

## บทที่ 4

# การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์สำหรับสื่อมวลชน และสื่ออินเทอร์เน็ต

สัปดาห์ที่ 6 – 7, 9

ผศ.วิภาณี แม้นินทร์

## ❖ การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ❖

✦ สามารถถ่ายทอดผ่านสื่อ 2 ประเภท คือ

1. สื่อที่ควบคุมได้ (Controlled Media)

หรือ สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

2. สื่อที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrolled Media)

หรือ สื่อมวลชน (Mass Media)

# ❖ ประเภทของงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ทาง สื่อสิ่งพิมพ์ ❖

มี 4 ประเภท คือ

1. ข่าวแจก (Press Release)
2. คำอธิบายประกอบภาพถ่ายแจก  
(Photo Release & Captions to Illustration)
3. บทความ & สารคดี (Articles & Feature)
4. สิ่งพิมพ์โฆษณาประชาสัมพันธ์  
(Printed Advertising Public Relations)

## ❖ ความหมายของข่าวประชาสัมพันธ์ ❖

ข่าวประชาสัมพันธ์ หรือ ข่าวแจก (Press Release) หรือ (News Release) หมายถึง ข้อมูล ข่าวสาร หรือ ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกิจกรรม หรือ เหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นภายในหน่วยงาน และหน่วยงานได้ส่งเผยแพร่ไปยังสื่อมวลชน โดยมีจุดมุ่งหมายให้สื่อมวลชนถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร หรือข้อเท็จจริงไปสู่ประชาชน

**ข่าวประชาสัมพันธ์** หมายถึง ข่าวสารที่ส่งให้สื่อมวลชน โดยข่าวสารนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กรที่ อาจมีคุณค่าส่งผลกระทบต่อชุมชนหรือสังคม เป็นข่าวสารเกี่ยวกับ สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบ หรือเป็นข่าวสารเกี่ยวกับผลประกอบการ สถานะทางการเงิน ทั้งที่ข่าวประชาสัมพันธ์มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการที่ต้อง ประสานกลมกลืนไปด้วยกัน ได้แก่ มีการเผยแพร่ (publicity) มี แง่มุมข่าว (angle) และมีการเล่าเรื่องราว (story) ที่ตรงกับความ สนใจของสื่อมวลชนและกลุ่มเป้าหมาย (Bivins, 2008, p. 122)

# ❖ องค์ประกอบของข่าวทั่วไป ❖

1. ความรวดเร็วหรือความสด
2. ความใกล้ชิด
3. ความเด่นหรือความสำคัญ
4. ความผิดปกติ
5. ความขัดแย้ง
6. ความลึกลับ
7. ผลกระทบ
8. ความก้าวหน้า
9. เพศ
10. เรื่องเร้าอารมณ์

## ❖ องค์ประกอบของข่าวแจก ❖

1. ความรวดเร็วหรือความทันต่อ
2. ความใกล้ชิด
3. ความสำคัญ หรือ ความเด่น
4. ผลสืบเนื่อง หรือ ผลกระทบ
5. ความก้าวหน้า
6. สอดคล้องกับความสนใจของคนทั่วไป

## ❖ คุณค่าของข่าวประชาสัมพันธ์ ❖

☞ **คุณค่าของข่าว (News Value) -** **คุณค่าของข่าวที่พึงมีต่อประชาชน** ซึ่งยึดหลักว่าข่าวนั้นต้องเป็นที่สนใจของผู้อ่านมากพอ

## ★ การประเมินคุณค่าของข่าว ★ วัดจาก

1. มีความสำคัญ
2. มีผลกระทบต่อคนในสังคมนั้น
3. เป็นสิ่งกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความอยากรู้อยากเห็น
4. เป็นสิ่งที่ประชาชนสนใจ

## ❖ ความสำคัญของข่าวประชาสัมพันธ์ ❖

1. เป็นเครื่องมือของหน่วยงานในการเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนได้ทราบความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน
2. ข่าวแจกตอบสนองสิทธิการรับรู้ของประชาชน
3. ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน

## ❖ ขอบข่ายของข่าวประชาสัมพันธ์ ❖

**Dominick (1998, pp.381 – 384)** แบ่งลักษณะขององค์การที่จะต้องปรับยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสม **ดังนี้**

1. การประชาสัมพันธ์องค์การธุรกิจ
2. การประชาสัมพันธ์องค์การภาครัฐ
3. การประชาสัมพันธ์องค์การด้านการศึกษา
4. การประชาสัมพันธ์องค์การด้านสุขภาพ
5. การประชาสัมพันธ์องค์การพัฒนาเอกชน

6. การประชาสัมพันธ์องค์กรวิชาชีพ

7. การประชาสัมพันธ์องค์การด้านบันเทิง กีฬา และการ  
ท่องเที่ยว

8. การประชาสัมพันธ์องค์การระหว่างประเทศ

9. การประชาสัมพันธ์องค์การด้านการเมือง

# ❖ ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์ ❖

## แบบที่ 1

### 1. แบ่งตามลักษณะหน่วยงาน

- ☞ ข่าวปชส.ของหน่วยงานราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ
- ☞ ข่าวปชส.ของภาคเอกชน
- ☞ ข่าวปชส.ของสมาคม หรือ มูลนิธิ
- ☞ ข่าวปชส.บุคคล

