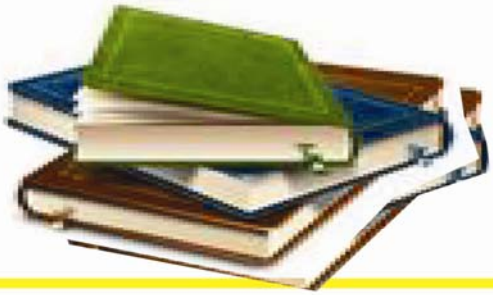

e-Book

จัดทำโดย นักวิชาการเตรียมสอบข้าราชการ

e-Book

คู่มือเตรียมสอบ

เจ้าพนักงานประชาสัมพันธ์

(สนง.เลขาธิการ สภาผู้แทนราษฎร)

รัฐสภา

2559

เนื้อหาประกอบด้วย

- ความรู้เกี่ยวกับ รัฐสภา
- ความรู้เกี่ยวกับ เจ้าพนักงานประชาสัมพันธ์
- กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

สั่งซื้อได้ที่
www.SheetRam.com
โทร.02-7230950, 02-5141422
085-9679080, 085-9993722,085-9993740

e-Book

259.-

สารบัญ

ส่วนที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับรัฐสภา 5
วิสัยทัศน์ 5
พันธกิจ 5
อำนาจหน้าที่ 5
เป้าหมายองค์กร 5
ค่านิยมหลัก 6
ยุทธศาสตร์ (พ.ศ. 2557 - 2560) 6
ประวัติความเป็นมา 6
บทบาทรัฐสภา 16
อำนาจหน้าที่ของรัฐสภา 22
การควบคุมการบริหารราชการแผ่นดิน 24
โครงสร้างของรัฐสภา 28

ส่วนที่ 2 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

พระราชกฤษฎีกายุบสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2556 30
ประมวลจริยธรรมข้าราชการรัฐสภา แก้ไขเพิ่มเติมถึง(ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2556 33
มาตรฐานทางจริยธรรมของข้าราชการรัฐสภา 42
ประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือน 43
พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการฝ่ายรัฐสภาพ.ศ. 2554 57
รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย(ฉบับชั่วคราว) พุทธศักราช 2557
แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2558 64
ข้อบังคับการประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ พ.ศ. 2557 87
พระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการรัฐสภา พ.ศ. 2554 แก้ไขถึงฉบับที่ 2 พ.ศ.2558 136

ส่วนที่ 3 ความรู้ความสามารถเฉพาะตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์

หลักและทฤษฎีการสื่อสาร 175
ความเป็นมาของการสื่อสาร 175
ความหมายของการสื่อสาร 176
หลักการสื่อสารที่สำคัญ 181
ความหมายของคำว่า “มวลชน” 182
ความหมายของคำว่า “การสื่อสาร” 183
กระบวนการสื่อสารมวลชน 185
กระบวนการสื่อสารมวลชน (Mass Communication Process) 189
ทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้อง 198
แนวคิดทฤษฎีผู้กรองสาร (Gatekeeper Theory) 199
แนวคิดทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ 200
แนวคิดทฤษฎีการเล่น 201
ระบบการสื่อสารมวลชน 204
ระบบสื่อมวลชนตามทฤษฎีเสรีนิยม 205
ระบบสื่อมวลชนตามทฤษฎีโซเวียตคอมมิวนิสต์ 206
ระบบสื่อมวลชนตามทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม 207
ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ มวลชนสัมพันธ์ 210
ความหมายของการประชาสัมพันธ์ 210
ลักษณะสำคัญของการประชาสัมพันธ์ 213
องค์ประกอบพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์ 216

กลุ่มมวลชน (Publics) 218
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 221
การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ 222
เอกสารประชาสัมพันธ์ 222
การสื่อสารทางสื่อมวลชน 225
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน 225
การสื่อสารทางสื่อสิ่งพิมพ์ 226
ระบบการพิมพ์ 228
การเขียนบรรยายภาพข่าว 231
องค์ประกอบของเหตุการณ์ที่มีคุณค่าทางข่าว 232
ประเภทและชนิดของข่าว 233
คุณสมบัติของข่าวที่ดี 235
นโยบายด้านข่าวของหนังสือพิมพ์ 236
การรวบรวมข้อมูลข่าว 236
เทคนิคการเขียน 247
การจัดทำรายการวิทยุ 250
หลักการเขียนข่าววิทยุ 263
การพาสื่อมวลชน/กลุ่มเป้าหมายเยี่ยมชมกิจการ 263
หลักสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน 264
การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคน 264
การให้ข่าวแก่สื่อมวลชน 265
การเขียนบทสัมภาษณ์และการสัมภาษณ์ผู้บริหาร 267
การรวบรวมข้อมูลข่าวจากการสัมภาษณ์ 267
การใช้อุปกรณ์ในการรวบรวมข้อมูลข่าว 268
การจัดนิทรรศการ 270
การจัดแผ่นป้าย 270
ประเภทของแผ่นป้าย 270
เทคนิคการจัดทำแผ่นป้าย 272
การจัดป้ายนิเทศ 273
การจัดป้ายนิเทศให้สอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ 275
การกำหนดบริเวณว่างในนิทรรศการ 276
การกำหนดทางเดินชมนิทรรศการ 277
การวางแผนเพื่อปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ 278
หลักการประชาสัมพันธ์ 278
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ 280
หัวใจของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ 282
การวางแผนให้บรรลุถึงจุดหมายปลายทาง 283
โครงสร้างการเขียนข่าวทุกประเภท 283
นักประชาสัมพันธ์และคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ 285

ส่วนที่ 4 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. 2540 288
แนวข้อสอบ พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. 2540 296
พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 305
แนวข้อสอบ พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ 314
แนวข้อสอบ นักประชาสัมพันธ์ 319

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับรัฐสภา

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรที่เป็นเลิศในการส่งเสริมและสนับสนุนภารกิจของสถาบันนิติบัญญัติให้ก้าวหน้า ทันสมัย โปร่งใสและเป็นธรรมเพื่อประโยชน์สูงสุดของปวงชน

พันธกิจ

1. สนับสนุนกระบวนการนิติบัญญัติ สภาปฏิรูปแห่งชาติ และคณะกรรมาธิการยกร่างรัฐธรรมนูญอย่างมืออาชีพ

2. สนับสนุนงานรัฐสภา สภานิติบัญญัติแห่งชาติ และสภาปฏิรูปแห่งชาติ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและมีบทบาทนำในเวทีประชาคมอาเซียนและรัฐสภาระหว่างประเทศ

3. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความปรองดองสมานฉันท์ สร้างการมีส่วนร่วมในการปฏิรูปประเทศไทย เพื่อพัฒนาประชาธิปไตยให้เข้มแข็ง

อำนาจหน้าที่

1. อำนาจหน้าที่ตามกฎหมายพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการฝ่ายรัฐสภา พ.ศ. 2554

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับราชการประจำทั่วไปของสภาผู้แทนราษฎรและรัฐสภา

2. อำนาจหน้าที่ตามคำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.)

