

**โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘
วันที่ ๒๕ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๘
ณ สโมสร รีสอร์ท สระบุรี อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี**

๑. ชื่อโครงการ

โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

๒. กลุ่มเป้าหมาย

ประกอบด้วยบุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี จำนวน ๑๐๐ คน

๓. ระยะเวลาดำเนินโครงการ : วันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๘

๔. วัตถุประสงค์

๔.๑ เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

๔.๒ เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ มีแนวทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

๔.๓ เพื่อพัฒนาทักษะในการผลิตและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์และบุคลากรในหน่วยงานให้สามารถปฏิบัติงานได้จริงและเป็นไปในทิศทางเดียวกันขององค์กร

๕. เหตุผล/ความสำคัญของการจัดโครงการฝึกอบรม

การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารเผยแพร่ข่าวสาร ผ่านกระบวนการสื่อสารและสื่อที่เหมาะสมไปยังผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ ความเข้าใจ และมีทัศนคติที่ดีที่เกิดกับกลุ่มเป้าหมาย เกิดความร่วมมือตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการ การประชาสัมพันธ์ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ สร้างความน่าเชื่อถือ สร้างค่านิยมไปยังบุคคลและองค์กรเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและประชาชน การประชาสัมพันธ์ จึงมีความสำคัญต่อองค์กรและหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมีเป้าหมายในการสร้างความรู้ ความเข้าใจอันดีและถูกต้อง การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การแก้ไขปัญหาในการเข้าใจผิด ผ่านการวางแผนที่รอบคอบและให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริงเผยแพร่ไปยังผู้รับสารผ่านสื่อที่เหมาะสม ช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และอยู่ร่วมกับสังคมได้อย่างยั่งยืน

ในยุคนปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร และกิจกรรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไปสู่ประชาชนอย่างทั่วถึง รวดเร็ว และเข้าใจง่าย สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินโฟกราฟิก วิดีโอสั้น โซเชียลมีเดีย ฯลฯ ล้วนเป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของหน่วยงานได้ ซึ่งบุคลากรในองค์กรผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ยังมีความต้องการด้านทักษะเชิงเทคนิคในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ สื่อที่ผลิตออกมานั้นจะต้องมีความน่าสนใจ เข้าถึงได้และตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย และเป็นไปในทิศทางเดียวกันขององค์กร

องค์การบริหารส่วนจังหวัด มีหน้าที่ในการส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมตามมาตรา ๑๗ (๙) แห่งพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.๒๕๔๒ และมีนโยบายด้านการบริหารในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะ ปฏิบัติหน้าที่ด้วยซื่อสัตย์ สุจริต ตามระเบียบแบบแผนของทางราชการ เพื่อให้การปฏิบัติราชการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีประสพการณ์ในการทำงานอย่างมืออาชีพ

องค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี เล็งเห็นความสำคัญของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ต่อสาธารณะที่ทันสมัย มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในงานด้านประชาสัมพันธ์ เป็นการขับเคลื่อนนโยบายของผู้บริหารในการพัฒนาท้องถิ่น ดังนั้น เพื่อยกระดับความรู้ ความเข้าใจ และทักษะของบุคลากร ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีคุณภาพและเป็นแนวทางเดียวกัน จึงจัดทำโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เทคนิคการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

๖. การบริหารงบประมาณ

เบิกจ่ายตามข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด เรื่อง งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี แผนงานบริหารงานทั่วไป งานสารสนเทศ งบดำเนินงาน ค่าใช้สอย ประเภทรายจ่ายเกี่ยวเนื่องกับการปฏิบัติราชการที่ไม่เข้าลักษณะรายจ่าย งบรายจ่ายอื่น ๆ หน้า ๑๒๗ โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ จำนวน ๒๐๐,๐๐๐.- บาท เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการ จัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคลากรผู้ปฏิบัติงานภายในองค์การบริหารส่วน จังหวัดสระบุรี ตามโครงการขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี เช่น ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม ค่าอาหาร กลางวัน ค่ากระเป๋ากเอกสาร ค่าสมนาคุณวิทยากร และค่าใช้จ่ายอื่นที่เกี่ยวข้อง ทุกรายการสามารถถัวเฉลี่ยได้ ซึ่ง เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จเบิกจ่ายงบประมาณทั้งสิ้น ๑๗๑,๖๗๕ บาท หรือ ร้อยละ ๘๕.๘๓ ของวงเงินงบประมาณ

๗. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๗.๑ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีองค์ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อ ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

๗.๒ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความสามารถ มีแนวทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

๗.๓ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีทักษะในการผลิตและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ปฏิบัติงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และบุคลากรในหน่วยงานให้สามารถปฏิบัติงานได้จริงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ขององค์กร

๘. การประเมินผล

๘.๑ เชิงปริมาณ : ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐

๘.๒ เชิงคุณภาพ : ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์

๙. สรุปเนื้อหาที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ของ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

๙.๑ สถานที่ฝึกอบรม : สิวาดี รีสอร์ท สระบุรี อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี

๙.๒ รายละเอียดเนื้อหาการฝึกอบรม

เนื้อหาการบรรยาย จากวิทยากร ดร.ชลธิชา รอดกันภัย อาจารย์ประจำคณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

- หลักการประชาสัมพันธ์
- การใช้สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร
- เทคนิคการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์และการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

การประชาสัมพันธ์ คืออะไร

การประชาสัมพันธ์ หรือ Public Relations (PR) คือ กระบวนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่องค์กรใช้เพื่อสร้างและรักษา ความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชน ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน นักลงทุน สื่อมวลชน หรือชุมชนโดยรอบ

