

บทที่ 6 : การเขียนในโอกาสพิเศษ

ผศ.วิภาณี แม้นอินทร์

สัปดาห์ที่ 12-13

❖ การเขียนในโอกาสพิเศษ ❖

คือ รายงานที่เขียนในโอกาสพิเศษ เช่น จัด
สัมมนา จัดประกวด จัดนิทรรศการ ฯลฯ ซึ่งจะมี
การกล่าวเปิดงานโดยผู้ที่เป็นประธานในพิธี โดยปกติ
แล้วจะเป็นบุคคลสำคัญในงาน ซึ่งจะต้องทำหน้าที่ใน
การกล่าวเปิดงาน นอกจากนั้นจะต้องมีผู้กล่าวรายงาน
ทุกครั้ง

❖ หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์กับการเขียนในโอกาสพิเศษ ❖

มีหน้าที่จัดเตรียมสคริป หรือ บทของคำกล่าวเปิดงานและคำกล่าวรายงาน เพื่อให้บุคคลสำคัญในงานได้กล่าวกับผู้ร่วมงาน รวมถึงให้บุคคลสำคัญของบริษัท/หน่วยงานกล่าวรายงานต่อประธานในพิธี อาทิ วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน เป็นต้น

❖ การเขียนสุนทรพจน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ❖

สุนทรพจน์ คือ การพูดด้วยถ้อยคำที่ไพเราะ และเหมาะสมแก่โอกาส การพูดในที่ชุมชนในโอกาสต่างๆ เช่น การกล่าวอวยพร การกล่าวสดุดี การแสดงรายงาน การกล่าวปราศรัย กล่าวให้โอวาท หรือ เป็น การพูดในโอกาสที่เป็นพิธีการเท่านั้น เช่น กล่าวปราศรัย ให้โอวาท ดังนั้น การจัดทำสุนทรพจน์ จะต้องร่างมาอย่างดี ใช้ภาษารัดกุม สละสลวย

❖ ช่องทางการนำเสนอสุนทรพจน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

สัมพันธ์ ❖

1. ทางการพูดหรือการกล่าวในที่ชุมนุมชน
2. ทางสื่อสิ่งพิมพ์

❖ ประเภทของการเขียนในโอกาสพิเศษ ❖

1. การเขียนสุนทรพจน์และคำปราศรัยเพื่อการ ประชาสัมพันธ์

1. การกล่าวปราศรัย หรือ สารจากประธานกรรมการ

ใช้ในโอกาสเข้ารับตำแหน่งใหม่ วันสำคัญต่าง ๆ สดุดี
เกียรติคุณพนักงาน

เนื้อหาประกอบด้วย

- โอกาส ความสำคัญของโอกาส
- ประวัติความเป็นมา จุดมุ่งหมายของกิจการ
หน่วยงาน หรือ โครงการ

หน่วยงาน

- หลักการดำเนินงาน หรือ อุดมการณ์ของ
- กิจกรรมสำคัญ หรือ ผลงานที่โดดเด่น
- ขอบเขตผู้สนับสนุนกิจการ ลูกค้า

2. การกล่าวอวยพร / สารแสดงความยินดี / สารอวยพร

เนื้อหาประกอบด้วย

- ฐานะของผู้กล่าว กล่าวในนามของใคร
- โอกาส ความสำคัญของโอกาสนั้น
- ความสำคัญ และบทบาทของกิจการที่มีต่อ
ส่วนรวม (เชิงธุรกิจ / สังคม)

- ชื่นชมผลงาน / กิจกรรมที่โดดเด่น
- แสดงความยินดีและอวยพรแก่กิจการ
หน่วยงาน ผู้บริหาร พนักงาน

3. การกล่าวสดุดี ยกย่องให้เกียรติผู้ที่ทำความดี

เนื้อหาประกอบด้วย

- แสดงความยินดีกับผู้ที่ได้รับการยกย่อง
- กล่าวถึงเหตุการณ์หรือคุณสมบัติอันเป็นที่มา
ของการยกย่องคำกล่าว
- กล่าวกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดแรงจูงใจที่จะปฏิบัติตาม

