



คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual)

กระบวนการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่และรณรงค์
ให้ความรู้เพื่อให้เด็กเยาวชนและประชาชนเห็นความสำคัญ
และตื่นตัวในการเล่นกีฬา ออกกำลังกาย
และประกอบกิจกรรมนันทนาการ

กลุ่มประชาสัมพันธ์
กองกลาง กรมพลศึกษา

คำนำ

การเสริมสร้างภาพลักษณ์และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรเป็นกลยุทธ์สำคัญ ในการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของกรมพลศึกษาไปสู่ประชาชนให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานของกรมพลศึกษา อันจะนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติตลอดจนเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคคลากรในองค์กร

คู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวกับขอบเขตของกระบวนการ ความหมาย คำจำกัดความที่สำคัญ WORK FLOW ซึ่งบอกเส้นทางการทำงานที่มีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของกระบวนการ รายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติงาน หน้าที่และความรับผิดชอบและมาตรฐานงาน ตลอดจนระบบการติดตามและประเมินผล

กลุ่มประชาสัมพันธ์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพของงานได้เป็นอย่างดี

กลุ่มประชาสัมพันธ์ กองกลาง กรมพลศึกษา

สารบัญ

หน้า

๑. ความเป็นมา.....	๑
๒. วัตถุประสงค์.....	๑
๓. ขอบเขตการดำเนินงาน.....	๑
๔. ข้อกำหนดที่สำคัญและตัวชี้วัดกระบวนการ.....	๑
๕. ข้อกำหนดการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์.....	๒
๖. คำจำกัดความ.....	๓
๘. Work Flow กระบวนการ.....	๘
๙. WORK FLOW ขั้นตอนการดำเนิน.....	๙
๑๐. มาตรฐานคุณภาพงาน.....	๑๒
๑๑. ระบบติดตามประเมินผล.....	๑๕
๑๒. เอกสารอ้างอิง.....	๑๕
๑๓. แบบฟอร์มที่ใช้.....	๑๕

คู่มือการปฏิบัติงาน กระบวนการประชาสัมพันธ์

๑.ความเป็นมาในการจัดทำคู่มือกระบวนการประชาสัมพันธ์

การเสริมสร้างภาพลักษณ์และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร เป็นกลยุทธ์สำคัญในการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของกรมพลศึกษาไปสู่ประชาชนให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานของกรมพลศึกษา อันจะนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ตลอดจนเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคลากรในองค์กร

๒.วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์

๒.๒ เพื่อเป็นมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

๓.ขอบเขตการดำเนินงาน

ขอบเขตการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมพลศึกษาในครั้งนี้ จะทำการรวบรวมความรู้จากการปฏิบัติงานด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มประชาสัมพันธ์ กองกลาง กรมพลศึกษา โดยมรกระบวนการวางแผนและกำหนดประเด็นเนื้อหาในการผลิตสื่อ การออกแบบจัดทำสื่อ การตรวจสอบความถูกต้อง และการเผยแพร่การกำหนดลำดับ ขั้นตอนในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์องค์กร ทั้งในส่วนที่ดำเนินการเองและการจ้างเหมาดำเนินการให้เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด

๔.ข้อกำหนดที่สำคัญและตัวชี้วัดกระบวนการ

กระบวนการ	ข้อกำหนดที่สำคัญของกระบวนการ	ตัวชี้วัดภายในกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลของกระบวนการ
การจัดทำวารสาร	ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภารกิจงาน ผ่านช่องทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์	ความถูกต้องของเนื้อหาในวารสารเชื่อถือได้	จำนวน ๕ ครั้ง/ปี
เว็บไซต์กรมพลศึกษา	ประชาสัมพันธ์ข่าวสารภารกิจงานกรมพลศึกษา/ภารกิจนโยบายระดับกระทรวง รัฐบาล ผ่านเว็บไซต์กลุ่มประชาสัมพันธ์	ข้อมูลข่าวมีความถูกต้อง ชัดเจน มีการปรับปรุงข่าว ให้เป็นปัจจุบัน เชื่อถือได้ มีความน่าสนใจ	จำนวน ๕๐๐ ข่าว/ปี
สปอตวิทยุ	ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภารกิจงานกรมพลศึกษา/ภารกิจนโยบายระดับกระทรวง รัฐบาล ผ่านสถานีวิทยุ	เนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ กระชับชัดเจน ถูกต้อง ดึงความสนใจอย่างรวดเร็ว ผู้ฟังจำได้	ผลิต ๒๐ ครั้ง/ปี
สปอตโทรทัศน์	ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภารกิจงานกรมพลศึกษา/ภารกิจเร่งด่วนงานนโยบายระดับกระทรวง รัฐบาล ผ่านสถานีโทรทัศน์	เนื้อหาตรง สั้นแต่ได้ใจความ ตรงตามวัตถุประสงค์ มีความน่าสนใจสะดุดตาอารมณ์ของผู้ชม	ผลิต ๑๒ ครั้ง/ปี
วีดิทัศน์	ประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจง่ายเข้าถึงกลุ่มคนได้ทุกเพศทุกวัย	เนื้อหาสื่อสารตรงประเด็น เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เรื่องราวมีความน่าสนใจ	ผลิต ๔ เรื่อง/ปี
บทความหนังสือพิมพ์	ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของกรมพลศึกษาผ่านหนังสือพิมพ์ ซึ่งสามารถสื่อสารได้แพร่หลายและกว้างขวาง	เนื้อหาตรงตามจุดมุ่งหมาย ใช้ภาษาที่เหมาะสมกับเนื้อหา หรือประเภทบทความภาษาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการเรียบเรียงเนื้อหาเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความเชื่อมโยงกัน อ่านแล้วเกิดความกระชับ	ผลิต ๑๖ ครั้ง/ปี
ข่าวแจก (Press Release)	ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภารกิจงานของกรมพลศึกษา ในรูปแบบข่าวแจกที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย	ข้อมูลถูกต้องตรงตาสีที่ปรากฏจริง มีความสมดุลง่ายเน้นหนักของข้อเท็จจริงตามความสำคัญ มีความชัดเจน กระชับรัด ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ตรงไปตรงมา มีความรวดเร็วทันเหตุการณ์	ผลิต ๑๒๐ ข่าว/ปี

