



ด่วนที่สุดบันทึกข้อความ

ส่วนราชการ งานเลขานุการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ โทร. 0 2618 2323 ต่อ 1146

ที่ นร 0201.02/ 4

วันที่ 4 มกราคม 2556

เรื่อง ขอส่งเอกสารทางวิชาการ เรื่อง คู่มือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพ

เรียน อปส.

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ (นายจรูญ ไชยศร) ขอส่งเอกสารทางวิชาการ 1 ชิ้น ชื่อเรื่อง คู่มือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นเอกสารที่ใช้ประกอบการพิจารณาขยายไปดำรงตำแหน่งประเภทอำนวยการระดับสูง (ดำเนินการตามประกาศกรมประชาสัมพันธ์ เรื่อง รับสมัครคัดเลือกข้าราชการเพื่อเสนอเข้ารับการประเมินเพื่อเลื่อนขึ้นดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับเชี่ยวชาญ ที่ระบุว่า เมื่อผ่านการประเมินและได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งแล้ว ให้สร้างผลงาน เป็นเอกสารวิชาการ หรือตำรา หรือคู่มือ อย่างน้อย 1 ชิ้น และนำเผยแพร่ทางเว็บไซต์ของกรมประชาสัมพันธ์) ดังรายละเอียดที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณา หากเห็นชอบ กรุณามอบหมายให้ กกจ. ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป จะเป็นพระคุณยิ่ง

(นายจรูญ ไชยศร)

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์

เรียน อปส.

เรื่อง ขอส่งเอกสาร

เรื่อง กรมส่งเสริมการ

พัฒนาท้องถิ่น

เรื่อง ขอส่งเอกสาร

- ทราบ

- ดำเนินการตามเสนอ

เรียน น.๒๒๒ 9

กรมส่งเสริมการ

พัฒนาท้องถิ่น โดย/พย.ทอ

เรื่อง ขอส่งเอกสาร

เรื่อง กรมส่งเสริมการ

พัฒนาท้องถิ่น

7 มกราคม 2556

(นายธีระพงษ์ โสตาครี)

อปส.

๔ ๓.ค. 2556

อปส.(นายธีระพงษ์ โสตาครี)

1๕7

- 4 ๓.ค. 2556

ฝ่ายบรรณารักษ์

วันที่ 15

วันที่ ๗ ม.ค. ๒๕๕๖

ผช. (นายจรูญ ไชยศร)

07 ๓.ค. 2556

เรียน ผอ. สำนัก/กอง, ผชช., และหัวหน้าหน่วยงาน

เพื่อโปรดทราบ และกรุณาเวียนแจ้งให้ทราบ
โดยทั่วกัน ทั้งนี้ กกจ.ได้นำ “คู่มือการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพ” ซึ่งจัดทำโดย
นายจรูญ ไชยศรี ผชช. เฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์
เผยแพร่ทาง Intranet.prd.go.th หน่วยงาน กกจ.
เมนูสื่อเผยแพร่ หัวข้อผลงานวิชาการ ด้วยแล้ว

อกจ.
ม.ค.๕๖

เอกสารทางวิชาการ

เรื่อง

คู่มือการดำเนินงาน

ประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพ

จัดทำโดย

นายจรรณ ไชยสร

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์

คู่มือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพ

นักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ต้องลงพื้นที่ไปทำงานในท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่นเป็นงานที่ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ ต้องเข้าใจปัจจัยต่าง ๆ ทางสังคม มีกลยุทธ์และเทคนิคที่จะดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้บรรลุเป้าหมาย

จากประสบการณ์ของผู้บรรยายซึ่งได้ทำงานประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่นมากกว่า 30 ปี ทั้งในฐานะผู้ปฏิบัติและผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์พอสรุปได้ว่า นักประชาสัมพันธ์ที่ทำงานในท้องถิ่นต้องใช้ความรู้ความสามารถ ความอดทน ความตั้งใจอย่างสูง เพื่อจะเดินไปสู่ความสำเร็จในงาน แต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างทั้งในเรื่องข้อมูลพื้นที่ บุคคล สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมาย

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่นซึ่งเป็นงานที่ค่อนข้างยากและท้าทายความรู้ในเชิงวิชาการประชาสัมพันธ์เพียงอย่างเดียว ไม่ใช่สูตรสำเร็จที่จะทำให้งานบรรลุเป้าหมายในทุกพื้นที่ นักประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่นประกอบด้วย ซึ่งผู้เขียนขอเสนอแนะแนวทางเป็นคู่มือการประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่นไว้ดังนี้

เข้าหามวลชน

เตรียมตนพร้อม

น้อมรับคำวิจารณ์

ประสานงานเด่น

ทำเป็นทำจริง

ไม่ทิ้งปัญหา

เดินหน้าเชิงรุก

สนุกกับงาน

เชี่ยวชาญเรื่องคน

ประเมินผลเหมาะสม

เข้าหามวลชน

ในท้องถิ่นต่าง ๆ จะมีผู้นำท้องถิ่นทั้งที่เป็นผู้นำแบบทางการ มีตำแหน่งหน้าที่การงาน ทั้งผู้นำตามธรรมชาติ ซึ่งประชาชนเคารพเชื่อถือศรัทธา นักประชาสัมพันธ์ต้องทำความรู้จักกับบุคคลเหล่านี้ เพราะเขาเป็นผู้นำความคิดเห็นของประชาชนหากเรารู้จักสนิทสนม

กับเขาแล้ว การทำความเข้าใจกับประชาชนในเรื่องต่าง ๆ ก็จะง่ายขึ้นโดยได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่น

นักประชาสัมพันธ์ต้องรู้จักประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้ถ่องแท้ เราจะทำโครงการอะไร เกี่ยวข้องกับใครบ้าง เป็นเรื่องที่ต้องศึกษาก่อนเริ่มโครงการ นอกจากนั้น สื่อมวลชน ผู้นำองค์กรพัฒนาภาคเอกชน (NGO) นักการเมืองท้องถิ่น ผู้นำกลุ่มผลประโยชน์ก็เป็นบุคคลที่นักประชาสัมพันธ์ต้องทำความรู้จักเพื่อเป็นกุญแจไขไปสู่ความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์

เตรียมตนพร้อม

นักประชาสัมพันธ์ต้องเตรียมตนให้พร้อมเสมอสำหรับการปฏิบัติงาน ทั้งในด้านความรู้ความสามารถซึ่งสามารถเรียนรู้ได้จากตำรา การฝึกอบรม การลงมือปฏิบัติจริง การศึกษาจากตัวอย่างทางสื่อมวลชน เพื่อสร้างตนเองให้เป็นนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพพร้อมที่จะทำงานในมิติต่าง ๆ ได้ เช่น เป็นนักวางแผนประชาสัมพันธ์ เป็นที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ หรือเป็นนักปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ในบางโอกาสที่จำเป็นต้องทำ

ในยุคสังคมข่าวสาร วิชาการ และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ปรับเปลี่ยนไปรวดเร็วมาก นักประชาสัมพันธ์ต้องตื่นตัวและพร้อมที่จะรับความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นให้เหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์และทรัพยากรที่มีอยู่ นอกจากนั้นยังต้องปรับแนวความคิด ทักษะ ปรับปรุงบุคลิกภาพให้เหมาะสมตามแบบฉบับของนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ รวมทั้งมีจิตวิญญาณ นักประชาสัมพันธ์ที่พร้อมจะใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

น้อมรับคำวิจารณ์

การประชาสัมพันธ์ที่จะประสบความสำเร็จต้องฟังกระแสความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มเป้าหมายว่าเขามีปัญหาอะไร เขาต้องการอะไร เขาอยากให้เราช่วยเหลือในเรื่องใดบ้าง ในขณะเดียวกันข้อมูลข่าวสารที่เราส่งไปถึงประชาชนนั้นมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด เราตั้งคำถามง่าย ๆ ว่าประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารถูกต้องครบถ้วนตามที่เราส่งไปหรือไม่ หากได้รับแล้วเข้าใจหรือไม่ เข้าใจแล้วยอมรับเชื่อถือ ศรัทธา ให้ความร่วมมือสนับสนุนในโครงการและกิจกรรมที่เรากำลังรณรงค์ประชาสัมพันธ์อยู่หรือไม่ และที่สำคัญที่สุดเสียงสะท้อนจากประชาชนผู้รับข้อมูลข่าวสารจะมาในลักษณะใดก็ตาม เราต้องพร้อมและน้อมรับคำวิจารณ์เพราะเป็นการสื่อสารสองทาง (Two – Way Communication) การประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่นย่อมมีกระแสความคิดเห็นที่หลากหลายจากประชาชน นักประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมีใจกว้างพร้อมน้อมรับคำวิจารณ์

