

ใบความรู้ที่ ๕.๖

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และขยายผล

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และขยายผลและนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการดำเนินการที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อไปสู่การยอมรับอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยวิธีการจะต้องอาศัยการใช้สื่อต่าง ๆ ที่หลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนว่าต้องการให้กลุ่มเป้าหมาย ยอมรับอะไร อย่างไร และจะต้องมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน มีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผล โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลในสังคม การเลือกใช้กิจกรรมและสื่อ ต่าง ๆ ทาง การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ปลุกจิตสำนึก โน้มน้าวให้เห็นด้วย คล้อยตาม เกิดความร่วมมือร่วมใจกันปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ความท้าทายคือการสร้างสารอย่างไรให้ดึงดูดเป็นที่สนใจ และจะใช้กิจกรรมใดในการเผยแพร่ให้เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนำไปใช้ ได้อย่างต่อเนื่อง

สื่อประชาสัมพันธ์หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่ จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือ ที่ใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ จะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ส่วนกิจกรรมประชาสัมพันธ์นั้น นักประชาสัมพันธ์สามารถนำกิจกรรมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนทุกแขนงได้เพื่อให้เกิด Talk of the town สิ่งสำคัญคือ นักประชาสัมพันธ์จะต้องสร้างกระแสให้เกิดขึ้นให้ได้เพื่อส่งผลให้ได้รับ การเผยแพร่ในวงกว้าง

การดำเนินการวางแผนในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เป็นกระบวนการที่จะต้องจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์กำหนดวัตถุประสงค์ให้แน่ชัดแล้วว่า ต้องการสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายใด ข้อความที่ต้องการสื่อออกไปคืออะไร กลยุทธ์/ยุทธวิธีในการใช้สื่อเป็น อย่างไร มีข้อจำกัดด้านงบประมาณหรือไม่ ทั้งนี้การเลือกสื่อต้องพิจารณาเลือกสื่อที่ เหมาะสมและสามารถ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด อีกทั้งควรเป็นสื่อที่ควบคุมได้เพื่อให้ได้ข้อความที่เราต้องการสื่อออกไปมีความถูกต้องและครบถ้วน

สื่อประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น ๒ ประเภทใหญ่ ๆ คือ

๑. สื่อที่ควบคุมได้เช่น ใบปลิว (Leaflet) ใช้เพื่อแจ้งเรื่องราวให้ทราบ และชักชวนในเรื่องใดเรื่อง หนึ่ง เพื่อแนะนำองค์กร และที่สำคัญจะต้องมีที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ขององค์กร เพื่อให้ผู้อ่านที่สนใจ สามารถติดต่อสอบถามรายละเอียด หรือข้อสงสัยต่าง ๆ ได้เอกสารเผยแพร่รายละเอียดสินค้า (Brochure) เป็นเอกสารที่มีความยาวพอสมควรใส่รายละเอียดเป็นข้อความและภาพ เพื่ออธิบายคุณภาพของสินค้า โปสเตอร์ (Poster) ใช้เพื่อติดบอร์ดหรือฝาผนัง ใช้เพื่อชักชวน หรือรณรงค์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ใช้ภาษาสั้น ๆ ง่าย ๆ ได้ใจความ

๒. สื่อที่ควบคุมไม่ได้ได้แก่ สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์นิตยสาร ภาพยนตร์ สื่อดิจิทัล เป็นต้น กิจกรรมประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์หรือกิจกรรมพิเศษ (Special Event) ควรยึดหลัก แปลก ใหม่ ใหญ่ดัง และพึงปฏิบัติดังนี้

๑) ลักษณะของงานควรมีความเกี่ยวข้องกับบริษัท

๒) ควรมีกิจกรรมที่น่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายและสื่อมวลชน

๓) มีข้อเสนอพิเศษเพื่อช่วยในการส่งเสริมการขาย

๔) สื่อ วิธีการและช่องทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมขององค์กร

๕) มีการประชาสัมพันธ์ทั้งก่อนจัดงานและเมื่องานเสร็จสิ้นลง ประเภทของกิจกรรมพิเศษ
ลักษณะของการจัดกิจกรรมพิเศษมีมากมายหลายรูปแบบ เช่น

๑) การจัดประกวด (Contest)

๒) การจัดการแข่งขัน (Competition)

๓) การจัดรายการบันเทิง (Entertainment)

๔) การจัดงานเปิดตัวสินค้า (Grand Opening)

๕) การจัดแสดงนิทรรศการ (Exhibition)

๖) การจัดสัมมนา (Seminar)

๗) การบริการสังคม หรือการจัดกิจกรรมสาธารณะ (Public Service)

๘) การจัดงานฉลอง (Celebration)

๙) การจัดงานวันครอบครัวพนักงาน (Family Day)

๑๐) การจัดวันให้รางวัลแก่พนักงาน (Awards Day)

๑๑) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion Activities)

๑๒) การออกพบปะกลุ่มเป้าหมาย (Road Show)

๑๓) การจัดให้เยี่ยมชมบริษัท (Company Visit)

ชุมชนสัมพันธ์ นับเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสาร ซึ่งจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งมีความจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีด้วยการเชิญผู้นำชุมชนมาสังสรรค์ / เยี่ยมชมกิจการ / จัดทุนการศึกษาแก่ชุมชน / บริจาคอุปกรณ์การศึกษา / ดูแลด้านสุขอนามัย / ด้านกีฬา / ด้านศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้างต้น เป็นกลยุทธ์ที่นักสื่อสารประชาสัมพันธ์ใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารที่สัมฤทธิ์ผล ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานโครงการสุขภาพดีวิถีใหม่ วิถีธรรม วิถีไทย วิถีเศรษฐกิจพอเพียงได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ข้อสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่จะนำไปสู่การขยายผลได้นั้น จำเป็นต้องมีการดำเนินการของโครงการอย่างต่อเนื่องอย่างเป็นรูปธรรม

อ้างอิง

เสรี วงษ์มณฑา. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : บริษัท ธนรัชการพิมพ์ จำกัด, ๒๕๔๖.