## 2. แบ่งตามลักษณะของเนื้อหา

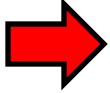
 ข่าวแจ้งให้ทราบ

 ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการ  
ประชาสัมพันธ์

 ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน

 ข่าวตอบโต้เหตุการณ์ หรือ วิกฤติการณ์

## แบบที่ 2

 **สุกานดา วรรณธุ์พงศ์ (2555) แบ่งเนื้อหาของข่าวที่นำเสนอออกเป็น**

1. ข่าวกิจกรรมขององค์กร
2. ข่าวกิจกรรมสาธารณะประโยชน์หรือข่าวการกุศล
3. ข่าวเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจ
4. ข่าวเพื่อแสวงหาการมีส่วนร่วม
5. ข่าวชี้แจงหรือให้ข้อมูลเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด
6. ข่าวประชาสัมพันธ์ของบุคคล

# ❖ ความแตกต่างระหว่างข่าวแจกกับข่าวทั่วไป ❖

## 1. จุดมุ่งหมายของการเผยแพร่ข่าว

- ข่าวแจก - เผยแพร่ข่าวสารขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ให้ประชาชนทราบ โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อองค์กรเป็นหลัก
- ข่าวทั่วไป - ถ่ายทอดข้อเท็จจริง และสาระความรู้ ที่เป็นสาธารณะประโยชน์เป็นสำคัญ

## 2. ทิศทางของผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

- ข่าวแจก - คาดหวังว่าเมื่อนำเสนอออกไปจะเกิดผลดีต่อองค์กรเสมอ ๆ
- ข่าวทั่วไป - อาจะเกิดทั้งผลดีและไม่ดีแก่บุคคลหรือองค์กรก็ได้

### 3. ลักษณะของแหล่งข่าว หรือ การได้ข่าว

- ข่าวแจก - สมช. หรือ นักข่าวไม่จำเป็นต้องออกไปแสวงหาข่าวด้วยตนเอง
- ข่าวทั่วไป - นักข่าวต้องใช้ความสามารถในการแสวงหาข้อมูล ข่าวด้วยตนเอง

### 4. กลุ่มเป้าหมาย

- ข่าวแจก - มุ่งเผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะของตนเอง
- ข่าวทั่วไป - ประชาชนโดยส่วนรวม

## 5. ขอบเขตของข่าว

- ข่าวแจก - นำเสนอข่าวเกี่ยวกับองค์กร บุคคล กิจกรรม
- ข่าวทั่วไป - ครอบคลุมเนื้อหาในหลาย ๆ ด้านของ สังคมส่วนรวม เช่น เศรษฐกิจ การเมือง อาชญากรรม ฯลฯ

## 6. ความรวดเร็ว หรือ ความทันต่อเหตุการณ์

- ข่าวแจก - ส่วนใหญ่สามารถรอเวลาในการเผยแพร่ได้ในระยะหนึ่ง
- ข่าวทั่วไป - จะเน้นความสด (รวดเร็ว ทันเหตุการณ์เสมอ)



## สาเหตุสำคัญที่ทำให้ข่าวแจกถูกปฏิเสธ



1. เป็นเรื่องที่มีความน่าสนใจเฉพาะในวงแคบ ๆ
2. ไม่น่าสนใจแก่ผู้อ่านประการใด
3. เขียนข่าวไม่เป็น / ใช้ไม่ได้
4. เน้นเรื่องเหตุผล และนโยบายมากเกินไป
5. เป็นการโฆษณาสินค้า

6. ข้าวที่เสนามาไม่มีมูลความจริง / ยกเมฆ

7. ข้าวที่นำเสนอมามีความผิดพลาด / คลาดเคลื่อน

8. ข้าวที่ส่งมามีแต่ข้าวชาก

9. เหตุผลของข้าวอ่อนเกินไป

❖ องค์ประกอบที่สำคัญของการเผยแพร่ข้าว

ประชาสัมพันธ์ ❖ คือ

1. คุณภาพของข้าว

2. วิธีการจัดส่งข้าว

3. สื่อมวลชน

## ❖ หลักการเขียนข่าวแจกเพื่อการประชาสัมพันธ์ ❖

1. ยึดหลักการเขียนข่าว 5W + 1H / มีพาดหัวข่าว
2. ควรพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ / ใช้กระดาษพิมพ์หัวของ  
บริษัท , สถาบัน
3. เขียนแค่เพียงหน้าเดียวเท่านั้น ถ้าไม่พอให้เขียนคำว่า  
“ -ยังมีต่อ- ” , “ -MORE- ” , “ กาแฟพร้อมดื่ม – 2 ”
4. ระบุแหล่งที่มา / การใช้สีหัวกระดาษควรมีเพียง 1-2 สี  
เท่านั้น

5. เนื้อหาไม่ควรยาวเกินไป

6. พิมพ์คำว่า “ สำหรับการเผยแพร่ทันที ” ไว้บนหัว  
ขวามือของหัวข้อความ

7. ระบุผู้ส่งข่าวไว้ที่ด้านล่างมุมซ้าย + เบอร์โทร

8. ระบุวันที่ส่งข่าวไว้ที่ด้านล่างมุมขวา

9. ระบุหมายเลขเอกสารข่าวแจก

10. ข่าวที่ส่งไปยังสื่อมวลชนต้องเป็นฉบับจริงเสมอ

11. ถ้ามีการจัดทำข่าวเฉพาะหนังสือพิมพ์ใดโดยเฉพาะ  
ให้ระบุคำว่า “ ข่าวเฉพาะสำหรับเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์.... ”
12. ควรรู้นโยบายของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ
13. อย่าเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ในลักษณะมุ่งโฆษณา

# อบรมกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

**WHO:** ศูนย์เสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

**WHAT:** จัดอบรมทางวิชาการเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ รุ่นที่ 5

**WHERE:** ณ ห้องสัมมนา 1 ชั้น 12 อาคาร 9

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

สอบถามรายละเอียดที่โทร 0-2671-7546 0-2671-7333 # 750,546

**WHEN:** 26-28 สิงหาคม 2564

**WHY:** เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้เข้าใจถึงขอบเขตของงานประชาสัมพันธ์  
การจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์

**HOW:** วิทยากรบรรยาย ประกอบด้วย รศ.ดร.ปรมะ สตะเวทิน อาจารย์ภาควิชา  
การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
อาจารย์ประจวบ อินอ้อด รองผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ช่อง 3  
ผศ.ดร.สุนิสา ประวิชัย ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ

## ม.กรุงเทพอบรมกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ รุ่น 5

ศูนย์เสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ / จัดอบรม  
ทางวิชาการเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ รุ่นที่ 5 / ณ ห้องสัมมนา 1  
ชั้น 12 อาคาร 9 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต / ระหว่างวันที่  
26-28 สิงหาคม 2565 / ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้เข้าใจถึง  
ขอบเขตของงานประชาสัมพันธ์ การจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ /  
โดยเชิญวิทยากร เช่น รศ.ดร.ปรมะ สตะเวทิน อาจารย์ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาจารย์  
ประจวบ อินอ้อด รองผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ผศ.ดร.สุนิสา  
ประวิชัย ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ฯลฯ  
ผู้สนใจติดต่อสอบถามได้ที่โทร 0-2671-7546 0-2671-7333 # 750 , 546  
ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

#####

## “โครงการประกันสุขภาพถ้วนเพิ่มเพื่อสมาชิก กบข.”

**WHO:** กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.)

ทิพยประกันภัย พอลคอนประกันภัย

**WHAT:** เสนอโครงการ “ประกันสุขภาพถ้วนเพิ่มเพื่อสมาชิก กบข.”  
กรมธรรม์ประกันภัยรูปแบบใหม่

**WHERE:** สอบถามรายละเอียดที่ทิพยประกันภัย โทร 0-2239-4555  
พอลคอนประกันภัย โทร 0-2676-8878  
กบข. โทร 1179 กด 6

**WHEN:** ปี 2565 (เริ่ม 22 พ.ค. 65)

**WHY:** เป็นกรมธรรม์ประกันภัยรูปแบบใหม่ครอบคลุมทั้งสุขภาพและทันตกรรมเพื่อ  
ลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลให้กับสมาชิก

**HOW:** โครงการนี้ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลให้กับสมาชิกที่เข้ารับการ  
รักษาพยาบาล ไม่ว่าจะเป็นโรงพยาบาลรัฐหรือ

เอกชน โดยครอบคลุมค่า

ใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลส่วนเพิ่มที่ข้าราชการ สมาชิกกบข. ต้อง  
รับผิดชอบด้วยตนเองให้มากที่สุด เสนออัตราเบี้ยประกันพิเศษที่จัดขึ้น  
พิเศษ

# กบข.ชูโครงการ “ประกันสุขภาพส่วนเพิ่ม เพื่อสมาชิก กบข.”

กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) จับมือ 2 บริษัท  
ประกันภัยพิพยประกันภัยและฟอลคอนประกันภัย เสนอโครงการ  
“ประกันสุขภาพส่วนเพิ่ม เพื่อสมาชิก กบข.” ออกแบบกรมธรรม์  
ประกันภัยรูปแบบใหม่ทั้งสุขภาพและ ทันตกรรมสำหรับสมาชิก กบข.  
พร้อมเบี้ยประกันอัตราพิเศษและส่วนลดมากมาย หวังช่วยลดภาระ  
ค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่มจากการรักษาพยาบาลที่สวัสดิการภาครัฐไม่  
ครอบคลุม สมาชิก กบข.ที่สนใจโครงการประกันสุขภาพส่วนเพิ่ม เพื่อ  
สมาชิก กบข. สามารถซื้อกรมธรรม์ได้ตั้งแต่ 22 พ.ค. 65 สอบถาม  
รายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ ทัพยประกันภัย โทร 0-2239-4555 ฟอลคอน  
ประกันภัย โทร 0-2676-8878 กบข. โทร 1179 กด 6

# ❖ โครงสร้างการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ❖

ประกอบด้วย 4 ส่วนใหญ่ ๆ ดังนี้

## 1. พาดหัวข่าว (headline)

### ตัวอย่าง

“กลุ่มเซ็นทรัลเปิดแผนธุรกิจปี 69 ตั้งเป้า 3.37 แสนล้านบาท”

“ไทย เพย์เมนต์ เน็ตเวิร์ก - ยูเนียนเพย์ อินเตอร์เนชันแนล  
เปิดตัวเครือข่ายบัตรอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศเป็นรายแรกใน  
ไทย”

“อาจารย์ ม.xx ทำวิจัยพบยาต้านริ้วรอยลดอายุได้”

2. วรรณนำหรือโปรย (lead) เป็นข้อความที่ต่อจากพาดหัวข่าว  
เขียนให้สอดคล้องรับกันกับพาดหัวข่าว