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภาปฏิรูปแห่งชาติและคณะกรรมาธิการยกร่างรัฐธรรมนูญ

เป้าหมายองค์กร

1. เป็นองค์กรมืออาชีพด้านกระบวนการนิติบัญญัติ

2. เป็นองค์กรสนับสนุนการสร้างความเชื่อมั่นและบทบาทนำในเวทีประชาคมอาเซียนและรัฐสภาระหว่างประเทศ

3. เป็นองค์กรส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปฏิรูปประเทศไทย เพื่อพัฒนาประชาธิปไตยให้เข้มแข็ง

4. เป็นองค์กรส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance)

5. เป็นแหล่งเรียนรู้และบริการข้อมูลด้านนิติบัญญัติที่ถูกต้อง ทันสมัย สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว

6. มีรัฐสภาแห่งใหม่ อาคารสถานที่ทันสมัย และมีระบบรักษาความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล

ค่านิยมหลัก

1. มุ่งผลสัมฤทธิ์ในการทำงาน

2. มีจิตบริการในการให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรี

3. สมานสามัคคีในการทำงานร่วมกันเป็นทีม

4. รับผิดชอบในหน้าที่

5. ภักดีต่อส่วนรวม ยึดมั่นต่อระบอบการเมืองการปกครองแบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

ยุทธศาสตร์ (พ.ศ. 2557 - 2560)

1. สนับสนุนกระบวนการนิติบัญญัติ สภาปฏิรูปแห่งชาติ และคณะกรรมาธิการยกร่างรัฐธรรมนูญอย่างมืออาชีพ

2. สนับสนุนรัฐสภา สภานิติบัญญัติแห่งชาติและสภาปฏิรูปแห่งชาติเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและให้มีบทบาทนำในเวทีประชาคมอาเซียนและรัฐสภาระหว่างประเทศ

3. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความปรองดองสมานฉันท์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการปฏิรูปประเทศไทยและพัฒนาประชาธิปไตยให้เข้มแข็ง

4. พัฒนาองค์กรมุ่งสู่การเป็น Smart Parliament

5. พัฒนาองค์กรและบุคลากรให้มีขีดสมรรถนะสูง

6. สนับสนุนการก่อสร้างอาคารรัฐสภาแห่งใหม่ให้ทันสมัย และพัฒนาอาคารสถานที่ระบบการรักษาความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล

ประวัติความเป็นมา

นับจากการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของการเมืองการปกครองของประเทศไทยเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2475 จากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาเป็นระบอบประชาธิปไตยในระบบรัฐสภา มีผู้แทนราษฎรชั่วคราวชุดแรกจำนวน 70 คน ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจาก

คณะราษฎร ได้ทำการประชุมกันเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2475 ณ ห้องโถงชั้นบนของพระที่นั่งอนันตสมาคม เป็นที่ประชุมชั่วคราว ในการประชุมครั้งนี้มีมหาอำมาตย์เอก เจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรี เป็นประธานสภาผู้แทนราษฎร และ นายพลตรีพระยาอินทรวิชิต เป็นรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ได้ขออนุมัติต่อที่ประชุมให้หลวงประดิษฐ์มนูธรรม ดำรงตำแหน่งเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อปฏิบัติงานราชการประจำของสภาผู้แทนราษฎร จึงถือว่าสำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรสถาปนาขึ้นในวันที่ 28 มิถุนายน 2475

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ระยะเริ่มแรกนั้นยังไม่มีกฎหมายจัดตั้งมารองรับ ไม่มีงบประมาณและสถานที่ทำการเป็นของตนเอง เจ้าหน้าที่ของสำนักงานในขณะนั้นมีอยู่ทั้งหมด 7 คนด้วยกัน คือ หลวงคหกรรมบดี นายปพาพ บุญ – หลง นายสนิท ผิวนวล นายฉ่ำ จำรัสเนตร นายสุริยา กุณฑลจินดา นายน้อย สอนกล้าหาญ และนายประเสริฐ ปัทมสุคนธ์ ซึ่งเจ้าหน้าที่ทั้ง 7 คนนี้ ได้อาศัยวังปารุสกวันใช้เป็นสถานที่ทำงาน โดยไม่ได้รับเงินเดือน เพราะสำนักงานฯ ไม่มีงบประมาณ นอกจากทางการได้จัดเลี้ยงอาหารแก่เจ้าหน้าที่ทุกมื้อเท่านั้น

ต่อมาเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2476 รัฐบาลได้เสนอร่างพระราชบัญญัติจัดตั้งกระทรวงและกรมแก้ไขเพิ่มเติมเพื่อให้กิจการฝ่ายธุรการของสภาผู้แทนราษฎรดำเนินไปโดยสมบูรณ์ โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำขึ้นหน่วยหนึ่งมีฐานะเป็นกรมขึ้นต่อสภาผู้แทนราษฎร เรียกว่า “ กรมเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ” ซึ่งที่ประชุมเห็นชอบและให้ประกาศใช้เป็นกฎหมายได้ เป็นอันว่ากรมเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรได้จัดตั้งโดยกฎหมายตั้งแต่บัดนั้น (13 พฤศจิกายน 2476) และในปีเดียวกันนี้ สภาผู้แทนราษฎรได้ประกาศพระราชบัญญัติระเบียบราชการบริหาร และพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรมใหม่ ซึ่งในพระราชบัญญัติดังกล่าวได้แก้ไขเปลี่ยนแปลงชื่อของ “ กรมเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ” เป็น “ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ”

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ได้จัดวางระเบียบราชการภายในสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรขึ้นตามกฎหมายฉบับใหม่โดยประกาศเป็นพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการออกเป็น 3 กอง คือ สำนักงานเลขานุการ กองปฏิคม และกองบรรณารักษ์และกรรมาธิการ

เมื่อใกล้กำหนดการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรชุดแรก พระยาพหลพลพระยุหเสนา นายกรัฐมนตรี ได้พิจารณาเห็นว่าสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ควรจะได้มีที่ทำการถาวรขึ้นเพื่อเป็นที่ติดต่อกับสมาชิกสภา จึงได้กราบบังคมทูลขอพระราชทานพระตำหนักราชฤทธิ์รุ่งโรจน์ให้เป็นที่ทำการ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระกรุณาโปรด

บทบาทรัฐสภา

มาตรา 88 รัฐสภาประกอบด้วยสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา

รัฐสภาจะประชุมร่วมกันหรือแยกกัน ย่อมเป็นไปตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญนี้

บุคคลจะเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภาในขณะเดียวกันมิได้

มาตรา 89 ประธานสภาผู้แทนราษฎรเป็นประธานรัฐสภา ประธานวุฒิสภาเป็นรองประธานรัฐสภา

ในกรณีที่ไม่มีประธานสภาผู้แทนราษฎร หรือประธานสภาผู้แทนราษฎรไม่อยู่หรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ประธานรัฐสภาได้ ให้ประธานวุฒิสภาทำหน้าที่ประธานรัฐสภาแทน

ประธานรัฐสภามีอำนาจหน้าที่ตามที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญนี้ และดำเนินกิจการของรัฐสภาในกรณีประชุมร่วมกันให้เป็นไปตามข้อบังคับ

ประธานรัฐสภาและผู้ทำหน้าที่แทนประธานรัฐสภาต้องวางตนเป็นกลางในการปฏิบัติหน้าที่

รองประธานรัฐสภามีอำนาจหน้าที่ตามที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญนี้ และตามที่ประธานรัฐสภามอบหมาย

มาตรา 90 ร่างพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญและร่างพระราชบัญญัติจะตราขึ้นเป็นกฎหมายได้ก็แต่โดยคำ แนะนำ และยินยอมของรัฐสภา และเมื่อพระมหากษัตริย์ได้ทรงลงพระปรมาภิไธยหรือถือเสมือนว่าได้ทรงลงพระปรมาภิไธยตามรัฐธรรมนูญนี้แล้ว ให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเพื่อใช้บังคับเป็นกฎหมายต่อไป

