

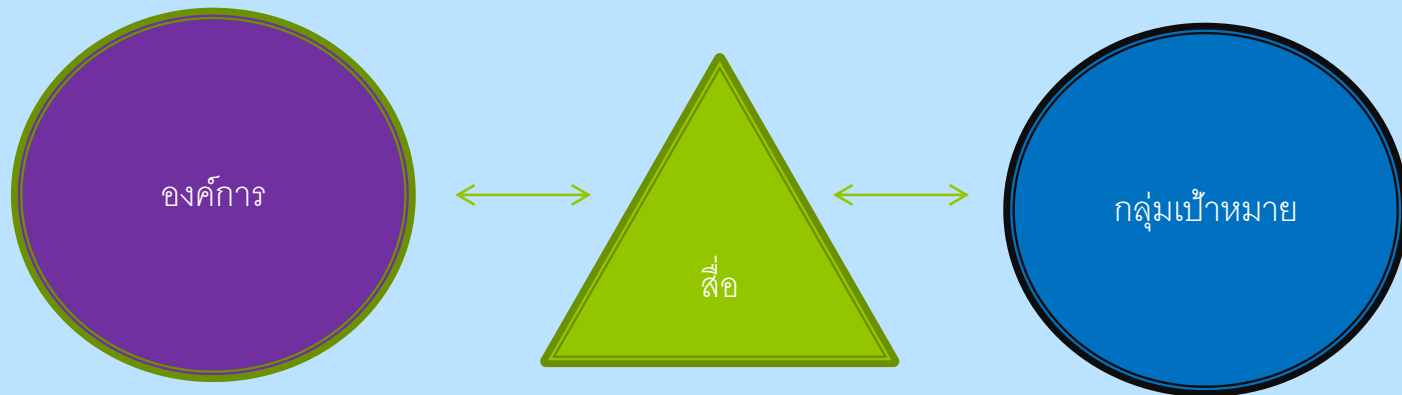


## บทที่ 4

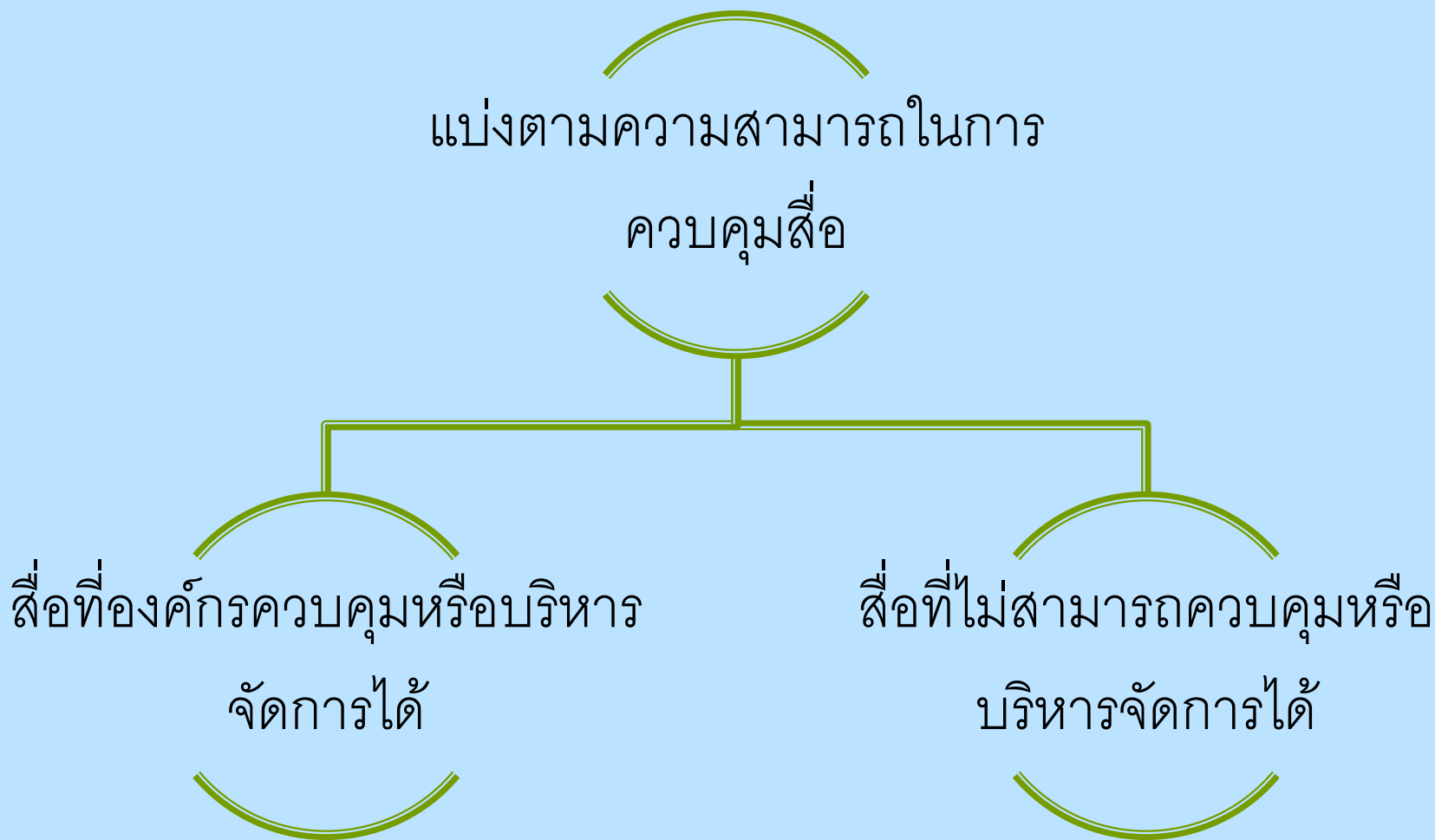
สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