ประสานงานเด่น

ในวงจรของการประชาสัมพันธ์มีผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย นักประชาสัมพันธ์ที่ทำงานในท้องถิ่นต้องประสานงานอย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่การประสานแผนประชาสัมพันธ์กับส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การประสานสื่อมวลชนในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในโอกาสต่าง ๆ การประสานกับเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ เช่น อาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน การประสานงานต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนเป็นระบบ ในขณะเดียวกันนักประชาสัมพันธ์ต้องใช้หลักมนุษยสัมพันธ์เป็นพื้นฐานรวมทั้งความจริงใจ ความเอื้ออาทรต่อบุคคลที่เราติดต่อประสานงานด้วย

ทำเป็นทำจริง

นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพประชาสัมพันธ์ ถ้าหน่วยงานใดจะดำเนินการประชาสัมพันธ์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง นักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานนั้นจะต้องรู้วิธีการและแนวทางที่จะทำงานประชาสัมพันธ์ให้บรรลุเป้าหมาย ถ้าหากมีบุคคล เครื่องมือและเทคโนโลยีพร้อมก็สามารถผลิตสื่อและวางแผนใช้สื่อได้เอง แต่ถ้าเป็นหน่วยงานขนาดเล็กที่มีเพียงเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ไม่มีความพร้อมในเรื่องเครื่องมืออุปกรณ์ ควรจะให้ นักประชาสัมพันธ์เป็นผู้ติดต่อกับหน่วยงานอื่นหรือบริษัทโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่จะเข้ามาช่วยวางแผนผลิตสื่อบริหารการใช้สื่อตามที่หน่วยงานต้องการ แต่อย่างไรก็ตาม นักประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่นต้องใช้ความรู้ ความสามารถส่วนตัวในเชิงการประชาสัมพันธ์เพื่อคิดสร้างสรรค์ และใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์แก้ปัญหาและพัฒนาท้องถิ่นให้สอดคล้องและทันกับสถานการณ์ ดังนั้นความเข้มของการทำเป็นทำจริงเป็นสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ต้องนำมาเป็นข้อพิจารณา

ไม่ทิ้งปัญหา

การทำงานประชาสัมพันธ์แต่ละโครงการไม่ว่าจะประสบความสำเร็จหรือเป็นไปด้วยความราบรื่นเรียบร้อยเสมอไป เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมที่ต้องทำต่อเนื่อง และต้องติดตามประเมินผลเป็นระยะ ๆ ซึ่งแน่นอนว่าปัญหาในเชิงการประชาสัมพันธ์ย่อมมีในทุกโครงการ ปัญหาที่ว่านั้นอาจจะอยู่ในรูปของความไม่เข้าใจ ความเข้าใจผิดของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ประชาชนในโครงการ นอกจากนั้นอาจเป็นปัญหาที่ซ่อนตัวอยู่ เช่น ประชาชนอาจยังไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารครบถ้วนหรือถูกต้องตามข้อเท็จจริง ตามที่หน่วยงานต้องการ นักประชาสัมพันธ์ที่ทำงานในท้องถิ่นต้องติดตามวิเคราะห์ปัญหาอย่างต่อเนื่อง และเมื่อทราบปัญหาแล้วจะต้องรีบแก้ไขโดยด่วน ไม่ควรทิ้งปัญหาให้ยืดเยื้อเรื้อรัง

