

คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๒

นางสาวปริมประภา พันธุ์เมือง
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ

๑. ความเป็นมาและความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์

เทคโนโลยีทางการสื่อสาร และสื่อสังคมออนไลน์ มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสาร รวมถึงการประชาสัมพันธ์องค์กร ที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ เป็นการสื่อสารเผยแพร่ข่าวสารจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสู่โรงเรียนในสังกัด และสาธารณชนในขณะเดียวกัน เป็นการรับฟังความคิดเห็น รับทราบข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ จากโรงเรียนในสังกัด และสาธารณชน เช่นเดียวกัน ข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นเมื่อนำมาวิเคราะห์ ตรวจสอบข้อมูล เรียบเรียง คัดกรอง นำมาสู่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่เป็นปัจจุบันทันต่อเหตุการณ์ให้เกิดประโยชน์ต่อการบริหารจัดการศึกษาของ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ยังนำไปสู่การก้าวสู่การเป็น “เขตพื้นที่การศึกษาสุจริต” ในการสอดส่อง รับฟังข้อร้องเรียน แบบแนวคิดเลขฐาน ๒ แนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติราชการ การดำเนินงานของโรงเรียน และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติราชการที่สุจริต โดยภาพรวมเป็นประโยชน์ต่อสังคม และชุมชน

๒. วัตถุประสงค์

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ การดำเนินการของ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๒ ไปสู่ประชาชนให้มีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานของ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๒ นำมาซึ่งการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ตลอดจนเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคลากรในองค์กร โดยในการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน กระบวนการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๒ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

๒.๑ เพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ผู้รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์

๒.๒ เพื่อเป็นมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

๓. ขอบเขตการดำเนินงาน

ขอบเขตของการจัดทำคู่มือกระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๒ ในครั้งนี้จะทำการรวบรวมความรู้จากปฏิบัติงาน ด้านการผลิต และ

เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๒ โดยมีกระบวนการตั้งแต่การบริหารงานประชาสัมพันธ์

๔. คำจำกัดความ

๔.๑ การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการชักจูงประชามติ (Public opinio) ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อให้กลุ่มสาธารณชนเป็นเป้าหมาย (Target publics) เกิดมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานองค์กร การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่เป็นเพียงแค่งานเผยแพร่ต่อสาธารณชน (Publicity) แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงานในเชิงศิลปะสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแก่โรงเรียน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดี และสร้างสัมพันธภาพระหว่างหน่วยงาน องค์กรกับสาธารณที่เกี่ยวข้อง โดยยึดถือหลักความจริงและประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่ายการประชาสัมพันธ์เป็นงานในระดับนโยบายที่องค์กรสถาบันทุกประเภทต่างนำเอาการประชาสัมพันธ์ไปใช้กับองค์กร หรือสถาบันของตนอย่างกว้างขวางแพร่หลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานของตนกับประชาชน ป้องกัน การเข้าใจผิด ตลอดจน การลดสาเหตุแห่งความขัดแย้งต่างๆ รวมทั้งการใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร สถาบันเสริมสร้าง และรักษาชื่อเสียง ความนิยม ความเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่พึงมีต่อหน่วยงานของตน

๔.๒ การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการเขียนที่แตกต่างจากเขียนประเภทอื่นๆ เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากการเขียนทั่วไป การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนเป้าหมายเกิดความรู้ วัตถุประสงค์พื้นฐานมี ๗ ประการ คือ

๑) การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้เข้าใจ เพื่อให้ได้รับรู้ว่าใครคือ องค์กรดำเนินงานเมื่อใด ใคร (ตำแหน่ง) ทำอะไร เพื่ออย่างไร ที่ไหน โดยมี(จะมีหรือไม่มีหรือได้) เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ

๒) การเขียนเพื่อให้สาธารณชนยอมรับ เป็นการเขียนโน้มน้าวชักจูงให้คล้อยตาม โดยยกส่วนดีให้เห็นชัดเจน และใช้ภาษาให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย

๓) การเขียนเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด

๔) การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

๕) การแก้ไขเพื่อความเข้าใจผิด

๖) การเขียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี

๗) การเขียนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด

รูปแบบของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน และภายนอกองค์กร มีการเขียนในลักษณะต่างๆ เช่น การเขียนข่าวแจกเป็นแผ่นข่าว ใบปลิว การเขียนสุนทรพจน์ในโอกาสต่าง ๆ การเขียนบทความ การเขียนบรรยายสรุป การเขียนทางวิชาการ การเขียนคำบรรยายประกอบภาพนิ่ง การเขียนบทภาพยนตร์ วิทยุ และโทรทัศน์

ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ เรียกว่าข่าวแจก เป็นเครื่องมือ ในการถ่ายทอดข้อมูลต่างๆ ของหน่วยงานเผยแพร่ไปยังกลุ่มประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อ หรือช่องทางต่างๆ ตามความเหมาะสม จึงอาจเป็นทั้งข่าวที่เผยแพร่ผ่านทาง หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ และโทรทัศน์ แผ่นข่าว ฯลฯ

บทความเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเขียนบทความมีวัตถุประสงค์ดังนี้

- เพื่ออธิบาย มีลักษณะเป็นการให้ข้อมูล ให้ภูมิหลัง และข้อเท็จจริงอย่างละเอียด เพื่ออธิบายให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายในเรื่องราว หรือเหตุการณ์ที่ซับซ้อน
- เพื่อรายงานหรือกระตุ้นความสนใจ มีลักษณะคล้ายๆ กับการเขียน
- เพื่ออธิบายหรือวิเคราะห์ซึ่งพิจารณาเห็นว่าเป็นเรื่องที่ผู้อ่านควรรู้เป็นการรายงาน บอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้น
- เพื่อให้ความรู้การแสดงความคิดเห็นของบทความนี้คือการให้ความรู้ ทั้งทางตรง และทางอ้อม
- เพื่อเสนอแนวทางแก้ไข เป็นบทความที่ผู้เขียนมุ่งอธิบายถึงข้อเท็จจริงที่มาของปัญหา ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้น พร้อมกับเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาซึ่งอาจมีมากกว่าหนึ่งทางก็ได้
- เพื่อโน้มน้าวใจ เป็นบทความที่ผู้เขียนต้องการโน้มน้าวให้เกิดการคล้อยตามความคิดเห็น ในเรื่องที่กำลังนำเสนอส่วนมากมักเป็นประเด็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือโครงการรณรงค์ต่างๆ
- เพื่อวิเคราะห์หรือวิจารณ์ การวิเคราะห์เป็นการนำเสนอข้อเท็จจริง หรือประเด็นปัญหา ตามหลักวิชาการ ซึ่งให้เห็นข้อดี ข้อเสีย และผลกระทบ โดยอ้างเหตุผลที่น่าเชื่อถือ ประกอบการวิเคราะห์อย่างรอบด้าน ส่วนการวิจารณ์จะเน้นในความคิดเห็นของผู้เขียนเป็นหลัก ซึ่งมาจาก ความรู้ และประสบการณ์ที่มีโดยมองปัญหารอบด้านในทุกมิติเพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่เที่ยงตรง
- เพื่อความเพลิดเพลิน เป็นการนำเสนอเรื่องเบาๆ ที่ผ่อนคลาย เพื่อสร้างอารมณ์ขัน ด้วยลีลาภาษาที่ไม่เป็นทางการ

เขียนสุนทรพจน์ สุนทรพจน์ หมายถึง คำพูดที่ประธาน หรือบุคคลสำคัญกล่าวในโอกาส พิเศษ ที่มีจุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์โดยเฉพาะ โดยใช้ภาษาและถ้อยคำที่งดงาม รัดกุม สละสลวย และเหมาะสมกับโอกาส

การเขียนประกาศหรือแถลงการณ์ ข้อเขียนชนิดหนึ่งที่อาจเผยแพร่เป็นเอกสารเฉพาะ เช่น ใบปลิว (leaflet) หรือนิยามเผยแพร่ทางสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์มุ่งการสร้างความรู้ความ เข้าใจอย่างจริงจัง

๔.๓ การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือและสื่อกลางใน การสื่อสาร จากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย การสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กร สื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้าน เทคโนโลยีของโลก อย่างไรก็ตาม สามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์ โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้เป็น ๕ ประเภท คือ

(๑) สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็น สื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสาร โดยตรง การพูดในลักษณะต่างๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้เถียง การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ ในกรณีที่ เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียว อาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที หากแก่การตรวจสอบอ้างอิง นอกจากนี้จะมีผู้บันทึกคำพูดนั้นๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร หรือบันทึกเสียงเอาไว้

(๒) สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชน อาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น ๖ ประเภท คือ หนังสือพิมพ์วารสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แผ่นข่าว ทั้งนี้สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร มีความคงทนถาวรสามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ตาบอด หรืออ่านหนังสือไม่ออก ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือวารสาร และสามารถ รับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้นหาก มิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไป อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่ง แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

(๓) สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิต และเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมายด้วย วัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบแตกต่างกันออกไป เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์จดหมายข่าว วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภท สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้ มีอยู่มากและมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูป ปฏิทิน รูปโลก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