# ความหมาย

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ตัวกลางสำหรับนำสารประชาสัมพันธ์ ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงกิจกรรม วิธีการ และวัสดุสิ่งของ โดยนำสารแบบ one way communication หรือแบบ two way communication คือการ แลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างกันขององค์การกับกลุ่มเป้าหมายก็ได้



# ประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์



# ประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์(ต่อ)

## แบ่งตาม กลุ่มเป้าหมาย

### สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน

- จดหมายข่าว
- วารสารองค์การ
- สื่อบุคคล
- อื่นๆ

### สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก

- สื่อมวลชน
- กิจกรรมพิเศษ
- ข่าวแจก
- การประชุม
- สื่อบุคคล

## สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

### 1. สื่อบุคคล

หมายถึง บุคคลที่องค์กรใช้เป็นพาหะในการนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย



## 2. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร

### 1. จดหมายข่าว (newsletter)

คือเอกสารเผยแพร่ที่เขียนในรูปของข่าวพิมพ์ในกระดาษที่มีหัวกระดาษประกอบด้วย ชื่อ และสัญลักษณ์ขององค์กร แบ่งเป็น จดหมายข่าวสำหรับบุคลากรในองค์กร, จดหมายข่าวสำหรับสมาชิกของกลุ่มหรือสมาคม, จดหมายข่าวสำหรับชุมชน และจดหมายข่าวสำหรับกลุ่มคนที่สนใจเรื่องเดียวกัน เช่น กลุ่มคนรักการปั่น

### 2. ข่าวแจก หรือข่าวแจกเพื่อการประชาสัมพันธ์

(news release/press release/public relations release)

1. ข่าวแจกเพื่อประกาศหรือแจ้งให้ทราบ เพื่อแจ้งให้ทราบการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ข่าวแจกเพื่อแจ้งข่าวด่วนหรือเหตุฉุกเฉิน
3. ข่าวแจกเกี่ยวกับสถานการณ์ร้ายที่ส่งผลเสียต่อองค์กร ใช้อธิบายข้อเท็จจริง และการบริหารจัดการสถานการณ์ร้ายนั้น
4. ข่าวแจกเพื่อตอบโต้เหตุการณ์
5. ข่าวแจกที่จัดทำร่วมกับการจัดกิจกรรมพิเศษ

## 2. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร

3. ภาพข่าวแจกหรือภาพข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ (photo releases) หมายถึง การส่งภาพกิจกรรมต่างๆ ที่มีคุณค่า, มีความน่าสนใจ พร้อมคำอธิบายไปยังสื่อมวลชนเพื่อนำไปเผยแพร่สู่สาธารณชน

4. การดำเนินเรื่องด้วยภาพ (pictorial) หมายถึง การนำเสนอเรื่องราว หรือ เหตุการณ์ต่างๆ ด้วยรูปภาพหลายๆรูป หรือ ภาพชุด พร้อมคำอธิบายเรื่องราว

- มักเผยแพร่ในวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ และนิตยสาร

## 2. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร

5. เอกสารเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ  
เกี่ยวกับองค์การ ได้แก่ ข้อมูลความ  
เป็นมา, ภูมิหลังองค์การ, ข้อมูลพื้นฐาน  
หรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับองค์การ และ  
ผลิตภัณฑ์ เช่น สถานที่ตั้ง แผนที่  
บุคลากรและผู้บริหาร ความสำเร็จในการ  
ประกอบการ , เหตุการณ์สำคัญในรอบปี

6. รายงานประจำปี (annual  
report)

## 2. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร

- 7. วารสารวิชาการหรือวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์
- 8. นิตยสารขององค์การ

## 2. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร

9. คู่มือปฐมนิเทศสมาชิกใหม่ของ  
องค์กร

10. คู่มือปฏิบัติงาน

## 2. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร

11. แพ้มข่าวหรือแพ้มข้อมูลสำหรับสื่อมวลชน (media kits/ Press kits)

12. โบปปลิว (leaflet) ใช้สำหรับเผยแพร่ข่าวสารที่เข้าใจได้ง่าย และมีข้อความไม่มากนัก เหมาะกับการแจกโดยใช้คนยื่นแจกตามสถานที่ต่างๆ , เสียบไว้หน้ากระจกรถ-ตามบ้าน, แทรกไปกับนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์

