่วยให้สมาชิกในองค์กรเข้าใจวัตถุประสงค์ แผนการทำงาน ข้อความสำคัญ และนโยบายต่าง ๆ ขององค์กร ทำให้สมาชิกสามารถทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ช่องทางการสื่อสารภายใน ของ พกฉ. อาทิ การสนทนาโดยตรง สื่อสังคมออนไลน์ หรือกลุ่มไลน์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย จดหมายเวียน หนังสือเวียน การประชุม เป็นต้น

ตารางแสดงช่องทางการสื่อสารของ พกฉ.

เว็บไซต์	สื่อสังคมออนไลน์	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อรายการ	สื่อมวลชน
• www.wisdomking.or.th (OUT)	• Facebook (OUT) • Instagram (OUT) • X (OUT) • Tiktok (OUT) • Line (IN/OUT)	• บอร์ดประชาสัมพันธ์ (IN) • ใบปลิว / แผ่นพับ (OUTt) • ป้ายประชาสัมพันธ์ (OUT)	• เสียงตามสาย (IN/OUT) • รายการออนไลน์ (OUT) • งานแถลงข่าว (OUT) • กิจกรรมพิเศษ (OUT)	• สื่อมวลชนท้องถิ่น (OUT) • กรมประชาสัมพันธ์ (OUT) • ภาคีความร่วมมือ (OUT)

ช่องทางการสื่อสารของ พกฉ. ประกอบด้วย

➢ เว็บไซต์ (URL : www.wisdomking.or.th) : ถือเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญ และมีประโยชน์สำหรับองค์กรใช้เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและข่าวสาร ภารกิจผู้บริหาร ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ กิจกรรมต่างๆ รวมถึงสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือให้กับหน่วยงาน

<การดำเนินงาน> เผยแพร่ข่าวสารผ่าน : https://www.wisdomking.or.th/th/admin/home โดยสามารถขอรหัสผู้ใช้งาน /รหัสผ่าน โดย ฝ่ายสารสนเทศ สำนักสารสนเทศการสื่อสาร

➢ สื่อสังคมออนไลน์ : ถือเป็นแพลตฟอร์มหรือเครื่องมือออนไลน์ ในการสร้างและสื่อสารกับชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่ รวมถึงแบ่งปันเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับภารกิจองค์กร กิจกรรม ผลงาน และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรหรือหน่วยงาน โดยช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ของ พกฉ. ประกอบด้วย

- Facebook : https://www.facebook.com/WisdomKingMuseum
- Instagram : https://www.instagram.com/wisdomkingmuseum
- X (Twitter) : https://twitter.com/WisdomKingFan
- TikTok : https://www.tiktok.com/@wisdomkingmuseum
- Line Official : @wisdomkingmuseum

<การดำเนินงาน> เผยแพร่ข่าวสารโดยเชื่อมโยงบัญชีผู้ใช้งานจาก สื่อสังคมออนไลน์ ของผู้ใช้งาน โดยสามารถเปิดสิทธิ์การใช้งาน โดยฝ่ายสารสนเทศ สำนักสารสนเทศการสื่อสาร

➢ สื่อสิ่งพิมพ์ : ใช้ในการสื่อสารข้อมูลผ่านทางการพิมพ์ เป็นช่องทางกระจายข้อมูลและความรู้ต่างๆให้กับกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย

- แผ่นพับแนะนำพิพิธภัณฑ์
- ใบปลิวปฏิทินกิจกรรมประจำปี

- ใบปลิวแนะนำกิจกรรมท่องเที่ยวสุขสันต์ ที่พิพิธภัณฑ์เกษตรฯ ประจำปี

- ป้ายประชาสัมพันธ์กิจกรรมประจำเดือน / กิจกรรมพิเศษ / Highlight สำคัญของพิพิธภัณฑ์ฯ

- บอร์ดประชาสัมพันธ์ (สื่อภายใน) อัพเดทข่าวสาร อันเป็นประโยชน์ สำหรับสื่อสารไปยังบุคลากรภายในองค์กร

➢ สื่อรายการ : โปรแกรมที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อรายการในสื่อต่าง ๆ มีวัตถุประสงค์ในการบันทึกหรือสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและมีคุณค่าต่อผู้ชมหรือผู้ฟัง เพื่อบันทึกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การสอนการเรียนรู้ การสร้างความบันเทิง หรือแม้กระทั่งการเพิ่มความมั่นใจและประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับผู้ชมหรือผู้ฟัง อาทิ

- เสียงตามสาย (สื่อภายใน) : จัดรายการสด หรือ บันทึกเสียง ข้อมูลความเคลื่อนไหว กิจกรรมของทางพิพิธภัณฑ์ สื่อสารไปยังบุคลากรภายในองค์กร

- รายการออนไลน์ : จัดรายการสด หรือ บันทึกเสียง สื่อสารความเคลื่อนไหว กิจกรรมเด่น หรือสร้างการมีส่วนร่วมไปกับ กลุ่มผู้รับชมทางออนไลน์ ปัจจุบันมี รายการเรื่องเล่าชาวเกษตร และเกษตรออนไลน์ By พิพิธภัณฑ์เกษตรฯ

➢ สื่อมวลชน : กลุ่มอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในสื่อมวลชนหรือสื่อสารมวลชน ซึ่งมีหลายบทบาทและหน้าที่ต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมสื่อ และสารสนเทศ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการจัดการเนื้อหา การสื่อสาร การติดตามข่าวสาร หรือการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร

๙. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น ๓ ช่วง ดังนี้

๙.๑ ขั้นตอนก่อนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

๙.๑.๑ ขั้นตอนก่อนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล การพิจารณางานที่ได้รับมอบหมาย การคัดเลือกงาน ช่องทางการสื่อสาร และมอบหมายผู้ปฏิบัติงาน โดยมีขั้นตอน ดังนี้

- เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ รับข้อมูลจากวาระงานในความรับผิดชอบประจำวัน หรือตามที่กำหนดในแผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์รายวัน รายเดือน รายปี หรือวาระงานตามที่มอบหมาย/สั่งการให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์

- หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ พิจารณาคัดเลือกวาระงานสำคัญที่สามารถนำมาเป็นประเด็นสำหรับสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

- เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ พิจารณางานที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อประสานข้อมูล กำหนดการ โครงการกิจกรรม หรือรายละเอียดต่างๆ เพื่อเตรียมการจัดทำข่าวหรือผลิตชิ้นงานประชาสัมพันธ์

๙.๑.๒. วางแผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีแนวทางการพิจารณางานประเด็น ดังนี้

- ประเด็นข่าวที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์สำนักงาน นโยบาย ผลการดำเนินงานโครงการ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร หรือผู้บริหารหน่วยงาน ภารกิจหรือกิจกรรมที่สำคัญของหน่วยงานภายใน พกฉ.

- ประเด็นข่าวประชาสัมพันธ์เชิงรุกเกี่ยวกับนโยบายของ พกฉ.หรือประเด็นที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีให้กับองค์กร

- ประเด็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับพระเกียรติคุณและพระอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์ด้านการเกษตร เช่น พระราชดำรัส พระราชกรณียกิจ พระราชพิธี วันสำคัญ หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หรือองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เป็นต้น

- ประเด็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตร กิจกรรม ผลการดำเนินงานของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์เกษตรฯ องค์ความรู้ด้านการเกษตร

๙.๒ ขั้นตอนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

๙.๒.๑ กำหนดประเด็นเนื้อหา/แนวคิดในการนำเสนอให้เหมาะสมกับสื่อ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ วิทยุ โทรทัศน์ สปอตวิทยุ หนังสือพิมพ์ เอกสารข่าว วารสาร แผ่นพับ วีดีทัศน์ ป้ายติดตั้งบริเวณภายใน หรือภายนอกสำนักงานฯ เอกสารเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์

๙.๒.๒ มอบหมายบุคลากรในฝ่ายประชาสัมพันธ์รับผิดชอบในการดำเนินงาน

๙.๒.๓ สืบค้นข้อมูลจากเอกสาร เว็ปไซต์ การสอบถาม/สัมภาษณ์บุคลากร ผู้บริหารหรือส่วนงานที่เกี่ยวข้อง หรือข้อมูลอื่นๆ อันจะเป็นประโยชน์ในการผลิตสื่อในรูปแบบต่างๆ

๙.๒.๔ ประมวลผลข้อมูล เรียบเรียง ออกแบบการนำเสนอให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของสื่อ

๙.๒.๕ ดำเนินการผลิตชิ้นงาน สำหรับกรณีจ้างเหมาบริษัท/องค์กรของรัฐ ผลิตและเผยแพร่สื่อและเข้าสู่กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐

๙.๒.๖ ตรวจสอบความถูกต้องของสื่อ เพื่อแก้ไขให้ถูกต้อง เหมาะสม ตรงตามวัตถุประสงค์ในการผลิตก่อนนำเผยแพร่