### ตัวอย่าง

“ไทย เพย์เมนต์ เน็ตเวิร์กจับมือยูเนียนเพย์ อินเตอร์เนชั่นแนล  
เปิดตัวเครือข่ายบัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศเป็นรายแรกใน  
ไทย กระตุ้นให้คนไทยชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มาก  
ขึ้น เพื่อเดินทางสู่สังคมไร้เงินสดในอนาคต”

“อาจารย์ คณะxx จดสิทธิบัตรงานวิจัยสารสกัดจากต้นยางนา  
ผลิตเครื่องสำอางค์ต้านริ้วรอย พร้อมเตรียมจัดจำหน่ายใน  
เดือนกุมภาพันธ์ 2569 พร้อมกันทั่วประเทศ”

### 3. ส่วนเชื่อม (neck)

เพื่อให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับภูมิหลังของหน่วยงาน

### 4. เนื้อหาข่าว (body)

ตอบคำถามทุกประเด็นเกี่ยวกับ ใคร (who) ทำอะไร (what)  
ที่ไหน (where) เมื่อไหร่ (when) ทำไม หรือเพราะเหตุใด (why)  
อย่างไร (how) อย่างครบถ้วน

## ❖ รูปแบบของการเขียนข่าวแจก ❖

1. การเขียนแบบปิรามิดหัวกลับ ( **Inverted Pyramid** )
2. การเขียนแบบปิรามิดหัวตั้ง ( **Upright Pyramid** )

# ประเด็น การ นำ เสนอ ข่าว ประชา สัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์ มักมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราว ดังนี้

| ความเกี่ยวข้องกับภารกิจ  | ตัวอย่างประเด็นข่าวประชาสัมพันธ์  |
|--|---|
| นโยบายและแผนงาน  | นโยบายใหม่ แผนงานด้านงบประมาณ แผนการพัฒนาบุคลากร แผนพัฒนาธุรกิจ แผนกลยุทธ์การตลาดแผนพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน   |
| กิจกรรมการดำเนินงาน  | งานของฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร รวมทั้ง โครงการต่าง ๆ ที่องค์กรจะดำเนินการได้ดำเนินการ ทั้งที่ดำเนินการเองและหรือร่วมมือกันพันธมิตรทางธุรกิจ  |
| ผลการดำเนินงานในภารกิจ โครงการ กิจกรรม                               | โครงการ กิจกรรมต่าง ๆ ของฝ่ายงาน ภายในองค์กรหรือบริษัทในเครือ   |
| ความเคลื่อนไหวปัจจุบันในด้านต่าง ๆ ขององค์กร เช่น<br>- ด้านการบริหาร | การเพิ่มทุน<br>การแถลงผลประกอบการ ในรอบไตรมาส รอบปี<br>ข้อมูลรายงานตลาดหลักทรัพย์ และผู้ถือหุ้น<br>การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร<br>การแต่งตั้งผู้บริหาร<br>การขยายธุรกิจ และพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ ๆ<br>การให้ขวัญและกำลังใจแก่พนักงาน<br>สวัสดิการของบุคลากร<br>การบริหารตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) |
| - ด้านเทคโนโลยีและการวิจัย   | ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีเพื่องานด้านต่าง ๆ ขององค์กร<br>ผลการพัฒนาและวิจัยขององค์กร (Research & Development) ที่เกิดแก่นสินค้าและบริการการเผยแพร่ผลงานวิจัย   |
| - ด้านการตลาด  | ความร่วมมือด้านการพัฒนาและวิจัยเทคโนโลยีกับต่างประเทศ<br>ความเคลื่อนไหวกิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง “วงจร” ของสินค้าและบริการ<br>ข้อมูลการสำรวจ การวิจัยเกี่ยวกับ ความต้องการของลูกค้า และนโยบายการตอบสนองความต้องการเหล่านั้น<br>ความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ<br>การแต่งตั้งผู้แทนจำหน่าย               |
| - ด้านบริการสังคม  | การจัดอบรมสัมมนาแก่บุคคลทั่วไป<br>การบริจาคเพื่อช่วยเหลือสังคม<br>การร่วมจัดกิจกรรมกับชุมชน<br>การเข้าร่วมกิจกรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วันสำคัญต่าง ๆ กับหน่วยงานของภาครัฐ และองค์กรภายนอก ฯลฯ   |

❖ ผลิตภัณฑ์สินค้าแบ่งตามความสนใจของสื่อมวลชน  
และผู้บริโภค ❖

สามารถแบ่งได้ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความสนใจสูงจากสื่อมวลชนและผู้บริโภค  
อาทิ รถยนต์ คอมพิวเตอร์ บ้านเท็ง และกีฬา
2. ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความสนใจสูงจากสื่อมวลชน แต่ได้รับความสนใจต่ำจากผู้บริโภค  
อาทิ อาหาร และยา

3. ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมสูงจากผู้บริโภค แต่ได้รับความนิยมต่ำจากสื่อมวลชน อาทิ สุรา เบียร์ เครื่องดื่ม และ รองเท้ากีฬา

4. ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมต่ำจากสื่อมวลชนและจากผู้บริโภค อาทิ บุหรี่ ขนมขบเคี้ยว

## ❖ กลยุทธ์หยิบจุดเด่นมาเป็นข่าว ❖

☹ ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์อยู่ในกลุ่มที่ 1

☞ ใช้กลยุทธ์ “สินค้าเป็นข่าว”