## 2. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร

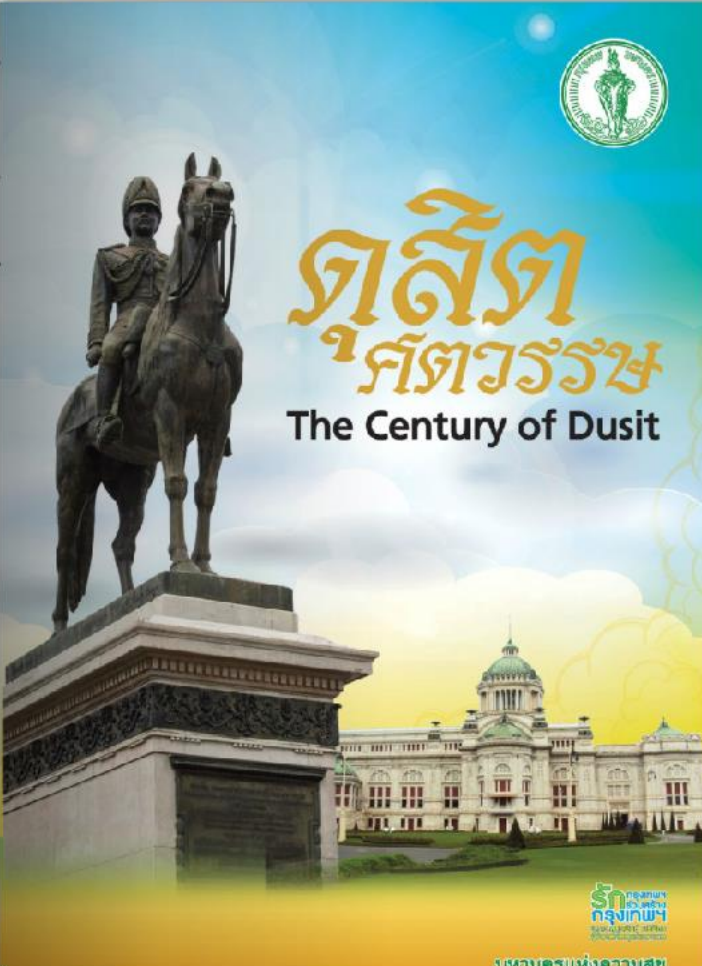
### 13. แผ่นพับ (folder)

### 14. เอกสารเล่มเล็ก (Booklet)

เป็นหนังสือเล่มเล็ก ขนาด 6\*8 นิ้ว หรือเล็กกว่านี้ มีไม่กี่หน้า เข้าเล่ม ปกอ่อน ใช้เผยแพร่เรื่องราวความรู้สั้นๆ

หน้าสื่อศิลปศตวรรษ - สำนักงาน... X

1:1 🔍 🔍 🔍 📄 🔄 🔊 🖨️ 📧 🗄️



**ตลิ่ง**  
**ศตวรรษ**  
**The Century of Dusit**

สำนักพิมพ์  
กรุงเทพฯ  
www.dpu.ac.th

มหาวิทยาลัยบูรพา





# ข่าว เพื่อสื่อมวลชน

## กลุ่มประชาสัมพันธ์

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา  
กระทรวงสาธารณสุข อ.สีวันนท์ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000  
โทร. 0 2590 7123, 7117 โทรสาร 0 2591 6474

อย. เข้ม สั่งฟันโทษณการผลิตกันเอนไซม์ เจนิฟูด อวดอ้างรักษาโรค...

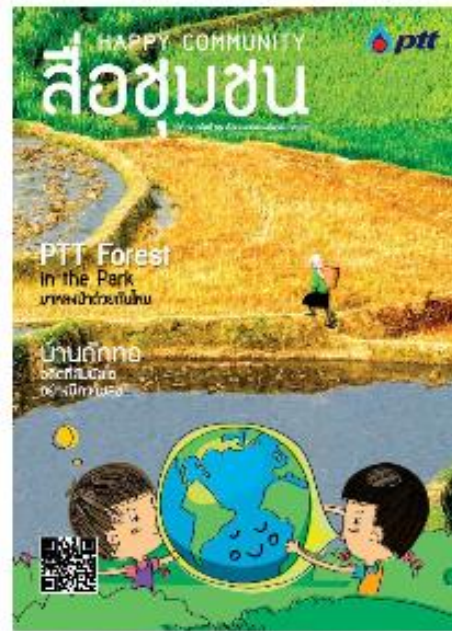
### โกหกทั้งเพเตือนผู้บริโภคอย่าหลงเชื่อ

อย. เตือนผู้บริโภคอย่าได้หลงเชื่อตกเป็นเหยื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เอนไซม์ เจนิฟูด ซึ่งอ้างเป็น“เอนไซม์” หลังพบว่า มีการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ตามทีวี และเคเบิลทีวี อวดอ้างสรรพคุณรักษาโรคมะเร็ง หัวใจ อัมพฤกษ์ เบาหวาน ความดัน ฯลฯ เพราะอาจสิ้นเปลืองเงินโดยไม่จำเป็น เสียโอกาสในการรักษา และยักรักษาโรคไม่ได้ตามที่กล่าวอ้าง พร้อมย้ำขีดผลิตภัณฑ์อาหารไม่ใช่ยารักษาโรค อย. สั่งระงับโฆษณา และเตรียมดำเนินคดีตามกฎหมายอย่างหนัก เพราะเงินค่าปรับจะทวีคูณตามจำนวนครั้งที่พบ ถือเป็นภาระการทำต่างกรมต่างวาระ