(๔) สื่อโสตทัศน เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และหรือเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศน แบ่งได้เป็น ๒ ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุ และส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์โดยสื่อวัสดุ อาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์เช่น เทปบันทึกเสียง เทปวีดิทัศน์ ฟิล์มภาพยนตร์ แผ่นดิสเก็ต แผ่นซีดีรอม เป็นต้น ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉายฯ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้นในปัจจุบันนี้ คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามี อิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสาร และในงาน

ประชาสัมพันธ์การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสม (Multimedia) ได้รับความนิยอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากให้ทั้ง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ที่สมจริงเป็นธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถ มีส่วนร่วม และตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัดคือมีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์ พอสสมควรและต้องใช้ไฟฟ้า หรือแบตเตอรี่ เป็นแหล่งพลังงาน นอกจากนี้ ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และ จะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคตอันใกล้นี้ โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดี คือ สามารถเข้าถึงประชาชน ทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับ สามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือข้อมูลที่ ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

(๕) สื่อกิจกรรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถ สื่อความรู้สึกรักใคร่ ความรู้อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรม มีได้มากมาย หลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิตการจัด รัวขบวน การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรม ทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลง แก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาส และสถานการณ์ได้ง่าย แต่มี ข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัด เฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้น ๆ เท่านั้น

(๖) สื่อสมัยใหม่ (Modern Media) เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุค สารสนเทศ (Information Age) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ อินเทอร์เน็ต (Internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของ คนเราเป็นอย่างมาก ตลอดจนในสังคม และในหน้าที่การทำงานอาชีพต่างๆ แม้แต่การประชาสัมพันธ์ก็นำอินเทอร์เน็ต มาใช้เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์ ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ที่น่ามาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำ การประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ผ่านทาง Line , Facebook หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดย จัดทำเป็น Website มองแต่ละแห่ง ให้ผู้เปิดเข้าไปดู ติดตามข้อมูลต่างๆ

๕. หน้าที่ความรับผิดชอบ

งานประชาสัมพันธ์ช่วยปฏิบัติงานกลุ่มกฎหมายและคดี

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๒

๖. งานในหน้าที่ที่รับผิดชอบ

๖.๑.๑ งานการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์

(๑) สร้างเครือข่ายภายใน และภายนอก

(๒) สสำรวจข้อมูลเครือข่ายการประชาสัมพันธ์เครือข่ายภายในและภายนอกองค์ จัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์ และบุคลากรผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

(๓) จัดทำหลักเกณฑ์ ข้อกำหนด แนวปฏิบัติ รูปแบบการติดต่อประสานงาน กับเครือข่าย
ประชาสัมพันธ์

(๔) รวบรวมข้อมูลข่าวสารด้วยระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศ

(๕) ติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวทางการศึกษา รวบรวมข้อมูลองค์ความรู้ผลิต
สื่อประชาสัมพันธ์ ด้วยเครือข่ายประชาสัมพันธ์

(๖) จัดกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์ โดยให้เครือข่ายมีส่วนร่วม ในการ
ประชาสัมพันธ์

(๗) ตรวจสอบประเมินผล การประสานงาน เครือข่ายประชาสัมพันธ์ นำผล มา
วางแผน พัฒนา ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

๖.๑.๒ ปฏิบัติงานหนังสือจากกรม กระทรวง บริษัทเอกชน ฯลฯ

วิธีการขั้นตอนจัดทำ ดังนี้

- ทำบันทึก
- ทำหนังสือส่งโรงเรียนในสังกัด

๖.๑.๓ งานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

๖.๑.๔ งานบริการข้อมูลข่าวสาร

๖.๑.๕ งานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน

(๑) งานสื่อสิ่งพิมพ์ การจัดทำวารสาร จัดทำจดหมายข่าวประชาสัมพันธ์โรงเรียนใน
สังกัดและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

(๒) จัดส่งข้อมูลหน่วยงานให้แก่สถานีวิทยุ สำนักงานประชาสัมพันธ์สุพรรณบุรี เขต ๒

(๓) งานอิเล็กทรอนิกส์

- จัดลงข่าวสารในเว็บไซต์ สพฐ. www.obec.go.th
- จัดลงข่าวสารในเว็บไซต์ สพป.สุพรรณบุรี เขต ๒ www.sp2.go.th

๖.๑.๖ ช่วยงานการจัดระบบบริหารสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

๖.๑.๗ ปฏิบัติงานด้านเอกสารประชาสัมพันธ์

๖.๑.๘ ปฏิบัติงานหนังสือจากกรม กระทรวง บริษัทเอกชน ฯลฯ

วิธีการขั้นตอนจัดทำ ดังนี้

- ทำบันทึก
- ทำหนังสือส่งโรงเรียนในสังกัด

๖.๑.๙ ปฏิบัติงานอื่นตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย

แผนผัง

กระบวนการเผยแพร่ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ สพป.สุพรรณบุรี เขต ๒