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

๑. สร้างความเข้าใจ ให้สาธารณชนเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือวิสัยทัศน์ขององค์กร
๒. สร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้สาธารณชนมองเห็นองค์กร ในแง่บวก
๓. สร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้องค์กรเป็นที่ยอมรับ และไว้วางใจ
๔. จัดการกับวิกฤต ช่วยลดผลกระทบจากสถานการณ์ ที่อาจส่งผลเสียต่อองค์กร
๕. สร้างความสัมพันธ์อันดี กับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร

เครื่องมือที่ใช้ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

๑. สื่อมวลชน เช่น การแถลงข่าว การให้สัมภาษณ์ การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์
 ๒. สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย อีเมล
 ๓. กิจกรรมพิเศษ เช่น งานเปิดตัวสินค้า งานแถลงข่าว การจัดสัมมนา
 ๔. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว
 ๕. การสื่อสารภายในองค์กร เช่น การประชุม การจัดทำวารสารภายใน
- การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการสร้างความสำเร็จ ให้กับองค์กร เพราะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพิ่มยอดขายและกำไร อีกทั้งรับมือกับสถานการณ์วิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร

แนวโน้มและพฤติกรรมของประชาชนที่บริโภคสื่อในปัจจุบัน



เทรนด์สำคัญของการบริโภคสื่อ (๒๐๒๔-๒๐๒๕)

- ☒ Mobile-First: คนใช้มือถือเป็นอุปกรณ์หลักในการรับข่าวสาร
- ☒ Short-form Content กำลังมาแรง: TikTok, Reels, YouTube Shorts
- ☒ Video Content ครองโลก: ๘๐% ของเนื้อหาบนออนไลน์เป็นวิดีโอ
- ☒ AI และ Chatbot ช่วยโต้ตอบผู้ติดตามแบบเรียลไทม์
- ☒ UGC (User-Generated Content) มีอิทธิพลมากขึ้น

พฤติกรรมของประชาชนในการรับข่าวสาร

-  คนไทยใช้โซเชียลมีเดียเฉลี่ยวันละ ๗-๘ ชั่วโมง
-  ๖๒% ของคนไทยดูวิดีโอออนไลน์ทุกวัน
-  การเสิร์ชข้อมูลจาก Google และ TikTok แทนที่หนังสือพิมพ์และทีวี
-  บทเรียนสำหรับ PR:
-  ต้องสร้างคอนเทนต์ที่สั้น กระชับ และเข้าถึงง่าย
-  ต้องเลือกช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
-  ต้องมีการตอบโต้กับประชาชนเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ



กลุ่มเป้าหมายหลักในการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี

๑. ประชาชนทั่วไปในจังหวัดสระบุรี ชาวบ้านในเขตอำเภอ/ตำบลต่าง ๆ ที่ใช้บริการของ อบจ. สนใจเรื่องโครงการพัฒนา การบริการสาธารณะ และสิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน
๒. ผู้นำชุมชน / องค์กรท้องถิ่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อบต. เทศบาล โรงเรียน และวัด ทำหน้าที่เป็น “กระบอกเสียง” ถ่ายทอดข้อมูลไปสู่คนในพื้นที่
๓. หน่วยงานราชการและเอกชนในจังหวัด เช่น สาธารณสุข โรงพยาบาล ตำรวจ สื่อท้องถิ่น และ สมาคม/ชมรมต่าง ๆ สนใจข้อมูลเพื่อการทำงานร่วมกัน
๔. กลุ่มเยาวชน / นักเรียน / นักศึกษา เป็นพลังใหม่ของจังหวัด และเป็นกลุ่มที่ใช้งานสื่อออนไลน์มาก สนใจคอนเทนต์ที่สร้างแรงบันดาลใจ กิจกรรมการมีส่วนร่วม และการประกวด
๕. สื่อมวลชนท้องถิ่นและส่วนกลาง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น, เพจข่าวจังหวัด, สถานีวิทยุ, ช่องทีวี ท้องถิ่น เป็นกลุ่มที่จะช่วยขยายผลข่าวสารและภาพลักษณ์องค์กร

ช่องทางสื่อที่เหมาะสม

๑. Facebook Page และ TikTok เข้าถึงประชาชนทั่วไปและเยาวชนได้มากที่สุด
๒. Line Official Account (Line OA): เหมาะกับการส่งข้อมูลสั้นๆ และการแจ้งข่าวเร่งด่วนถึงประชาชน
๓. เว็บไซต์ทางการของ อบจ.: สำหรับข้อมูลทางการ ข้อกำหนด ระเบียบ และเอกสารอ้างอิง
๔. สื่อชุมชน หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่
๕. สื่อมวลชนท้องถิ่นใช้เพื่อขยายข่าวสำคัญ เช่น โครงการใหญ่หรืองานระดับจังหวัด

คอนเทนต์ที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม

๑. ประชาชนทั่วไป : อินโฟกราฟฟิก อธิบายสิทธิประโยชน์และบริการ วิดีโอสั้นอธิบายโครงการหรือกิจกรรมในพื้นที่
๒. ผู้นำชุมชน/องค์กรท้องถิ่น : ข่าวประชาสัมพันธ์เชิงข้อมูล (Fact Sheet) แผ่นพับ/คู่มือที่สามารถนำไปเผยแพร่ต่อ
๓. หน่วยงานราชการ/เอกชน : เอกสารอย่างเป็นทางการ จดหมายข่าว อีเมลประชาสัมพันธ์ การจัดประชุม/เวทีสื่อสารร่วมกัน
๔. เยาวชน/นักศึกษา: คลิป TikTok, Reels ที่มีความสนุก สั้น กระชับ แคมเปญกิจกรรม เช่น การแข่งขัน การประกวด งานอาสาสมัคร
๕. สื่อมวลชน : ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เขียนในรูปแบบข่าวพร้อมภาพถ่าย การจัดแถลงข่าวหรืองาน Media Briefing