๙.๒.๗ นำสื่อเผยแพร่ทางช่องทางต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สปอตวิทยุ หนังสือพิมพ์ เอกสารข่าว เป็นต้น

๙.๓ ขั้นตอนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

๙.๓.๑ ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยการรวบรวมข้อมูลด้านการเผยแพร่ รวมทั้งแผนและนโยบายของสำนักงาน นำมาวิเคราะห์ เพื่อใช้ในการทำแผนการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และทั่วถึง

๙.๓.๒ นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาจัดทำแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประจำปีของ พกฉ.เพื่อกำหนดแผนงาน โครงการ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ระยะเวลาการดำเนินงานและงบประมาณเพื่อดำเนินการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

๙.๓.๓ กำหนดช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ตามความเหมาะสม และตามแผนงาน

๙.๓.๔ ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารตามช่องทางสื่อต่างๆ อาทิ วิทยุ โทรทัศน์ สปอตวิทยุ หนังสือพิมพ์ เอกสารข่าว นิทรรศการ อินเตอร์เน็ต รวมถึงการประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เป็นต้น ตามความเหมาะสมของเนื้อหา โดยคำนึงถึงเป้าหมายและสถานการณ์ในปัจจุบัน

๙.๓.๕ ในกรณีมีการจ้างบริษัทดำเนินการ จัดทำรายละเอียดของสื่อที่จะจัดซื้อจัดจ้างประชาสัมพันธ์ซึ่งเรียก ย่อว่า “TOR” (Term of Reference) ซึ่งมีรายละเอียดที่สำคัญคือ หลักการหรือเหตุผล/วัตถุประสงค์/กลุ่มเป้าหมาย/ รูปแบบและช่องทางการเผยแพร่/รูปแบบรายการสื่อ/รูปแบบสื่อต่างๆ

- เมื่อกำหนดรายละเอียดของสื่อที่จะจัดจ้างประชาสัมพันธ์แล้ว ตรวจสอบความถูกต้องลงนามรับรองรายละเอียดโดยผู้ที่กำหนดรายละเอียด และจัดทำเอกสารที่เกี่ยวข้อง และเสนอผ่านตามขั้นตอน

- เมื่ออนุมัติแล้วส่งเอกสารไปยังฝ่ายพัสดุ ให้ดำเนินการตามระเบียบพัสดุ

- ฝ่ายพัสดุดำเนินการแจ้งบริษัทผู้รับจ้างมารับใบสั่งจ้าง และผู้รับจ้างดำเนินการผลิตสื่อตามที่ระบุไว้ในรายละเอียดการจ้าง

- ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ/ช่องทาง ตามวัน เวลาที่กำหนด

- กรรมการที่ได้รับแต่งตั้งดำเนินการตรวจรับงานตามข้อกำหนด

๙.๓.๖ ดำเนินการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานที่ได้ดำเนินงานในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามช่องทางสื่อต่างๆ เพื่อรับทราบผลการตอบรับในเรื่องต่างๆ ที่ได้มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หรือความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อนำกลับมาพิจารณาทบทวนและนำมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป

๑๐.การประเมินผลการประชาสัมพันธ์

การประเมินผลหรือการวัดผล (Evaluation) หมายถึง การตรวจสอบและการตัดสินคุณค่าของการกระทำใดๆ โดยมีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น การประเมินผลการประชาสัมพันธ์จึงเป็นการตรวจสอบและตัดสินคุณค่าการประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินการไปแล้วว่าประสบความสำเร็จหรือไม่มากน้อยเพียงไร และได้ประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์หรือไม่

การประเมินผลแผนงาน/โครงการประชาสัมพันธ์ เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นการตรวจสอบการดำเนินงานอย่างมีระบบ ซึ่งอาจจะเป็นการประเมินความก้าวหน้าของแผนการประชาสัมพันธ์ระหว่างที่กำลังดำเนินงานเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแผน หรืออาจเป็นการประเมินผลสรุปของงานทั้งหมดเมื่อได้ปฏิบัติตามแผนเสร็จสิ้นลงแล้ว การประเมินผลจึงเป็นวิธีหนึ่งที่จะได้ข้อมูลในด้านต่าง ๆ นำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนหรือดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ สามารถประเมินได้ ๓ ช่วงเวลา ตามขั้นตอนการดำเนินงาน คือ การประเมินผลระหว่างการวางแผน การประเมินผลระหว่างการดำเนินงานตามแผน การประเมินหลังจากสิ้นสุดการดำเนินงานตามแผน

ขั้นตอนการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

๑. กำหนดวัตถุประสงค์ในการประเมินผล โดยวัตถุประสงค์การประเมินผลที่สำคัญ เช่น

- เพื่อตรวจสอบว่าผลการปฏิบัติงานตามแผนการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร

- เพื่อประเมินผลงานที่ได้ปฏิบัติไปว่าคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่

- เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายว่า มีการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ พฤติกรรมอย่างไรบ้าง

๒. วิเคราะห์และพิจารณาเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ หากผู้ประเมินผล ไม่เข้าใจชัดเจนว่าแผนประชาสัมพันธ์นั้น มีวัตถุประสงค์อย่างไรจะทำให้ไม่สามารถประเมินผลได้ตามเป้าหมายของแผน

๓. แปลงวัตถุประสงค์เป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จที่สามารถวัดได้

๔. กำหนดระเบียบวิธีสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่เหมาะสมกับข้อมูลและ ความต้องการในการประเมิน เช่น แบบสอบถาม แบบสังเกตการณ์ แนวการสัมภาษณ์

๕. รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

๖. นำเสนอผลสรุปการประเมินผลแผนการประชาสัมพันธ์

วิธีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

๑.การประเมินประสิทธิภาพ

เป็นการประเมินการใช้ทรัพยากรทางการสื่อสารในแผนที่วางไว้ว่ามีผลอย่างไร ซึ่งการประเมิน ประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์กร หรือของแผนประชาสัมพันธ์ มีหลายแนวทาง ได้แก่

๑) การประเมินการผลิตสาร คือ การนับจำนวนข่าวแจก บทความ สารคดี ภาพข่าว ฯลฯ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เพื่อให้เห็นว่าในแผนประชาสัมพันธ์นั้นได้ดำเนินการอะไรบ้างตามที่กำหนดไว้

๒) การประเมินการส่งสาร เป็นการสำรวจการเผยแพร่สารหลังจากที่ได้ผลิตขึ้น เช่น ส่งข่าวแจกไปจำนวนกี่ข่าว ส่งข่าวไปหนังสือพิมพ์กี่ฉบับเป็นต้น

๓) การประเมินการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เป็นการประเมินว่า หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ เผยแพร่ข่าวที่จัดส่งไปจำนวนเท่าไหร่ และอย่างไร โดยการตัดข่าวหรือตรวจสอบจากการเผยแพร่ แล้วนำมาประเมินความครอบคลุมของข่าวสารหรือวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

๒. การประเมินประสิทธิผล

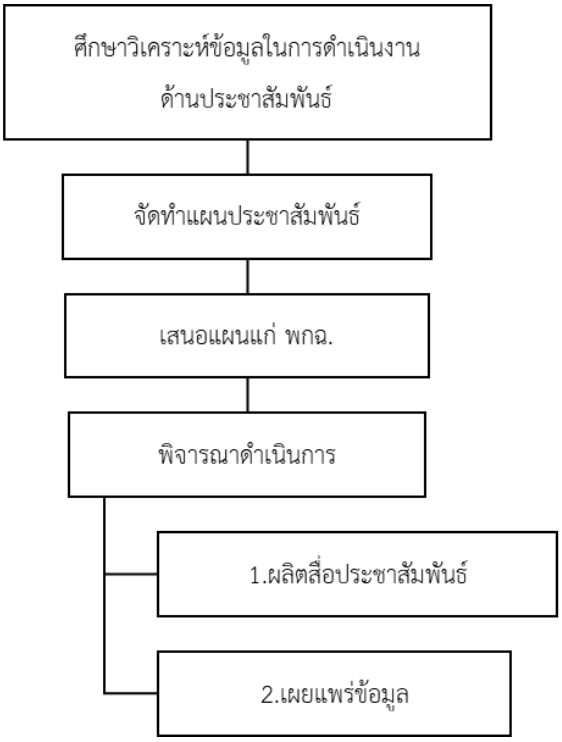
เป็นการประเมินการบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในแผนประชาสัมพันธ์ โดยวัดความสามารถในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติและความรู้สึกของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนการประชาสัมพันธ์ ซึ่งการประเมินประสิทธิผลของแผนประชาสัมพันธ์ ควรใช้การประเมินผลที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์ หรือการวิจัยประเมินผล