จัดแถลงข่าว (announcement) แนะนำ (Introduction) หรือทำข่าวแจก (release) ก็ได้รับความสนใจทั้งจากสื่อมวลชนและผู้บริโภค

## ☹ ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มที่ 2

👉 กลยุทธ์ที่ใช้คือ การค้นหาสิ่งที่มีประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ และเป็นเรื่องใกล้ตัวผู้บริโภคมาจับเป็นประเด็นนำเสนอ

เช่น อาหาร ธัญพืช (cereal) ซึ่งผลิตจากข้าวโพด (corn flakes) ของ Nestle “แผ่นข้าวโพดอบกรอบเคลือบน้ำตาล” หยิบเอาคุณค่าขึ้นมาเผยแพร่ นอกจากแคลเซียม วิตามินและแร่ธาตุครบ 10 ชนิดแล้ว ประเด็นใหม่คือ “น้ำตาล” ซึ่งเป็นอาหารธรรมชาติที่คนทั่วไปรู้จักและยอมรับในคุณค่า เนื้อหาที่เผยแพร่จึงไม่ใช่สิ่งที่ผู้บริโภคต้องซื้อ แต่เป็นเหตุผลที่ตอบผู้บริโภคว่า ทำไมจึงควรซื้อ

## ❖ กลยุทธ์เพิ่มความดังมาเป็นข่าว ❖

☹ ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มที่ 3

☞ อาศัยความมีชื่อเสียงหรือเด่นดัง ซึ่งได้รับความสนใจจากด้านอื่นเข้ามาเชื่อมโยง (Product-linkage) อาทิ การที่บริษัทบุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายเบียร์สิงห์ เป็นผู้อุปถัมภ์การแข่งขันกีฬาสำคัญระดับชาติ

## ☹ ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มที่ 4

👉 เลือกใช้ความเด่นดัง หรือคนมีชื่อเสียงได้อย่างไรให้เหมาะสม โดยเน้นไปที่ภาพพจน์ขององค์กรและชื่อของผลิตภัณฑ์เป็นด้านหลัก

มันฝรั่งอบกรอบ “ฟริสโต-เรย์” (Frito-Ray) ซึ่งมีตลาดเป้าหมายเป็นวัยรุ่น ได้จับมือกับสมาคมนิสิตแก่นิเทศศาสตร์ จุฬาฯ จัดอบรมนิสิตนักศึกษานิเทศศาสตร์ ที่ได้รับคัดเลือกจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนทั่วประเทศ ก่อนจะแยกสาขาวิชาขึ้นไปเรียนในปีที่ 3 โดยเชิญบุคคลผู้ประสบความสำเร็จในวงการทุกด้านจากทุกสาขาซึ่งเป็นนิสิตแก่นิเทศศาสตร์ จุฬาฯ มาเป็นวิทยากร งานนี้ ฟริสโต-เรย์ ได้ทั้งภาพพจน์องค์กรและภาพพจน์ผลิตภัณฑ์

# ตัวอย่างการเขียนข่าวเชิงธุรกิจ

**สยามฟิวเจอร์ ดีเวลอปเมนท์ พร้อมเปิด โครงการดี เอสพละนาต  
สุดยอดอาร์ตเทอร์-เทนเมนท์ เซ็นเตอร์แห่งแรกของเอเชีย**

*บริษัทสยามฟิวเจอร์ ดีเวลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน) หรือ เอสเอฟ ผู้นำด้านพัฒนา และบริหารศูนย์การค้าแบบเปิดของไทย ลั่นขอเป็นสุดยอดผู้พัฒนาศูนย์การค้าในเอเชีย พร้อมเปิดมิติใหม่แห่งวงการศูนย์การค้า ส่ง ดี เอสพละนาต...ผลงานศิลปะสู่ชีวิตสนุก อาร์ตเทอร์-เทนเมนท์ เซ็นเตอร์แห่งแรกของเอเชีย มูลค่าโครงการกว่า 1,500 ล้านบาท เจาะตลาดคนฮิปที่มีใจรักศิลปะ และความบันเทิงแบบมีสาระ คาดดึงลูกค้าเข้าศูนย์กว่า 50,000 คนต่อวัน*

# ตัวอย่างการเขียนข่าวเชิงธุรกิจ

**สยามฟิวเจอร์ จับมือ ไอเกีย เปิดตัว "เมกะ บางนา"  
มูลค่าโครงการกว่า 10,000 ล้านบาท**

สยามฟิวเจอร์ เพิ่มทุนกว่า 600 ล้านบาท ร่วมมือกับ อีคาโน จัดพิธีลงนามความร่วมมือในการเปิดศูนย์การค้า "เมกะ บางนา" (MEGA BANGNA) มูลค่าโครงการกว่า 10,000 ล้านบาท พร้อมทั้ง ศูนย์เฟอร์นิเจอร์และศูนย์ตกแต่งบ้าน "ไอเกียสโตร์" (IKEA STORE) แห่งแรกในเมืองไทย เจาะตลาดกลุ่มครอบครัว และผู้บริโภคที่มีไลฟ์สไตล์ ภายใต้คอนเซ็ปต์ใหม่ คาดสามารถดึงดูดคนเข้าศูนย์กว่า 40 ล้านคนต่อปี