หลักการคิดประเด็นข่าวประชาสัมพันธ์

๑. เข้าใจวัตถุประสงค์ สร้างความเข้าใจ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี หรือกระตุ้นให้เกิดการกระทำ หรือการแก้ไขสถานการณ์วิกฤต
๒. รู้จักกลุ่มเป้าหมาย คนที่เราต้องการสื่อสาร พวกเขาสนใจอะไร มีความต้องการอะไร ภาษา และรูปแบบการสื่อสารแบบไหนที่เหมาะสม
๓. ค้นหาประเด็นที่น่าสนใจ ประเด็นข่าวที่ดี ควรมีความน่าสนใจ แปลกใหม่ ทันสมัย และเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถค้นหาประเด็นข่าวได้จากหลายแหล่ง เช่น ข่าวสารปัจจุบัน แนวโน้มสุขภาพ เรื่องโรคภัยไข้เจ็บ
๔. เชื่อมโยงกับองค์การ ประเด็นข่าวควรมีการเชื่อมโยงกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ หรือการบริหารของเรา เพื่อสร้างความรับรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งที่เราทำ
๕. สร้างเรื่องราว การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบเรื่องราวจะช่วยให้เนื้อหาที่น่าสนใจและน่าจดจำ เรื่องราวอาจเป็นประสบการณ์ของกลุ่มเป้าหมาย ความสำเร็จขององค์กร หรือแม้แต่เบื้องหลังการทำงานของทีมงาน
๖. เน้นความเป็นมนุษย์ การสื่อสารที่แสดงถึงความเป็นมนุษย์ เช่น อารมณ์ ความรู้สึก หรือความห่วงใย จะช่วยสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์กับกลุ่มเป้าหมาย
๗. ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย หลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เทคนิค หรือภาษาที่ซับซ้อนเกินไป เนื้อหาควรมีความกระชับ ชัดเจน และเข้าใจง่าย
๘. สื่อสารด้วยภาพ การใช้ภาพประกอบ เช่น ภาพถ่ายอินโฟกราฟิก หรือวิดีโอ จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจ และทำให้เนื้อหาเข้าใจง่ายขึ้น
๙. ตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนการเผยแพร่เนื้อหาควรตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและไวยากรณ์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และหลีกเลี่ยงการเข้าใจผิด
๑๐. วัดผลและปรับปรุง หลังจากเผยแพร่เนื้อหาควรติดตามผลตอบรับ และวัดผลประสิทธิภาพของเนื้อหา เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาในครั้งต่อไป

การสร้างเนื้อหาคอนเทนต์ เพื่อการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

- อินโฟกราฟิก เป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของภาพ และกราฟิกที่เข้าใจง่ายมักใช้เพื่อสรุปข้อมูลที่ซับซ้อน หรือแสดงสถิติต่าง ๆ
- วิดีโอ เป็นเนื้อหาที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน อาจเป็นวิดีโอแนะนำองค์กร สัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือสาธิตการใช้งานผลิตภัณฑ์

รูปแบบการเขียนข่าว

ข่าวประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานทางการแพทย์ มักใช้รูปแบบ "Inverted Pyramid" หรือ “พีระมิดหัวกลับ” ซึ่งหมายถึงการนำเสนอข้อมูลที่สำคัญที่สุดก่อนแล้วค่อยๆ ลดระดับความสำคัญลงมา รูปแบบนี้ช่วยให้ผู้อ่านสามารถรับรู้สาระสำคัญของข่าวได้อย่างรวดเร็ว และตัดสินใจได้ว่าต้องการอ่านต่อหรือไม่

องค์ประกอบของข่าวประชาสัมพันธ์

- **พาดหัวข่าว (Headline) :** เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดในการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ควรมีความกระชับ ชัดเจน และสื่อถึงเนื้อหาของข่าวได้อย่างถูกต้อง
- **ความนำ (Lead) :** เป็นส่วนที่ขยายความจากพาดหัวข่าว โดยสรุปประเด็นสำคัญของข่าวใน ๑-๒ ประโยคแรก ควรตอบคำถาม ๕W๑H (ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ ทำไม อย่างไร)
- **เนื้อหาข่าว (Body) :** เป็นส่วนที่ให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับข่าว โดยเรียงลำดับความสำคัญของข้อมูล จากมากไปน้อย อาจรวมถึงคำพูดจากผู้เกี่ยวข้อง สถิติ หรือข้อมูลอื่นๆ ที่สนับสนุนเนื้อหา
- **ข้อมูลติดต่อ (Contact Information) :** ระบุชื่อ และข้อมูลติดต่อของผู้ที่สามารถให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับข่าว

เทคนิคการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

เทคนิคที่ ๑ : ตั้งคำถามกระตุ้นความสงสัย

เทคนิค : ใช้คำถามที่เชื่อมโยงกับชีวิตประจำวันให้ผู้อ่านอยากรู้คำตอบ

ตัวอย่าง:

“รู้หรือไม่? คนสระบุรีกว่า ๗๐% ยังไม่รู้สิทธิประโยชน์ที่ได้จาก โครงการพัฒนาของ อบจ.”
 “คุณคิดว่าบริการสาธารณสุขใกล้บ้านคุณพร้อมแค่ไหน? มาค้นหาคำตอบไปพร้อมกับโครงการใหม่ของ อบจ.สระบุรี”

จุดเด่น:

ดึงดูดความสนใจด้วยความสงสัยกระตุ้นให้ผู้อ่านอยากคลิกอ่านรายละเอียด เหมาะกับโพสต์สั้นบนโซเชียลมีเดีย และข่าวหัวข้อเบา ๆ