ข้อกำหนดการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

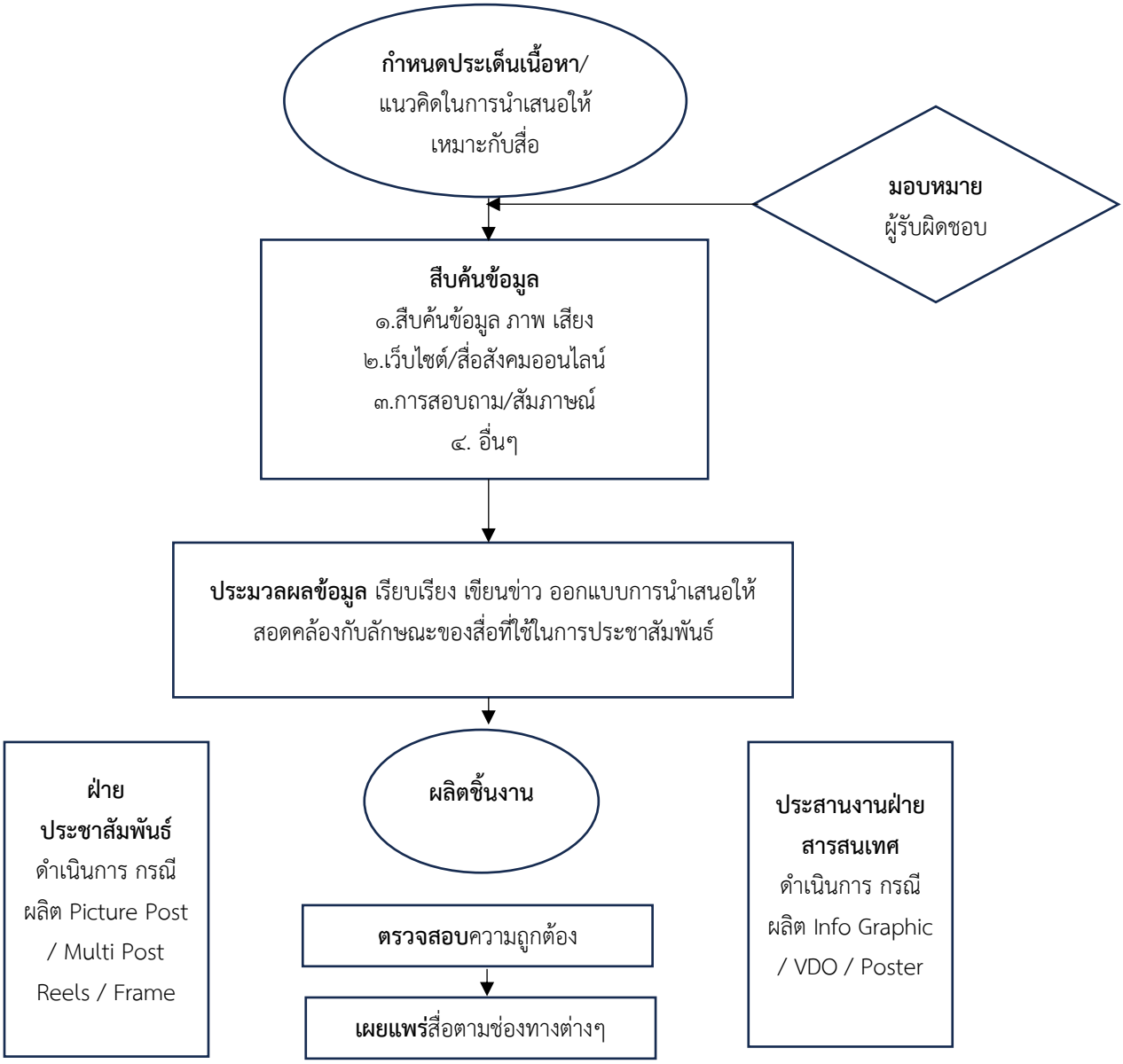
การดำเนินงาน	รูปแบบการประเมินผล	การรายงานผล
การผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ (Content)	การเผยแพร่ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด	รายงานประจำเดือนฝ่ายประชาสัมพันธ์
การรายงานข่าวผู้บริหาร	การเผยแพร่ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน	-รายงานประจำเดือนฝ่ายประชาสัมพันธ์ -Line กลุ่ม พกฉ.
การผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release)	การเผยแพร่ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด	รายงานประจำเดือนฝ่ายประชาสัมพันธ์ และบันทึกข้อมูลกฤตภาคข่าว
การจัดโครงการเผยแพร่พระอัจฉริยภาพกษัตริย์เกษตร	มีผู้เข้าร่วมโครงการครบตามจำนวนที่กำหนด	รายงานผลการดำเนินการรายครั้ง (หลังเสร็จสิ้นโครงการ)
การผลิตรายการออนไลน์	ผลิตและเผยแพร่ครบตามจำนวนที่กำหนด	บันทึกข้อมูลจำนวนผู้รับชม และส่งต่อข้อมูลไปยังฝ่ายสารสนเทศ

ส่วนที่ ๒ ผังกระบวนการทำงาน (Flow Chart) ฝ่ายประชาสัมพันธ์

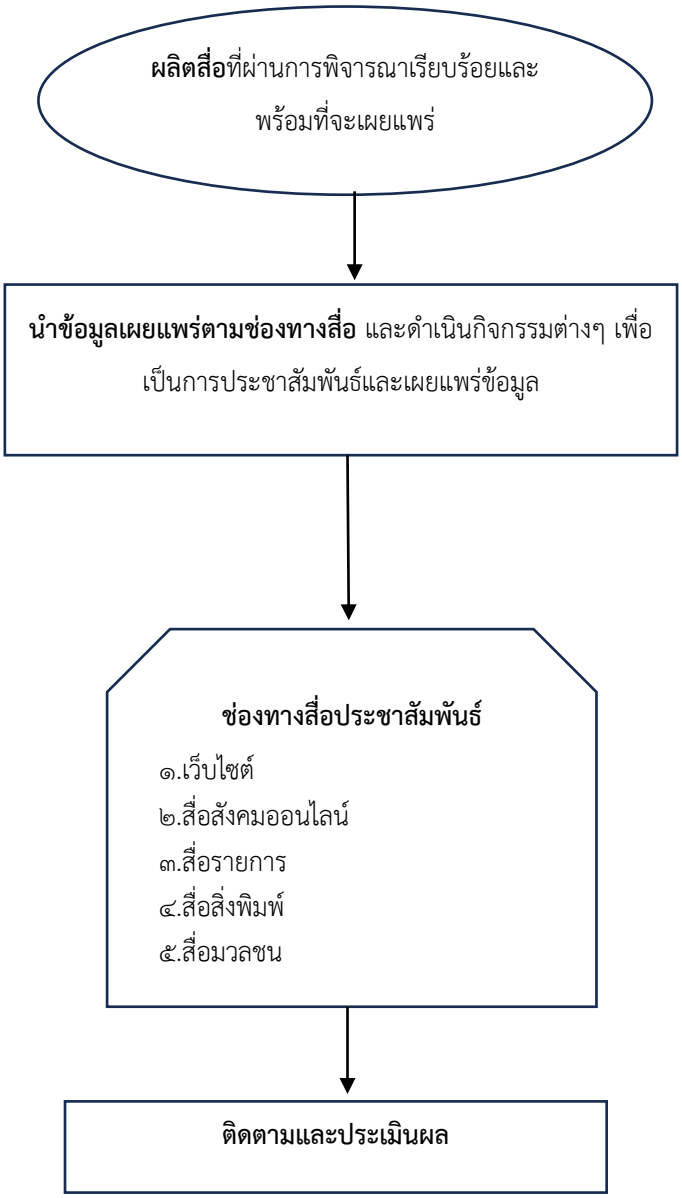
๑.กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์