นพ.พิพัฒน์ ยิ่งเสรี เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา เปิดเผยว่า จากนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข (นายจตุพร พรหมพันธุ์) ที่ปกป้องมิให้ผู้บริโภคตกเป็นเหยื่อการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้ปฏิบัติการเชิงรุกตรวจสอบโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง เช่น การโฆษณาสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สุขภาพ “เอนไซม์ เจนิฟูด” ซึ่งขอขึ้นทะเบียนกับ อย. เป็นเครื่องดื่มที่มีผลกับมะเร็ง (ตราเจนิฟูด) แต่โฆษณาอ้างว่าเป็น“เอนไซม์”ทางสื่อโทรทัศน์ตามทีวีและเคเบิลทีวี ได้แก่ Nation Channel, I Channel, Thai Vision, KM Channel, Home Channel, MMTV 5, Star Channel, News Channel, MYTV, Nice Channel, Variety Channel เป็นต้น มีข้อความโฆษณาอวดอ้างรักษาโรคได้สารพัดโรค เช่น ป้องกันยับยั้ง ต่อต้าน ทำลายโรคต่าง ๆ เป็นทางเลือกที่โดนสูง, รักษาเนื้องอกตับเนื่องจากอัมพฤกษ์, ใช้โรยแผลที่มีเนื้องอกมะเร็ง แผลเบา มีหนอง จะช่วยดูดซับสารพิษทั้งหมด ฯลฯ โดยนำบทสัมภาษณ์ผู้ป่วย อาทิ ผู้ป่วยโรคมะเร็งตับ เบาหวาน ความดัน มะเร็ง ไขมันอุดตัน มะเร็งเต้านม หัวใจตีบ ฯลฯ ที่รับประทานผลิตภัณฑ์เอนไซม์ดังกล่าวแล้วอาการป่วยดีขึ้น หรือหายจากอาการป่วย หรือนำผู้ที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักในสังคมมาโฆษณา เพื่อจูงใจให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มาใช้ ทั้งนี้ อย. ขอเตือนให้ผู้บริโภคอย่าหลงเชื่อโดยเด็ดขาด เพราะผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจัดเป็นอาหารไม่ใช่ยา จึงไม่มีสรรพคุณในการบำบัดรักษาโรคได้ หากผู้บริโภคหลงเชื่อซื้อหมกรับประทาน นอกจากจะสิ้นเปลืองเงินทองโดยไม่จำเป็นแล้ว ยังอาจทำให้พลาดโอกาสที่จะได้รับการรักษาโรคอย่างถูกต้อง รวมถึงอาจได้รับอันตรายจากผลิตภัณฑ์เหล่านั้นอีกด้วย ซึ่ง อย. จะดำเนินการตามกฎหมายกับผู้กระทำความผิดอย่างเคร่งครัด โดยจะปรับในฐานความผิดที่มีการโฆษณาต่างกรมต่างวาระ เพื่อให้ผู้กระทำความผิดได้ทราบจำ กล่าวคือ เงินค่าปรับจะทวีคูณตามจำนวนครั้งที่พบการโฆษณา และจะมีคำสั่งระงับการโฆษณา ซึ่งหากฝ่าฝืนคำสั่งระงับโฆษณาจะมีโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 2 หมื่นบาท หรือ ทั้งจำทั้งปรับ รวมถึงจะมีการเสนอคณะกรรมการอาหารในการออกคำสั่งพักใช้ใบอนุญาตผลิตอาหาร ในกรณีที่ยังคงไม่ยุติการโฆษณา อีกทั้งจะดำเนินการประสานไปยังโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและเคเบิลทีวีให้ระงับการเสนอโฆษณาดังกล่าวด้วย

เลขาธิการ อย. กล่าวต่อไปว่า ขณะนี้ อย. กำลังดำเนินการตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น ๆ อีกหลายรายการที่โฆษณาอวดอ้างสรรพคุณเกินจริงผ่านทางสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองมิให้เกิดการหลอกลวงผู้บริโภคออกไปอย่างไรก็ตาม ขอให้ผู้ประกอบการทุกรายมีจริยธรรม และเห็นแก่ความปลอดภัยของผู้บริโภค อย่าโฆษณาด้วยวิธีต่าง ๆ ในลักษณะที่เกินเลยความเป็นจริง มิเช่นนั้น อย. จะดำเนินการตามกฎหมายอย่างเด็ดขาด สำหรับผู้บริโภคหากพบการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อวดเกินจริง ขอให้แจ้งร้องเรียนได้ที่ศูนย์เฝ้าระวังและรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ชั้น 1 ตึก อย. หรือสายด่วน อย. 1556 หรือ E-mail : 1556@dcmoph.go.th หรือ ตู้ ปณ. 1556 ปณฝ. กระทรวงสาธารณสุข จังหวัดนนทบุรี 11004

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค วันที่ 14 มกราคม 2554 ข่าวแจก 19 / ปีงบประมาณ 2554



## รายงานประจำปี

ดูทั้งหมด



รายงานประจำปี  
2557 (รายงานทาง  
การเงิน)



รายงานประจำปี  
2557



รายงานประจำปี  
2556



รายงานประจำปี  
2555



รายงานประจำปี  
2555 (รายงานทาง  
การเงิน)

### 3. สื่ออื่นๆ

1. โปสเตอร์ (poster) หมายถึงแผ่นที่ติดไว้ในหรือนอกอาคารเพื่อให้ข้อมูลสั้นๆ พร้อมรูปภาพที่ดึงดูดความสนใจ

วัตถุประสงค์ของการใช้โปสเตอร์ คือ

- เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ วันที่ เวลา สถานที่จัดงาน
- เพื่อเชิญชวนกลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมกิจกรรม
- เพื่อส่งเสริมทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
- เพื่อย้ำเตือนความทรงจำ สร้างการระลึกถึง

# โปสเตอร์ (poster)

[www.isanchula.com](http://www.isanchula.com)