๕.ข้อกำหนดการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์

ที่	ประเภทสื่อ	หลักเกณฑ์/เงื่อนไข
๑.	งานภาพนิ่ง ๑.๑ บันทึกรูปภาพนิ่ง ๑.๒ สำเนาภาพ	๑.๑.๑ กรอกแบบขอใช้บริการ/หนังสือขอความร่วมมือ ๑.๑.๒ แจ้งกำหนดการล่วงหน้า ๑ วัน ๑.๑.๓ กรณีบันทึกภาพนอกสถานที่หรือต่างจังหวัด ขอรอรับ-ส่งอำนวยความสะดวก (ถ้ามี) ๑.๒.๑ กรอกแบบขอใช้บริการ/หนังสือขอความร่วมมือ ๑.๒.๒ แจ้งล่วงหน้า ๑ ชั่วโมง ๑.๒.๓ สำเนาภาพดิจิทัล ขอให้นำแผ่นซีดี/แฟลชไดรฟ์มาด้วย
๒.	งานภาพเคลื่อนไหว ๒.๑ บันทึกรูปภาพ	๒.๑.๑ กรอกแบบขอใช้บริการ/หนังสือขอความร่วมมือ ๒.๑.๒ แจ้งกำหนดการล่วงหน้าอย่างน้อย ๑ วัน (ถ่ายวิดีโอทั้งในและนอกสถานที่) ๒.๑.๓ ขอบภาพวิดีโออย่างน้อย ๑-๒ วัน (ซีดี/ซีวีดี ขอให้นำแผ่นมาด้วย) ๒.๑.๔ ในกรณีถ่ายทำนอกสถานที่ ขอรอรับ-ส่งอำนวยความสะดวก (ถ้ามี)
๓.	งานศิลปกรรม ๓.๑ งานออกแบบ/ผลิตด้วยคอมพิวเตอร์ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ ปกหนังสือ ปกซีดี ฯ ๓.๒ งานนิทรรศการ	๓.๑.๑ กรอกแบบขอใช้บริการ/หนังสือขอความร่วมมือ ๓.๑.๒ แจ้งกำหนดการล่วงหน้าอย่างน้อย ๒ วัน ๓.๑.๓ งานที่ใช้วัสดุหรือหมึกพิมพ์มาก ต้องผ่านการพิจารณาจากผู้บังคับบัญชาก่อน ๓.๑.๔ การกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จของงานให้เป็นไปตามความยากง่ายและความสำคัญของงาน ๓.๑.๕ งานที่มีข้อความตั้งแต่ครึ่งหน้ากระดาษ A๔ ขึ้นไป เจ้าของงานต้องพิมพ์เป็นไฟล์ข้อมูลมาด้วย ๓.๒.๑ แจ้งล่วงหน้าเป็นหนังสือ การรับงานทางโทรศัพท์ใช้กรณีจำเป็นเร่งด่วนเท่านั้น ๓.๒.๒ การยืมสื่อศิลปกรรม เจ้าของงานต้องจัดบุคลากรและยานพาหนะในการเคลื่อนย้ายมารับและส่งคืน ๓.๒.๓ เจ้าของงานต้องรับผิดชอบหากเกิดการสูญหายหรือชำรุด ๓.๒.๔ ก่อนรับงานควรตรวจสอบความถูกต้องเพื่อเจ้าหน้าที่จะได้แก้ไขได้ทันการ
๔.	งานโสตทัศนูปกรณ์ ๔.๑ ห้องประชุมกรม ๔.๒ เสียงตามสาย	๔.๑.๑ แจ้งกำหนดการล่วงหน้า ๑ วัน ๔.๑.๒ การบันทึกเสียงห้องประชุมกรมฯ (ขอให้นำม้วนเทปที่จะใช้บันทึกมาเองและขอให้มีเจ้าหน้าที่มาเปลี่ยนม้วนเทปขณะบันทึกด้วย) ๔.๒.๑ บุคคลภายนอกห้ามเข้าห้องควบคุมเสียงก่อนได้รับอนุญาต ๔.๒.๒ ประชาสัมพันธ์ข่าว แจ้งล่วงหน้า ๑ ชั่วโมง พร้อมข้อมูลรายละเอียดที่จะประชาสัมพันธ์
๕.	งานเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน/วารสารกรมพลศึกษา	๕.๑ ส่งข้อมูล/เนื้อหาข่าว ที่ต้องการเผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์/วิทยุล่วงหน้า ๒ วันทำการ ๕.๒ ส่งบทความ/ภาพพร้อมคำบรรยายที่ต้องการเผยแพร่ทางวารสารกรมพลศึกษาภายในวันที่ ๕ ของทุกเดือน
๖.	สคริปต์สัมภาษณ์	๖.๑ ประสานขอใช้บริการทางโทรศัพท์/ประสานด้วยตัวเอง/หนังสือขอความร่วมมือ ๖.๒ แจ้งขอใช้บริการล่วงหน้าอย่างน้อย ๓ วัน ๖.๓ การเขียนสคริปต์ใช้เวลา ๕ วัน ในการรวบรวมข้อมูล จัดทำ ตรวจสอบ เสนอผู้บริหารฯ