# ตัวอย่างการเขียนข่าวเชิงไลฟ์สไตล์

**สยามฟิวเจอร์ เปิดตัว เอสพละนาด  
ยิ่งใหญ่สมเป็นสุดยอดศูนย์บันเทิงเชิงศิลป์แห่งแรกของไทย**

*บริษัท สยามฟิวเจอร์ ดีเวลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน) หรือ เอสเอฟ ผู้นำด้านพัฒนา และบริหาร ศูนย์การค้าแบบเปิดของไทย จัดงานเปิดตัว "เอสพละนาด" สร้างปรากฏการณ์สุดยอดอาร์ตเทอร์-เทนเมนท์ เซ็นเตอร์แห่งแรกของไทย เปิดตัวอย่างยิ่งใหญ่ พร้อม เทคนิคแสง สี เสียงตระการตา*



# ส่งข่าวประชาสัมพันธ์



## NEWS CLIPPING

Media Ban Muang  
Circulation

Page 7

Date February 5, 2010  
Section

### กลัวงูใน

#### แทบไม่ได้พัก

แว่วๆ มารู้หลังจากที่ รมช.มือปราบสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ อย่าง **อลงกรณ์ พลบุตร** รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ที่เสร็จสิ้นจากการเดินทางไปเยือนสหรัฐอเมริกาตามภารกิจหารือกับผู้แทนการค้าสหรัฐ

แต่ที่ลืมไม่ได้ในฐานะที่นั่นได้ชื่อว่าเป็นเมืองปราบของเถื่อน... จูๆๆ ที่ว่าของเถื่อนเป็นพวกจบมีสติเดือน สินค้าเกือบเป็นล้านแถมละเจ้าค่า... ที่สำคัญงานนี้ความฝันอันสูงสุดของทั้งหน้าจะอยู่ที่การปลดปล่อยออกจากบัญชีดำประเทศที่ถูกจับตามองเป็นพิเศษหรือที่เราๆ ท่านๆ รู้จักกันไหมนาม **"พีดีบีบลิวแอล"** นั่นแหละเจ้าค่า...



อลงกรณ์ พลบุตร

ที่สำคัญที่จะเป็นเครื่องการันตีว่า รมช. ไล่ใจเต็มที คือการที่ทั้งงานแทบไม่ได้พัก ถึงขึ้นควมเรนอฮับตีกรมทรัพย์สินทางปัญญา **"ปีงฉินา ธนสันติ"** บินต่อตรงไปลงที่ภูเก็ตทันที อ๊ะ... อย่าเพิ่งคิดไปไกลนะเจ้าคะ เพราะงานนี้ที่นั่นรีบวิ่งไปนะก็เพราะต้องไปรีบไปเพื่อเป็นประธานงานเผาทำลายสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาที่เตรียมเผากว่า 2 แสนชิ้น ในวันที่จันทร์ที่จะถึงนี้แล้วเจ้าคะ ...งานนี้ทั้งงานแบบถึงลูกถึงคน ถ้าสหรัฐยังคงสภาพไทยเหมือนเดิมคงใจดำกินไปแล้วไม่มียะทาน



## NEWS CLIPPING

Media Thun Hoon  
Circulation

Page 17

Date February 10, 2010  
Section



◆◆ ทันที่ที่กลับจากสหรัฐอเมริกา **"อลงกรณ์ พลบุตร"** รมช.กระทรวงพาณิชย์ ก็ควมเรนอฮับตีกรมทรัพย์สินทางปัญญา **"ปีงฉินา ธนสันติ"** ลงไปภูเก็ตทันทีเพื่อเป็นประธานงานเผาทำลายสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ที่ยึดมาได้กว่า 200,000 ชิ้น พร้อมกับนำขบวนเดินรณรงค์ประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนนักท่องเที่ยวที่หาดป่าตอง...???

# ส่งข่าวประชาสัมพันธ์



## NEWS CLIPPING

Media Post Today: Post  
Circulation

Page B 2

Date  
Section

February 12, 2010

## CLIPPING

Post Today

Page B 2

Date February 5, 2010

Section

### คอร์ปอเรต

□□... **เคิร์ก เม็กเคเคเคริน** เอ็มดีอเมริกันสแตนดาร์ด รับเกียรติจาก ชมพู อารยา จอย วีนลณี และกันต์ กันตถาวร มาโชว์ชุดพิเศษ เปิดตัวสูชภัณฑ์คอลเล็กชันล่าสุด ในงานเปิดอเมริกันสแตนดาร์ด บายเฮาส์ แฟล็กชิพโชว์รูมแห่งใหม่ดีไซน์ล้ำ ที่ทุ่มทุนสร้างกว่า 10 ล้านบาท วันที่ 17 ก.พ.นี้ ที่คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์

□□... **ศึกคัดตั้งแต่ต้นปี** สำหรับ **กวิน กิตติบุญญา** กรรมการผู้จัดการ บริษัท กวิน อินเทอร์เน็ต ที่ประเดิมงานแสดงสินค้า หลายงานใหญ่ไล่เลี่ยกัน ตั้งแต่งานแสดง ท่องไทย ท่องโลก 2010 ที่มีไฮไลต์โรงแรม ราคาเริ่มต้นที่ 499 บาท หรือแพ็คเกจเที่ยว เชียงใหม่ 3 วัน 2 คืน รวมทั้งพัก อาหาร และทัวร์ ราคาเพียง 1,999 บาท ระหว่าง วันที่ 11-14 ก.พ.นี้ ที่เอ็มซีซีฮอลล์ ชั้น 4 เดอะมอลล์ บางกะปิ หวังคนชมงาน กว่าแสนคน คาดว่ายอดขายกว่า 100 ล้านบาท