๒.กระบวนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

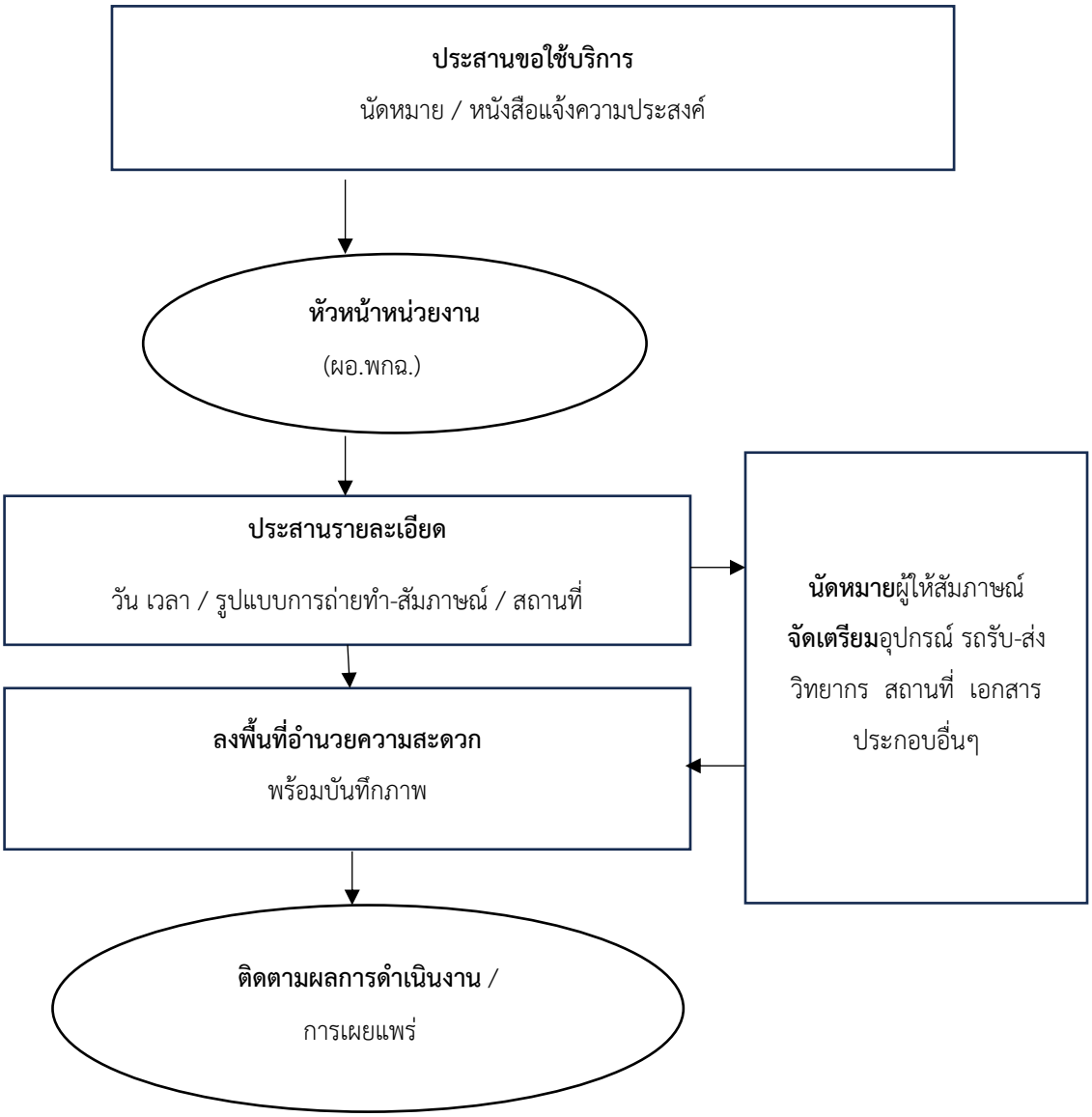


๓.การเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์

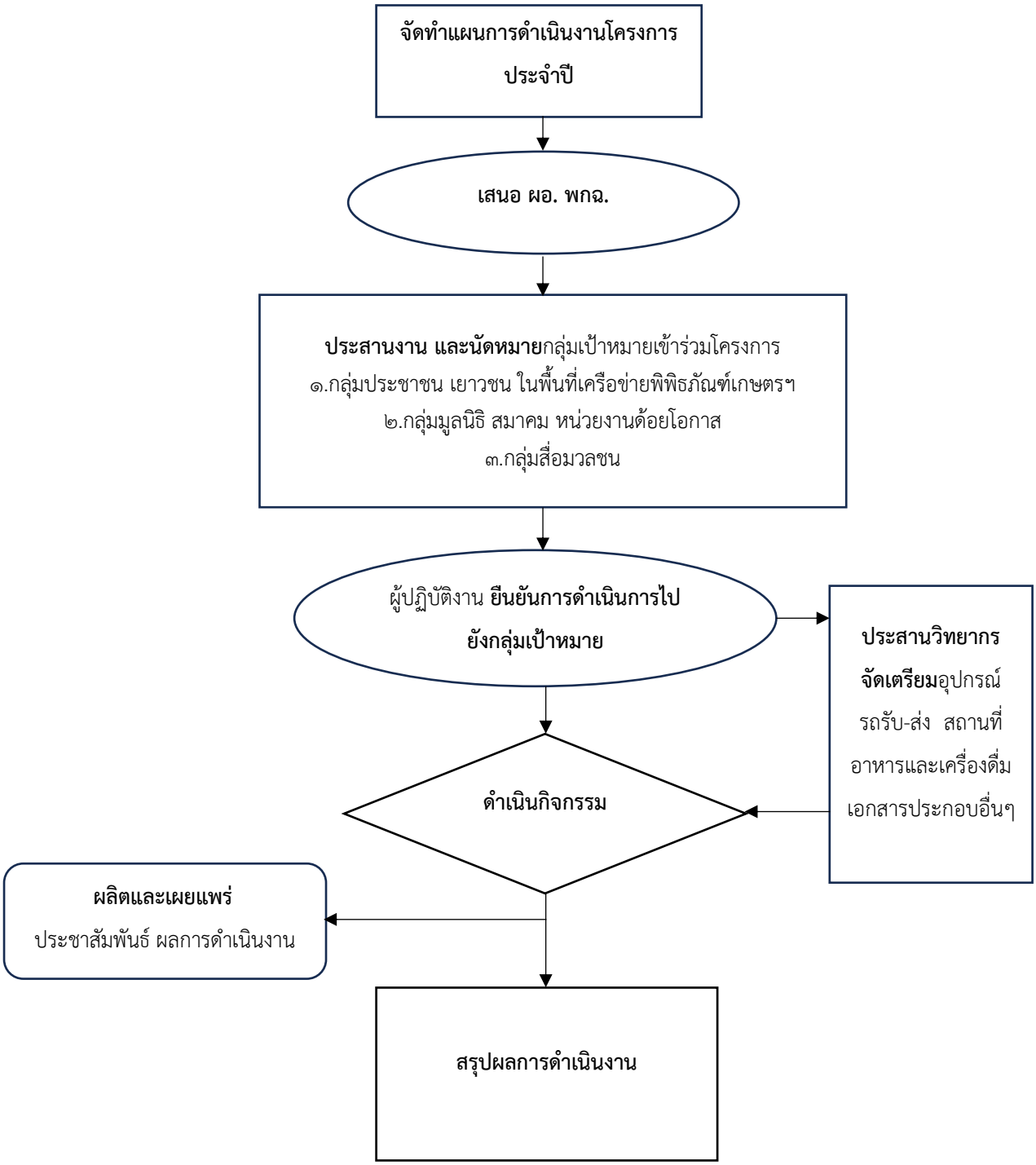


๔.การอำนวยความสะดวกสื่อมวลชน กลุ่มหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน ในการร่วมสนับสนุนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนการรับบริการ และการอำนวยความสะดวก