4. การกล่าวรายงาน

- ขอบคุณประธานในพิธีที่ให้เกียรติ
- หลักการและเหตุผลของการจัดงาน
- วัตถุประสงค์ของการจัดงาน
- ระยะเวลาของการจัดงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ที่

น่าสนใจ

- ขอบคุณผู้จัดที่ให้การสนับสนุนการจัดงาน
- แสดงความคาดหวัง / ประโยชน์ที่จะได้รับจาก

งาน

- เชิญประธานในพิธีกล่าวเปิดงาน

ตัวอย่างหัวกระดาษ

คำกล่าวรายงาน

เนื่องในพิธีเปิด , พิธีบรรยายพิเศษ เรื่อง.....

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์กัญภัส อุตะเกา


คณบดีวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วันศุกร์ที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2564 เวลา 09.00 น.

ณ ห้องประชุมช่อแก้ว มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

4. คำกล่าวของประธานในพิธีเปิด

- คำขึ้นต้น หรือ คำทักทาย
- แสดงความยินดี และรู้สึกเป็นเกียรติ
- แสดงความชื่นชม เห็นด้วย หรือ สนับสนุน
งาน , กิจการ
- ย้ำความสำคัญของกิจการ , งานที่ทำ
- ฝากข้อคิด ข้อเสนอแนะ

- 
- แสดงความหวังว่างาน , กิจการนี้มีประโยชน์
 - ขอบขอบคุณผู้จัด และผู้สนับสนุน
 - กล่าวเปิดงาน
 - อวยพรแก่กิจการ , งานที่เปิด
 - อวยพรแก่ผู้มาร่วมงาน

ตัวอย่างหัวกระดาษ

คำกล่าวเปิดงาน / คำกล่าวตอบ

เนื่องในพิธีเปิด หรือ พิธีบรรยาย เรื่อง.....

โดย

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตिकाญจน์ ศรีวิบูลย์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วันศุกร์ที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2564 เวลา 09.00 น.

ณ ห้องประชุมช่อแก้ว มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

6. การกล่าวต้อนรับ

6.1 การกล่าวต้อนรับอาคันตุกะหรือแขกผู้มาเยือนองค์กร

- แสดงความยินดีที่ได้มีโอกาสต้อนรับอาคันตุกะ
- จุดมุ่งหมายและความสำคัญของการมาเยือน
- สรุปความเป็นมาของการดำเนินงานต่าง ๆ

ภายในองค์กร และโครงการในอนาคต

- แสดงความคาดหวังว่าผู้มาเยือนจะได้รับความพึงพอใจและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

- แสดงความคาดหวังว่าจะได้พบกันอีกในอนาคต

ต่อไป

6.2 การกล่าวต้อนรับพนักงานใหม่

- แสดงความยินดีที่ได้ต้อนรับผู้เข้มาร่วมงานใหม่
- ความก้าวหน้าของกิจการ ภาระหน้าที่และความเกี่ยวข้องกับผู้มา

ใหม่

- แสดงความคาดหวังว่าจะได้ร่วมมือกันปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วง

ด้วยดี

- สรุปการดำเนินงานขององค์กรและโครงการในอนาคต
- ประโยชน์ที่พนักงานใหม่จะได้รับ เช่น ความก้าวหน้า สวัสดิการ

ต่าง ๆ

- กฎ ระเบียบ ที่ควรทราบในการปฏิบัติตัว
- กล่าวอวยพรให้ปฏิบัติหน้าที่ได้เต็มความสามารถ

2. การเขียนประกาศหรือแถลงการณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

 ประกาศหรือแถลงการณ์ หมายถึง ข้อความที่แจ้งแก่บุคคลทั่วไป เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นได้ปฏิบัติตามในสิ่งที่ผู้ออกประกาศได้วางแผนเอาไว้ โดยผู้ประกาศอาจเป็นบุคคลใดก็ได้ และเรื่องที่ประกาศจะต้องเป็นเรื่องที่มีเหตุผลเพียงพอ

ประเภทของประกาศหรือแถลงการณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

1. ประกาศแจ้งให้ทราบโดยทั่วไป เช่น การออกนโยบาย

ใหม่

2. ประกาศหรือแถลงการณ์เพื่อป้องกันหรือแก้ไขความ

เข้าใจผิด

หลักการเขียนประกาศหรือแถลงการณ์เพื่อการ ประชาสัมพันธ์

1. ควรเริ่มต้นด้วยการชี้ให้เห็นถึงปัญหาและสาเหตุที่เกิดขึ้น ตามด้วยการชี้แจงเชิงแก้ไข
2. เรียบเรียงประเด็นสำคัญตามลำดับเป็นข้อ ๆ
3. เน้นการอธิบาย พร้อมอ้างเหตุผลและแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ
4. ใช้ภาษาทางการที่กระชับ รัดกุม และใช้ถ้อยคำที่น่าหนักเพื่อสื่อสารได้ตรงเป้าหมายในเวลาอันสั้น



Seoul Secret®

ตามที่มีการแชร์เรื่องคลิปโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารเสริม สโนวซ์ กลูตา ที่มีคุณคริส หอวังเป็นพรีเซ็นเตอร์นั้น ทางแบรนด์ SEOUL SECRET ในฐานะเจ้าของคลิปโฆษณาดังกล่าวขอภัยในความผิดพลาดที่เกิดขึ้นโดยพร้อมจะรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว ทางบริษัทฯ ไม่ได้มีเจตนาที่จะส่งสื่อสารไปในทางการเหยียดสีผิวหรือเชื้อชาติแต่อย่างใด

ทั้งนี้ ประเด็นหลักที่ตั้งใจจะสื่อออกไปตั้งแต่ต้นคือ การพัฒนาตัวเองตลอดเวลา ทั้งในแง่บุคลิกภาพ รูปลักษณ์ ความสามารถ ความเป็นมืออาชีพ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ต้องขอภัยอย่างสูง และขอขอบคุณทุกความคิดเห็น ขณะนี้ บริษัทฯ ได้ทำการถอดคลิปโฆษณา, สื่อโฆษณาที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสื่ออื่น ๆ ที่ได้วางแผนไว้ในอนาคตออกทั้งหมดแล้ว เพื่อเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อเหตุการณ์ทั้งหมดที่เกิดขึ้น

REGARDING THE CONTROVERSIAL CLIP OF SNOWZ GLUTA STARRING CRIS HORWANG, SEOUL SECRET, AS THE RIGHTFUL OWNER OF THE VIDEO CLIP, WOULD LIKE TO APOLOGIZE FOR THE MISTAKE, AND CLAIM FULL RESPONSIBILITY FOR THIS INCIDENT. OUR COMPANY DID NOT HAVE ANY INTENTION TO CONVEY DISCRIMINATORY OR RACIST MESSAGES.

WHAT WE INTENDED TO CONVEY WAS THAT SELF-IMPROVEMENT IN TERMS OF PERSONALITY, APPEARANCE, SKILLS, AND PROFESSIONALITY IS CRUCIAL.

HOWEVER, WE WOULD LIKE TO EXPRESS A HEARTFELT APOLOGY AND THANK YOU ALL FOR THE COMMENTS. CURRENTLY, WE HAVE REMOVED THE VIDEO CLIP, RELATED ADVERTISEMENTS, AND OTHER PLANNED MATERIALS TO SHOW OUR RESPONSIBILITY IN THIS INCIDENT.

