เทคนิคการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

กลุ่มประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม
กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

เทคนิคการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

ข่าว คือ การรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนความคิดเห็นของบุคคลสำคัญซึ่งเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจ ประชาชนให้ความสำคัญและสนใจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมาก สำหรับนักประชาสัมพันธ์ข่าวก็คือ หัวใจของงานประชาสัมพันธ์ที่จะรายงานภารกิจ ความก้าวหน้าของหน่วยงานให้สาธารณชนทราบ การเขียนข่าว เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ และต้องมีเทคนิคในการสร้างความเข้าใจและความสนใจแก่ประชาชน ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการประชาสัมพันธ์ยังขึ้นอยู่กับความถี่ของผลงานข่าวที่นำเสนอในสื่อต่าง ๆ ข่าวสารนับเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งต่อการบริหารงานในองค์กรหรือหน่วยงานเพื่อที่จะประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ใช้บริการและหน่วยงานต่าง ๆ การมีข่าวสารที่ดีที่เกิดประโยชน์ต่อสังคม การเลือกข่าวสารสำหรับเผยแพร่จึงจะต้องกระทำด้วยความระมัดระวังให้องค์กรได้รับประโยชน์จากการเผยแพร่ข่าวสารทุกครั้ง ขณะเดียวกัน สิ่งที่ควบคู่กับข่าวสารก็คือ เครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสม ซึ่งต้องมีการเลือกให้ถูกต้องเช่นกัน ข่าวสารที่มีคุณค่าต่อสังคม และใช้เทคนิคในการเขียนให้สอดคล้องกับแบบฉบับของสื่อแต่ละประเภทย่อมจะได้รับการเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง ลักษณะของข่าวที่ดี คือ ความกระชับ กะทัดรัด เขียนให้ตรงจุด ตรงประเด็น การเขียนจะต้องสื่อให้รู้เรื่อง ถูกต้องชัดเจน ต้องคำนึงถึงผู้รับเพราะผู้รับมีความแตกต่างกัน ต้องสื่อให้ถูกสถานที่ ถูกกลุ่มผู้ฟัง

ข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นข่าวสารซึ่งองค์กรสถาบันหรือหน่วยงานจัดทำขึ้น เพื่อจัดส่งแจกจ่ายไปสู่หนังสือพิมพ์ หรือสื่อมวลชนอื่น ๆ ให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจในหน่วยงานเพื่อให้เกิดการยอมรับและภาพลักษณ์ที่ดีในทัศนะของประชาชน ข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับนโยบายโครงการ กิจกรรมการดำเนินงาน ผลการปฏิบัติงาน ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ขององค์กร

นโยบายและแผนงาน นโยบายใหม่ แผนงานด้านงบประมาณ แผนการพัฒนาบุคลากร แผนพัฒนาธุรกิจ แผนกลยุทธ์การตลาดแผนพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน

กิจกรรมการดำเนินงาน งานของฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร รวมทั้งโครงการต่าง ๆ ที่องค์กรจะดำเนินการได้ดำเนินการทั้งที่ดำเนินการเองและหรือร่วมมือกันพันธมิตรทางธุรกิจ

ผลการดำเนินงานในภารกิจ โครงการ กิจกรรม โครงการ กิจกรรมต่าง ๆ ของฝ่ายงาน ภายในองค์กรหรือบริษัทในเครือ

ความเคลื่อนไหวปัจจุบันในด้านต่าง ๆ ขององค์กร เช่น การเพิ่มทุน การแถลงผลประกอบการในรอบไตรมาส รอบปี ข้อมูลรายงานตลาดหลักทรัพย์ และผู้ถือหุ้น การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร การแต่งตั้งผู้บริหาร การขยายธุรกิจ การให้ขวัญและกำลังใจพนักงาน การให้สวัสดิการ การอบรมพนักงาน การจัดกิจกรรมชุมชน การช่วยเหลือสังคม การเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณี

การเขียนข่าว (News Writing) คือ กระบวนการใช้ความคิดของผู้สื่อข่าวที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติงานข่าวในขั้นตอนการเขียนบอก เล่าข้อเท็จจริง (fact) เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการรับใช้หรือสะท้อนสังคม ซึ่งแตกต่างไปจากการเขียนของนักเขียนทั่ว ๆ ไป เพราะการเขียนข่าวของผู้สื่อข่าวมีความสำคัญต่อการแสวงหาความจริง (truth) ของสังคมที่ต้องอาศัยรูปแบบ โครงสร้างของการเขียนข่าวมาช่วยนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างมีระบบ ส่วนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ก็พิจารณาได้จาก “วัตถุประสงค์ของการเขียน” กล่าวคือ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจต่อสถาบันให้เกิดแก่กลุ่มบุคคลที่เป็นเป้าหมาย อันจะทำให้เกิดภาพลักษณ์นำไปสู่ความร่วมมือและความศรัทธาต่อองค์กร และสินค้า หรือการบริการขององค์กรในที่สุด

เรื่องไหนเป็นข่าวได้บ้าง ?