๖. คำจำกัดความ

๖.๑ ภาพลักษณ์ (IMAGE)

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพขององค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานในความรู้สึกของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมต่างๆของหน่วยงานที่ประชาชนได้รับรู้ขึ้นๆโดยการเกิดภาพลักษณ์ต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน ในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ควรศึกษาถึงลักษณะของภาพลักษณ์ การเกิดภาพลักษณ์ และประเภทของภาพลักษณ์ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ สามารถกำหนดรายละเอียดต่างๆในแผนประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง

๖.๒ การวางแผนประชาสัมพันธ์ (THE PUBLIC RELATIONS PLAN)

การวางแผนประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดวิธีขององค์กร สถาบัน หน่วยงาน อย่างมีเหตุมีผล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การวางแผนนี้เป็นขั้นตอนที่กระทำต่อจากการวิเคราะห์วิจัย ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์ควรทราบถึงสาเหตุของปัญหาที่หน่วยงานต้องเผชิญอยู่และหาที่ทัศนคติต่างๆของประชาชน กลุ่มเป้าหมายแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดรายละเอียดกิจกรรมต่างๆในแผนการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงและที่สำคัญต้องมีกิจกรรมที่เป็นกลยุทธ์ขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์ในเรื่องการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรนั้นๆด้วย การวางแผนการประชาสัมพันธ์จึงเป็นปัจจัยแห่งที่สำคัญมากในการทำงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้สำเร็จตามเป้าหมาย

๖.๓ การประชาสัมพันธ์ (PUBLIC RELATION)

การประชาสัมพันธ์ หรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงประชาคมติ (PUBLIC OPINION) ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร (COMMUNICATION) เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย (TARGET PUBLICS) เกิดมีความรู้ความเข้าใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานองค์กร หรือสถาบัน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่เป็นเพียงแค่งานเผยแพร่ (PUBLICITY) แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงานทั้งศาสตร์และศิลป์ในเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างหน่วยงานองค์กรหรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องโดยยึดถือหลักความจริงและประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

การประชาสัมพันธ์ เป็นงานในระดับนโยบายที่องค์กร สถาบันทุกประเภทต่างนำงานด้านการประชาสัมพันธ์ไปใช้กับองค์กรหรือสถาบันของตนอย่างกว้างขวางแพร่หลาย โดยวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานของตนกับประชาชนเพื่อป้องกันการเข้าใจผิดตลอดจนการลดสาเหตุแห่งความขัดแย้งต่างๆรวมทั้งการใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร สถาบัน เสริมสร้างและรักษาชื่อเสียง ความนิยมความเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่พึงมีต่อหน่วยงานของตน

๖.๔ การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการเขียนที่แตกต่างจากการเขียนประเภทอื่นๆ เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากการเขียนทั่วไป การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนเป้าหมายเกิดความรู้ วัตถุประสงค์พื้นฐานมี ๗ ประการ คือ

๑. การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้เข้าใจเพื่อให้ได้รับรู้อะไรทำอะไร ทำอย่างไร เมื่อใด เพื่ออะไร เพราะอะไร ที่ไหน เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ
๒. การเขียนเพื่อให้ประชาชนยอมรับ เป็นการเขียนโน้มน้าวใจ ชักจูงให้ประชาชนคล้อยตาม โดยยกส่วนดีให้เห็นชัดเจนและใช้ภาษาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
๓. การเขียนเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด
๔. การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
๕. การแก้ไขเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด
๖. การเขียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี
๗. การเขียนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด

รูปแบบของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร มีการเขียนในลักษณะต่างๆ เช่น การเขียนข่าวแจก การเขียนสุนทรพจน์ในโอกาสต่างๆ การเขียนบทความ การเขียนบรรยายสรุป การเขียนทางวิชาการ การเขียนบทความ การเขียนคำบรรยายประกอบภาพนิ่ง การเขียนบทภาพยนตร์และบทวิทยุโทรทัศน์

- ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือเรียกว่าข่าวแจก เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูลต่างๆ ของหน่วยงานเผยแพร่ไปยังกลุ่มประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่างๆ ตามความเหมาะสมจึงอาจเป็นทั้งข่าวที่เผยแพร่ทาง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์และสื่อแขนงอื่นๆ ได้ทั้งสิ้น

- บทความเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนบทความมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

๑. เพื่ออธิบาย มีลักษณะเป็นการให้ข้อมูล ให้ภูมิหลัง และข้อเท็จจริงอย่างละเอียดเพื่ออธิบายให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ซับซ้อน
๒. เพื่อรายงานหรือกระตุ้นความสนใจ มีลักษณะคล้ายๆ กับการเขียนเพื่ออธิบายหรือวิเคราะห์ ซึ่งพิจารณาเห็นว่าเป็นเรื่องที่ผู้อ่านควรรู้ เป็นการรายงานบอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้น
๓. เพื่อให้ความรู้ การแสดงความคิดเห็นของบทความนี้ คือ การให้ความรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