มิตร์โมตรีเลิศล้ำ วัฒนธรรมอีสาน  
สร้างตำนานทรงคุณค่า อีสานจุฬาร่วมใจอนุรักษ์

ผู้ที่สนใจในศิลปวัฒนธรรมอีสานหรือการทำกิจกรรม  
เชิงวัฒมาได้ที่ชมรมศิลปวัฒนธรรมอีสาน จุฬาร  
ข้างสนามกีฬาจุฬาร เรามีที่ ๆ น้อย ๆ คอยต้อนรับ  
ด้วยความอบอุ่นหรือเข้าเยี่ยมชม  
พบปะพูดคุยกัน ได้ที่เว็บไซต์ชมรม

**๒๐**  
20th Anniversary  
มิตร์โมตรีเลิศล้ำ วัฒนธรรมอีสาน-จุฬาร

เพื่อชาติและเอกราชร่วมกัน  
เกิดเป็นคนอีสานให้อีกแห่งกันไว้  
ไผ่เอ็ดคดให้ขอยขอยช้อย่าย่านสิน  
ไผ่เอ็ดคดให้ขอยเรา ไผ่เอ็ดคดขอยกัน

ชมรมศิลปวัฒนธรรมอีสาน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สนามกีฬาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ๑๐๓๓๐  
Website : [www.isanchula.com](http://www.isanchula.com) , [www.isanclubs.chula.ac.th](http://www.isanclubs.chula.ac.th)  
E-mail : [isanchula@yahoo.com](mailto:isanchula@yahoo.com)

สถานที่ ห้อง 413  
คณะโบราณคดี  
มหาวิทยาลัยศิลปากร  
วังท่าพระ

**1** เวทีนานาชาติ  
จากศูนย์ของสี่สถาบันไทย: งาน เวที ไท  
วันเสาร์ที่ 22 กุมภาพันธ์ 2557 เวลา 13.00 - 16.00 น.  
พระยาสุรายุทธ อุตทวาริ  
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
อ.ระพีพร วัฒนศิริ  
คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร  
อ.วิฑูรย์ วัฒนศิริ  
คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

**2** เวทีประเพณีวัฒนธรรม  
ของประเทศไทย  
วันศุกร์ที่ 27 กุมภาพันธ์ 2557 เวลา 14.00 - 17.00 น.  
อ.วิฑูรย์ วัฒนศิริ  
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
อ.ระพีพร วัฒนศิริ  
คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร  
อ.วิฑูรย์ วัฒนศิริ  
คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

**3** นิทรรศการ  
ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้  
วันเสาร์ที่ 8 มีนาคม 2557 เวลา 13.00 - 16.00 น.  
อ.วิฑูรย์ วัฒนศิริ  
อ.ระพีพร วัฒนศิริ  
คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

**4** เวทีรวม วัตถุประสงค์  
ในวันเสาร์ที่ 22 มีนาคม 2557 เวลา 13.00 - 16.00 น.  
อ.ระพีพร วัฒนศิริ  
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
อ.วิฑูรย์ วัฒนศิริ  
คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

โครงการ  
เผยแพร่วรรณคดี  
ศิลปวัฒนธรรม  
ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

จัดโดย  
"ศูนย์ศึกษา  
ศิลปกรรมโบราณ  
ในเอเชียอาคเนย์"  
คณะโบราณคดี  
มหาวิทยาลัย  
ศิลปากร

### 3. สื่ออื่นๆ

2. บ้ายประกาศขนาดใหญ่ (Bill board) มักใช้เพื่อการบอกข้อมูล รายละเอียดต่างๆของกิจกรรมที่จัด มีการพิมพ์เนื้อหาและภาพลงบนวัสดุ ขนาดใหญ่หลายๆแผ่นแลวนำมาเรียงต่อกันบนโครงที่จัดทำไว้แล้ว



### 3. สื่ออื่นๆ

3. ป้ายเขียนขนาดใหญ่ (Cut- out) เดิมนิยมเขียนข้อความและวาดภาพลงบนสังกะสีหรือไม้อัด แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีการพิมพ์ดีขึ้น จึงมีการพิมพ์ข้อความลงบนวัสดุอย่างอื่น เช่น แผ่นพลาสติก, ไวเนล



### 3. สื่ออื่นๆ

4. บ้ายปิดประกาศ (bulletin boards) คือบอร์ดสำหรับติดข่าวสาร  
ความรู้ ข้อมูลที่ต้องการเผยแพร่



### 3. สื่ออื่นๆ

5. แบนเนอร์ (banner) เป็นป้ายที่มีลักษณะเป็นผ้าใบหรือไวนิลผืนใหญ่ อาจนำไปตั้งบนโครงไม้หรือโครงเหล็กขนาดใหญ่