เคิร์ก

□□... **ต่อด้วยงาน แฟรนไชส์ กาแฟ และเบเกอรี่ บีที 4** ที่จัด โดยกวิน อินเทอร์เน็ตเช่นกัน ระหว่างวันที่ 18-21 ก.พ. ที่เอ็มซีซีฮอลล์ เดอะมอลล์ บางกะปิ ที่เป็นการรวม 3 งานแสดงยักษ์ แฟรนไชส์ กาแฟ เบเกอรี่และไอศกรีม ซุกุลบุรุษลดราคาสูงถึง 30% พร้อมกิจกรรมเนื้อหาเข้มข้นตลอด 4 วัน คาดว่าคนชมงานกว่า 3 หมื่นคน เงินสะพัดซื้อขายภายในงานกว่า 100 ล้านบาท

□□... **ฐานออนไลน์** หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ร่วมกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เชิญร่วมฟังเสวนา **เจ้าแก๊งออนไลน์** ที่มีวิทยากรมากความสามารถบนโลกออนไลน์มาร่วมให้ความรู้ อาทิ ภาวูธ พงษ์วิทย์มานู กรรมการผู้จัดการบริษัท ตลาดดอทคอม อิทธิพัทธ์ กุลพงษ์วิณิชย์ จากสาขาขายเจ้าแก๊งน้อย และสุทธิชัย รัตน์วิไลวรรณ แห่งค่ายชินเนอรี่จี อี ผู้บุกเบิกโฆษณาออนไลน์ วันที่ 17 ก.พ.นี้ ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ○

### คอร์ปอเรต

□□... **ถ้าจะเอ่ยถึงทำเนียบสุดยอดผู้บริหาร** ในวงการกระจก ต้องมี **ศรินทร์ เมธีวัชรานนท์** บิ๊กบอสชาวเวอร์คิงกรุ๊ป ที่เป็นผู้นำด้านกระจกเทมเปอร์รวมอยู่ด้วยแถมตอนนี้ ยังได้รับเลือกให้ดำรงตำแหน่งอุปนายกสมาคมแห่ง สถาบันพระปกเกล้าคนล่าสุด สมกับเป็นผู้บริหารหญิง ชัยนำตัวจริง เสียงจริง



ศรินทร์

# ส่งข่าวประชาสัมพันธ์



## NEWS CLIPPING

Media Kom Chad Luek  
Circulation

Page 21

Date February 16, 2010  
Section



### เสิร์ฟท่ามกลางแสง

●●●เตรียมมาเดินเฉียดฉวยกันแบบยกเซต ไม่ว่าจะเป็น “ชมพู่” อารยา เอ ฮาร์เก็ต “จอย” รัชลณี ศรีเพ็ญ และ กันต์ กันตถาวร ในแพชั่นคอนเสิร์ตเปิดตัวซุซกัณฑ์คอลเลกชันใหม่ล่าสุดของ อเมริกัน สแตนดาร์ด บาสเฮ้าส์ แฟล็กชิพโชว์รูมแห่งใหม่ดิไซน์ส์ ใครอยากรู้ว่าจะมีเลขขนาดไหนไปชมกันได้ วันพุธที่ 17 กุมภาพันธ์ หนึ่งทุ่มตรง ชั้น 1 โซนดี คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ (CDC) เลียบทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา



## NEWS CLIPPING

Media Bangkok Today  
Circulation

Page 29

Date February 16, 2010  
Section

### ...๖ ใต้ฟ้า

→ เตรียมมาเดินเฉียดฉวยกันแบบยกเซต ไม่ว่าจะเป็น ชมพู่-อารยา เอ ฮาร์เก็ต, จอย-รัชลณี ศรีเพ็ญ และ กันต์ กันตถาวร ในแพชั่นคอนเสิร์ตเปิดตัวซุซกัณฑ์คอลเลกชันใหม่ล่าสุดของ อเมริกัน สแตนดาร์ด บาสเฮ้าส์ ในวันที่ 17 ก.พ. หนึ่งทุ่มตรง ชั้น 1 โซนดี คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ (CDC) เลียบทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา

# ส่งข่าวประชาสัมพันธ์



## NEWS CLIPPING

Media Khao Sod (Morning Issue)

Circulation

Page 23

Date February 3, 2010

Section

### ชาวเวอร์คิงรุกหนักปั้นแบรนต์-โต40%

นางศรินทร เมชีวีชราพันธ์ ประธานกรรมการ บริษัท ชาวเวอร์คิง แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด ผู้ผลิต และจำหน่ายกระบอกนิรภัยสำหรับกันอาบน้ำ "ชาวเวอร์คิง" เปิดเผยว่า บริษัทเป็นผู้ผลิตกระบอกนิรภัยสำหรับกันอาบน้ำรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย แต่ที่ผ่านมา 16 ปี ยังไม่ได้ทำตลาดสร้างแบรนต์ให้ลูกค้าได้รับรู้อย่างจริงจัง ซึ่งในปีนีวางแผนในการรุกตลาดอย่างหนัก ทั้งการสร้างแบรนต์ให้เป็นที่จดจำ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงอันตราย จากการใช้กระบอกกันอาบน้ำ ที่ไม่ได้มาตรฐานความปลอดภัยเพียงพอ เนื่องจากมองว่าในปีนี้ ทิศทางของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จะมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการใช้งานกระบอกกันอาบน้ำเป็นจำนวนมาก