๔. เพื่อเสนอแนวทางแก้ไข เป็นบทความที่ผู้เขียนมุ่งอธิบายถึงข้อเท็จจริงและที่มาของปัญหา ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นพร้อมกับเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งอาจมีมากกว่าหนึ่งแนวทางก็ได้
๕. เพื่อโน้มน้าวใจ เป็นบทความที่ผู้เขียนต้องการโน้มน้าวให้เกิดการคล้อยตามความคิดเห็นในเรื่องที่กำลังนำเสนอ ส่วนมากมักเป็นประเด็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือโครงการรณรงค์ต่างๆ
๖. เพื่อวิเคราะห์หรือวิจารณ์ การวิเคราะห์เป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงหรือประเด็นปัญหาตามหลักวิชาการ ชี้ให้เห็นข้อดีและข้อเสีย และผลกระทบ โดยอ้างเหตุผลที่น่าเชื่อถือประกอบการวิเคราะห์อย่างรอบด้าน ส่วนการวิจารณ์จะเน้นในความคิดเห็นของผู้เขียนเป็นหลัก ซึ่งมาจากความรู้และประสบการณ์ที่มีโดยมองปัญหารอบด้านในทุกมิติเพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่เที่ยงตรง
๗. เพื่อความเพลิดเพลิน เป็นการนำเสนอเรื่องราวที่ผ่อนคลาย เพื่อสร้างอารมณ์ขันด้วยลีลาภาษาที่ไม่เป็นทางการ

- การเขียนสุนทรพจน์

สุนทรพจน์ หมายถึง คำพูดที่ประธานหรือบุคคลสำคัญกล่าวในโอกาสพิเศษ ที่มีจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์โดยเฉพาะ โดยใช้ภาษาและถ้อยคำที่งดงาม รักกมล สละสลวย และเหมาะสมกับโอกาส

- การเขียนประกาศหรือแถลงการณ์

ข้อเขียนชนิดหนึ่งที่อาจเผยแพร่เป็นเอกสารเฉพาะ เช่น แผ่นปลิว (LEAFLET) หรือนิยามเผยแพร่ทางสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ มุ่งการสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างจริงจัง

- การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือและสื่อกลางในการสื่อสารจากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมายการสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลกปัจจุบัน อย่างไรก็ตามได้มีการแบ่งสื่อบริษัทประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้เป็น ๕ ประเภท คือ

๑. สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆสู่บุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจเนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆเช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอนการให้สัมภาษณ์ การได้วาที การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่างๆแต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันทีและเป็นสื่อที่มาถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิงนอกจากจะมีผู้บันทึกคำพูดนั้นๆไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้

๒.สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น ๕ ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ๒๕๓๒) ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออก ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกล เพราะใช้คลื่นวิทยุไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้ แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้น หากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น แต่มีข้อจำกัด คือ ต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

๓.สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบแตกต่างกันออกไป เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าว วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีอยู่มาก และมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูปปฏิทิน รูปลอก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

๔.สื่อโสตทัศน เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถได้ทั้งภาพและเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศน แบ่งได้เป็น ๒ ส่วน คือ ส่วนที่เป็นเมื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

ในปัจจุบัน คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงานประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสม (MULTI-MEDIA) ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางเพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ที่สมจริงเป็นธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัดคือมีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์พอสมควรและต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน

นอกจากนี้ ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคตอันใกล้นี้โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดี คือ สามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่

ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

๕.สื่อกิจกรรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดริ้วขบวน การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่นเหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆเท่านั้น

๖.สื่อสมัยใหม่ (MODERN MEDIA) สื่อสมัยใหม่ เป็นสื่อนิยมที่ใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุคสารสนเทศ (INFORMATION AGE) ที่กระแสโลกาภิวัตน์ (GLOBALIZATION) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ๑. ดาวเทียม (SATELLITE) หรือ สถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการสื่อสารระหว่างประเทศ ๒. อินเทอร์เน็ต (INTERNET) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมากตลอดจนในสังคมและในหน้าที่การทำงาน อาชีพต่างๆ แม้แต่การประชาสัมพันธ์นำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ที่น่าสนใจเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ผ่านทาง E-MAIL หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจาก WORLD WIDE WEB (WWW) โดยการจัดทำเป็น WEBSITE มองแต่ละแห่งให้ผู้เปิดดูเข้าไปดูและติดตามข้อมูลต่างๆได้ (TERM OF REFERENCE ; TOR) หมายถึง รายละเอียดและข้อกำหนดสำหรับการจัดจ้าง ซึ่งเป็นไปตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ.๒๕๓๕ และแก้ไขเพิ่มเติม

ผู้รับจ้าง หมายถึง บริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือภาคเอกชนที่ผ่านการคัดเลือกตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ.๒๕๓๕ และแก้ไขเพิ่มเติม และได้ลงนามในสัญญาเพื่อรับดำเนินการตามข้อกำหนดและช่วงเวลาที่กำหนด