เดินหน้าเชิงรุก

ในสถานการณ์ปัจจุบันสภาพปัญหาของสังคม สภาพปัญหาในท้องถิ่นยุ่งยาก สลับซับซ้อนมากขึ้น ทุกหน่วยงานต้องวางแผนงานและปฏิบัติการเชิงรุกมากขึ้น ในงานประชาสัมพันธ์ก็เช่นเดียวกันนักประชาสัมพันธ์ต้องจัดทำแผนงาน/โครงการเชิงรุก ใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์ ป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น ไม่ควรปล่อยให้ปัญหาเกิดขึ้นแล้วค่อยตามไปแก้ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกจะต้องทราบถึงปัญหาของท้องถิ่นเสียก่อน วิเคราะห์ปัญหาและกำหนดแนวทาง แก้ไขปัญหา กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน สิ่งที่สำคัญคือการกำหนดกลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นความคิดสร้างสรรค์ เป็นเทคนิค วิธีการ ที่จะทำให้โครงการประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมายและเกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นมากที่สุด

สนุกกับงาน

งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องทำต่อเนื่องตามแผนงานโครงการที่ได้วางไว้ นอกจากนั้นการประชาสัมพันธ์ในงานเฉพาะกิจเป็นงานที่เดินเข้ามาโดยมิได้นัดหมายและยากที่จะปฏิเสธ แม้ว่างานเฉพาะกิจจะเป็นงานย่อย แต่มีผลกระทบและมีความเกี่ยวข้องกับนโยบายและแผนงานในภาพรวมของประเทศหรือของสังคม

ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องให้ความสำคัญและเอาใจใส่ในทุกแผนงานทุกโครงการทุกกิจกรรม และจัดลำดับความสำคัญของโครงการว่าโครงการใดมีความสำคัญ มีความจำเป็นเร่งด่วนมากน้อยกว่ากัน แล้วจัดลำดับของการดำเนินงานให้สอดคล้องกับ ความสำคัญ

นักประชาสัมพันธ์จึงต้องทำตัวให้สนุกกับงานที่ทำ มองงานที่ทำคือส่วนหนึ่งของชีวิต ถ้างานสำเร็จเราจะเกิดความภาคภูมิใจ และหากงานล้มเหลว เราก็มีสติที่จะยอมรับความล้มเหลว และพร้อมที่จะใช้วิกฤตแห่งความล้มเหลวเป็นโอกาสที่จะปรับปรุง พัฒนางานให้เกิดความสำเร็จในโอกาสต่อไป

การทำงานให้มีความสุขและสนุกกับการทำงานเป็นเรื่องที่พูดง่าย แต่ทำยาก ต้องค่อย ๆ ทำไป นักประชาสัมพันธ์มักจะเกิดความสับสน ท้อแท้ เบื่อหน่ายกับงานที่มีปริมาณมากหลายเรื่องหลายประเด็น และทำอย่างไรก็ไม่มีวันหมด เราต้องยอมรับความจริงว่าสิ่งที่เกิดขึ้นและเป็นไปนั้นคือสภาพความจริง แต่เราต้องคิดว่าจะบริหารจัดการอย่างไร มีแผนงาน โครงการ กิจกรรมอะไร ใครเป็นคนรับผิดชอบในแต่ละกิจกรรม มีการมอบหมาย สั่งการ หรือขอความร่วมมือ ขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น นักประชาสัมพันธ์ก็จะมองเห็นแนวทางดำเนินไปของงาน สามารถติดตาม ประเมินผล ควบคุม ปรับปรุง

ประยุกต์ กิจกรรมในโครงการได้ ถ้าทำได้อย่างนั้นแม้ปริมาณงานจะมาก เราก็สามารถบริหารจัดการได้ เราก็จะไม่สับสนเหน็ดเหนื่อยจนเกินไป ในขณะที่เดียวกันก็มีความพึงพอใจ มีความสุขกับการทำงานเกิดขึ้นมา เพราะเราสามารถคุมสถานการณ์ได้

นอกจากนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องวางแผนการทำงานและการพักผ่อนสันทนาการให้เหมาะสม สอดคล้อง สมดุลย์กัน เรียกรวม ๆ ว่าคุณภาพชีวิตของการทำงาน จะทำให้การทำงานประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เชี่ยวชาญเรื่องคน

การประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่นต้องรู้ถึงความแตกต่างของบุคคล จิตวิทยาสังคม จิตวิทยามวลชน เพราะคนเป็นผู้รับสาร เป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการ นักประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาและวิเคราะห์เรื่องคนให้ชัดเจน นอกจากนั้นนักประชาสัมพันธ์ต้องมีแนวทางในการพัฒนาคนอีกด้วย เพราะหากคนได้รับการพัฒนาแล้วกระบวนการสื่อสาร (Communication) ในการประชาสัมพันธ์ก็จะทำให้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะคนมีความรู้ มีทักษะ มีทัศนคติ มีพฤติกรรมในการรับข้อมูลข่าวสารดีขึ้น

นักประชาสัมพันธ์ที่ทำงานในท้องถิ่นต้องปรับแผนงาน โครงการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับคุณภาพ ศักยภาพ และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น งานจึงจะประสบความสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการสื่อความหมาย การสื่อข้อความ ข้อมูลเกี่ยวกับคนเป็นเรื่องที่นักประชาสัมพันธ์ต้องเรียนรู้ และศึกษาวิเคราะห์อย่างต่อเนื่อง

ประเมินผลเหมาะสม

งานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มักจะเน้นในเรื่องการสื่อสาร หรือการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แต่ในข้อเท็จจริงการประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่มีกระบวนการที่มีทั้งการสำรวจ วิจัยข้อมูลปัญหา (Research) การวางแผนปฏิบัติการ (Action) การสื่อสาร (Communication) และการประเมินผล (Evaluation)

การประเมินผลการประชาสัมพันธ์มักจะถูกละเลยทั้งด้วยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ ในส่วนที่จงใจก็คงด้วยเหตุเพราะว่าเป็นงานที่ยุ้งยากและผู้บริหารหน่วยงานไม่สนใจ ไม่ให้ความสำคัญอาจจะเห็นว่างานประเมินผลไม่ได้สร้างชื่อเสียงและหน้าตาให้กับหน่วยงาน จึงมักจะประเมินผลด้วยคำยอดฮิตของหน่วยงานราชการที่ว่า “โครงการนี้ประเมินผลแล้วสรุปได้ว่าได้ผลเป็นที่น่าพอใจในระดับหนึ่ง” ซึ่งไม่ได้อธิบายหรือตอบคำถามในเรื่องความสำเร็จของงานแต่อย่างใดทั้งสิ้น

ในส่วนที่ไม่จงใจนั้น อาจจะเกิดจากผู้บริหารหน่วยงานหรือผู้บริหารโครงการขาดความรู้ทักษะในการประเมินผล จึงไม่ได้บรรจุกิจกรรมประเมินผลไว้ในโครงการ

การประเมินผลในโครงการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่นควรจะกำหนดให้ชัดเจนและมีตัวชี้วัดที่วัดได้อย่างแท้จริง ทั้งในเรื่องความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมในโครงการ การสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาท้องถิ่น หลังจากที่ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์กระตุ้นเตือนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาแล้วรูปแบบวิธีการประเมินผลนั้นมีมากมาย นักประชาสัมพันธ์ต้องใช้ให้เหมาะสมกับโครงการและประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมด การประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่นเป็นงานที่ทำทายนักประชาสัมพันธ์ และนักประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาปัจจัยและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ให้เข้าใจถ่องแท้ ประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมในแต่ละท้องถิ่น

บทสรุปสั้น ๆ ของเรื่องที่ได้กล่าวไปแล้วทั้งหมดดังนี้

การประชาสัมพันธ์ ท้องถิ่น ทั้งศิลปศาสตร์

ความสามารถ รู้ประสาน งานสร้างสรรค์

รู้เรื่องคน มวลชนดี มีผลงาน

คำวิจารณ์ น้อมรับไว้ ทำได้จริง

มีความสุขกับงาน ประสานสื่อ

เป็น - อยู่ - คือ วิเคราะห์เป็น เห็นชัดยิ่ง

วิสัยทัศน์กว้างไกล ไกลความจริง

ทุกทุกสิ่ง ประยุกต์ได้ ใช้ปัญญา