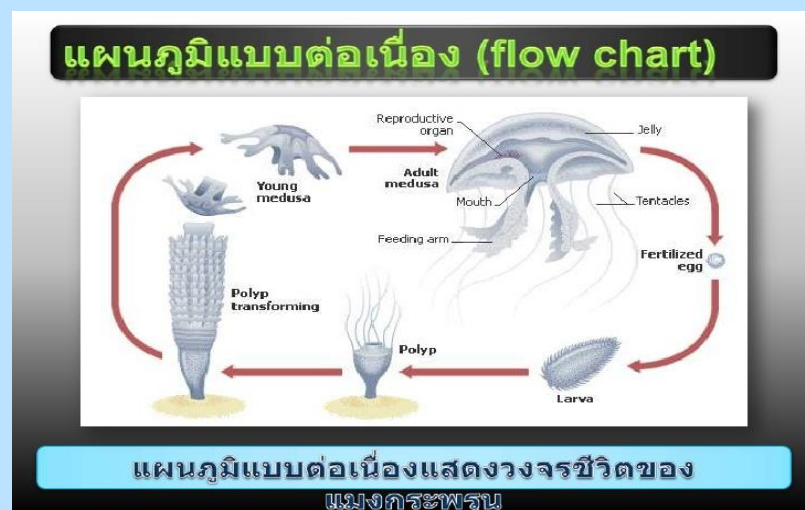
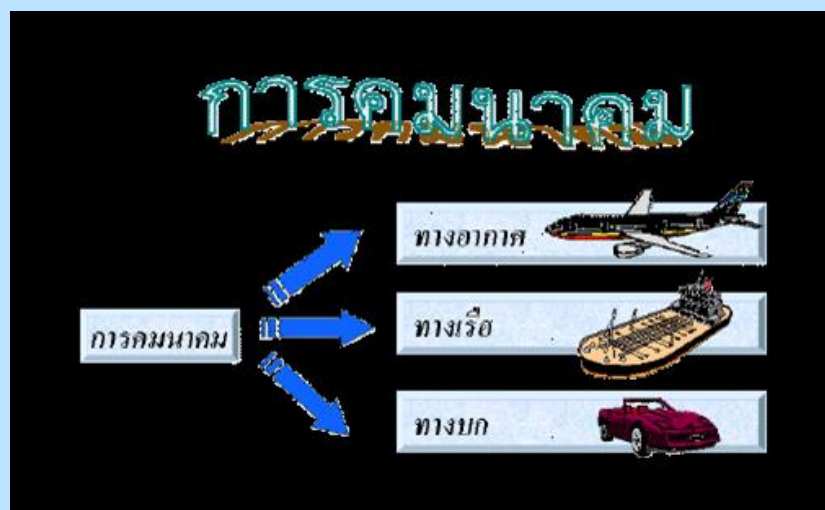
### 3. สื่ออื่นๆ

#### 6. วิดีทัศน์เพื่อการเผยแพร่ข่าว (video news releases : VNRs) ได้แก่

- 1. วิดีทัศน์เพื่อการเผยแพร่ ซึ่งองค์การได้ติดต่อและบันทึกเสียงบรรยาย เรียบร้อยพร้อมออกอากาศ เรียกว่า **Video A – roll**
- 2. วิดีทัศน์เพื่อการเผยแพร่ มีภาพเหตุการณ์ต่างๆ สิ้นค้า รายละเอียด แต่ยังไม่ได้ตัดต่อ เพื่อให้สื่อมวลชนนำไปตัดเสนอและเสนอในมุมมองของสื่อฯเอง **Video B-roll**

### 3. สื่ออื่นๆ

7. วัสดุบันทึกข้อมูล เช่น แผ่นดิสก์, ทรัมฟ์ไดร์ฟ, DVD
8. การนำเสนอด้วย powerpoint
9. เทปเสียงตามสาย เพื่อกระจายข่าว
10. วัสดุกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น แบบจำลอง แผนภูมิ รูปภาพ



## 4. สื่อมวลชน

1. หนังสือพิมพ์ (newspaper) รูปแบบในการนำเสนอเนื้อหา มีดังนี้

1.1 การเผยแพร่ข่าวสารและข่าวประชาสัมพันธ์ ในประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคม หรือ ประเด็นที่สังคมในใจ ส่งในรูปแบบของข่าวแจก หรือ ภาพข่าว

1.2 บทความ แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ บทความแนะนำ มุ่งให้ความรู้ หรือคำแนะนำ หรืออธิบายวิธีการกระทำ, บทความแสดงความคิดเห็น มุ่งนำเสนอแง่มุมต่างๆ, บทความวิชาการ มุ่งหวังแสดงให้เห็นศักยภาพหรือความเชี่ยวชาญขององค์กร และ บทความแฝงโฆษณา เป็นการให้ข้อมูลเชิงวิชาการที่เกี่ยวกับสินค้า หรือองค์กร

# 4. สื่อมวลชน

## 2. นิตยสาร สามารถนำเสนอภาพข่าว บทความ สารคดีที่มีความยาว และต้องการให้เห็นภาพที่สวยงามได้

**Online Shopping**

### Ka-Nom-Mha สารพัดชม เพื่อสุขนิชเพื่อนรักของคุณ

ร้านที่เพิ่งเปิดร้านนี้ส่วนใหญ่มองข้าม Online Shop Service ที่ถือว่ามีแนวโน้มที่ดีอีกหลายอย่าง แต่ก็มีผู้ประกอบการที่จับตามองไม่ทันจนทำให้คู่แข่งมีมากขึ้นเรื่อยๆ ในที่สุดก็มาถึงร้านนี้ที่นำเอาความน่ารักของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติมาผสมผสานกันได้อย่างลงตัว ทำให้ร้านนี้กลายเป็นที่จับตามองของคนในแวดวงสุขภาพและสุขภาพจิต

ร้านนี้เปิดร้านมาตั้งแต่ปี 2012 โดยคุณกมลทิพย์ นามศิริ และคุณกมลทิพย์ นามศิริ สองพี่น้องสาวสวยที่หลงใหลในวิถีชีวิตแบบธรรมชาติ และใส่ใจในสุขภาพของตัวเองและคนรอบข้าง

ร้านนี้เปิดร้านมาตั้งแต่ปี 2012 โดยคุณกมลทิพย์ นามศิริ และคุณกมลทิพย์ นามศิริ สองพี่น้องสาวสวยที่หลงใหลในวิถีชีวิตแบบธรรมชาติ และใส่ใจในสุขภาพของตัวเองและคนรอบข้าง