เทคนิคที่ ๒ : ใช้ตัวเลขบอกปริมาณ/สถิติ

เทคนิค : ใช้ตัวเลขจริง สถิติ เปอร์เซ็นต์ หรือจำนวนหัวใจ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ และชวนติดตาม

ตัวอย่าง:

“อบจ.สระบุรีทุ่มงบกว่า ๑๕๐ ล้านบาท พัฒนากนและระบบระบายน้ำทั่วจังหวัด”
 “กว่า ๕,๐๐๐ ครัวเรือน ได้รับประโยชน์จากโครงการน้ำประปา หมู่บ้าน”

จุดเด่น:

ตัวเลขทำให้ข่าวดูจับต้องได้ มีโครงสร้างทำให้เนื้อหาง่ายต่อการสรุปและแชร์ต่อ เหมาะกับบทความ How-to หรือแนะนำบริการใหม่

เทคนิคที่ ๓ : ชูประโยชน์ที่จับต้องได้

เทคนิค : สื่อสารถึงสิ่งที่ประชาชน “จะได้รับ” โดยได้รับประโยชน์โดยตรงโดยไม่ใช้แค่เล่าโครงการ

ตัวอย่าง:

“อบจ.สระบุรีเปิดศูนย์กีฬาใหม่ ให้ชาวบ้านใช้บริการฟรี เพื่อสุขภาพที่แข็งแรงและสังคมที่อบอุ่น”

“ถนนสายหลักที่ปรับปรุงใหม่ จะช่วยลดเวลาเดินทางระหว่างอำเภอ ลงกว่า ๓๐ นาที”

จุดเด่น:

สื่อสารให้เห็นคุณค่าทางตรงกับผู้รับข่าว สร้างภาพเชิงบวกต่อองค์กร ใช้ควบคู่กับเทคนิคอื่นเพื่อเพิ่มน้ำหนักข่าว



ความหมาย บทบาท และความสำคัญของ Influencer ในยุคดิจิทัล

Influencer ในยุคดิจิทัล มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างแบรนด์ กับผู้บริโภคพวกเขาเป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างแบรนด์ และกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจที่ได้รับจากผู้ติดตาม การใช้ความสามารถด้านการสื่อสารเพื่อสร้างเนื้อหาที่ ดึงดูดและเชื่อมโยงกับผู้ติดตามอย่างใกล้ชิด ทำให้ Influencer กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในโลกของการตลาดดิจิทัล การเป็น Influencer ไม่ใช่แค่การสร้างคอนเทนต์ อย่างสม่ำเสมอ แต่ยังต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของแพลตฟอร์ม เทรนด์ และ พฤติกรรมของผู้ติดตาม การปรับตัวอย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้ Influencers สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

การปรับตัวและการพัฒนา เป็น Influencer

๑. การปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของแพลตฟอร์ม (Adapting to Platform Changes) การเปลี่ยนแปลงอัลกอริทึม ฟีเจอร์ใหม่ๆ และนโยบายการใช้งาน การเรียนรู้ และปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้คอนเทนต์ของ Influencer สามารถเข้าถึงผู้ติดตามได้อย่างต่อเนื่อง

๒. การปรับปรุงเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Content Improvement) การปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาให้ดียิ่งขึ้นเป็นสิ่งที่ช่วยให้ Influencer สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ควรวิเคราะห์ข้อมูลจากเนื้อหาเดิม เช่น การวัดผลอัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) เพื่อนำมาปรับปรุงเนื้อหาให้ตรงตามความต้องการของผู้ติดตาม

๓. การตามเทรนด์ และความสนใจของผู้ติดตาม (Keeping Up with Trends and Audience Interests) Influencers ที่สามารถนำเทรนด์ใหม่ๆ มาใช้ในการสร้างคอนเทนต์อย่างสร้างสรรค์จะสามารถขยายฐานผู้ติดตามและดึงดูดผู้ติดตามใหม่ได้

๔. การเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ (Learning and Developing New Skills) ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและมีคุณภาพ นอกจากนี้ การเรียนรู้เทคนิคการสื่อสารการเล่าเรื่อง (Storytelling) และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ติดตามจะช่วยให้ Influencer เติบโตในอาชีพนี้ได้ดียิ่งขึ้น

๕. การสร้างความหลากหลายในการสร้างรายได้ (Diversifying Income Streams) Influencer ควรหาวิธีการสร้างรายได้ที่หลากหลาย เช่น การขายสินค้าส่วนตัว การเปิดตัวคอร์สสอนออนไลน์ หรือการทำสปอนเซอร์จากช่องทางต่างๆ การมีช่องทางรายได้หลายรูปแบบช่วยให้ Influencer มีความมั่นคงทางการเงิน และสามารถขยายฐานลูกค้าหรือผู้ติดตามได้ในระยะยาว

๖. การสร้างความสัมพันธ์ (ที่ยั่งยืนกับผู้ติดตาม (Building Long-term Relationships with Followers) เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ Influencer สามารถรักษาระดับผู้ติดตามในระยะยาว การสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ การให้คำตอบแก่ผู้ติดตาม และการใส่ใจในความคิดเห็นของพวกเขาจะช่วยให้ Influencer สามารถสร้างชุมชนที่มีความภักดีและมีความผูกพันกับเนื้อหาที่น่าสนใจ

๗. การวิเคราะห์และปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด (Analyzing and Adjusting Marketing Strategies) สามารถปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การทดลองใช้กลยุทธ์ใหม่ๆ เช่น การสร้างเนื้อหาประเภทใหม่ การใช้แพลตฟอร์มที่ต่างออกไป หรือการร่วมมือกับ Influencers อื่นๆ ก็ช่วยเพิ่มโอกาสในการเติบโต

สรุปแบบประเมินความพึงพอใจ โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
องค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๘
วันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๘ ณ สโมสร รีสอร์ท สระบุรี อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี
จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ ๑๒๐ คน