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของชาวเวอร์คิง มีความได้เปรียบทั้งในด้านการผลิต อีกทั้งได้รับการรับรองจากต่างประเทศว่าเมื่อกระบอกแตกแล้วจะไม่เป็นปากกลาม รวมถึงมีบริการให้กับลูกค้าแบบครบวงจร โดยในปีนี้ตั้งเป้ายอดขายไว้ที่ 300 ล้านบาท หรือเติบโตขึ้น 40% เมื่อเทียบกับยอดขายปีที่แล้วซึ่งไม่มีการเติบโต ทั้งนี้ บริษัทเตรียมเปิดโชว์รูมในกรุงเทพฯ รวม 3 แห่ง ใช้เงินลงทุนแห่งละประมาณ 10 ล้านบาท โดยเปิดที่แรกบริเวณเลียบทางด่วนรามอินทรา-อาจณรงค์

# 😊 ช่องทางการประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต 😊

✦ ทางอีเมล  ส่งหานักข่าวและลูกค้า

⊕ ข่าวประชาสัมพันธ์

⊕ ภาพข่าวประชาสัมพันธ์

⊕ ข้อมูลและรายละเอียดอื่นๆ

✦ **ทางสื่อสังคม (Social Media Release: SMRs)**

- **สำนักข่าวเดิมปรับมาเป็นออนไลน์**  **ไทยรัฐ**  
**ออนไลน์ ผู้จัดการออนไลน์**

- **สำนักข่าวออนไลน์แท้ ๆ**  **สำนักข่าว The Matter**  
**The Standard**

## การเขียนข่าวผ่านทางสื่อสังคม (SMRs)

-  ปิรามิดหัวกลับย่อเนื้อหาให้สั้น เสนอประเด็นย่อยแยกข้อความสัมผัสอย่างชัดเจนไม่เขียนกลืนเนื้อหา
-  ใช้ multi-media นำเสนอ
-  ให้ Links , hyperlinks

# 😊 การประชาสัมพันธ์รูปแบบกระทู้ในเว็บบอร์ด 😊

## 🌸 กระทู้ข่าวประชาสัมพันธ์

👉 เขียนในนามของหน่วยงาน องค์กร หรือประชาชน

👉 รูปแบบเหมือนกับข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วไป

เพียงแต่ปรับให้สั้นขึ้น กระชับขึ้น หรือใส่ทั้งหมดก็ได้

👉 ภาษาและรูปแบบทางการ

👉 สามารถลงชื่อหน่วยงานหรือองค์กรที่เป็นผู้เขียนได้

👉 สามารถลงชื่อเว็บไซต์ของหน่วยงาน หรืออีเมลล์



# กระทู้ข่าวประชาสัมพันธ์



**Gen x Academy ชวน... เสวนา**

**ก่อนจะเป็นคอลัมน์นิสต์กับนันทขว้าง**

นันทขว้าง ธีรสุนทร นักเขียนและคอลัมน์นิสต์ชื่อดัง ขอเชิญคุณที่  
ชอบเขียนอยากมีหนังสือดีๆ โดยฝีมือการเขียนของคุณเองหรือ  
ต้องการก้าวเข้าสู่การเป็นคอลัมน์นิสต์เข้าร่วมกิจกรรม “เสวนาก่อน  
จะเป็นคอลัมน์นิสต์” ร่วมพูดคุยที่นี้ที่เดียว 29 เมษายน 2567 เวลา  
10.00–12.30 น. สำรองที่นั่งด่วน GenxAcademy 0-2203-1001  
(จำนวนจำกัด 30 คนเท่านั้น) สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ นฤมล  
(แอร์) : 081-657-2783

# 😊 การประชาสัมพันธ์รูปแบบกระทู้ในเว็บบอร์ด 😊



## กระทู้สร้างกระแส

- 👉 เขียนในนามของประชาชนที่มีความสนใจในเรื่องนั้น
- 👉 สามารถตั้งได้หลายกระทู้แต่ควรเปลี่ยนชื่อและเครื่อง
- 👉 ไม่ต้องลงชื่อหน่วยงานหรือองค์กร
- 👉 ภาษาและรูปแบบไม่ทางการ
- 👉 เนื้อหาไม่ต้องยาวมาก เน้นสั้น ได้ใจความ



## กระตู่สร้างกระแส



- ⊕ **อยากเป็นคอลัมน์นิสต์จingleพอทราบว่ามีที่ไหนเปิดอบรมหรือเสวนาบ้างคะ**
- ⊕ **ตอนนี้พื้้นทขว่างมีงานอะไรบ้างนอกจากการทำงานที่เนชั่น**
- ⊕ **มีใครทราบเบอร์โทรของ Genx Academy ที่จัดเสวนาก่อนจะเป็นคอลัมน์นิสต์กับพื้นที่ว่างบ้าง**

## ✦ ทางเว็บไซต์ฟรี PR

☞ ThaiPR, CheezeSociety และ PRNewsWire

<https://www.cheezesociety.com>

<https://www.thaipr.net>

## ✦ ทาง Own Media

☞ Facebook, Website, Blog, Twitter และ

ช่องทางอื่น ๆ

*The end*

## ⊕ เอกสารอ้างอิง ⊕

วิภาณี แม้นอินทร์. (2567). การเขียนเพื่อการ  
ประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร. กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.