คุณกมลทิพย์ นามศิริ เจ้าของร้าน Ka-Nom-Mha สารพัดชม เพื่อสุขนิชเพื่อนรักของคุณ

ร้านนี้เปิดร้านมาตั้งแต่ปี 2012 โดยคุณกมลทิพย์ นามศิริ และคุณกมลทิพย์ นามศิริ สองพี่น้องสาวสวยที่หลงใหลในวิถีชีวิตแบบธรรมชาติ และใส่ใจในสุขภาพของตัวเองและคนรอบข้าง

ร้านนี้เปิดร้านมาตั้งแต่ปี 2012 โดยคุณกมลทิพย์ นามศิริ และคุณกมลทิพย์ นามศิริ สองพี่น้องสาวสวยที่หลงใหลในวิถีชีวิตแบบธรรมชาติ และใส่ใจในสุขภาพของตัวเองและคนรอบข้าง



**การสร้างสื่อมวลชนที่สมบูรณ์แบบ**

สื่อมวลชนที่สมบูรณ์แบบต้องประกอบด้วย 3 ส่วนหลักๆ ได้แก่

1. เนื้อหาที่น่าสนใจ
2. รูปแบบที่สวยงาม
3. การนำเสนอที่ชัดเจน

ร้านนี้เปิดร้านมาตั้งแต่ปี 2012 โดยคุณกมลทิพย์ นามศิริ และคุณกมลทิพย์ นามศิริ สองพี่น้องสาวสวยที่หลงใหลในวิถีชีวิตแบบธรรมชาติ และใส่ใจในสุขภาพของตัวเองและคนรอบข้าง



## การสร้างภูมิคุ้มกันที่สมดุล

### วิถีใหม่ของการดูแลสุขภาพตลอดมาเบะริง

ธรรมชาติสร้างเมล็ดเชื้อโรคมาให้ดูแลสุขภาพด้วยการปรับภูมิคุ้มกันให้สมดุลซึ่งขึ้นอยู่กับพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม 4 ชนิด คือ Th1, Th2, Th17 และ Treg ซึ่ง Th17 นั้นจะเป็นตัวกระตุ้นให้ร่างกายตอบสนองต่อเชื้อโรคที่เข้ามาในร่างกาย ส่วน Treg นั้นจะช่วยลดการอักเสบของร่างกาย

การดูแลสุขภาพที่ดีเริ่มจากปรับสมดุลของร่างกาย

**การพักผ่อนด้วยชีวจิต**

1. งดดื่มแอลกอฮอล์
2. งดสูบบุหรี่
3. งดดื่มกาแฟ
4. งดดื่มชา
5. งดดื่มเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล
6. งดดื่มเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีน

**การดูแลสุขภาพด้วยชีวจิต**

ชีวจิตคือการดูแลสุขภาพด้วยวิถีชีวิตที่เรียบง่ายและใส่ใจในสุขภาพของตัวเองและคนรอบข้าง

**Th Balance / Th17 Capsule**

เพิ่มคุณภาพชีวิตด้วย Th Balance / Th17 Capsule

Th Balance / Th17 Capsule เป็นผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพที่ช่วยปรับสมดุลของร่างกาย



## 4. สื่อมวลชน

- วิทยุกระจายเสียง นำเสนอได้หลายรูปแบบ เช่น
  1. จัดทำเป็นสเปคต ความยาว 30-60 วินาที
  2. จิงเกิ้ล ความยาว 15 – 30 วินาที เพื่อใช้เป็นเพลงประจำสถานี สร้างการจดจำ
  3. การนำเสนอข้อมูลข่าวสารขององค์กร กรณีที่องค์กรเป็นผู้อุปถัมภ์สถานี
  4. การเป็นผู้อุปถัมภ์รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน และมีการกล่าวถึงผู้อุปถัมภ์ในรายการ
  5. การนำเสนอบทความสั้น เน้นแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ
  6. การนำเสนอสารคดีสั้น เน้นเรื่องราวสาระบันเทิงในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับองค์กร

## 4. สื่อมวลชน

- โทรทัศน์ มีการประชาสัมพันธ์ในโทรทัศน์หลายรูปแบบ แต่มีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญ 2 ประการ คือ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร อันนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร และ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด นิยมใช้กับสินค้าที่ไม่เหมาะสมที่จะใช้การโฆษณา เช่น โรงพยาบาล
- ตัวอย่างการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ เช่น การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร, การจัดทำรายการเพื่อการประชาสัมพันธ์, การจัดทำรายการสารคดี, การเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ, การเผยแพร่ข่าวสารผ่านรายการข่าวสังคมธุรกิจ

## 5. สื่อโทรคมนาคม

1. การใช้โทรศัพท์เพื่อการสื่อสารในการให้บริการข้อมูลข่าวสาร เช่น 1506 ประกันสังคม
2. การให้บริการข้อมูลผ่านเครื่องโทรสาร
3. การให้บริการข้อความสั้น (SMS) ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

## 6. อินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ต

- **Internet** เป็นเครือข่ายที่ครอบคลุมทั่วโลก
- **Intranet** เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ภายในองค์กร
- สื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เว็บไซต์ขององค์กร, กระดานข่าว, บริการออนไลน์, จดหมายอิเล็กทรอนิกส์, **Chat room**, บล็อก, โซเชียลมีเดีย

# การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. การจัดแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน (press conference) เป็นการเชิญสื่อมวลชนมาร่วมรับฟังองค์การแถลงข้อมูลที่สำคัญ ในประเด็นที่ประชาชนควรรู้ และมีคุณค่าสำหรับให้สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่ เช่น การเกิดขึ้นของมือถือนวัตกรรมใหม่



# การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

2. การจัดกิจกรรมสาธารณะ (public affairs) เป็นการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

 **ข่าวประชาสัมพันธ์คณะศิลปกรรมศาสตร์**  
งานศิลป์เป็นเลิศ เชิดชูคุณธรรม ก้าวนำวิชาการ  
คณะศิลปกรรมศาสตร์

รองคณบดีฝ่ายกิจการฯ นำนักศึกษาคณะศิลปกรรมศาสตร์  
จัดกิจกรรมปลูกปะการัง ส่งเสริมการบำเพ็ญประโยชน์และรักษาสิ่งแวดล้อม



งานประชาสัมพันธ์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โทรศัพท์ 02 1601388-94  
www.far.ssu.ac.th , E-mail : pr.far@ssu.ac.th



# การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

3. กิจกรรมการกุศล (charity) แบบสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ และ  
ผลิตภัณฑ์ขององค์กร และ แบบสอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ เช่น ฤกษ์  
ยังชีพช่วยน้ำท่วม



สิริภักดิ์ คู่ตะมา และ ภาคิณี ตริสุกล.2556.หลักการ  
ประชาสัมพันธ์.กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

# การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

4. การจัดประกวดและแข่งขัน (contests and competitions)  
เป็นกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย



# การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

5. การเป็นผู้อุปถัมภ์ศิลปวัฒนธรรม (philanthropy) องค์การให้การดูแลศิลปินผู้สร้างสรรค์งานศิลปวัฒนธรรม เพื่อให้ศิลปินมีเวลาในการสร้างสรรค์งานเต็มที่ ไม่ต้องกังวลเรื่องการหาเลี้ยงชีพ สังคมตะวันตกให้ความสำคัญมาก

# การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

6. การเป็นผู้สนับสนุน (sponsorship) เช่น การสนับสนุนด้านกีฬา ,  
ดนตรี



# การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

7. การเดินสายแสดงผลงาน (Road show) คือการเดินสายไปพบ  
กลุ่มเป้าหมาย

# การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

8. การลงนามในสัญญา (contract signing) เป็นการแสดงให้เห็นถึงความมั่นใจระหว่างกันในการดำเนินธุรกิจ และสาธารณชนมั่นใจว่ามีคำมั่นสัญญาในการดำเนินการทางธุรกิจระหว่าง 2 องค์การแน่นอน



# การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

- การจัดนิทรรศการ (exhibition) เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าชมงานได้ สร้างปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างองค์กรกับกลุ่มคนที่เข้าชม



# สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น

- หมายถึง สิ่งของ ของใช้ ของที่ระลึก สัญลักษณ์ หรือวัสดุอื่นๆ ซึ่งจัดขึ้นเพื่อการประชาสัมพันธ์

# สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น

1. สิ่งของเครื่องใช้ที่มีตราสัญลักษณ์ขององค์กร หรือผลิตภัณฑ์ติดอยู่ เช่น ปากกา แก้วน้ำ เสื้อยืด ถุงผ้า กระเป๋า



# สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น

2. สัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นเพื่อเชื่อมโยงกับสินค้า



# สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น

3. การจัดตั้งแฟนคลับ (fan clubs) เป็นการรวบรวมบุคคลที่มีความสนใจ ชื่นชอบ สินค้าใดสินค้าหนึ่ง ให้มาร่วมกิจกรรมกัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และเป็นผู้สนับสนุนองค์การ



# สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น

4. การสำรวจความคิดเห็น หรือการทำโพล (**polling**) การทำโพลมีส่วนช่วยทำให้ชื่อของผลิตภัณฑ์เป็นที่คุ้นหูผู้บริโภคมากขึ้น

5. การสร้างอัตลักษณ์ขององค์กร หมายถึง การสร้างความโดดเด่น และความจำได้ ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ บริการ และองค์กร ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การสร้างตราสัญลักษณ์องค์กร การออกแบบอาคาร การออกแบบเครื่องแต่งกาย รูปแบบการให้บริการ คุณค่าเพิ่มที่แฝงอยู่ในสินค้าหรือบริการ

# การสร้างอัตลักษณ์ขององค์กร



# สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการ

1. การโฆษณาถึงประชาสัมพันธ์ เน้น การสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างทัศนคติ และภาพลักษณ์
2. การรณรงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์
3. การบริหารภาวะวิกฤต (**crisis management**)
4. การบริหารประเด็นปัญหาการประชาสัมพันธ์ ( เหมือนกับภาวะวิกฤตต่างกันที่กรอบเวลาในการจัดการกับปัญหา ในประเด็นปัญหาจะมีเวลาในการจัดการมากกว่า)

# การรณรงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์

- หมายถึง การใช้กลยุทธ์ผ่านกลวิธีที่หลากหลาย เพื่อสื่อสารประเด็นหลักที่ต้องการเสนอ ในลักษณะเร่งเร้า หรือระดมกันหลายวิธี เพื่อกระตุ้นให้เกิดผลโดยเร็ว เช่น การประหยัดน้ำในหน้าแล้ง