๕.การดำเนินการโครงการเผยแพร่พระอัจฉริยภาพกษัตริย์เกษตร

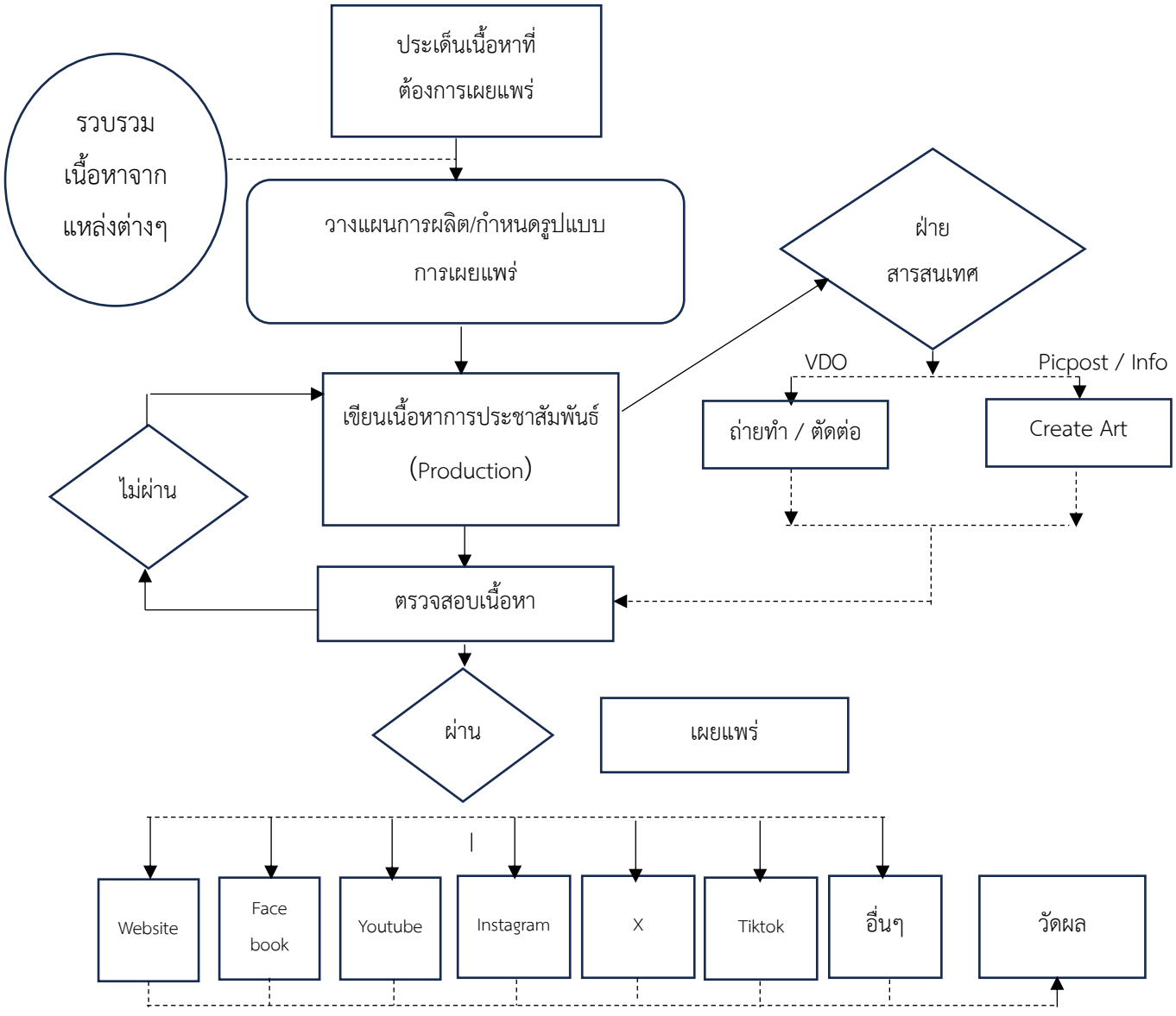


๖. กระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ พกฉ.

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ดำเนินการผลิต และเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ตามแผนงานประชาสัมพันธ์ และภารกิจที่ได้รับมอบหมาย ผ่านช่องทางสื่อสารของ พกฉ. โดยแบ่งประเภทของเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ตามประเด็นสำคัญ ดังนี้

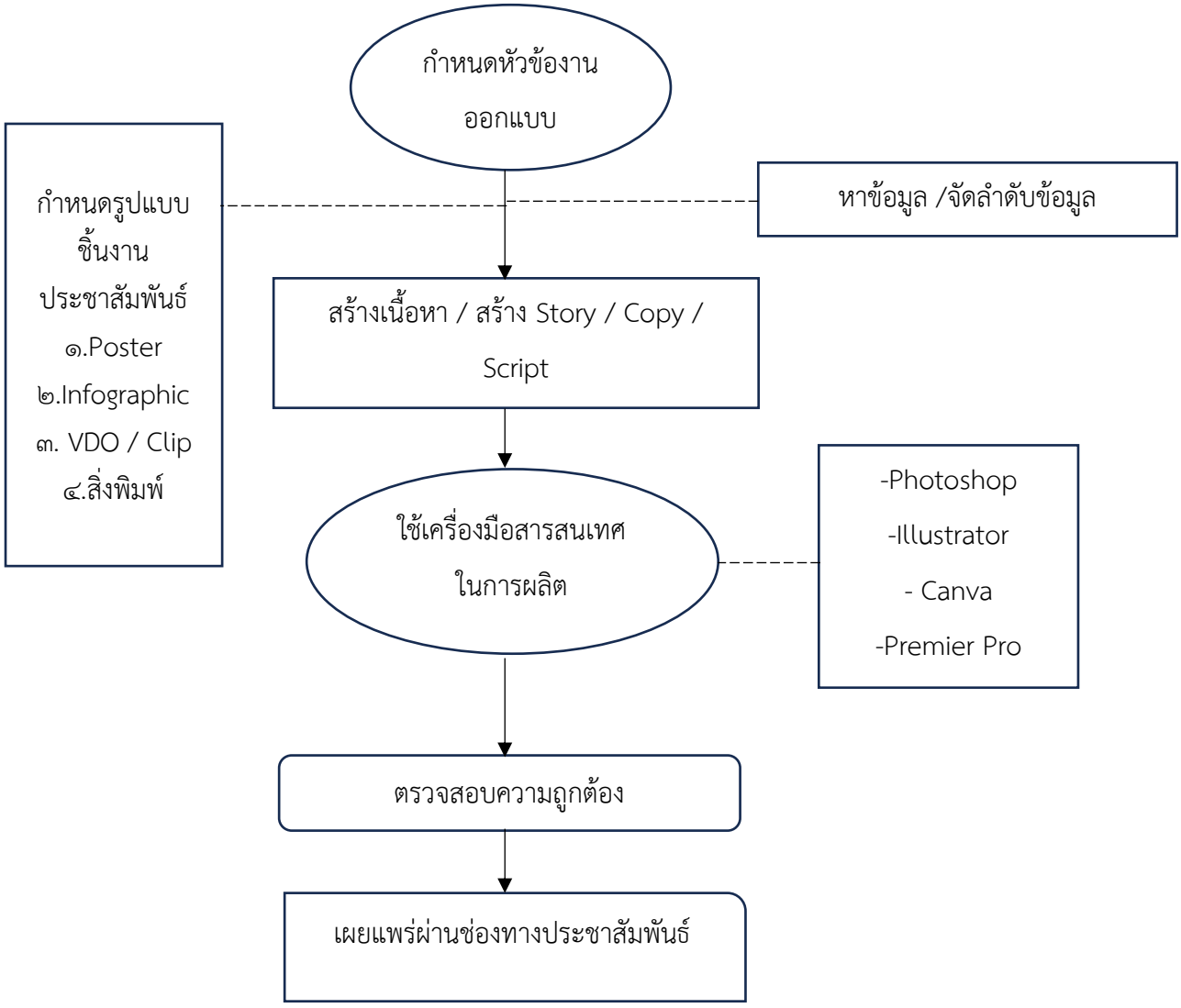
๑.ประเด็นเด่นที่เผยแพร่กับสื่อมวลชน : จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์แบบทางการ (Press Release) กรณีที่มีการจัดงานมหกรรม นิทรรศการหมุนเวียน ตลาดเศรษฐกิจพอเพียง ประเด็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

๒.ประเด็นที่เผยแพร่ผ่านทางช่องทางออนไลน์ของหน่วยงาน : จัดทำข่าวประสัมพันธ์แบบย่อ/บทความสั้น/ข้อความประกอบภาพ กรณีที่เป็นข่าวกิจกรรมผู้บริหาร / ข่าวงานมหกรรม นิทรรศการหมุนเวียน ตลาดเศรษฐกิจพอเพียง / ข่าวกิจกรรมของ พกฉ. / กิจกรรมท่องเที่ยวสุขสันต์ฯ / วันสำคัญหรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ / ฐานการเรียนรู้ภายในอาคาร และกลางแจ้ง / กิจกรรมมีส่วนร่วม / เนื้อหาข่าวที่กำลังเป็นกระแส / รายการออนไลน์ประจำวัน



๗. กระบวนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ พกฉ.

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นการนำองค์ประกอบมูลฐานมาจัด หรือรวบรวมเข้าไว้ด้วยกันอย่างมีระบบในงานออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร ภาพ หรือพื้นที่ว่างๆ เพื่อให้การออกแบบสื่อ ไปสู่สาธารณชน หรือกลุ่มเป้าหมาย ที่กำหนดไว้ โดยต้องคำนึงถึง ปัจจัยทั้ง ๕ ประกอบด้วย ๑) ข้อมูลถูกต้อง เป็นประโยชน์ ๒) ความสวยงามทางศิลป์ ๓) ดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็น ๔) เสนอข่าวสารและง่ายต่อการจดจำเนื้อหา ๕) เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร



ส่วนที่ ๓ สื่อประชาสัมพันธ์ ภายใน พกฉ.