SEOUL SECRET

ท็อปส์ ซีแฉงกรณีวิดีโอคลิปพบหนูที่ชั้นวางเบเกอรี่

#Positioningmag #TOPS อ่านต่อ >> <http://positioningmag.com/1095335>

ท็อปส์ Tops Thailand



หลังจากที่บนโลกออนไลน์ได้มีการแชร์คลิปวิดีโอหนึ่งที่มีเนื้อหาว่าพบหนูวิ่งบนถาดขนม แผนกเบเกอรี่
ในร้านท็อปส์ เดลี่ สาขา สุขุมวิท 33 คลิปได้เผยแพร่

ในวันพุธที่ 22 มิถุนายน 2559 ทางท็อปส์ โดย บริษัท เซ็นทรัล ฟู๊ด รีเทล จำกัด ได้ส่งจดหมายชี้แจง
และได้ทำการดำเนินการต่างๆ ดังนี้

1. ดำเนินการปิดร้านในทันที ตั้งแต่วันพุธที่ 22 - 23 มิถุนายน 2559 (2 วัน)
เพื่อทำความสะอาดพื้นที่ทุกจุดภายในร้านโดยทันที รวมทั้งอุปกรณ์ เครื่องใช้ต่าง ๆ โดยเน้นการทำความสะอาด
สะอาดบริเวณแผนกเบเกอรี่เป็นพิเศษ และที่สำคัญได้ทั้งสินค้าและอุปกรณ์ทั้งหมดในแผนกเบเกอรี่พร้อม
เปลี่ยนใหม่

2. ประสานงานกับฝ่ายอาคารที่บริษัทฯ เช่าพื้นที่ ตรวจสอบช่องทางที่หนูใช้เข้า - ออก และดำเนินการ
แก้ไข ซ่อมแซมเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ดังกล่าวอีก หาวิธีป้องกัน - กำจัดหนูและแมลง พร้อมติดต่อ
บริษัทกำจัดหนู แมลง และ สัตว์พาหะมาดำเนินการดักจับหนูและแมลงภายในร้านโดยทันที

อย่างไรก็ตาม ร้านท็อปส์เดลี่ สาขาสุขุมวิท 33 มีมาตรการกำจัดหนูและแมลงเป็นประจำ โดยทาง
สาขาเน้นเรื่องการทำทำความสะอาดอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก โดยปกติ ทางร้านฯ จะทำ
ทำความสะอาดหลังปิดครัวประจำวัน ทำความสะอาดพื้นที่ทุกจุดภายในร้านเป็นประจำอย่างทั่วถึงและทำ Big
Cleaning ด้วยบริษัทฯผู้เชี่ยวชาญและได้มาตรฐาน สัปดาห์ละ 1 ครั้ง

3. การเขียนคำขวัญเพื่อการประชาสัมพันธ์

คำขวัญเพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ข้อความประชาสัมพันธ์ที่เรียบเรียงขึ้นด้วยถ้อยคำขนาดสั้น ชัดเจน จดจำง่าย เป็นการอ้างถึงลักษณะสำคัญของบุคคล องค์กร หรือ สิ่งที่ปลุกฝัง เชิญชวนให้ปฏิบัติ มีความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร โน้มน้าวใจ สร้างหรือปรับเปลี่ยนทัศนคติในการรณรงค์ประเด็นต่าง ๆ ตลอดจนก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มประชาชน เป้าหมายและองค์กร


🌸 ประเภทของคำขวัญเพื่อการประชาสัมพันธ์ 🌸

1. คำขวัญประจำหน่วยงาน องค์กร สถาบัน

👉 ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรและสร้างความเป็นเอกลักษณ์ในสายตาของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

| หน่วยงาน องค์กร สถาบัน | คำขวัญประจำหน่วยงาน องค์กร สถาบัน |
|--|---|
| ธนาคารกรุงเทพ | เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน |
| ธนาคารไทยพาณิชย์ | ธนาคารที่คุณเลือก |
| บริษัทปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) | ที่ปูนซีเมนต์นครหลวง เราตอบสนองทุกความต้องการ |
| บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) | สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร |
| บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) | ผู้นำด้านพลังงานทดแทน |
| บริษัทเอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด(มหาชน) | เอส แอนด์ พี ชื่อนี้มีแต่ของอร่อย |
| สถานีแห่งวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย | โทรทัศน์แห่งประเทศไทย ทางเลือกใหม่ของปวงชน |