มาตรา 91 สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรหรือสมาชิกวุฒิสภาจำนวนไม่น้อยกว่าหนึ่งในสิบของจำนวนสมาชิกทั้งหมดเท่าที่มีอยู่ของแต่ละสภา มีสิทธิเข้าชื่อร้องต่อประธานแห่งสภาที่ตนเป็นสมาชิกว่าสมาชิกภาพของสมาชิกคนใดคนหนึ่งแห่งสภานั้นสิ้นสุดลงตามมาตรา 106 (3) (4) (5) (6) (7) (8) (10) หรือ (11) หรือมาตรา 119 (3) (4) (5) (7) หรือ (8) แล้วแต่กรณี และให้ประธานแห่งสภาที่ได้รับคำร้องส่งคำร้องนั้นไปยังศาลรัฐธรรมนูญเพื่อวินิจฉัยว่าสมาชิกภาพของสมาชิกผู้นั้นสิ้นสุดลงหรือไม่

เมื่อศาลรัฐธรรมนูญมีคำวินิจฉัยแล้ว ให้ศาลรัฐธรรมนูญแจ้งคำวินิจฉัยนั้นไปยังประธานแห่งสภาที่ได้รับคำร้องตามวรรคหนึ่ง

ในกรณีที่คณะกรรมการการเลือกตั้งเห็นว่าสมาชิกภาพของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรหรือสมาชิกวุฒิสภาคนใดคนหนึ่งมีเหตุสิ้นสุดลงตามวรรคหนึ่ง ให้ส่งเรื่องไปยังประธานแห่งสภาที่ผู้นั้นเป็นสมาชิก และให้ประธานแห่งสภานั้นส่งเรื่องไปยังศาลรัฐธรรมนูญเพื่อวินิจฉัยตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง

การควบคุมการบริหารราชการแผ่นดิน

1. การรับทราบคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี

- คณะรัฐมนตรีต้องแถลงนโยบายต่อรัฐสภาและชี้แจงการดำเนินการตามแนวโนบายพื้นฐานแห่งรัฐ

- การจัดทำแผนการบริหารราชการแผ่นดิน เพื่อกำหนดแนวทางการปฏิบัติราชการแต่ละปี (มาตรา 176)

2. การตั้งกระทู้ถาม

ให้เป็นหน้าที่ของนายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรี ที่จะต้องเข้าร่วมประชุมสภาผู้แทนราษฎรหรือวุฒิสภาเพื่อชี้แจงหรือตอบกระทู้ ถามในเรื่องนั้นด้วยตนเอง เว้นแต่มีเหตุจำเป็น (มาตรา 162 วรรคหนึ่ง)

3. การเปิดอภิปรายทั่วไป

3.1 การเปิดอภิปรายทั่วไปโดยไม่มีการลงมติ

(1) การเปิดอภิปรายทั่วไปในที่ประชุมร่วมกันของรัฐสภากรณีที่คณะรัฐมนตรีเห็น สมควรจะฟังความคิดเห็นของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภาในกรณีที่มี ปัญหาสำคัญเกี่ยวกับการบริหารราชการแผ่นดิน (มาตรา 179)

(2) สมาชิกวุฒิสภาจำนวนไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนสมาชิกทั้งหมดเท่าที่มีอยู่ของวุฒิสภา มีสิทธิเข้าชื่อขอเปิดอภิปรายทั่วไปในวุฒิสภา เพื่อให้คณะรัฐมนตรีแถลงข้อเท็จจริงหรือชี้แจงปัญหาสำคัญ (มาตรา 161 วรรคหนึ่ง)

3.2 การเปิดอภิปรายทั่วไปเพื่อลงมติไม่ไว้วางใจนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีเป็นรายบุคคล

(1) การเสนอญัตติขอเปิดอภิปรายทั่วไปเพื่อลงมติไม่ไว้วางใจนายกรัฐมนตรี

สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรสามารถเปิดอภิปรายนายกรัฐมนตรี โดยใช้เสียง 1/5 ของจำนวนสมาชิกทั้งหมดเท่าที่มีอยู่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (มาตรา 158 วรรคหนึ่ง)

(2) การเสนอญัตติของเปิดอภิปรายทั่วไปเพื่อลงมติไม่ไว้วางใจรัฐมนตรีเป็นรายบุคคล

สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรสามารถเปิดอภิปรายรัฐมนตรี โดยใช้เสียง 1/6 ของจำนวนสมาชิกทั้งหมดเท่าที่มีอยู่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (มาตรา 159 วรรค

หนึ่ง)

นอกจากนี้ เมื่อบริหารราชการแผ่นดินครบ 2 ปี ในกรณีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจำนวนเสียงไม่ถึงเกณฑ์ก็สามารถเปิดอภิปรายได้โดยง่าย (มาตรา 160)

4. การตั้งคณะกรรมาธิการ

4.1 ประเภทของคณะกรรมาธิการ

(1) คณะกรรมาธิการสามัญประจำสภา

(2) คณะกรรมาธิการวิสามัญ

(3) คณะกรรมาธิการร่วมกัน

(4) คณะกรรมาธิการเต็มสภา

(5) คณะกรรมาธิการร่วมกันของรัฐสภา

(6) คณะกรรมาธิการตามมาตรา 121 ของรัฐธรรมนูญ

4.2 อำนาจของคณะกรรมาธิการในการออกคำสั่งเรียกเอกสารจากบุคคลใด หรือเรียกบุคคลใดมาแถลงข้อเท็จจริงหรือแสดงความเห็นในกิจการที่กระทำหรือในเรื่องที่พิจารณาสอบสวนหรือศึกษาอยู่นั้นได้ (มาตรา 135 วรรคสอง)

การให้ความเห็นชอบในเรื่องสำคัญ

1. การให้ความเห็นชอบในการแต่งตั้งผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ (มาตรา 19)
2. การรับทราบหรือให้ความเห็นชอบในการสืบราชสมบัติ (มาตรา 23)
3. การให้ความเห็นชอบในการประกาศสงคราม (มาตรา 189)
4. การให้ความเห็นชอบหนังสือสัญญา (มาตรา 190)

4.1 กำหนดขอบเขตของหนังสือสัญญาที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ หรือสังคมของประเทศอย่างกว้างขวางหรือมีผลผูกพันด้านการค้า การลงทุน ต้องได้รับความเห็นชอบของรัฐสภา และรัฐสภาจะต้องพิจารณาให้แล้วเสร็จภายใน 60 วันนับแต่วันที่ได้รับเรื่องดังกล่าว (มาตรา 190 วรรคสอง)

4.2 ก่อนดำเนินการเพื่อทำหนังสือสัญญา คณะรัฐมนตรีต้องให้ข้อมูลและจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนและต้องชี้แจงต่อรัฐสภาเกี่ยวกับหนังสือสัญญานั้น และให้คณะรัฐมนตรีเสนอกรอบการเจรจาต่อรัฐสภาเพื่อขอความเห็นชอบด้วย (มาตรา 190 วรรคสาม)

มาตรฐานทางจริยธรรมของข้าราชการรัฐสภา

1. ข้าราชการรัฐสภาต้องจงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์

2. ข้าราชการรัฐสภาต้องยึดมั่นในการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

3. ข้าราชการรัฐสภาต้องยึดถือประโยชน์ของประเทศชาติเหนือกว่าประโยชน์ส่วนตน และไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน

4. ข้าราชการรัฐสภาต้องภักดีต่อองค์กร โดยเชิดชูองค์กร ปฏิบัติงานโดยยึดมั่นเป้าหมายขององค์กรเป็นหลัก รักษาวัฒนธรรมและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

5. ข้าราชการรัฐสภาต้องมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน รักษามาตรฐาน มีคุณภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้

6.ข้าราชการรัฐสภาต้องรู้รักสามัคคี มีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์ สุจริต และมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่

7. ข้าราชการรัฐสภาต้องยืนหยัดทำในสิ่งที่ถูกต้อง เป็นธรรม และชอบด้วยกฎหมาย

8. ข้าราชการรัฐสภาต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเที่ยงธรรม เป็นกลางทางการเมือง มีจิตให้บริการ