ตอนที่ ๑ สถานสภาพทั่วไป

๑.ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่ง	จำนวน(คน)
ผู้บริหาร/หัวหน้าส่วน/หัวหน้าฝ่าย	๔
ข้าราชการ	๓๕
ลูกจ้างและพนักงานราชการ	๘๑
รวม	๑๒๐

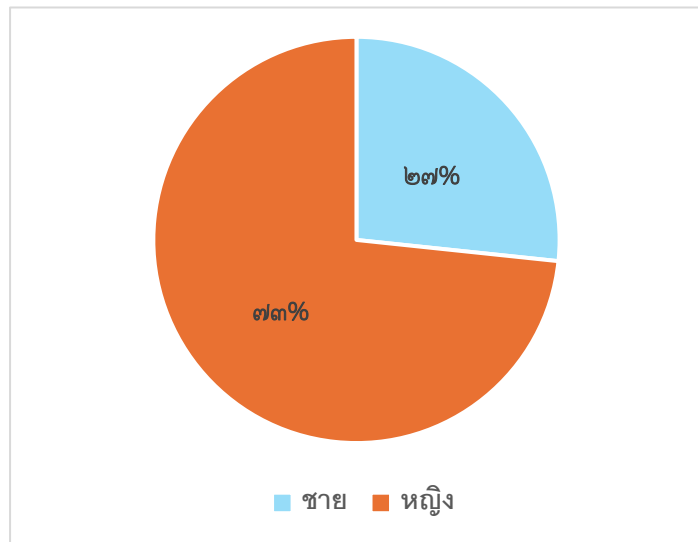
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินพบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการเป็นลูกจ้างและพนักงานราชการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๖๘ รองลงมาคือข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ ๒๙ และ ผู้บริหาร/หัวหน้าส่วน/หัวหน้าฝ่าย คิดเป็นร้อยละ ๓ ของผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมด



๒.เพศ

เพศ	จำนวน(คน)
ชาย	๓๒
หญิง	๘๘
รวม	๑๒๐

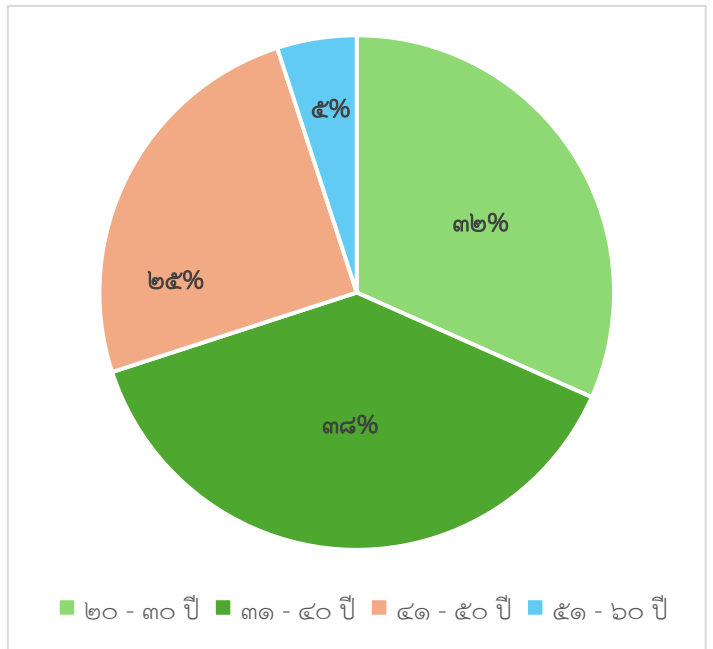
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการเป็น เพศหญิง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๗๓ และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ ๒๗ ของผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมด



๓. ช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน(คน)
๒๐ - ๓๐ ปี	๓๘
๓๑ - ๔๐ ปี	๔๖
๔๑ - ๕๐ ปี	๓๐
๕๑ - ๖๐ ปี	๖
รวม	๑๒๐

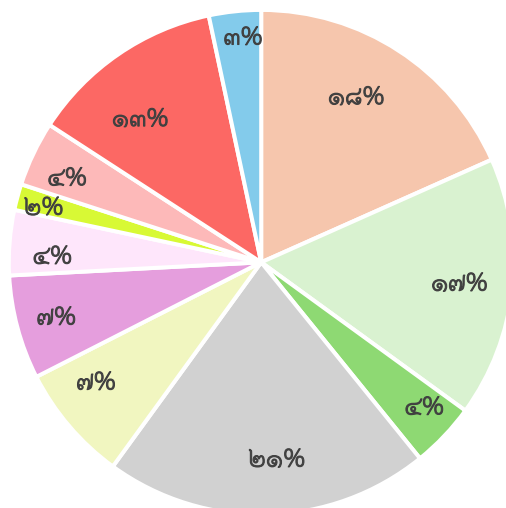
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการมีช่วงอายุเป็น ๓๑ - ๔๐ ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๓๘ รองลงมาคือช่วงอายุ ๒๐ - ๓๐ ปี คิดเป็นร้อยละ ๓๒ รองลงมาช่วงอายุ ๔๑ - ๕๐ ปี คิดเป็นร้อยละ ๒๕ และช่วงอายุ ๕๑ - ๖๐ ปี คิดเป็นร้อยละ ๕ ของผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมด



๔.สังกัดหน่วยงาน

สังกัดหน่วยงาน	จำนวน(คน)
สำนักปลัด	๒๒
สำนักช่าง	๒๐
กองคลัง	๕
กองยุทธศาสตร์และงบประมาณ	๒๕
กองการเจ้าหน้าที่	๙
กองการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม / ร.ร.หรรเทพฯ	๘
สำนักงานเลขานุการ	๕
กองป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย	๒
กองสาธารณสุข / รพ.สต	๕
กองพัสดุและทรัพย์สิน	๑๕
หน่วยตรวจสอบภายใน	๔
รวม	๑๒๐