2. คำขวัญรณรงค์

 มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อช่วยกระตุ้น ตอกย้ำความรู้สึก ทักษะคติ และพฤติกรรมของกลุ่มประชาชนเป้าหมายตามข้อความในคำขวัญ

| หน่วยงาน องค์กร สถาบัน | คำขวัญที่ใช้ในการรณรงค์ |
|--|---|
| สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด | คิดดี ทำดี ต่อด้านยาเสพติด |
| สำนักงานจราจรและขนส่งกรุงเทพมหานคร | ไม่ขับเร็ว ไม่ตัดหน้า ไม่ฝ่าไฟแดง |
| การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | กอดเมืองไทย ให้หายเหนื่อย |
| การประปานครหลวง | ใช้น้ำอย่างคุ้มค่า เพื่อวันนี้ เพื่อวันหน้า |
| บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด | โตโยต้า ขับเคลื่อนความสุข |
| สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) | ลดพุง ลดโรค |
| กระทรวงสาธารณสุข | กินร้อน ช้อนกลาง ล้างมือ |

คำขวัญช่วงโควิด

“ล้างมือ กินร้อน ช้อนตรู แยกกันเราอยู่ รวมหมู่เราป่วย”

“ไม่ประมาท การ์ดอย่าตก”

“สงกรานต์สุขใจ ขับขี่ปลอดภัย ห่างไกลโควิด”

“งดเหล้า ห่างโควิด ชีวิตจะปลอดภัย”

“เลิกสูบ ลดเสี่ยง คุณทำได้”

❁ หลักการเขียนคำขวัญเพื่อการประชาสัมพันธ์ ❁

1. เป็นถ้อยคำที่สั้นกะทัดรัด อาจแบ่งเป็นวรรค อาจมีตั้งแต่ 1 วรรค ถึง 4 วรรค

เช่น “เมาไม่ขับ” (1 วรรค) “รักประชาธิปไตย ต้องไปเลือกตั้ง” (2 วรรค) “ยาเสพติด ผู้ซื้อตาย ผู้ขายติดคุก” (3 วรรค) “อากาศเป็นพิษ ชีวิตจะสั้น ต้นไม้เท่านั้น ทั้งกันทั้งแก้” (4 วรรค)

2. มีใจความสำคัญหรือเป้าหมายในคำขวัญเพียงประการเดียว เช่น “ก้าวกล้าไปในอนาคต”

3. มีการแบ่งจังหวะของคำสม่ำเสมอ เช่น “สวมแฟน แสนเพลีน” (วรรคละ 2 คำ) “หม้อข้าวหรรุ คู่โตะสวย” (วรรคละ 3 คำ)

4. มีการเล่นคำสะกดตา ได้แก่ การสัมผัสสระและสัมผัสพยัญชนะเพื่อให้เกิดความคล้องจองและช่วยให้ง่ายต่อการจดจำ

เช่น “รู้รัก สามัคคี” (สัมผัสสระ) “ยุ่งแขยง แมลงขยาด
เมื่ออาทขยับ” (สัมผัสพยัญชนะ)

5. หากเป็นคำขวัญโฆษณาสินค้า มักจะมีชื่อสินค้าหรือบริการอยู่ในคำขวัญนั้นด้วย

เช่น “สวมแพน แสนเพลิน” “มิตรแท้ประกันภัย มิตรแท้
ของคุณ” “ไทยสมุทรยึดมั่นคำสัตย์ญา”

✿ ขั้นตอนการเขียนคำขวัญเพื่อการประชาสัมพันธ์ ✿

ขั้นตอนที่ 1 การค้นหาแนวคิดหรือประเด็นหลักที่จะสื่อสาร

เช่น เนชั่นทีวี ใช้คำขวัญว่า “ทุกสนามข่าว เราคือตัวจริง”

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 3 การเรียบเรียงถ้อยคำ

ขั้นตอนที่ 4 การตรวจแก้ไข

ขั้นตอนที่ 5 การหาภาพประกอบ

The end

⊕ เอกสารอ้างอิง ⊕

วิภาณี แม้นอินทร์. (2565). การเขียนเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.