๑.สื่อประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่

พกฉ. เป็นแหล่งเรียนรู้พระเกียรติคุณและพระอัจฉริยภาพกษัตริย์เกษตร หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในรูปแบบพิพิธภัณฑ์มีชีวิต ภายในพื้นที่เรียนรู้ ๓๗๔ ไร่ ซึ่งมีเนื้อหาให้เรียนรู้ รวมถึงกิจกรรมประจำเดือน กิจกรรมพิเศษอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ภายในพื้นที่ยังมีป้ายสื่อสารภารกิจ กิจกรรม กิจการต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่ ดังนี้

โซน	ประเภท	รายละเอียด	ขนาด	จุดติดตั้ง	ภาพประกอบ
Mado	ไวนิล	นำเสนอ วิสัยทัศน์องค์กร	๑.๒x๑๑ ม.	ริมรั้ว (บน) ติดถนน พหลโยธิน ฝั่งรอรถตู้	
Mado	ไวนิล	(๑)นำเสนอ ข้อความ อาหาร-เครื่องดื่ม	๑.๒x๘ ม.	ริมรั้ว(บน)ติดถนน พหลโยธิน ใกล้ทางเข้า ร้านอาหาร	
Mado	ไวนิล	(๒)นำเสนอ ข้อความ พิพิธภัณฑ์แห่งการเรียนรู้ฯ...	๑.๒x๓.๔ ม.	ริมรั้ว (บน) ติดถนน พหลโยธิน ใกล้ทางเข้า ร้านอาหาร	
Mado	ไวนิล	(๓)นำเสนอ ภาพบางส่วน ของฐานการ เรียนรู้	๑.๒x๕ ม.	ริมรั้ว (บน) ติดถนน พหลโยธิน ใกล้ป้าย Billboard	
Mado	ไวนิล	ติดตั้งชั่วคราว ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม Alive Museum (จำนวน ๒ ป้าย)	๑.๒ x ๒.๓ ม.	ริมรั้ว ติดถนนพหลโยธิน ใกล้ป้าย Billboard	

โซน	ประเภท	รายละเอียด	ขนาด	จุดติดตั้ง	ภาพประกอบ
Mado	ไวนิล	นำเสนอ กิจกรรมพิเศษ ประจำเดือน มหกรรม / ตลาด ประจำเดือน	๓ x ๕ ม.	ริมรั้ว (บน) ติดถนน พหลโยธิน ประตูทางเข้า (ด้านขวา) *ป้ายร้อยท่อ โครงสร้างเหล็กถาวร	
Mado	ไวนิล	นำเสนอ ข้อมูล สำคัญพื้นที่ Mado	๑.๕ x ๓ ม.	ริมรั้ว (บน) ติดถนน พหลโยธิน ประตูทางเข้า (ด้านซ้าย) *ป้ายร้อยท่อ โครงสร้างเหล็กถาวร	
Mado	ไวนิล	ข้อความ ยินดีต้อนรับ / วัฒนธรรม องค์กร	๒ x ๓ ม.	บริเวณทางเข้าที่จอดรถ Mado (ทางขึ้นสะพาน) *ป้ายร้อยท่อ โครงสร้างเหล็กถาวร	
Mado	ป้าย อะคริลิค Directory (โครงสร้าง ถาวร)	นำเสนอ แผนผังพื้นที่ ๓๗๔ ไร่	๐.๖x๑.๒ ม.	บริเวณจุดรอรถ หน้าอาคารประชาสัมพันธ์	
Mado	ป้าย Standee ไม้ขาว (ลอยตัว)	ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม Alive Museum	๐.๖x๑.๖ ม.	บริเวณหน้าอาคาร ประชาสัมพันธ์ *ติดตั้งชั่วคราว	
Mado	ป้าย Standee กล่องอคริลิค	นำเสนอ กิจกรรมพิเศษ ประจำเดือน มหกรรม / ตลาด ประจำเดือน	๑.๕x๐.๖ ม.	บริเวณจุดรอรถ หน้าอาคารประชาสัมพันธ์ *โครงสร้างถาวร	

โซน	ประเภท	รายละเอียด	ขนาด	จุดติดตั้ง	ภาพประกอบ
Mado	ป้าย Standee โครงเหล็ก (ลอยตัว) (๑)	ให้ข้อมูล รายละเอียดการเข้าชม พิพิธภัณฑ์	๑.๕x๐.๖ ม.	บริเวณจุดรอรถ หน้า อ. ประชาสัมพันธ์ (ลอยตัว)	
Mado	ป้าย Standee กล่อง อะคริลิค	นำเสนอ กิจกรรมพิเศษ ประจำเดือน มหกรรม / ตลาด ประจำเดือน	๑.๕x๐.๖ ม.	บริเวณจุดรอรถ หน้า อาคารประชาสัมพันธ์ *โครงสร้างถาวร **ปัจจุบันชำรุด อะคริลิค แตกร้าว	
Mado	ป้าย สติ๊กเกอร์ ผนึกพีพี บอร์ด	ข้อความกำกับ การใช้ CCTV	๐.๔๒ x ๐.๕๙๔ ม (A๒)	ตรงข้าม อาคาร ประชาสัมพันธ์	
Mado	ป้าย สติ๊กเกอร์ ผนึกพีพี บอร์ด	จุดจอดรถราง	๐.๘x๑.๒ ม.	บริเวณจุดรอรถ อาคารประชาสัมพันธ์ *ลอยตัวโครงไม้	
Mado	ป้าย สติ๊กเกอร์ ผนึกพีพี บอร์ด	ข้อความ สื่อสาร ร้านอาหาร สินค้า บริการใน พื้นที่	๑.๒๐ x ๑.๖๐ ม.	(๑)บริเวณริมฟุตบาท ถนนพหลโยธิน ทางเข้า ร้านอาหาร (ประตูเล็ก) (๒)บริเวณวงเวียน ฝั่งจุด จอดมอเตอร์ไซค์ *ลอยตัวโครงไม้	

โซน	ประเภท	รายละเอียด	ขนาด	จุดติดตั้ง	ภาพประกอบ
Mado	ป้าย อะคริลิค (โครงสร้าง ถาวร)	บอกทิศทาง	๑.๕ x ๐.๖ ม.	บริเวณหน้าอาคาร ประชาสัมพันธ์	
Mado	ป้าย อะคริลิค (โครงสร้าง ถาวร)	ป้ายชื่อร้าน Mado Cafe	๑.๕ x ๐.๖ ม.	บริเวณหน้าร้านกาแฟ Mado Cafe	
Mado	ป้าย อะคริลิค (โครงสร้าง ถาวร)	ป้ายชื่อ ร้านอาหาร กิน อยู่ ดี	๑.๕ x ๐.๖ ม.	บริเวณหน้า ร้านอาหารกิน อยู่ ดี	
ประตู ๑	ไวนิล	สื่อสารปฏิทิน งานประจำปี	๓ x ๕ ม.	บริเวณวงเวียนทางเข้า พิพิธภัณฑ์ฯ ฝั่งศูนย์วิจัยข้าว *ป้ายร้อยท่อ โครงสร้างเหล็กถาวร	
ประตู ๑	ไวนิล	สื่อสารกิจกรรม งานมหกรรม/ นิทรรศการ หมุนเวียน/ ตลาด	๓ x ๕ ม.	บริเวณวงเวียนทางเข้า พิพิธภัณฑ์ฯ ฝั่งร้านจำหน่ายผัก *ป้ายร้อยท่อ โครงสร้างเหล็กถาวร	
ประตู ๑	ไวนิล	สื่อสารข้อมูล พื้นฐาน วัน/ เวลาเปิดปิด ให้บริการ	๓ x ๕ ม.	บริเวณวงเวียนทางเข้า พิพิธภัณฑ์ฯ ฝั่งการบินฝนหลวง *ป้ายร้อยท่อ โครงสร้างเหล็กถาวร	

โซน	ประเภท	รายละเอียด	ขนาด	จุดติดตั้ง	ภาพประกอบ
ประตู ๑	ไวนิล	สื่อสารข้อมูล Highlight เด่น / นิทรรศการ/ โครงการใหม่	๓ x ๕ ม.	บริเวณวงเวียนทางเข้าพิพิธภัณฑ์ฯ ฝั่งการบินฝนหลวง ติดริมคลองส่งน้ำ *ป้ายร้อยท่อโครงสร้างเหล็กถาวร	
ประตู ๑	ธงญี่ปุ่น (ใหญ่)	สื่อสารพระปรมาภิไธย / ตราสัญลักษณ์ตามวาระสำคัญ	๑.๒ x ๖ ม (หน้า/หลัง) <u>จำนวน ๑๒ ป้าย</u>	ริมถนนทางเข้าพิพิธภัณฑ์ตลอด ๒ ข้างทาง (ช่วงวงเวียน)	
ประตู ๑	ธงญี่ปุ่น (เล็ก)	สื่อสารพระปรมาภิไธย / ตราสัญลักษณ์ตามวาระสำคัญ	๐.๖ x ๓.๕ ม. (หน้า/หลัง) <u>จำนวน ๕๑ ป้าย</u>	ริมถนนทางเข้าพิพิธภัณฑ์ตลอด ๒ ข้างทาง	
ประตู ๑	ป้าย Standee กล่องอะคริลิค (โครงสร้างถาวร)	สื่อสารกิจกรรมประจำเดือน / ป้ายต้อนรับ / อื่นๆ	๐.๖x๑.๕ ม. จำนวน ๓ จุด (หน้า/หลัง) รวมป้าย ๖ จุด)	พื้นที่ลานโค้ง ฝั่งจอดรถจักรยานยนต์	
ประตู ๑	กล่องป้ายโครงสร้างปูนถาวร	ปัจจุบันไม่ได้ใช้งาน	๐.๕๕ x๑.๒๐ ม.	พื้นที่ลานโค้ง ฝั่งจอดรถจักรยานยนต์	
ประตู ๑	ป้ายอะคริลิค Directory (โครงสร้างถาวร)	นำเสนอแผนผังรอบพิพิธภัณฑ์ ๓๗๔ ไร่	๐.๖x๑.๒ ม.	บริเวณริมฟุตบาตร ริมถนนตรงข้ามร้านจำหน่ายผัก (ประตู๑)	