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน จากผลการเก็บข้อมูล พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการสังกัดหน่วยงาน กองยุทธศาสตร์และงบประมาณ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๒๑ รองลงมาคือ สำนักปลัดคิดเป็นร้อยละ ๑๘ สำนักช่าง คิดเป็นร้อยละ ๑๗ กองพัสดุและทรัพย์สิน คิดเป็นร้อยละ ๑๓ กองการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม / ร.ร.หรรเทพฯ คิดเป็นร้อยละ ๗ กองการเจ้าหน้าที่ คิดเป็นร้อยละ ๗ กองคลัง คิดเป็นร้อยละ ๔ สำนักงานเลขานุการ คิดเป็นร้อยละ ๔ กองสาธารณสุข / รพ.สต คิดเป็นร้อยละ ๔ และ กองป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย คิดเป็นร้อยละ ๒



■ สำนักปลัด

■ สำนักช่าง

■ กองคลัง

■ กองยุทธศาสตร์และงบประมาณ

■ กองการเจ้าหน้าที่

■ กองการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม/ร.ร.หรรเทพฯ

■ สำนักงานเลขานุการ

■ กองป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

■ กองสาธารณสุข / รพ.สต

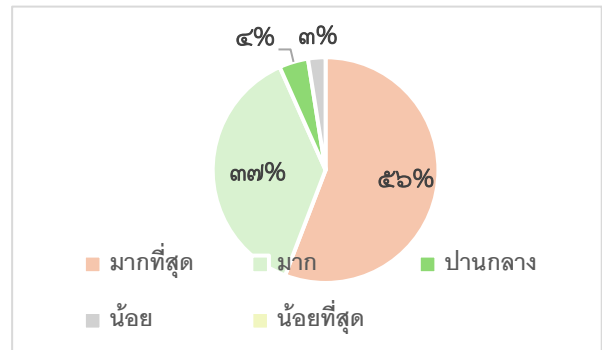
■ กองพัสดุและทรัพย์สิน

■ หน่วยตรวจสอบภายใน

ตอนที่ ๒ ระดับความพึงพอใจ / ความรู้ความเข้าใจ / การนำไปใช้ต่อการเข้าโครงการ

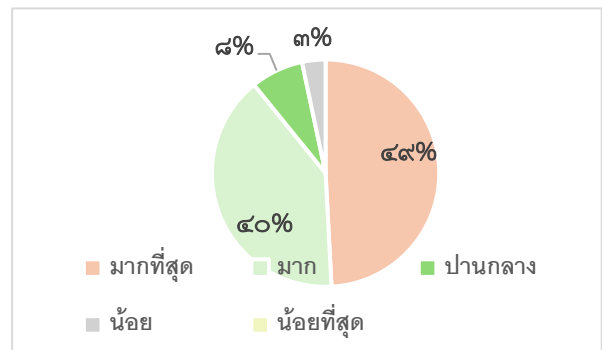
๑.สถานที่จัดโครงการฝึกอบรมมีความเหมาะสม ผู้ตอบแบบประเมินพอใจมากที่สุด จำนวน ๖๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๖ พอใจมาก จำนวน ๔๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗ พอใจปานกลางจำนวน ๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔ พอใจน้อย จำนวน ๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๓ และ พอใจน้อยที่สุด จำนวน ๐ คน

ระดับความพึงพอใจ	จำนวน(คน)
มากที่สุด	๖๗
มาก	๔๕
ปานกลาง	๕
น้อย	๓
น้อยที่สุด	๐
รวม	๑๒๐



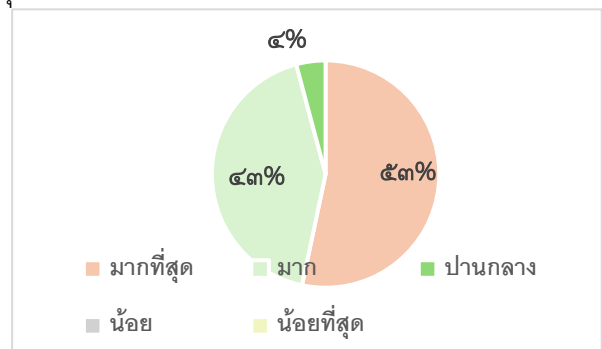
๒.อาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ผู้ตอบแบบประเมินพอใจมากที่สุด จำนวน ๕๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๙ พอใจมาก จำนวน ๔๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐ พอใจปานกลาง จำนวน ๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๘ พอใจน้อย จำนวน ๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓ และพอใจน้อยที่สุด จำนวน ๐ คน

ระดับความพึงพอใจ	จำนวน(คน)
มากที่สุด	๕๙
มาก	๔๘
ปานกลาง	๙
น้อย	๔
น้อยที่สุด	๐
รวม	๑๒๐



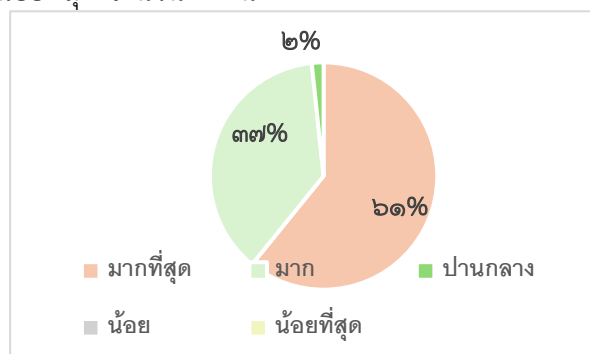
๓.วันเวลาและระยะการจัดโครงการฝึกอบรมมีความเหมาะสม ผู้ตอบแบบประเมินพอใจมากที่สุด จำนวน ๖๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๓ พอใจมาก จำนวน ๕๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๓ พอใจปานกลาง จำนวน ๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔ พอใจน้อย จำนวน ๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๐ และพอใจน้อยที่สุด จำนวน ๐ คน