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

- กลุ่มประชาสัมพันธ์ กองกลาง กรมพลศึกษา

หน้าที่ความรับผิดชอบ

๑. ผู้อำนวยการกองกลาง ทำหน้าที่ให้ข้อเสนอแนะ กำกับ ติดตามการปฏิบัติงานของผู้ที่ได้รับมอบหมาย
๒. ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่วางแผนการปฏิบัติงาน ติดต่อประสานงานผู้เกี่ยวข้อง ให้คำแนะนำคณะทำงานให้ปฏิบัติงานตามกรอบนโยบาย
๓. บุคลากรและเจ้าหน้าที่ในกลุ่มประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่รับผิดชอบดังต่อไปนี้
 ๑. รวบรวมข้อมูล นำมาวิเคราะห์เพื่อวางแผนการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความถูกต้องในการทำงาน
 ๒. ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย
 ๓. เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อวิเคราะห์และจัดทำรายงานสรุปผลการปฏิบัติงานเสนอผู้บังคับบัญชา

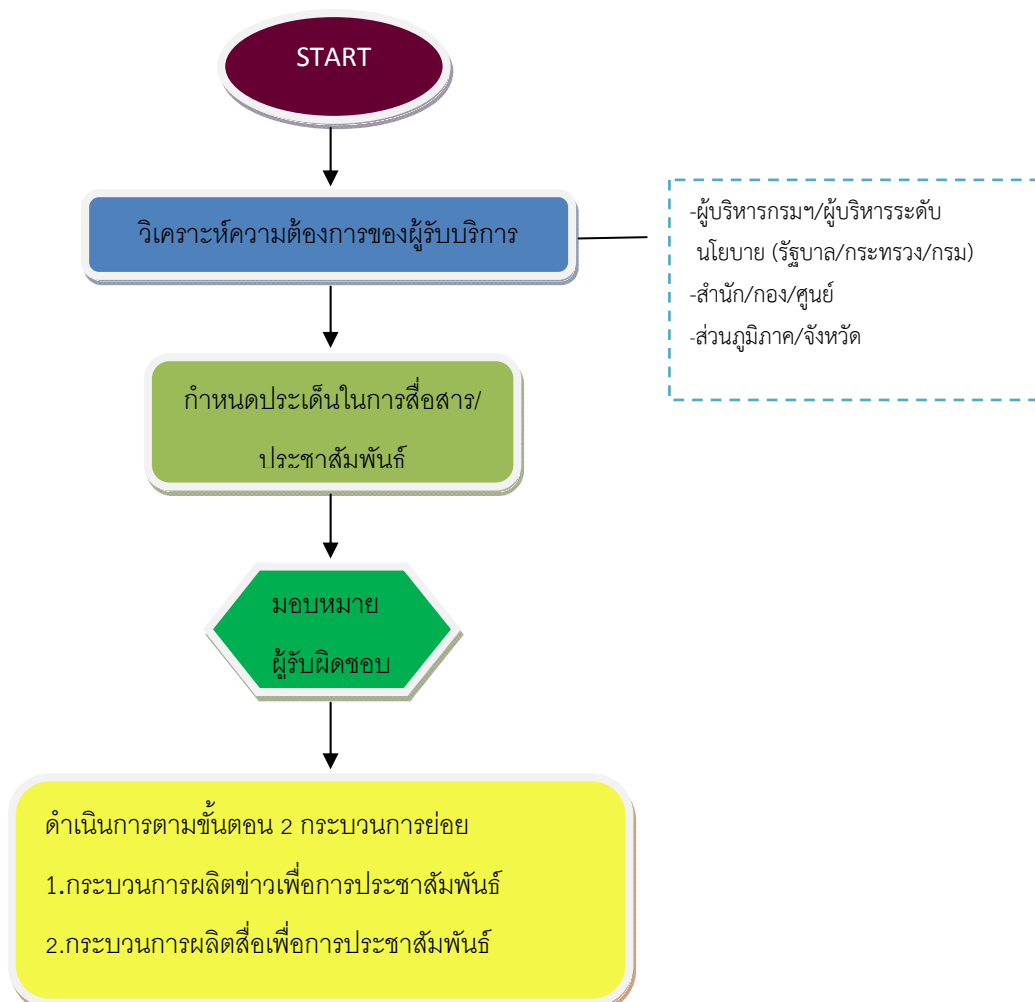
๗. WORK FLOW กระบวนการประชาสัมพันธ์

Work Flow กระบวนการประชาสัมพันธ์



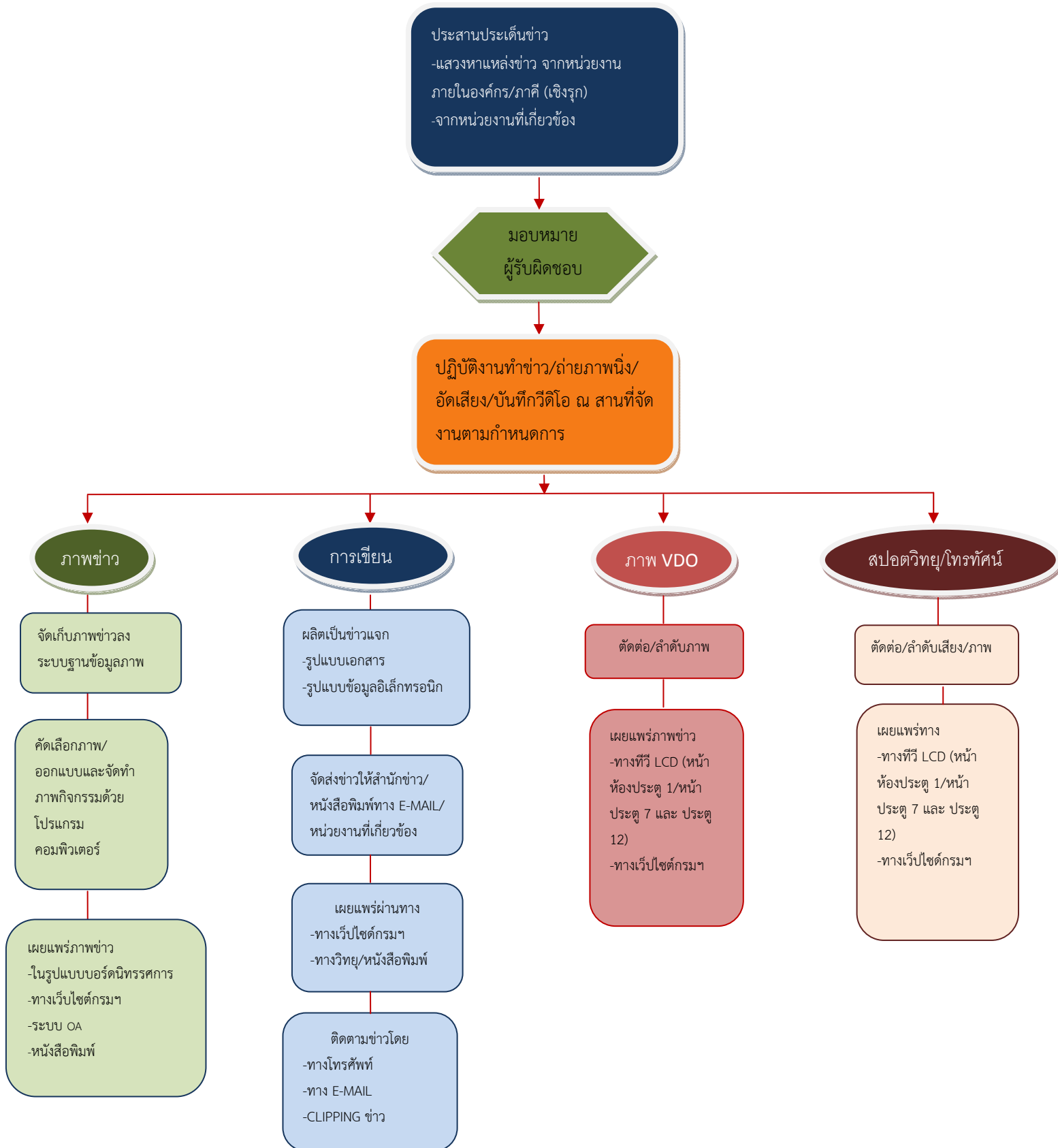
๘. WORK FLOW ขั้นตอนการดำเนินการตามแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ของกรมพลศึกษา

กระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกลุ่มประชาสัมพันธ์



1.

กระบวนการผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์



2.

กระบวนการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์

กำหนดประเด็นเนื้อหา/แนวคิดในการ
นำเสนอให้เหมาะสมกับสื่อมอบหมาย
ผู้รับผิดชอบปฏิบัติงานโดย หาข้อมูลจากเอกสาร เว็บไซต์
การสอบถาม/สัมภาษณ์ ฯลฯประมวลผลข้อมูล เรียบเรียงออกแบบ
ชิ้นงานให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของ

ผลิตชิ้นงาน

NO

OK

ตรวจสอบความถูกต้อง

เผยแพร่สื่อตามช่องทางต่างๆ



๙. มาตรฐานคุณภาพงาน

กระบวนการงานประชาสัมพันธ์				
ลำดับ	รายละเอียด กระบวนการงานประชาสัมพันธ์	ระยะเวลา	หน่วย เวลา	หมายเหตุ
๑	ขั้นตอนที่ ๑ รวบรวมวิเคราะห์ภารกิจและผลการดำเนินงานของกรมฯ ๑.๑ ส่งหนังสือถึงสำนัก/สถาบัน/กอง เพื่อส่งตัวแทน ๑.๒ เชิญประชุมตัวแทนทุกสำนัก/สถาบัน/กอง ๑.๓ นำภารกิจและผลการดำเนินงานของแต่ละสำนัก/สถาบัน/กอง มาวิเคราะห์ และสรุปกิจกรรมเพื่อนำไปดำเนินการจัดทำแผนแม่บท	๑ ๑ ๑	วัน	
๒	ขั้นตอนที่ ๒ แต่งตั้งคณะทำงานแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ของกรมพลศึกษา เพื่อมาพิจารณาและดำเนินการจัดทำแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ฯ	๓	วัน	
๓	ขั้นตอนที่ ๓ จัดทำแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ของกรมพลศึกษา ๓.๑ ส่งหนังสือถึงสำนัก/สถาบัน/กอง เพื่อส่งตัวแทนเข้าร่วมจัดทำแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ของกรมพลศึกษา ๓.๒ ดำเนินการจัดประชุมสัมมนาโดยอาศัยการพิจารณาจากความต้องการของผู้รับบริการ /เทคโนโลยี/องค์ความรู้ขององค์กร (km)/สถานการณ์ปัจจุบัน ๓.๓ สรุปลักษณะสำคัญของแผนแม่บทฯจัดทำร่างเสนอกกรมฯ	๑ ๓ ๕	วัน	
๔	ขั้นตอนที่ ๔ เสนอกกรมฯ พิจารณา ๔.๑ นำเสนอร่างแผนแม่บทเสนออธิบดีกรมพลศึกษา ซึ่งถ้ามีการแก้ไขให้ส่งกลับไปให้คณะทำงานจัดทำแผนแม่บทฯ ดำเนินการแก้ไข หรือถ้าไม่มีการแก้ไขก็ดำเนินการขั้นตอนต่อไปได้เลย ๔.๓ จัดทำรูปเล่ม และประกาศใช้	๒ ๒	วัน วัน	
๕	ขั้นตอนที่ ๕ ดำเนินการตามแผน โดยมีการจัดหาช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 5.1 สื่อสิ่งพิมพ์			