โซน	ประเภท	รายละเอียด	ขนาด	จุดติดตั้ง	ภาพประกอบ
ประตู ๑	ป้าย สติ๊กเกอร์ ผนึกพีพี บอร์ด (ลอยตัว)	สื่อสารข้อมูล เวลาการใช้พื้นที่ ออกกำลังกาย	๑.๘ x ๐.๘ ม	รั้วกั้นทางสัญจร ทางเข้า ประตู ๑	
ประตู ๑	ป้าย สติ๊กเกอร์ ผนึกพีพี บอร์ด (ลอยตัว)	สื่อสารข้อมูล พื้นฐาน วัน เวลา เปิดปิด ทำการ	๑.๘ x ๐.๘ ม	กับรั้วกั้นทางสัญจร ทางเข้าประตู ๑	
อาคาร สำนักงาน	ไวนิล	ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ องค์กร / วิสัยทัศน์ / กิจกรรมพิเศษ	๓ x ๕ ม.	บริเวณ ริมถนนทางเข้า อาคารสำนักงาน ติดลานธงชาติ *ป้ายร้อยท่อ โครงสร้างเหล็กถาวร	
ลานจอดรถ ๒	ไวนิล	ประชาสัมพันธ์ ปฏิทินประจำปี	๒ x ๓ ม.	บริเวณ จุดจอดรถบัส ใกล้โซนพันธุ์ไม้สีเหลือง *ป้ายร้อยท่อ โครงสร้างเหล็กถาวร	
ศาลาริมน้ำ	ไวนิล	ประชาสัมพันธ์ โครงการใหม่ที่จะเกิดขึ้น	๒ x ๓ ม.	ติดตั้งบริเวณ ห้องน้ำศาลาเพียงดิน	
ทางสัญจร	ป้ายบอกทาง *ไม้ติดตั้งถาวร	กำกับจุดจอดรถไว้บริการ	๐.๓๕ x ๐.๓๕ ม.	บริเวณจุดจอดรถ หมายเลข ๒ จำนวน ๓ จุด	

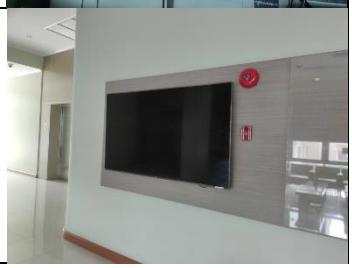
โซน	ประเภท	รายละเอียด	ขนาด	จุดติดตั้ง	ภาพประกอบ
ทางสัญจร	ป้ายบอกทาง *ไม้ติดตั้งถาวร	กำกับทิศทางไปยังพิพิธภัณฑ์ต่างๆ	๐.๔๐ x ๐.๑๐ ม.	รอบพื้นที่ จำนวน ๖ จุด	
ทางสัญจร	ป้ายสติ๊กเกอร์ผนึกพีพีบอร์ด *ติดตั้งถาวร	กำกับทิศทางไปยังพิพิธภัณฑ์ต่างๆ	๐.๖๐ x ๑.๒๐ ม.	บริเวณหน้าอาคารเฉลิมพระเกียรติฯ ๑ และพื้นที่จอดรถ จำนวน ๓ จุด	
ทางสัญจร	ป้ายสติ๊กเกอร์ผนึกพีพีบอร์ด	กำกับจุดจอดรถรับ-ส่ง	๐.๓๐ x ๐.๕๐ ม.	บริเวณหน้าอาคารเฉลิมพระเกียรติฯ ๑ และหน้าตลาดเศรษฐกิจพอเพียง จำนวน ๒ จุด	
ทางสัญจร	ป้ายสติ๊กเกอร์ผนึกพีพีบอร์ด	ป้ายบอกทิศทางบริการห้องน้ำ	๐.๗๕ x ๑.๒๐ ม จำนวน ๓ จุด	(๑) หน้าตลาดเศรษฐกิจพอเพียง (๒) สี่แยกตลาดฯ (๓) ท้ายตลาดฯ	
ทางสัญจร	Standee อะคริลิคติดตั้งถาวร	ป้ายบอกทางโดยกำกับข้อความของพิพิธภัณฑ์สำคัญและลูกศรชี้บอกเส้นทาง	๐.๖ x ๑.๒ ม. จำนวน ๕ จุด	(๑) ตรงข้ามสวนสมุนไพร (๒) บริเวณ ๓ แยกหน้าพระบรมฉายาลักษณ์ ร.๙ (๓) ลานจอดเครื่องบินฝนหลวง (๔) หน้า อาคารฯ ๑ (๕) ศาลาตรงข้ามอาคารฯ ๑	

โซน	ประเภท	รายละเอียด	ขนาด	จุดติดตั้ง	ภาพประกอบ
Standee โครงเหล็ก (ลอยตัว)	ป้าย สติ๊กเกอร์ ผนึกพีพี บอร์ด	ป้ายสื่อสารการจัดกิจกรรมประจำเดือนของทางพิพิธภัณฑ์ฯ อาทิ มหกรรมนิทรรศการหมุนเวียน ตลาดเศรษฐกิจพอเพียง	๐.๖ x ๑.๕ ม. จำนวน ๑๐ ป้าย (สามารถเพิ่ม-ลด ได้ตามความเหมาะสม)	(๑) หน้า อาคารฯ ๑ (๒) สี่แยก อาคารฯ ๕ (๓) บริเวณหน้าสวนสบายๆ (๔) สี่แยกตลาดเศษฐกิจพอเพียง (๕) สี่แยกตลาดสบายๆ หรือท้ายตลาดเศรษฐกิจพอเพียง (๖) สี่แยกบริเวณเรือขุด รข.๑ (๗) ทางเข้าสะพาน Wisdom king Farm (๘) พื้นที่บริเวณ อาคารเรือนพัก (๙) บริเวณหน้าร้านจำหน่ายผักอินทรีย์ (๑๐) บริเวณจุดรอรถนำชม หน้าอาคารประชาสัมพันธ์	
Standee โครงเหล็ก (ลอยตัว)	ป้าย สติ๊กเกอร์ ผนึกพีพี บอร์ด	ป้ายสื่อสารรอบเข้าชมและตารางอบรมภายในงานประจำเดือน	๐.๖ x ๑.๕ ม. จำนวน ๘ ป้าย (สามารถเพิ่ม – ลด ได้ตามความเหมาะสม)	(๑) หน้า อาคารฯ ๑ (๒) บริเวณหน้าสวนสบายๆ (๓) จุดประชาสัมพันธ์ทางเข้าตลาดเศรษฐกิจพอเพียง (๔) สี่แยกตลาดเศรษฐกิจพอเพียง (๕) บริเวณจุดกิจกรรมสร้างสีสัน (เครื่องบินฝนหลวง) (๖) สี่แยกบริเวณเรือขุด รข.๑ (๗) บริเวณหน้าร้านจำหน่ายผัก ใกล้วงเวียน (๘) บริเวณ จุดรอรถรางหน้า อาคารประชาสัมพันธ์	
ตลาดเศรษฐกิจพอเพียง	Standee กล่องอะคริลิค	ป้ายสื่อสารนิทรรศการ / กิจกรรม / การอบรม	๐.๕๕ x ๑.๓๕ ม	หน้าห้องนิทรรศการ / ห้องอบรมวิชาของแผ่นดิน จำนวน ๔ จุด	

โซน	ประเภท	รายละเอียด	ขนาด	จุดติดตั้ง	ภาพประกอบ
ตลาดเศรษฐกิจพอเพียง	Standee กล่องอคริลิค	ป้ายสื่อสารนิทรรศการ / กิจกรรม / การอบรม	๐.๖ x ๐.๖ ม.	หน้าห้องนิทรรศการ / ห้องอบรมวิชาของแผ่นดิน จำนวน ๒ จุด	

๒.สื่อประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่ ประเภทจอวีดิทัศน์

โซน	ประเภท	รายละเอียด	ขนาด	จุดติดตั้ง	ภาพประกอบ
Mado	จอ LCD	นำเสนอภาพสินค้าและบริการ พกฉ. *ชำรุด	๔๒ นิ้ว	จุดสั่งอาหาร ร้านกิน อยู่ ดี	
Mado	จอ LCD	นำเสนอคลิปรายการออนไลน์องค์ความรู้ต่างๆ ของ พกฉ.	๒๖ นิ้ว	บริเวณภายในร้านอาหารกินอยู่ดี จำนวน ๓ จุด	
Mado	จอ LCD	นำเสนอคลิปรายการออนไลน์องค์ความรู้ต่างๆ ของ พกฉ.	๓๒ นิ้ว	บริเวณภายในร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก จำนวน ๒ จุด (๓ จอ) (๑ จอ)	
Mado	จอ LCD	นำเสนอคลิปรายการออนไลน์องค์ความรู้ต่างๆ ของ พกฉ.	๓๒ นิ้ว	บริเวณภายในร้าน Mado Café จำนวน ๒ จุด	
อาคารฯ ๑	จอ LCD	นำเสนอคลิปรายการออนไลน์องค์ความรู้ต่างๆ ของ พกฉ.	๔๒ นิ้ว	ภายในอาคารฯ ๑ หน้าทางเข้าห้องน้ำ หรือใกล้ทางออก จำนวน ๑ จุด (๓ จอ)	