ระดับความพึงพอใจ	จำนวน(คน)
มากที่สุด	๖๔
มาก	๕๑
ปานกลาง	๕
น้อย	๐
น้อยที่สุด	๐
รวม	๑๒๐



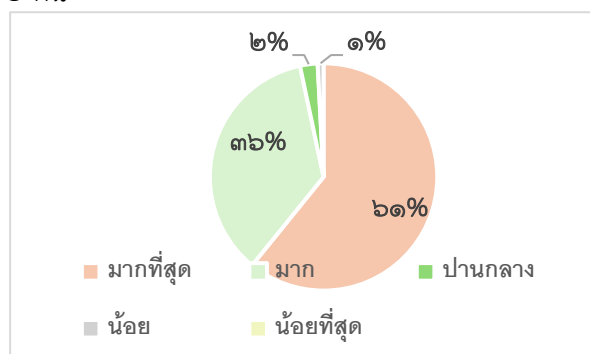
๔.หลักสูตร เนื้อหา มีความครบถ้วน เป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงาน ผู้ตอบแบบประเมินพอใจมากที่สุด จำนวน ๗๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๑ พอใจมาก จำนวน ๔๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗ พอใจปานกลาง จำนวน ๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒ พอใจน้อย จำนวน ๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๐ และพอใจน้อยที่สุด จำนวน ๐ คน

ระดับความพึงพอใจ	จำนวน(คน)
มากที่สุด	๗๓
มาก	๔๕
ปานกลาง	๒
น้อย	๐
น้อยที่สุด	๐
รวม	๑๒๐



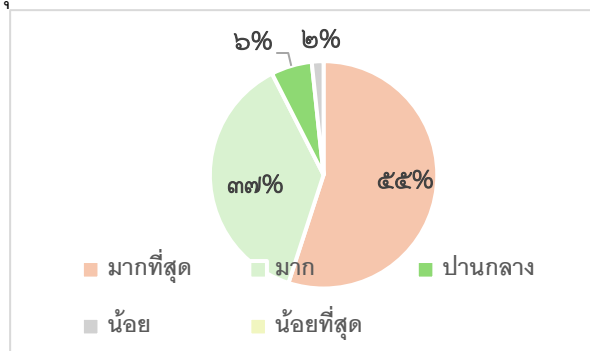
๕.วิทยากรสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน ผู้ตอบแบบประเมินพอใจมากที่สุด จำนวน ๗๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๑ พอใจมาก จำนวน ๔๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๖ พอใจปานกลาง จำนวน ๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๒ พอใจน้อย จำนวน ๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑ และพอใจน้อยที่สุด จำนวน ๐ คน

ระดับความพึงพอใจ	จำนวน(คน)
มากที่สุด	๗๓
มาก	๔๓
ปานกลาง	๓
น้อย	๑
น้อยที่สุด	๐
รวม	๑๒๐



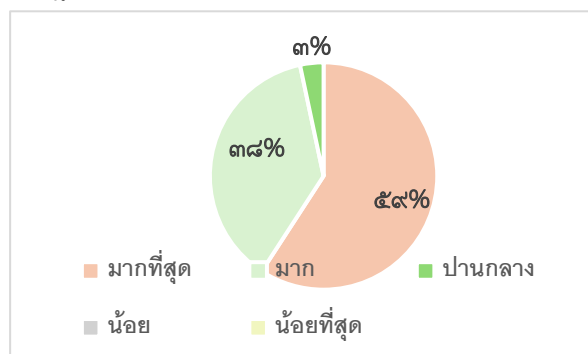
๖.เอกสาร คู่มือ และสื่อประกอบการอบรมมีความเหมาะสม ผู้ตอบแบบประเมินพอใจมากที่สุด จำนวน ๖๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕ พอใจมาก จำนวน ๔๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗ พอใจปานกลาง จำนวน ๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๖ พอใจน้อย จำนวน ๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒ และพอใจน้อยที่สุด จำนวน ๐ คน

ระดับความพึงพอใจ	จำนวน(คน)
มากที่สุด	๖๖
มาก	๔๕
ปานกลาง	๗
น้อย	๒
น้อยที่สุด	๐
รวม	๑๒๐



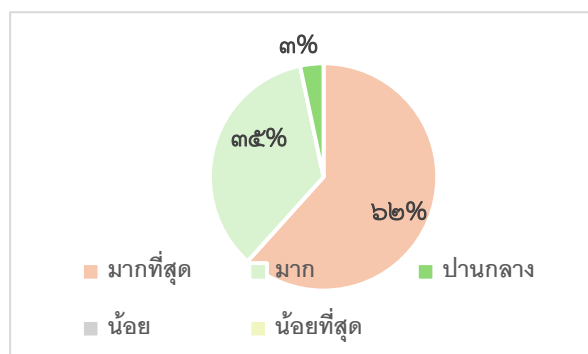
๗.ความรู้ที่ได้รับสามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้จริง ผู้ตอบแบบประเมินพอใจมากที่สุด จำนวน ๗๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๙ พอใจมาก จำนวน ๔๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๘ พอใจปานกลาง จำนวน ๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓ พอใจน้อย จำนวน ๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๐ และพื่อน้อยที่สุด จำนวน ๐ คน

ระดับความพึงพอใจ	จำนวน(คน)
มากที่สุด	๗๑
มาก	๔๕
ปานกลาง	๔
น้อย	๐
น้อยที่สุด	๐
รวม	๑๒๐