	5.1.1 วารสาร - คณะกรรมการฯ ที่มาจากทุกสำนัก/สถาบัน/กอง รวบรวมข้อมูลส่งกลุ่มประชาสัมพันธ์ภายในวันที่ 5 ของ เดือนที่ 2 ที่ 4 ที่ 6 ที่ 8 ที่ 10 ของปีงบประมาณ 2557 ส่ง กลุ่มประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งโรงพิมพ์จัดทำอาร์ต - โรงพิมพ์จัดทำอาร์ต ส่งกลับให้กลุ่มประชาสัมพันธ์ ตรวจสอบความถูกต้อง ซึ่งขั้นตอนนี้จะดำเนินการทั้งหมด 3 ครั้ง เพื่อความถูกต้อง - จัดจำรูปเล่ม และส่งวารสารกรมฯ ออกสู่กลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ อาทิ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด 77 จังหวัด , เจ้าหน้าที่พลศึกษาอำเภอทุกอำเภอ ,โรงเรียนกีฬา, สถานศึกษา,หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา 5.1.2 บทความหนังสือพิมพ์ - คณะกรรมการฯ ที่มาจากทุกสำนัก/สถาบัน/กอง รวบรวมข้อมูลส่งกลุ่มประชาสัมพันธ์ - เขียนบทความและออกแบบอาร์ตเวิร์ดส่งบริษัท หนังสือพิมพ์ - บริษัทหนังสือพิมพ์ ดำเนินการจัดพิมพ์ 5.1.3 ข่าวแจก - คณะกรรมการฯ ที่มาจากทุกสำนัก/สถาบัน/กอง รวบรวมข้อมูลส่งกลุ่มประชาสัมพันธ์ - กลุ่มประชาสัมพันธ์เขียนข่าว ส่งเข้าเมล ให้ผู้สื่อข่าว/ส่ง แฟกซ์ให้ผู้สื่อข่าว 5.2 สื่อโทรทัศน์ 5.2.1 สปอตโทรทัศน์/รายการโทรทัศน์ - คณะกรรมการฯ ที่มาจากทุกสำนัก/สถาบัน/กอง รวบรวมข้อมูลส่งกลุ่มประชาสัมพันธ์ - กลุ่มประชาสัมพันธ์จัดจ้างดำเนินการผลิต แล้วส่งไป เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ หรือ กลุ่มประชาสัมพันธ์ ดำเนินการผลิตแล้วส่งให้สถานีโทรทัศน์ดำเนินการเผยแพร่ 5.3 สื่อวิทยุ 5.3.1 สปอตวิทยุ - คณะกรรมการฯ ที่มาจากทุกสำนัก/สถาบัน/กอง รวบรวมข้อมูลส่งกลุ่มประชาสัมพันธ์ - กลุ่มประชาสัมพันธ์จัดจ้างดำเนินการผลิต แล้วส่งไป	๕ ๑๐ ๕ ๑ ๓๐ ๑ ๑ ๑ ๕ ๑ ๓ ๕	วัน วัน วัน นาที่ วัน วัน นาที่ วัน วัน วัน วัน	วันทำการ รวมทั้ง ๓ ปีรู้ฟ แล้ว
--	--	---	--	--

เผยแพร่ทางสถานีวิทยุฯ หรือ กลุ่มประชาสัมพันธ์ ดำเนินการผลิตแล้วส่งให้สถานีวิทยุฯ ดำเนินการเผยแพร่ 5.4 นิทรรศการและป้ายไวนิล - คณะกรรมการฯ ที่มาจากทุกสำนัก/สถาบัน/กอง รวบรวมข้อมูลส่งกลุ่มประชาสัมพันธ์ - กลุ่มประชาสัมพันธ์จัดจ้างดำเนินการผลิต หรือ กลุ่มประชาสัมพันธ์ดำเนินการออกแบบและดำเนินการติดตั้งเอง โดยความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ของ กรมพลศึกษา 5.5 แอลงข่าว - คณะกรรมการฯ ที่มาจากทุกสำนัก/สถาบัน/กอง ส่งใน เนื้อหาในการแถลงข่าวให้กลุ่มประชาสัมพันธ์ -กลุ่มประชาสัมพันธ์ดำเนินการจัดทำหนังสือเชิญผู้สื่อข่าวมา ทำข่าวถ่ายภาพ - กลุ่มประชาสัมพันธ์ เตรียมการแถลงข่าวเขียนสคริป , เขียนข่าวแจก , เตรียมสถานที่ , เชิญผู้เข้าร่วมแถลงข่าว 5.6 เว็บไซต์ - คณะกรรมการฯ ที่มาจากทุกสำนัก/สถาบัน/กอง ส่งใน เนื้อหาในการขึ้นเว็บไซต์ หรือกลุ่มประชาสัมพันธ์ส่งตัวแทน ไปเข้าร่วมเพื่อเก็บข้อมูลในการจัดงาน - กลุ่มประชาสัมพันธ์นำมาดำเนินการเขียนข่าวเผยแพร่ทาง เว็บไซต์ จ้างเหมาดำเนินการ 1. กำหนดรายละเอียดและข้อกำหนด(TERM OF REFERENCE :TOR) ของการจัดจ้างผลิตสื่อ ประเภทๆได้แก่โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ 2. นำเสนออนุมัติ 3. จัดจ้างดำเนินการตามระเบียบพัสดุฯโดยฝ่าย พัสดุ กองคลัง 4. หลังจากได้ผู้รับจ้าง ดำเนินตามขั้นตอนที่กำหนด 5. คณะกรรมการตรวจรับฯ ตรวจรับสื่อตาม รายละเอียด TOR	๑	วัน	
	๓	วัน	ถ้าจัดจ้าง
	๕	วัน	ถ้าดำเนินการเอง
	๑		
	๕	วัน	ถ้าจัดจ้าง
	๘	วัน	ถ้าดำเนินการเอง
	๑	วัน	
	๕	นาที่	
	๕	วัน	
	๑	วัน	
	๒๐	นาที่	

--	--	--	--	--

๑๐. ระบบติดตามประเมินผล

๑๐.๑ การตรวจสอบติดตาม

โดยวิธีการตรวจสอบติดตามจากงานโดยตรง (ตามผังการออกอากาศ ผังการเผยแพร่ แบบตอบรับการเผยแพร่) ผลงานที่สรุปมา/แบบสอบถาม

๑๐.๒ การประเมินผล/การรายงาน

ประเมินผลการดำเนินงานตามขั้นตอนการปฏิบัติงาน และสรุปรายงานผลให้ผู้บังคับบัญชาเพื่อทราบ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรต่อไป

๑๑. เอกสารอ้างอิง

๑๑.๑ แผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ของกรมพลศึกษา

๑๑.๒ แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ การส่งเสริม และพัฒนาการพลศึกษา กีฬาขั้นพื้นฐาน กีฬาเพื่อมวลชน นันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬา เพื่อให้เยาวชนและประชาชน มีสุขภาพและพลานามัย ที่แข็งแรง

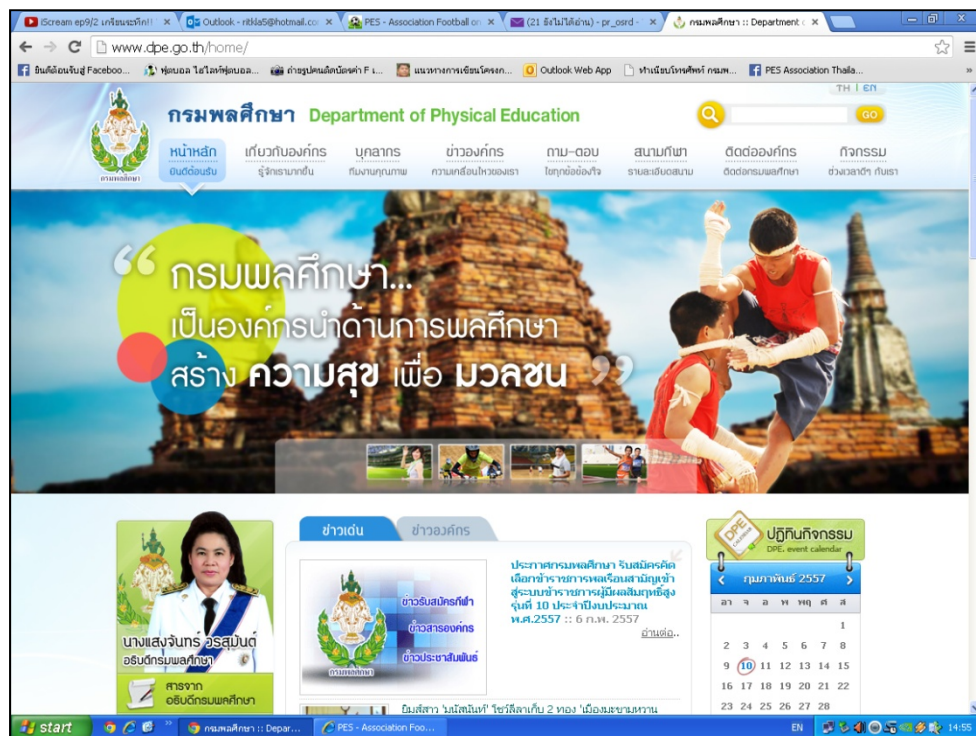
๑๑.๓ แผนปฏิรูปราชการ ๔ ปี พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๕๘ กรมพลศึกษา ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ การส่งเสริมและพัฒนาการพลศึกษา สุขภาพ กีฬา นันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬา

๑๒. แบบฟอร์มที่ใช้

๑๒.๑ แบบสำรวจความพึงพอใจ

เอกสารแนบ (ตัวอย่างการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ)

๑. เว็บไซต์กรมพลศึกษา www.dpe.go.th



๒. สื่อหนังสือพิมพ์