โซน	ประเภท	รายละเอียด	ขนาด	จุดติดตั้ง	ภาพประกอบ
อาคารเรือนพัก	จอ LCD	นำเสนอคลิปรายการออนไลน์องค์ความรู้ต่างๆ ของ พกฉ.	๕๕ นิ้ว	บริเวณเคาน์เตอร์โถงต้อนรับ ชั้น ๑ อาคารเรือนพัก ๓	
อาคารเรือนพัก	จอ LCD	นำเสนอคลิปรายการออนไลน์องค์ความรู้ต่างๆ ของ พกฉ.	๕๕ นิ้ว	บริเวณ โถงต้อนรับ ชั้น ๑ ใกล้ลิฟท์โดยสาร ชั้น ๑ อาคารเรือนพัก ๓	

๓. แผนผังแสดงจุดติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่ พกฉ.

๓.๑ พื้นที่ Mado Pavilion

ป้ายติดตั้งถาวร
ป้ายลอยตัว (เคลื่อนย้ายได้)
ป้ายบอกทาง
ป้ายธงญี่ปุ่น

๓.๒ พื้นที่ลานจอดรถ หมายเลข ๒

๔.๓ บริเวณอาคารสำนักงานฯ

๓.๓ พื้นที่ตลาดเศรษฐกิจพอเพียง

ป้ายติดตั้งถาวร ป้ายลอยตัว (เคลื่อนย้ายได้) ป้ายบอกทาง

ส่วนที่ ๔ มาตรฐานของงาน และจริยธรรมที่เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์

๑. มาตรฐานและคุณภาพของงานประชาสัมพันธ์

มาตรฐานระยะเวลา การปฏิบัติงานด้านการผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ถึงแม้ว่าจะ ไม่มีเอกสารหรือข้อกำหนดระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุดในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน แต่จะยึดหลักการพื้นฐานที่ เป็นสากลของการผลิตสื่อประเภทต่างๆ คือความถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	มาตรฐานระยะเวลา
ข่าวสรุปผล (ผ่านมาแล้ว) / ประเด็นสำคัญของกิจกรรม	ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ภายใน ๓ วัน
ข่าวสรุปผล (ผ่านมาแล้ว) จากการติดตามผู้บริหารปฏิบัติภารกิจ หรือร่วมกิจกรรม	ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ ภายใน ๒๔ ชั่วโมง
ข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อการแถลงข่าว (Press Release)	ดำเนินการผลิตให้แล้วเสร็จก่อนการจัดงาน หรือการแถลงข่าวอย่างน้อย ๗ วัน และดำเนินการเผยแพร่ภายใน ๗ วัน
เนื้อหาวันสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์	ดำเนินการผลิต ภายใน ๗ วัน และเผยแพร่ในเวลา ๐๘.๐๐ น. ของวันสำคัญนั้นๆ
สกู๊ปข่าวกิจกรรม /คณะ	ดำเนินการผลิตและเผยแพร่หลักจากดำเนินกิจกรรมอย่างน้อยไม่เกิน ๓ วัน
ป้ายประชาสัมพันธ์ (ภายใน) ป้ายประชาสัมพันธ์ (ภายนอก)	ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ ก่อนการจัดงานอย่างน้อย ๒ สัปดาห์ ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ ก่อนการจัดงานอย่างน้อย ๑๐ วัน *กรณีทดแทนป้ายที่มีความเสียหาย ดำเนินการแก้ไขทดแทนของเดิมไม่เกิน ๗ วัน
สปอตกระจายเสียง	ดำเนินการผลิตและเผยแพร่อย่างน้อย ๑ สัปดาห์

๒. จรรยาบรรณ/คุณธรรม จริยธรรมในการปฏิบัติงาน

นักประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่แสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยมิชอบด้วยกฎหมาย สำหรับตนเองหรือผู้อื่น และปฏิบัติงานอย่างโปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบ ดังนี้

๑. ไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่ หรืออิทธิพลของตนกดดันต่อการตัดสินใจ เพื่อผลประโยชน์ในรูปแบบใดๆ

๒. หลีกเลี่ยงการปฏิบัติหน้าที่ ที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทับซ้อน และสามารถตรวจสอบการปฏิบัติงานได้

๓. ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎระเบียบ และวินัยโดยเคร่งครัด

๔. ดำเนินการให้ประชาชนรับรู้หลักเกณฑ์ ขั้นตอนการปฏิบัติงานผู้รับผิดชอบ และระยะเวลาในการปฏิบัติด้วยความถูกต้อง และสะดวกรวดเร็ว มีจิตบริการ (Service Mind) และยืนหยัดในสิ่งถูกต้อง

นักประชาสัมพันธ์ต้องมีจิตสำนึกที่ดีในการบริการแก่ประชาชนด้วยอัธยาศัยไมตรี และก่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้รับบริการ ดังนี้

๑. อุทิศตนในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสียสละ เพื่อประโยชน์ของส่วนรวม และประเทศชาติ

๒. ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถโดยชอบด้วยกฎหมาย กฎเกณฑ์ และเหตุผล อันชอบธรรม รวมทั้งกล้ายืนหยัดในสิ่งที่ถูกต้อง

๓. ให้บริการประชาชนด้วยความสุภาพ จริงใจ เสมอต้นเสมอปลาย และไม่เลือกปฏิบัติ

๔. มีความเป็นอิสระทางวิชาชีพ มุ่งปฏิบัติหน้าที่เพื่อสาธารณชน โดยไม่ยอมให้อิทธิพล ทางการเมือง หรือผลประโยชน์อื่นใดมาครอบงำความคิดเห็นหรือให้ตนเองหรือบุคคลใดได้รับสิทธิพิเศษ หรือประโยชน์ใดๆ

๕. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ยึดมั่นระบบคุณธรรม

นักประชาสัมพันธ์ ต้องยึดมั่นในระบบคุณธรรม ตามหลักศาสนาและขนบธรรมเนียม ประเพณีอันดีงาม ดังนี้

๑. ไม่กระทำการใดเพื่อเป็นการช่วยเหลือหรืออุปถัมภ์ต่อบางบุคคลเพื่อผลประโยชน์บางอย่าง โดยมีผลประโยชน์ตอบแทน

๒. พิจารณาความดีความชอบอย่างเป็นธรรมและเสมอภาคตามผลงานที่ประจักษ์

๓. ปฏิบัติตนให้อยู่ในระเบียบวินัยและศีลธรรมอันดี

๔. มีความรับผิดชอบและปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ โดยคำนึงถึงประโยชน์ ของทางราชการ

๕. ไม่มุ่งหวังหรือแสวงหาประโยชน์อันมิควรได้จากการปฏิบัติงาน รวมทั้งไม่ใช้เวลาราชการ และอุปกรณ์เครื่องมือของราชการ ไปทำงานภายนอก เพื่อผลประโยชน์ของตน ทำงานอย่างมืออาชีพ และทำงานเป็นทีม โดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน

นักประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความมุ่งมั่น เต็มศักยภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลแก่ประชาชน ดังนี้

๑. ทำงานโดยยึดผลลัพธ์ของงานเป็นหลัก เพื่อมุ่งประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของงาน และ ความคุ้มค่าต่อองค์กร

๒. ยึดหลักการปฏิบัติงานแบบมีส่วนร่วม และรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน ผู้รับบริการ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำงานแบบบูรณาการ

๓. พัฒนากระบวนการทำงาน วิธีการทำงาน และกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อผลสัมฤทธิ์ ของงานอย่างต่อเนื่อง

๔. พัฒนาตนเองให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและความชำนาญในการปฏิบัติงานจนเป็น ที่ยอมรับเพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

๕. ปฏิบัติงานอย่างมีเป้าหมาย โดยยึดนโยบายรัฐบาล ระเบียบ กฎหมาย หลักวิชาการ และจรรยาวิชาชีพเป็นหลักในการพัฒนางาน มีความเป็นธรรมและเสมอภาค

นักประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสมอภาค ถูกต้อง เป็นธรรม และปราศจากอคติ ดังนี้

๑. ปฏิบัติหน้าที่โดยยึดมั่นความถูกต้อง เป็นธรรม และไม่เอนเอียงฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด

๒. ถือปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และเหตุผลอันชอบธรรม

๓. ถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ เพิ่มขีดความสามารถและประสบการณ์ให้ผู้รับบริการ ได้ อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์และทั่วถึง