9. ข้าราชการรัฐสภา ต้องเปิดเผยข้อมูลข่าวสารให้แก่สมาชิกรัฐสภา บุคคลในวงการรัฐสภาและประชาชนภายใต้กรอบของกฎหมายอย่างครบถ้วน ถูกต้อง และไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง

10.ข้าราชการรัฐสภาต้องให้เกียรติแก่สมาชิกรัฐสภาบุคคลในวงงานรัฐสภา ประชาชน ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน

11. ข้าราชการรัฐสภาต้องเสียสละ มีความขยันหมั่นเพียร อุทิศเวลาให้งานอย่างเต็มที่ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ

12.ข้าราชการรัฐสภาต้องประหยัด

13. ข้าราชการรัฐสภาต้องปฏิบัติตามประมวลจริยธรรมอย่างตรงไปตรงมา และไม่กระทำการเลี่ยงประมวลจริยธรรมนี้

ข้าราชการรัฐสภาเมื่อรู้หรือพบเห็นการฝ่าฝืนประมวลจริยธรรมนี้ มีหน้าที่ต้องรายงานการฝ่าฝืนดังกล่าวพร้อมพยานหลักฐาน (ถ้ามี) ต่อหัวหน้าส่วนราชการสังกัดรัฐสภาหรือคณะกรรมการจริยธรรมข้าราชการรัฐสภาโดยพลัน

ประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือน

คำปรารภ

โดยที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 279 กำหนดให้มาตรฐานทางจริยธรรมของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง ข้าราชการ หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐแต่ละประเภทให้เป็นไปตามประมวลจริยธรรมที่กำหนดขึ้น โดยจะต้องมีกลไกและระบบในการดำเนินงานเพื่อให้การบังคับใช้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งกำหนดขั้นตอนการลงโทษตามความร้ายแรงแห่งการกระทำการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานทางจริยธรรม ให้ถือว่าเป็นการกระทำผิดทางวินัย

ก.พ. ในฐานะองค์กรกลางบริหารงานบุคคลของข้าราชการพลเรือนได้พิจารณาโดยถี่ถ้วนแล้วเห็นว่า ตำแหน่งข้าราชการพลเรือนทุกตำแหน่งมีหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติเพื่อให้ราชการแผ่นดินในส่วนที่ตนรับผิดชอบเกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคม ดังนั้น การใช้อำนาจเพื่อให้หน้าที่ที่ตนรับผิดชอบลุล่วงข้าราชการพลเรือนทั้งปวงจึงต้องมีคุณธรรม ซึ่งเป็นการอันพึงทำ เพราะนำประโยชน์ให้เกิดแก่ส่วนรวมและตนเอง และศีลธรรมซึ่งเป็นการอันพึงเว้น เพราะเป็นโทษแก่ส่วนรวมและตนเองประกอบกันขึ้นเป็นจริยธรรมข้าราชการพลเรือนอันเป็นความประพฤติที่ดีงาม สมกับความเป็นข้าราชการ

อนึ่ง มาตรา 280 ให้ผู้ตรวจการแผ่นดินมีอำนาจหน้าที่เสนอแนะหรือให้คำแนะนำในการจัดทำหรือ ปรับปรุงประมวลจริยธรรมตามมาตรา 279 และส่งเสริมให้ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐ มีจิตสำนึกในด้านจริยธรรม รวมทั้งมีหน้าที่รายงานการกระทำที่มีการฝ่าฝืนประมวลจริยธรรมเพื่อให้ผู้ที่ รับผิดชอบในการบังคับการให้เป็นไปตามประมวลจริยธรรมดำเนินการบังคับให้เป็น ไปตามประมวลจริยธรรมตามมาตรา 279

ดังนั้น บุคคลผู้ดำรงตำแหน่งข้าราชการพลเรือนทุกตำแหน่งจึงมีหน้าที่ดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายเพื่อรักษาประโยชน์ส่วนรวมและประเทศชาติ มีความเป็นกลางทางการเมือง อำนวยความสะดวก และให้บริการแก่ประชาชนตามหลักธรรมาภิบาล โดยจะต้องยึดมั่นในค่านิยมหลักของมาตรฐานจริยธรรมสำหรับผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองและเจ้าหน้าที่ของรัฐ 9 ประการ ของสำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน ดังนี้

(1) การยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม

(2) การมีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์ สุจริต และรับผิดชอบ

(3) การยึดถือประโยชน์ของประเทศชาติเหนือกว่าประโยชน์ส่วนตนและไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน

(4) การยืนหยัดทำในสิ่งที่ถูกต้อง เป็นธรรม และถูกกฎหมาย

(5) การให้บริการแก่ประชาชนด้วยความรวดเร็ว มีอัธยาศัย และไม่เลือกปฏิบัติ

(6) การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนอย่างครบถ้วน ถูกต้อง และไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง

(7) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน รักษามาตรฐาน มีคุณภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้

(8) การยึดมั่นในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

(9) การยึดมั่นในหลักจรรยาวิชาชีพขององค์กร

เพื่อให้เป็นไปตามความในมาตรา 279 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ประกอบค่านิยมหลักสำหรับผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองและเจ้าหน้าที่ของรัฐ อันผู้ตรวจการแผ่นดินได้ให้คำแนะนำให้หน่วยงานทั้งหลายถือปฏิบัติ ก.พ. โดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีจึงกำหนดมาตรฐานทางจริยธรรมขึ้นเป็นประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือน เพื่อให้ข้าราชการทั้งหลายเกิดสำนึกลึกซึ้งและเที่ยงธรรมในหน้าที่ ผดุงเกียรติและศักดิ์ศรีข้าราชการควรแก่ความไว้วางใจและเชื่อมั่นของปวงชน และดำรงตนตั้งมั่นเป็นแบบอย่างที่ดีงาม สมกับความเป็นข้าราชการในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ผู้ทรงเป็นตัวอย่างแห่งธรรมจรรยาอันสูงสุดเพื่อใช้บังคับเป็นมาตรฐานกลางไว้ ดังต่อไปนี้

หมวด 1
บททั่วไป

ข้อ 1 ประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือนนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันครบเก้าสิบวัน นับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ข้อ 2 ในประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือนนี้

“ประมวลจริยธรรม” หมายความว่า ประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือนฉบับนี้

“ข้าราชการ” หมายความว่า ข้าราชการพลเรือน พนักงานราชการ และลูกจ้างในสังกัดราชการพลเรือน

☛ ลักษณะสำคัญของการประชาสัมพันธ์

1. วัตถุประสงค์ (Objective)

การประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะสร้างและดำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดี ระหว่างสถาบันกับมวลชน การสร้างความเลื่อมใส ไว้เนื้อเชื่อใจให้เกิดขึ้นกับประชาชน หรือผู้ที่บริษัทและองค์การ ฯลฯ ต้องการ

ความเข้าใจอันดี (Good Understand) เป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการดำเนินงานของสถาบัน กล่าวคือ สถาบันจะดำเนินงานใดๆ ให้บรรลุผลสำเร็จได้ จำเป็นต้องได้รับความสนับสนุน (Support) และเป็นที่ยอมรับของประชาชนในสังคมหรือลูกค้าของตน ด้วยเหตุนี้สถาบันจึงต้องติดต่อสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนในสังคมหรือลูกค้าของตนอยู่ตลอดเวลา ต้องคอยชี้แจงให้พวกเขาเกิดความรู้ ความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินกิจการนั้นๆ และในขณะเดียวกัน ก็ต้องมีการตรวจสอบความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลเหล่านั้น ว่ามีความพอใจเกี่ยวกับสถาบันมากน้อยเพียงไร ซึ่งต้องให้สอดคล้องกับหัวข้อเหล่านี้