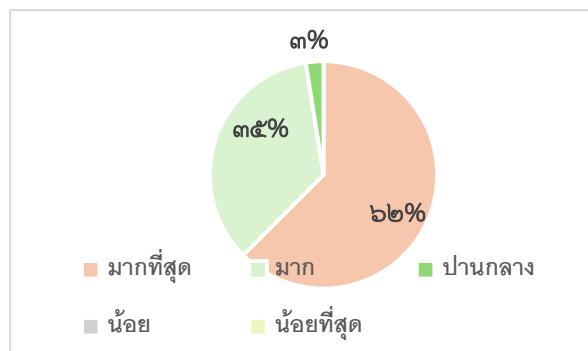
๘.ระดับความรู้หลังเข้ารับการฝึกอบรม ผู้ตอบแบบประเมินพอใจมากที่สุด จำนวน ๗๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๒ พอใจมาก จำนวน ๔๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๕ พอใจปานกลาง จำนวน ๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓ พอใจน้อย จำนวน ๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๐ และพื่อน้อยที่สุด จำนวน ๐ คน

ระดับความพึงพอใจ	จำนวน(คน)
มากที่สุด	๗๔
มาก	๔๒
ปานกลาง	๔
น้อย	๐
น้อยที่สุด	๐
รวม	๑๒๐



๙.ความพึงพอใจโดยภาพรวมของโครงการอบรม ผู้ตอบแบบประเมินพอใจมากที่สุด จำนวน ๗๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๒ พอใจมาก จำนวน ๔๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๕ พอใจปานกลาง จำนวน ๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๒ พอใจน้อย จำนวน ๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๐ และพื่อน้อยที่สุด จำนวน ๐ คน

ระดับความพึงพอใจ	จำนวน(คน)
มากที่สุด	๗๕
มาก	๔๒
ปานกลาง	๓
น้อย	๐
น้อยที่สุด	๐
รวม	๑๒๐

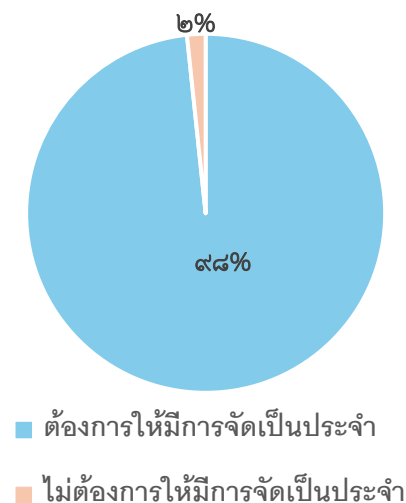


ตอนที่ ๓ ความต้องการต่อการจัดโครงการและข้อเสนอแนะ

๑.ความต้องการต่อการจัดโครงการ

ตำแหน่ง	จำนวน(คน)
ต้องการให้มีการจัดเป็นประจำ	๑๑๘
ไม่ต้องการให้มีการจัดเป็นประจำ	๒
รวม	๑๒๐

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินพบว่า ผู้เข้าร่วมต้องการให้มีการจัดเป็นประจำ จำนวน ๑๑๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๙๘ และ ไม่ต้องการให้มีการจัดเป็นประจำ จำนวน ๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒



๑.๑.จากข้อด้านบน หากท่านไม่ต้องการให้มีการจัดเป็นประจำ กรุณาระบุเหตุผล

ผู้ตอบแบบประเมินได้ระบุเหตุผลดังนี้

๑. ไม่ได้ระบุเหตุผล

๒.ปัญหา ข้อบกพร่องและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อเสนอแนะดังนี้

๑. แอร์เย็นไปหน่อยค่ะ หนาวมากเลย
๒. อาหาร ขนมเบรคที่เข้ากับกาแฟ
๓. แอร์หนาวเกิน
๔. อยากให้จัดหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์แบบนี้บ่อยๆค่ะ สัปดาห์ละ ๒ วัน ขอบพระคุณค่ะ
๕. กระเป๋าโครงการสวย แต่อยากได้แบบโครงการคอมพิวเตอร์ กระเป๋ามีกระเป๋าด้านข้าง น่ารักค่ะ ห้องน้ำหญิง เข้าได้แค่ ๒ ห้องค่ะ นอกนั้นเป็นห้องอาบน้ำ
๖. อาหารไม่อร่อย
๗. มีความรู้ ทันโลก ทันเหตุการณ์ ทันระเบียบใหม่ๆ ได้ท่องโลกได้ความรู้ โดยมีค่าใช้จ่ายน้อยมาก
๘. พัฒนาความรู้ ของบุคลากรในหน่วยงาน
๙. กระเป๋าสวยดูดี สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ได้รับความรู้เพิ่มขึ้น
๑๐. ดีทุกอย่าง
๑๑. ห้องน้ำเปิดให้บริการน้อยมาก
๑๒. ห้องน้ำน้อยไปนิด
๑๓. ห้องน้ำน้อยรอคิวนานมากกกกกกกกค่ะ ห้องน้ำน้อย ไม่เหมาะสมกับจำนวนผู้อบรม
๑๔. ห้องน้ำน้อยไปค่ะ คนเยอะไม่เพียงพอ
๑๕. ขนมเบรค
๑๖. ห้องน้ำน้อยมาก

.....



ภาคผนวก

โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘
วันที่ ๒๕ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๘
ณ ลีลาวดี รีสอร์ท สระบุรี อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี



โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘
วันที่ ๒๕ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๘
ณ สโมสร รีสอร์ท สระบุรี อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี



โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘
วันที่ ๒๕ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๘
ณ สีสาวดี รีสอร์ท สระบุรี อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี



โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘
วันที่ ๒๕ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๘
ณ สีสาวดี รีสอร์ท สระบุรี อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี



โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘
วันที่ ๒๕ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๘
ณ สิวาดี รีสอร์ท สระบุรี อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี

