



บางมุมมอง PR ภาครัฐ ทำทันที มีผลสัมฤทธิ์

รองศาสตราจารย์ไพศาล อินทสิงห์

ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์

อดีตคณบดีคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์

(ปัจจุบัน: คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร) มหาวิทยาลัยนเรศวร

ขณะนี้รัฐบาล โดย พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เริ่มเดินหน้าขับเคลื่อนประเทศ พร้อมมอบนโยบายให้ผู้บริหารระดับสูง ปลัดกระทรวง อธิบดี ผู้ว่าราชการจังหวัด เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ ร่วมกับประชาชนอย่างเป็นผล

“สิ่งที่เราต้องการ คือ ทำก่อน ทำจริง ทำทันที มีผลสัมฤทธิ์ จับต้องได้ใน 3 เดือน มีผลยั่งยืนสู่รัฐบาลใหม่” เป็นคำกล่าวของนายกรัฐมนตรีที่จะใช้เป็นสูตรการทำงานจากนี้

จะเห็นได้ว่า ผู้นำรุกรงาน แข่งเวลา แต่ละช่วงเวลา มีผลของงาน บางกระทรวงจัดติดตามผลแต่ละเดือน มีการเรียกประชุมชี้แจง ทำความเข้าใจกับข้าราชการในสังกัด เพื่อขอให้ร่วมมือ ช่วยกันเร่งรัดปฏิบัติงานตามนโยบาย และรายงานผลต่อคณะรัฐมนตรี เป็นรายไตรมาส

เมื่อผู้นำเร่ง รุก เร็วเช่นนี้ PR จะเช่นไร

เนื่องเพราะการประชาสัมพันธ์ (PR) กับการบริหาร เกาะเกี่ยวคู่ขนานไปด้วยกัน ในฐานะเป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสาร หนูนานนโยบายการบริหาร หนูนานผู้นำ จะรุกข่าวสาร เร่งบอกกล่าว ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในงานโครงการต่างๆที่ขับเคลื่อนนั้น ด้วยจำนวนข่าวสารเท่าใด ด้วยความรวดเร็วอย่างไร อยู่ที่ศิลปะ PR

มองว่า ถ้าจะให้ดี วันนี้ PR ภาครัฐควรเหยียบคันเร่งไปเกียร์เดียวกับผู้นำ ตามให้ทัน ทำทันที ซ้ำไม่ได้ ไม่ใช่เพียงตามให้ทันเท่านั้น บางทีก็ต้องทำก่อน ใช้ PR นำการบริหาร แต่ละช่วงเวลา มีผลของงาน PR ออกมาให้เห็น แต่ละสัปดาห์ แต่ละเดือนแถลงข่าวอะไรบ้าง ออกข่าวก็ข่าว ประชาสัมพันธ์ก็เรื่องอะไรบ้าง ตั้งเป้าอย่างไร ให้ได้ตามนั้น ที่สำคัญ ผล PR เป็นอย่างไร โดนใจผู้นำแค่ไหน เข้าถึงประชาชนเพียงใด

เข้าถึงแล้ว ต้องให้เข้าใจด้วย

เข้าใจแล้ว ต้องให้ร่วมมือด้วย

ภาครัฐ รัฐบาล กระทรวง กรม จังหวัด จะประสบความสำเร็จ สัมฤทธิ์ผลในการบริหารงานตามเป้าหมาย นอกจากอยู่ที่จำนวนผลงานที่ขับเคลื่อนแล้ว ยังอยู่ที่จำนวนข่าวสารที่ PR

จะดีหรือไม่ หาก PR ข่าวสารให้มาก ใช้สื่อให้มาก ทำให้เร็ว ต่อเนื่อง บ่อยครั้ง และครอบคลุม รับลูก ส่งลูกกับผู้นำ ทำงานเข้าขา มองตารูใจ เช่น มีผลงานป๊อป PR ป๊อป โครงการใดแล้วเสร็จป๊อป ออกข่าวป๊อป หรือขงเรื่องเสนอแนะผู้นำเดินทางไปตรวจเยี่ยม “ผลสำเร็จของโครงการ” เชิญสื่อ และจัดให้สัมภาษณ์ ที่ตั้งโครงการนั้นๆ หรือด้วยวิธีการอื่นๆที่เห็นว่าเหมาะสม

PR ต้องเป็น “มือขง” รายงานผลการปฏิบัติงานที่แล้วเสร็จให้ประชาชน สังคมทราบ เป็นความสำเร็จและภาคภูมิใจร่วมกัน โครงการเป็นประโยชน์อย่างไร เชิญชวนมาใช้ประโยชน์ เพื่อคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ที่ดี

อาจรวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ผลของงบ ใช้งบเท่าใด จะเป็นแต่ละโครงการ หรือแต่ละช่วงเวลา เป็นรายเดือน รายไตรมาส ให้สังคมมีส่วนร่วมรับรู้เม็ดเงินที่ใช้จ่ายไป สร้างความโปร่งใสให้ประชาชน

การรายงานผล เป็นวิธีการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร แจ้งให้ทราบอย่างหนึ่ง ควรรายงานเมื่อผลของงานแล้วเสร็จใหม่ ๆ ผลของงานยังอุ่น ๆ อยู่ ประชาชนสนใจ ดังปรุงอาหารสุกใหม่ ๆ รับประทานเสร็จฟ ฉันทักฉันทัน

ทั้งขง ทั้งเสร็จ

นั่นเป็นเหตุผล PR ถึงต้องไปเกียร์เดียวกับผู้นำ นอกจากผลของงานที่เป็น “ผลสำเร็จของโครงการ” แล้ว ยังมีผลของงานที่เป็น “ความก้าวหน้าของโครงการ” และผลของงานที่เป็น “จุดเริ่มต้นของโครงการ” นำมาบอก ออกข่าวได้

“ผลสำเร็จของโครงการ” เปรียบดังปลายทาง



“ความก้าวหน้าของโครงการ” เปรียบตั้งระหว่างทาง โดย PR ต้องเฝ้าติดตามความก้าวหน้าของโครงการต่าง ๆ

“จุดเริ่มต้นของโครงการ” หรือ “นโยบาย” เปรียบตั้งต้นทาง ซึ่งมองว่า วิสัยทัศน์นโยบายที่ดี ถือเป็นผลของงานตั้งแต่ยังไม่ได้ลงมือทำ โดย PR ต้องเกาะติดผู้นำทุกก้าวความเคลื่อนไหวใด ๆ

ทุก ๆ นโยบาย ทุก ๆ สายทางการขับเคลื่อนงานโครงการใด ๆ ตั้งแต่ต้นทาง ระหว่างทาง ปลายทาง เป็น PR ได้ถ้ารู้ใช้ผลของงาน อยู่ที่เหลื่อมมุม PR อย่างไร โดยเฉพาะ PR แล้วต้องส่งผลดีเป็นประโยชน์ต่อรัฐบาลและประชาชน บางเรื่อง บางประเด็นของงานหรือการสื่อสารนโยบาย ก็ต้องช่วงชิงจังหวะโอกาสในการให้ข่าวสาร เพื่อผลทางการบริหารอีกด้วย จะมีกลยุทธ์การสื่อสารอย่างไร

ถ้าทำได้ เชื่อว่า ไม่มีหลุด ตกหล่น เล็ดรอด PR ไม่มีพลาด ให้เสียโอกาสผู้นำและประชาชน นั่นคือจำนวนข่าวสาร ผลของงาน PR

คิดเล่น ๆ ถ้าผู้นำ หรือผู้บริหารอุตสาหกรรมขับเคลื่อนงานกระทั่งสัมฤทธิ์ผล แต่ PR กลับออกข่าวน้อยไป ล่าช้า ก็น่าเสียดาย ไปคนละเกียร์ ผลของงานอยู่ในองค์กรหน่วยงาน ไม่ถูกนำไปสู่การรับรู้ของประชาชนเท่าที่ควร ข่าวเก่า สื่อก็ไม่เอาแล้ว เผลอ ๆ กลายเป็นอ่อน PR ไป ก็อาจเป็นไปได้

สร้างการรับรู้เท่าใด ผลงานจับต้องได้เท่านั้น

รับรู้จับต้องได้เท่าใด เป็นศรัทธาชื่นชมเท่านั้น

วันนี้กลไก PR ของรัฐบาลอาจต้องจัดทีม จัดทัพ ปรับกลยุทธ์ PR ใหม่ให้สอดคล้อง สอดรับกับจังหวะก้าวใหม่ในการทำงานของรัฐบาล โฆษกรัฐบาล โฆษกกระทรวง โฆษกกรม ประชาสัมพันธ์กระทรวง

ประชาสัมพันธ์กรม ประชาสัมพันธ์จังหวัด จากนั้นควรต้อง PR ให้มาก ให้เร็ว

จะเร็วแค่ไหน มากเท่าใด ขึ้นกับกลไก PR ของรัฐเห็นว่าเหมาะสม เพียงพอทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพที่จะทำให้ประชาชนเข้าถึง เข้าใจ รับรู้ จดจำได้ นำไปปฏิบัติถูกต้อง สามารถหนุนนำ หนุนส่งให้การขับเคลื่อนงานนโยบายนั้น ๆ บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายของรัฐบาลได้

เป็นโอกาสและความท้าทาย PR ไม่น้อย

ขณะที่บทบาท PR คงไม่ใช่เพียง “บอกกล่าวออกไป” เท่านั้น ยังต้อง “รับฟังเข้ามา” อีกด้วย ถึงจะครบวงจร “สื่อสารสองทาง” เป็นการรับฟังซึ่งปัญหาความต้องการ ความเป็นอยู่ ความเดือดร้อนสารทุกข์สุกดิบ ผลกระทบจากนโยบาย ภัยธรรมชาติ น้ำท่วม ภัยแล้ง ฯลฯ PR เอาใจใส่ ใส่ใจในความรู้สึกเสียงสะท้อนของประชาชน เอาใจเขามาใส่ใจเรา

ยิ่งฟัง ยิ่งรู้

ยิ่งรู้ ยิ่งเข้าถึงปัญหา

ทุกเสียงสะท้อน ทุกปัญหา มีคุณค่าและความหมาย รู้ก่อน แก้ก่อน เช่น แผ่นดินไหวที่ จังหวัดเชียงราย หรือน้ำท่วมหนักที่ จังหวัดสุโขทัยเมื่อเร็ว ๆ นี้ ซึ่งเมื่อนายกรัฐมนตรีรู้ จึงเดินทางไปเยี่ยม และให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยทันที

อาจรู้ได้หลายทาง หนึ่งในนั้น หากรู้จากกลไก PR ของรัฐ ประชาสัมพันธ์จังหวัดในพื้นที่ ยกหูโทร.ถึงโฆษกรัฐบาล จะดีหรือไม่ เพื่อขงเรื่องเสนอขึ้นไปยังนายกรัฐมนตรี หรือยกหูโทร.ถึงโฆษกกระทรวง จะดีหรือไม่ เพื่อขงเรื่องเสนอขึ้นไปยังรัฐมนตรี ถ้าทำได้ (อาจทำอยู่แล้ว) รู้เร็ว แก้เร็ว

PR กับการบริหารคู่ขนานไปด้วยกัน