

## เทคนิคการประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตร

สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 3 จังหวัดระยอง ได้จัดสัมมนาเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัด ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร และเจ้าหน้าที่สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 3 จังหวัดระยอง เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2550 ณ ห้องประชุมเขต โดยมีเจ้าหน้าที่ร่วมสัมมนา จำนวน 45 คน ทั้งนี้เพื่อร่วมกันเสนอแนวคิด แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ด้านการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรและสรุปเป็นแนวทางปฏิบัติ โดยมี การเชิญวิทยากรผู้มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นบุคคลภายนอก คือ ประชาสัมพันธ์จังหวัดระยอง สื่อมวลชนจากทีไอทีวี หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ผู้แทนทีวีช่อง 11 ร่วมในลักษณะให้ความรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ (Knowledge sharing) ซึ่งวิธีการดำเนินการนั้นแบ่งเป็นการนำเสนอแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตร การอภิปรายแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การบรรยายแนวคิด และหลักการทางทฤษฎี และสรุปแนวทางประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพบรรลุเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ซึ่งสรุปสาระได้ดังนี้

1. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตร นั้น เพื่อให้มีการนำข้อมูลข่าวสารที่ต้องการถ่ายทอดให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบซึ่งมีทั้งเกษตรกรซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และบุคคลอื่นที่มีความสนใจ เพื่อประโยชน์โดยตรงของผู้รับข่าวสาร และ/หรือเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ต่อข้อมูลข่าวสารที่องค์กรนำเสนอ

2. แนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 3 ส่วน ที่สำคัญ คือ

2.1 การจัดทำแผน/โครงการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อกำหนดกรอบดำเนินงานของแผนงาน/โครงการ เพื่อตอบสนองความต้องการขององค์กรและกลุ่มเป้าหมาย

2.2 กำหนดสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นประเด็นหลักที่องค์กรจะต้องเลือกใช้ช่องทางสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและพัฒนาองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้ง ความจำเป็น กลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ งบประมาณ นโยบาย ฯลฯ

2.3 การติดตามประเมินผล ว่ามีผลกระทบอย่างไรในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการไปแล้ว เพื่อเป็นข้อมูลกลับมาพิจารณาปรับปรุงและดำเนินการในอนาคต

2.4 ช่วงเวลา รูปแบบ การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องกำหนดแผนให้ชัดเจนว่าจะทำช่วงไหน เมื่อไร อย่างไร ต้องการให้ใครทราบ ซึ่งอาจทำได้เป็น 3 ระยะคือ การประชาสัมพันธ์ก่อนการดำเนินกิจกรรม/โครงการ การประชาสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานและการประชาสัมพันธ์หลังการดำเนินงาน จุดเน้นนั้นอยู่ที่การประชาสัมพันธ์ก่อนการดำเนินงาน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายทราบว่า เราจะทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร และมีกิจกรรมอะไรบ้าง เป็นการให้ทราบ

ล่วงหน้า ซึ่งหลักการทำประชาสัมพันธ์นั้นใช้แนวทางหลักที่ระบุใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม่ อย่างไร หรือที่เรียกกันว่า 5 WIH (Who What Where When Why How) ซึ่งการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จะเป็นรูปของข่าว เป็นข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วไป และข่าวเชิงวิชาการ พร้อมภาพประกอบ

#### 2.5 องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

- 1) ต้องรู้บุคคลเป้าหมาย ที่ต้องการให้ทราบข่าว
- 2) แหล่งข้อมูล / เรื่องที่จะประชาสัมพันธ์
- 3) ต้องรู้ช่องทางสื่อข่าว ที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ
- 4) ต้องใช้ระยะเวลาที่เหมาะสมว่าจะทำเมื่อไร

#### 3. ช่องทางการประชาสัมพันธ์ มีหลายช่องทาง ดังนี้

- |                      |                         |                     |
|----------------------|-------------------------|---------------------|
| 3.1 บุคคล            | 3.7 การแถลงข่าว         | 3.13 แผ่นพับ/ใบปลิว |
| 3.2 สิ่งพิมพ์        | 3.8 การให้สัมภาษณ์      | 3.14 เคเบิลทีวี     |
| 3.3 วิทยุกระจายเสียง | 3.9 การจัดทัศนศึกษา     | 3.15 หนังสือพิมพ์   |
| 3.4 วิทยุ โทรทัศน์   | 3.10 การประชุม/สัมมนา   | 3.16 นิทรรศการ      |
| 3.5 หอกระจายข่าว     | 3.11 ข่าวแจก            | 3.17 การจัดงาน      |
| 3.6 อินเทอร์เน็ต     | 3.12 คัทเอ้าท์/โปสเตอร์ |                     |

#### 4. การสร้างความสนใจจากองค์ประกอบ

- 4.1 เรื่องแปลก/ใหม่/เด่น
- 4.2 ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ (กระแสสังคม)
- 4.3 ผลกระทบต่อเกษตรกร/คนส่วนใหญ่
- 4.4 เพศ/วัย/อายุ
- 4.5 ความก้าวหน้า/ความสำเร็จ/เทคโนโลยี
- 4.6 นโยบาย/ทิศทางการเปลี่ยนแปลง

#### 5. การเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์

- 5.1 หัวข้อข่าว ความน่า เนื่อหา สรุปรูป
- 5.2 บทความเป็นสิ่งที่ต้องการ
- 5.3 ความคาดหวังของผู้รับข่าวสาร
- 5.4 ถูกต้อง รวดเร็ว ทันสถานการณ์

#### 6. กรณีการประสานงานกับสื่อมวลชนเพื่อสร้างความร่วมมือการลงข่าวประชาสัมพันธ์

- 6.1 ผู้สื่อข่าวภูมิภาค เป็นผู้เชื่อมโยงกับศูนย์ข่าวในส่วนกลาง
- 6.2 มีความสัมพันธ์และมนุษยสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง/จริงใจ

6.3 การจูงใจด้าน incentive บ้างตามสมควร/โอกาส

6.4 การเชิญร่วมกิจกรรมขององค์กรในวาระต่าง ๆ

6.5 เนื้อหาข่าว/ประเด็น ที่ต้องการประชาสัมพันธ์/ภาพประกอบ

6.6 ความสม่ำเสมอ การส่งข้อมูล ข่าวสารให้สื่อ

6.7 ใจเขา-ใจเรา เป็นข้อพิจารณาการทำงานร่วมกัน

6.8 การสร้างเครือข่ายนักประชาสัมพันธ์ทั้งภาครัฐ เอกชน และสื่อมวลชน

-----  
กลุ่มวิชาการและฝึกอบรม

สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 3 จังหวัดระยอง

17 ตุลาคม 2550