1.1 องค์การหรือสถาบัน (Organization or Institution)

1.2 กลุ่มประชาชน (Public)

1.3 ความสัมพันธ์อันดี (Good Relationship)

1.4 ประชามติ (Public Opinion)

1.5 แผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไป

2. วิธีการโน้มน้าวจิตใจ (Persuasion)

ความพยายามเช่นนี้ จะต้องมีการจูงใจด้วยคือ จูงใจให้ยอมรับทัศนะท่าที และการกระทำขององค์การหรือหน่วยราชการนั้นๆ และต้องเป็นวิธีการที่ชอบที่ควร ไม่มีลักษณะของการบังคับขู่เข็ญ หรือกะเกณฑ์ ดังนั้น นโยบายหรือการกระทำที่จะใช้การประชาสัมพันธ์สนับสนุนนั้น จะต้องเป็นไปในทางสร้างสรรค์หรือในทางบวกไม่ใช่ทางลบ คือทางปฏิเสธหรือในทางแก้ตัว

3. ภาระหน้าที่ของฝ่ายจัดการ (Management Function)

ในปัจจุบัน ฝ่ายบริหารขององค์การและสถาบันต่างๆ ก็ย่อมรับผิดชอบที่สถาบันมีต่อสังคมส่วนรวม การดำเนินงานของสถาบัน ต้องเป็นที่พอใจของประชาชนที่เกี่ยวข้อง และมีส่วนร่วมสร้างความเจริญแก่สังคมด้วย เหตุนี้ฝ่ายบริหาร (Executive) จึงถือว่า การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่ง ของงานในภาระหน้าที่และความรับผิดชอบของตน ซึ่งต้องมีแผนงาน (Planning) และทำเป็นระยะเวลาต่อเนื่องกันไป ในขั้นต่อไปควรศึกษาถึงคำอื่นๆ ที่มีความหมายในเครือเดียวกันว่าแตกต่างกันอย่างไร

หัวหน้าองค์กรคือ ประธานฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นๆ โดยตำแหน่ง

การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda)

หมายถึง ความพยายามอย่างมีจุดหมายเพื่อมุ่งที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่างๆ ของคนอื่นๆ ซึ่งมักหมายถึงคนกลุ่มใหญ่ให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามหรือมีปฏิกิริยาตอบสนองในสิ่งที่ตนเองต้องการ โดยใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือดำเนินการ หรืออีกความหมายหนึ่งคือ การเผยแพร่ลัทธินิยมโดยเจตนาจะโน้มน้าวชักจูงคนด้วยกลวิธีต่างๆ ให้หลงเชื่อ เห็นดีเห็นงาม หรือให้เป็นปรปักษ์กับสิ่งหรือคนที่ต้องการประณาม พยายามควบคุมปลุกปั่น และเป็นเครื่องมือทางการเมือง เพื่อจะได้ผลตามที่ต้องการ

การโฆษณาชวนเชื่อนั้น เป็นการเสนอข่าวเพียงด้านเดียว และในทางที่ดีทั้งนั้นซึ่งผิดจากการประชาสัมพันธ์ซึ่งเสนอข่าวเป็นไปในทาง (Two – Way Communication) มีการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน นำมาปรับปรุงงานของสถาบัน การเสนอข่าวจึงตั้งอยู่บนรากฐานของความจริง และประชามติ

การโฆษณา (Advertising)

การโฆษณา เป็นการมุ่งให้เกิดผลตอบแทน หรือการตอบสนองโดยทันที โดยให้ความจริง 70% อาจารย์สุปรีดา ประศาสน์วินิจฉัย แห่งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้ให้ความหมายว่า “การโฆษณาสินค้า เป็นวิธีการที่ใช้เพื่อช่วยในการจำหน่ายสินค้า ให้ผ่านจากมือผู้ผลิตไปถึงมือผู้บริโภคเร็วเข้า”

ในปัจจุบันนี้จะเห็นได้ว่าการโฆษณาต่างๆ นั้นก็ใช้การโฆษณาชวนเชื่อในการโฆษณาอยู่มากทีเดียว เพราะทำแล้วได้ผลดี

การโฆษณาที่ดีต้องมีการวางแผนล่อใจแฝงไว้ด้วย “การเสนอแนะ” และ “ส่งเสริม” ....การโฆษณาจึงเป็นเรื่องของการกระทำหรือชักนำความเชื่อ สร้างศรัทธาด้วยการดึงดูดถึงเหตุผล ของการโฆษณาหรืออารมณ์จากผู้พบเห็น จึงเป็นเรื่องของการสร้างความล่อใจ (Persuasion) ขึ้นมา เข้าอยู่ในลักษณะให้ได้ยินด้วยหูรู้ด้วยตา จะทำให้เกิดการผลักดัน กระตุ้นให้ผู้ได้เห็นเกิดอารมณ์และความต้องการ ที่จะกระทำอย่างนี้อย่างนั้น มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ด้วย

การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์จึงมีวิธีดำเนินงานที่แตกต่างกัน งานประชาสัมพันธ์มีจุดมุ่งหมายสำคัญในการเผยแพร่ความคิด ความเชื่อถือศรัทธา การให้ความจริง 100% และรับฟังเสียงประชามติและให้รากฐานความเข้าใจอันดีต่อกันในสังคม ในขณะที่งานโฆษณามีจุดมุ่งหมายของการเพิ่มปริมาณขายผลิตภัณฑ์ ให้ได้มากที่สุด

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising)

คือ งานโฆษณาที่ดึงงานประชาสัมพันธ์มาเสริมในรูปแบบของการช่วยเหลือสังคม ไม่เน้นจุดขาย แต่เน้นในเรื่องการส่งเสริมสวัสดิการสังคม เช่น กิจกรรมการส่งเสริมเยาวชนให้ได้เรียนหนังสือมากๆ จะทำให้ช่วยเหลือตนเองได้ ด้วยความปรารถนาดีจากธนาคารกสิกรไทย เป็นต้น

การเผยแพร่ (Publicity)

การเผยแพร่หรือการโฆษณาเผยแพร่เป็นการป่าวประกาศ ปลุกความสนใจ และความนิยมในบุคคล อุดมการณ์ ดังนั้นการเผยแพร่ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ จึงไม่ใช่มุ่งให้ประชาชนซื้อสินค้าหรือบริการ หรือโฆษณาชักจูงใจเอาผลกำไรแต่เพียงฝ่ายเดียว

แต่เป็นการขอความร่วมมือจากประชาชน ขอร้อง โดยใช้คำว่า "โปรด" นำหน้าข้อความ

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงคือ การเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ ชักจูงใจให้ประชาชนเกิดความสนใจ นิยมเลื่อมใสและเพื่อขอความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน

การเผยแพร่จึงเป็นกิจกรรมส่วนย่อยของงานประชาสัมพันธ์ในการรวบรวมข่าวสารต่างๆ เพื่อเผยแพร่ไปยังมวลชน เช่น การรณรงค์ชักจูงใจให้ประชาชนช่วยกันใช้สินค้าไทย ชักชวนอนุรักษ์ธรรมชาติ ชักชวนให้ช่วยกันรักษาความสะอาดบนท้องถนน เป็นต้น

โฆษณาเผยแพร่แตกต่างกับการประชาสัมพันธ์ที่ว่าเป็นเอกวิถี (One – Way Process) คือเผยแพร่แต่ฝ่ายเดียวไม่ได้คิดแก้ไขและรับฟังความคิดเห็นของประชาชน

การเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนทราบนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องตั้งจุดมุ่งหมายให้ชัดเจน ว่าเป็นใคร เรื่องอะไร เพื่ออะไรและอย่างไร ควรเป็นเรื่องที่ใช้ภาษาง่ายๆ ชัดเจน กระจ่างแจ้ง และพบเห็นได้ตามที่สาธารณะทั่วไป เช่น ตลาด ป้ายรถเมล์ ฯลฯ ข่าวสารนั้นถึงตัวผู้รับสารได้ถูกต้อง มวลชนพร้อมที่จะรับฟัง ในประเทศที่เจริญมากการเผยแพร่ข่าวสารจะประสบผลสำเร็จสูงมากทีเดียว

ฉะนั้น นักประชาสัมพันธ์ จึงจะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมว่าควรจะใช้ในลักษณะไหน และยังเป็นการสร้างความพอใจ มิใช่การบังคับขู่เข็ญ เพื่อสร้างจินตภาพที่ดีต่อมวลชน ให้เกิดความประทับใจและได้รับความร่วมมือจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายตามต้องการ

การสารนิเทศ (Information Service)

เป็นการให้ข่าวสาร (To Inform) คือ การให้ข่าวสารข้อเท็จจริงต่างๆ เช่น นโยบายของรัฐบาล ถ้าเป็นในต่าง-ประเทศ ก็เป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ รวมทั้งข่าวสารทั่วๆ ไปเกี่ยวกับเมืองไทย ศิลปวัฒนธรรมของคนไทยปัจจุบันนี้

ประเทศไทยมีสำนักงานแถลงข่าวไทย (Information Service of Thailand) โดยกรมประชาสัมพันธ์ อยู่ที่กรุงวอชิงตัน ลอนดอน สำหรับต่างประเทศในไทยก็มีหลายประเทศ เช่น British

Information Service (BIS.), United States Information Service (USIS) เป็นต้น จึงถือเป็นงานโฆษณาประเทศไปด้วย

กิจการสาธารณะ (Public Affairs)

เป็นกิจกรรมส่วนย่อยของงานประชาสัมพันธ์ซึ่งเกี่ยวข้องเป็นกรณีพิเศษ ในกรณีความสัมพันธ์กับชุมชน (Community Relations) ความสัมพันธ์กับรัฐบาล (Governmental Relations) หรือหน่วยงานทางทหาร ฯลฯ ให้ข่าวสารเฉพาะกิจ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานทางทหาร จัดตั้งกิจการสาธารณะขึ้น เพื่อดำเนินการเผยแพร่ข่าว นโยบาย คำสั่ง ชี้แจงแถลงผลงานของกองทัพ

การส่งเสริมการจำหน่าย (Sale Promotion)

เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่น่าสนใจ ได้นำมาช่วยส่งเสริมให้ได้ผลเป็นการขายเกิดขึ้นมีวัตถุประสงค์ เพื่อความสนใจ เชื่อถือ ดึงดูดใจผู้พบเห็น ให้อยากได้สินค้านั้น ซึ่งมีการจูงใจอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้นว่า การจัดแสดงสินค้า (Display) หรือมีมุมประหยัด นาทีทอง ฯลฯ

การส่งเสริมการจำหน่ายจึงไม่ใช่วิธีการขายโดยพนักงานหรือการโฆษณา แต่เป็นวิธีการขายในโอกาสพิเศษ ต่าง ๆ กัน

☛ องค์ประกอบพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยเนื้อหาสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1.การประชาสัมพันธ์เป็นพื้นฐานของปรัชญาการบริหารของสังคม ซึ่งมุ่งให้ประชาชนได้สนใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของสถาบัน อันส่งผลต่อประชาชนในสังคมโดยตรง

2.การประชาสัมพันธ์ คือ ปรัชญาทางสังคมที่แสดงออกในการตัดสินใจอย่างถูกต้อง นักประชาสัมพันธ์ จะต้องแสดงให้เห็นถึงปรัชญาทางสังคมของการบริการ การกำหนดนโยบายที่เหมาะสมเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนส่วนใหญ่ในสังคม

3.การประชาสัมพันธ์ เป็นการกระทำที่ต่อเนื่องมาจากการกำหนดนโยบายที่ดี นโยบายของสถาบันนั้น แม้ว่าจะชี้ให้เห็นเด่นชัดถึงความตั้งใจของฝ่ายบริหาร ที่จะบริการประชาชนหรือสนองความต้องการของประชาชนนั้น ยังไม่เพียงพอที่จะทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือศรัทธาบริษัท การตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายต่างๆ จะต้องถูกนำมาใช้ให้สัมพันธ์กับประชาชนด้วย

4.การประชาสัมพันธ์หมายถึงการติดต่อสื่อสาร เป็นการทำหน้าที่เพื่อสร้างศรัทธา เพื่อความสนับสนุนยอมรับของประชาชนในสังคม

วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต้องเป็นแบบการติดต่อไปมาทั้งสองฝ่าย คือ Two – Way Communication เป็นการกระทำที่มีไปจากสถาบันสู่ประชาชนวิถีทางหนึ่ง ในขณะเดียวกันก็ค่อยสดับตรับฟังความคิดเห็นของมวลชน หรือการสำรวจตรวจสอบประชามติ เพื่อนำเอากระแสประชามตินั้นให้สถาบันทราบ และนำมาพิจารณาแก้ไขปรับปรุงต่อไป

ดังนั้น การติดต่อแบบสองฝ่าย จึงเป็นงานที่ฝ่ายบริหารควรสนใจและใช้ประโยชน์จากวิชาการแขนงนี้ให้เต็มที่ ย่อมจะเกิดประโยชน์แก่หน่วยงานนั้นอย่างสมบูรณ์ยิ่ง

☛ ภาวะทางสังคม ที่ช่วยพัฒนาการประชาสัมพันธ์ขึ้นเป็นอาชีพ

ในสหรัฐอเมริกา มีสมาคมการประชาสัมพันธ์สองสมาคม คือ Public Relations Society of America และ American Public Relations Association ซึ่งต่อมา รวมตัวกันเรียกว่า Public Relations Society of America (PRSA) สมาคมนักประชาสัมพันธ์ของอเมริกา ถือได้ว่าเริ่มงานอย่างจริงจังก่อนประเทศอื่น ทางสมาคมได้ขยายหน่วยงาน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จัดฝึกอบรม เสนอแนะและวางแผนค้นคว้าวิจัยงานประชาสัมพันธ์ตลอดจนวางระเบียบ ทดสอบ คุณภาพและรับรองความสามารถของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ต่อมาการประชาสัมพันธ์จึงแพร่หลายออกไปในยุโรป

ในประเทศฝรั่งเศส ได้ตั้งสมาคมประชาสัมพันธ์ขึ้นเป็นครั้งแรก เรียกว่า La Maison de Verre หรือ The Grass House ซึ่งนักปรัชญามีชื่อชาวฝรั่งเศสได้อธิบายว่า

“หน่วยงานธุรกิจ จะต้องเปิดและให้ใสเหมือนกระจก เพื่อให้ทุกคนเห็นได้ เป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่จะต้องใช้ประชาชนได้รู้เรื่องในกิจการของตน

ในญี่ปุ่น มีบริษัทที่ใหญ่อันดับห้าของโลก คือ “Densu Agency”

☛ การประชาสัมพันธ์และพฤติกรรมทางสังคม

งานประชาสัมพันธ์ มีฐานะเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงความคิดเห็น สร้างความเข้าใจอันดีในสังคม ดังนั้น การทำงานประชาสัมพันธ์จะให้ผลดีได้ก็ต่อเมื่อ มีความรู้เกี่ยวกับลักษณะโครงสร้างของสังคม มองสังคมมนุษย์ในทัศนะอันกว้างขวาง เห็นความสัมพันธ์ระหว่างส่วนย่อยต่างๆ ของสังคม มีความเข้าใจโครงสร้างของสังคมและสภาพของกลุ่มบุคคล จะต้องเรียนรู้แนวความคิดและแนวการวิเคราะห์สังคมในแบบสังคมวิทยา

การเขียนบรรยายภาพข่าว

สำหรับคำว่า **"ข่าว"** นั้น ยังไม่มีผู้ใดที่ให้ความหมายหรือคำนิยามได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน เนื่องจากข่าวเป็นมโนทัศน์ในลักษณะที่ไม่มีตัวตน (Abstract Concept) คือ สามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามแต่ประสบการณ์และความสนใจของแต่ละบุคคล หรือแต่ละกลุ่มสังคม

ผู้ที่ให้คำนิยามเพื่ออธิบายความหมายของข่าว เช่น

- **บรูซ ดี. ไอทิวล์ และ ดักลาส เอ. แอนเดอร์สัน** กล่าวว่า ข่าว คือ "เรื่องคนกัดหมา" (หมายถึง ต้องเป็นเรื่องแปลก – ผู้เขียน) ข่าว คือ "สิ่งที่ผู้อ่านไม่เคยรู้มาก่อน"
- **โจเซฟ พูลิตเซอร์** (บิดาแห่งวงการหนังสือพิมพ์) กล่าวว่า ข่าว คือ "เป็นเรื่องราวที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่ ๆ เป็นเรื่องที่แตกต่างจากเรื่องอื่น ๆ เรื่องเร้าอารมณ์ เรื่องรัก ๆ ใคร่ ๆ เรื่องน่าตื่นเต้น เรื่องน่ารู้น่าเห็น เรื่องกระจุ๋มกระจิ๋มน่าขบขัน เรื่องประหลาด และเรื่องที่มักโจษจันถึง"
- **ประชัน วัลลิโก** กล่าวว่า ข่าว คือ "การรายงานเหตุการณ์ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็นที่เกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ เหตุการณ์ ข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็นที่นำมารายงานนั้นจะต้องอาศัยหลักการพิจารณาว่ามีคุณค่าข่าวหรือไม่ ถ้าเหตุการณ์ใดมีคุณค่าข่าวก็เลือกรายงาน แต่ถ้าไม่มีคุณค่าข่าวก็ตัดทิ้งไป"

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้คำนิยามเพื่ออธิบายความหมายของข่าวอีก อาทิเช่น

- ข่าว คือ "เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสด ๆ ใหม่ ๆ "
- ข่าว คือ "การแจ้งสิ่งที่เกิดขึ้น อันจะทำให้บุคคลที่ได้รู้เกิดความตื่นเต้น"

ฯลฯ

จากแนวคิดเกี่ยวกับความหมายของข่าวดังที่กล่าวมา พอที่จะสรุปได้ว่า ข่าว คือ "การรายงานข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ รวมทั้งความเห็นของบุคคลซึ่งมีความสำคัญและเป็นที่น่าสนใจของผู้รับสาร หรือมีผลกระทบต่อสาธารณชน"

☛ องค์ประกอบของเหตุการณ์ที่มีคุณค่าทางข่าว (News Values)

การรายงานข่าวที่มีคุณค่าในแต่ละครั้งนั้น ย่อมจะต้องมีองค์ประกอบของข่าวภายใน 10 องค์ประกอบเสมอ ซึ่งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงความมากน้อยไปตามปริมาณข้อเท็จจริงของเหตุการณ์นั้นๆ ได้

องค์ประกอบของข่าว มีดังต่อไปนี้

1.<u>ความมีชื่อเสียง</u> (Prominence) เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีชื่อเสียง อาทิเช่น นายกรัฐมนตรี นายธนาคาร นักร้อง นักการเมือง นักธุรกิจ ดารา นักกีฬา ฯลฯ ซึ่งมักจะได้รับการนำเสนอให้เป็นข่าว ไม่ว่าเหตุการณ์นั้นจะมีความสำคัญมากน้อยเพียงใด เช่น นายกรัฐมนตรีพาบุตรชายไปซื้อของในห้างสรรพสินค้า ฯลฯ นอกจากนั้นยังมีปัจจัยทางด้านสถานที่ที่มีชื่อเสียงประกอบอยู่ในข่าวด้วยก็ได้ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว โบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2.<u>ความใกล้ชิด</u> (Proximity) โดยทั่วไปมนุษย์มักให้ความสนใจกับเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง มากกว่าที่จะสนใจอ่านเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนอื่นที่ไม่รู้จักคุ้นเคย เช่น ข่าวการเกิดเหตุไฟไหม้ห้างสรรพสินค้าย่านกลางเมือง ก็ย่อมเป็นเรื่องที่ผู้อ่านในกรุงเทพฯ มีความสนใจมากกว่าข่าวการเกิดเหตุไฟไหม้ในต่างประเทศ แต่ถ้าหากว่ามีข่าวการเกิดเหตุไฟไหม้ในต่างประเทศแล้วมีคนไทยเกี่ยวข้องอยู่ด้วย ก็ย่อมจะได้รับความสนใจจากผู้อ่านได้เช่นกัน เนื่องจากเกิดความใกล้ชิดทางใจระหว่างคนไทยด้วยกัน

3.<u>ความทันต่อเวลา</u> (Timeliness) เหตุการณ์ใดที่เพิ่งเกิดขึ้นสด ๆ ร้อน ๆ ย่อมมีคุณค่าของข่าวสูง และผู้อ่านจะสนใจมากกว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมานานแล้ว แต่สำหรับบางเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมานานนับร้อยปี แล้วเพิ่งมีการค้นพบความเป็นไปของเหตุการณ์ดังกล่าว ก็ถือได้ว่าการค้นพบนั้นย่อมเป็นที่สนใจของผู้อ่านได้เช่นกัน ดังเช่น การค้นพบสุสานราชวงศ์หมิงที่มีอายุมากกว่า 600 ปี ที่ประเทศจีน และการขุดค้นพบซากไดโนเสาร์ ฯลฯ

4.<u>ปุถุชนสนใจ</u> (Human Interest) เป็นเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เร้าให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและเกิดอารมณ์ โศกเศร้า รัก เห็นอกเห็นใจ ดีใจ เกลียด โกรธ กลัว อิจฉาริษยา ขบขัน และตื่นเต้น ฯลฯ เช่น อาคารโรงแรมรอยัลพลาซ่า ในจังหวัดนครราชสีมาถล่ม ทำให้มีผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บนับร้อยคน หรือสาวไทยได้รับเลือกให้เป็นนางงามจักรวาล เป็นต้น

5.<u>ความขัดแย้ง</u> (Conflict) ความขัดแย้งและการแข่งขันนั้นเป็นความสัมพันธ์พื้นฐานระหว่างมนุษย์ต่อมนุษย์ โดยเริ่มตั้งแต่ระดับครอบครัวไปจนถึงระดับชาติ เช่น การทะเลาะวิวาท การสู้รบ-ฆ่าฟัน และการแข่งขันกีฬา เป็นต้น อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า ความขัดแย้งทางกายนั้นจะถูกหยิบยกมาเป็นข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์หลาย ๆ ฉบับมากกว่าความขัดแย้งทางความคิด เนื่องจากผลของความขัดแย้งทางกายนั้นจะปรากฏให้เห็นชัดเจน และนำไปสู่ความเสียหายมากกว่าความขัดแย้งทางความคิด

6.<u>ผลกระทบ</u> (Consequence) เป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของคนจำนวนมาก โดยทำให้วิถีชีวิตของผู้คนเหล่านั้นเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นหรือเลวลง เช่น การประกาศ

แนวข้อสอบ นักประชาสัมพันธ์

9. ข้อใดเกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข่าวเฉพาะกิจของหน่วยงานทางทหาร

ก. Public Administration ข. Press Agent

ค. Public Affairs ง. Public Organization

ตอบ ค. กิจการสาธารณะ (Public Affairs) เป็นกิจกรรมส่วนย่อยของงานประชาสัมพันธ์ซึ่งเกี่ยวข้องเป็นกรณีพิเศษในกรณีของความสัมพันธ์กับชุมชน รัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐ องค์การสาธารณกุศล และโดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานทางทหาร จะมีการจัดตั้งกิจการสาธารณะขึ้นเพื่อดำเนินการเผยแพร่ข่าว นโยบาย คำสั่ง ชี้แจงหรือแถลงผลงานของกองทัพ

10. องค์ประกอบพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนสุดท้าย คืออะไร

ก. การติดต่อสื่อสาร ข. ปรัชญาที่แสดงการตัดสินใจ

ค. กลยุทธ์การกำหนดนโยบาย ง. วิถีทางแห่งการกระทำ

ตอบ ก. องค์ประกอบพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์มี 4 ประการ ดังนี้คือ

1. เป็นปรัชญาการบริหารสังคม
2. เป็นการแสดงออกถึงการตัดสินใจอย่างถูกต้อง
3. เป็นการกระทำที่ ต่อเนื่องมาจากการกำหนดนโยบายที่ดี
4. เป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) คือ เป็นการกระทำที่มีไปจากสถาบันสู่ประชาชนวิถีทางหนึ่ง แต่ในขณะเดียวกันก็คอยรับฟังกระแสประชามติเพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุงสถาบันด้วย

11. พื้นฐานของการสื่อสารเพื่องานประชาสัมพันธ์ คืออะไร

ก. การชักจูงใจอย่างผูกไมตรี ข. การสื่อสารสองทาง

ค. การส่งสารทางอ้อม ง. การสร้างช่องทางในการติดต่อระหว่างกัน

ตอบ ข. งานประชาสัมพันธ์เป็นการใช้วิธีการสื่อสารแบบสองทิศทาง (Two – way Communication) เป็นหลักการพื้นฐาน

12. การบริหารงานประชาสัมพันธ์ มีข้อใดไม่ถูกต้อง

ก. สำรวจหาข้อเท็จจริง ข. การสื่อสาร ตรวจสอบผลงาน

ค. ลด แลก แจก แถม ณ แหล่งขาย ง. วางกลยุทธ์

ตอบ ค. งานประชาสัมพันธ์เป็นงานระดับบริหารที่จะต้องมีการดำเนินงานอย่างมีแผนและกระทำต่อเนื่องกันไป เริ่มตั้งแต่การสำรวจข้อเท็จจริง ตั้งวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ วางแผนหรือกลยุทธ์การใช้สื่อ ดำเนินการ และติดตามวัดผลเพื่อนำมาดัดแปลงแก้ไขในโอกาสต่อไป

13. ปรัชญาการบริหารงาน .....เน้นในเรื่องของจิตใจที่เอื้อเฟื้อนึกถึงผู้อื่นมากกว่าตนเอง

ก. การประชาสัมพันธ์ ข. การเผยแพร่

ค. การสื่อสารรูปตัวที ง. การสื่อสารป้องกันตนเอง

ตอบ ก. Paul W. Garrett นักประชาสัมพันธ์อเมริกันรุ่นบุกเบิกได้เคยกล่าวไว้ว่า “ปรัชญาการบริหารงานประชาสัมพันธ์นั้น เน้นในเรื่องของจิตใจที่เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ นึกถึงผู้อื่นมากกว่าตนเอง ให้ความสนใจต่อประชาชนเป็นอันดับแรก ซึ่งเกี่ยวข้องอย่างสำคัญกับการตัดสินใจในการดำเนินงานของสถาบัน”

14. ข้อใดไม่ใช่ภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในการเป็นที่ปรึกษาผู้บริหารระดับสูง

ก. ส่งเสริมการขาย ข. การโฆษณาสถาบัน

ค. การปาฐกถา ง. การจัดทำรายการ

ตอบ ก. ภาระหน้าที่หลักอันเป็นหัวใจสำคัญของนักประชาสัมพันธ์มีอยู่ 8 ประการ คือ

1. การเขียน
2. การแก้ไขตกแต่งต้นฉบับ เช่น อนุสาร รายงานประจำปี จดหมาย ฯลฯ
3. การติดต่อสื่อสาร
4. การส่งเสริมเผยแพร่
5. การปาฐกถา
6. การผลิตอุปกรณ์และเผยแพร่ผลงาน
7. การจัดทำรายการ
8. การโฆษณาสถาบัน

15. การส่งเสริมเผยแพร่ของนักประชาสัมพันธ์มีข้อใดไม่ถูกต้อง

ก. รายงานประจำปี ข. นิทรรศการอาหารไทยสี่ภาค

ค. ครบรอบ 60 ปี ขององค์กร

ง. ปีแห่งการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย อเมซิ่งไทยแลนด์ ปี 2000

ตอบ ก. การส่งเสริมเผยแพร่ (Promotion) เป็นการจัดงานในกรณีพิเศษหรือในโอกาสพิเศษ เช่น การจัดฉลองวันครบรอบปี วันสัปดาห์หรือเดือนพิเศษ การจัดนิทรรศการ ปีใหม่ เทศกาล การจัดงานเลี้ยงขอบคุณสื่อมวลชน แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ฯลฯ เพื่อช่วยส่งเสริมเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณของสถาบัน

16. ประโยชน์ของแผนกประชาสัมพันธ์ในขั้นตอนแรก คืออะไร

ก. มีความรอบรู้ในกิจกรรมของสถาบัน

ข. มีความสามารถสูงในทุกสถานการณ์

ค. นำผลประโยชน์มาสู่องค์การ

ง. ทำให้ผู้ร่วมงานสามัคคีกัน

ตอบ ง. ประโยชน์ของแผนกประชาสัมพันธ์ แบ่งออกได้ 4 ประการ ดังนี้คือ

1. ทำให้ผู้ร่วมงานสามัคคีกัน
2. มีความรอบรู้ในกิจกรรมของสถาบันเป็นอย่างดี
3. นำผลประโยชน์มาสู่องค์การ
4. มีความสามารถสูงในทุกสถานการณ์

17. ภาระหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร คือ ตั้งที่ติดต่อสอบถาม ตรงกับลักษณะงานข้อใด

ก. Information ข. Communication

ค. Public Relations ง. Information Seeker

ตอบ ก. แผนกติดต่อสอบถาม (Information) ถือเป็นหน่วยงานที่นั่งอยู่ที่โต๊ะบริการ (Reception) ด่านแรกที่สถาบันได้ให้กับประชาชน มีหน้าที่คอยชี้แจงเรื่องราวต่าง ๆ ตอบคำถามผู้มาติดต่อที่ไม่เข้าใจหรือติดขัดในกรณีต่างๆ กัน ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่ดังกล่าวจึงต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยินดีช่วยเหลือผู้อื่นอย่างเต็มอกเต็มใจ และจะต้องมีความรู้ในสถาบันนั้นเป็นอย่างดีด้วย

18. เพราะเหตุใดการวิจัยจึงช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ได้ส่องกระจกมองดูตัวเอง

ก. มองปัญหาจากการเอาใจเขามาใส่ใจเรา

ข. ทดสอบการสื่อสารระหว่างกลุ่มที่ใกล้ชิด

สั่งซื้อได้ที่
www.SheetRam.com

โทรศัพท์ : 02-7230950,02-5141422,
085-9679080,085-9993722,085-9993740

แจ้งการโอนเงิน พร้อมชื่อ และอีเมลล์ที่
LINE ID : sheetram
โทรศัพท์ : 02-7230950,02-5141422,085-9679080,
085-9993722,085-9993740