ทฤษฎีพื้นฐานของการสื่อข่าว อธิบายความไว้ว่า ข่าว (News) คือ เหตุการณ์ (event) ความคิด (ideas) ความคิดเห็น (opinion) อันเป็นข้อเท็จจริง (fact) ที่ได้รับการหยิบยกขึ้นมารายงาน (reporting) ผ่านทางช่องทางสื่อ (media) ที่เป็นทางการ (formal)

นักหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียงท่านหนึ่งชื่อ จอห์น บี โบการ์ท กล่าวว่า “เมื่อสุนัขกัดคนไม่เป็นข่าว เพราะเป็นเหตุการณ์ปกติที่เกิดขึ้นบ่อย ๆ แต่เมื่อคนกัดสุนัข นั่นคือข่าว” คำกล่าวนี้แสดงให้เห็นว่าเรื่องราวที่ปกติไม่มีความน่าสนใจมากพอที่จะเป็นข่าว แต่ถ้าเป็นเรื่องที่นานกว่าจะอุบัติขึ้นทีก็จะเป็นข่าวได้ง่าย อย่างไรก็ตาม เหตุผลเพียงเท่านี้ ก็ยังสรุปไม่ได้ เพราะเมื่อสุนัขกัดคนสำคัญ เช่น นายกรัฐมนตรี เหตุการณ์เช่นนี้กลับกลายเป็นข่าว ดังนั้น คำตอบของเรื่องราวที่เป็นข่าวจึงมีแนวทฤษฎีพื้นฐานไว้ว่า สิ่งที่จะเป็นข่าว (Element of news) ได้คือสิ่งที่มีลักษณะ ดังนี้

- ความทันด่วนของข่าว (timeliness)
- ผลกระทบของข่าว (impact หรือ consequence) คือ มีนัย (significant) มีความสำคัญ (importance) มีความเด่น (prominance)
- ความใกล้ชิดของข่าวต่อผู้อ่านหรือผู้ชม (proximity) ทั้งทางกายและทางใจ
- เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในกระแสความสนใจของสาธารณชน หรือเรียกว่า “ประเด็นสาธารณะ” (talk of town)

ลักษณะของสิ่งที่จะเป็นข่าวได้ตามทฤษฎีพื้นฐานของข่าวข้างต้น พอที่จะนำมาประยุกต์เป็นแนวทางในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ ยกเว้นลักษณะของข่าวโดยทั่วไปบางประการที่ไม่สามารถนำมาเป็นแนวทางได้ เช่น เรื่องความขัดแย้ง เรื่องความผิดปกติ เป็นต้น โดยที่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของงานประชาสัมพันธ์นั้นเอง

วัตถุประสงค์ของการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

1. เพื่อให้คนทั่วไปเกิดการยอมรับองค์กร
2. เพื่อบอกเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนรับทราบ
3. เพื่อแก้ไขข่าวลือ ข่าวร้าย และป้องกันข่าวต่าง ๆ ที่ไม่ดีขององค์กร
4. เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
5. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนภายในและภายนอกองค์กร
6. เพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร

สิ่งสำคัญในการเขียนข่าว

1. เสนอข้อเท็จจริง เที่ยงตรง
2. ชัดเจน กระชับรัดกุม
3. ปราศจากข้อคิดเห็น
4. ผู้เขียนต้องเชี่ยวชาญ ละเอียดถี่ถ้วน เข้าใจ ประเด็นข่าวทะลุปรุโปร่ง

ข้อควรระวังในการเขียนข่าว

1. Royal ราชวงศ์เป็นข่าวที่มีราชาศัพท์ ต้องรอประกาศข่าวจากสำนักพระราชวัง
2. Religion ศาสนา จะสร้างความขัดแย้งสูงมากเพราะทุกศาสนาสอนให้คนเป็นคนดี ห้ามเปรียบเทียบโดยเด็ดขาด
3. Race ผิวพรรณ ผิวดำ ผิวขาว พรรค/พวกกลุ่ม จะสื่อความหมายได้ฉะนั้น ถ้าเป็นหน่วยงานต้องหลีกเลี่ยง
4. Rumor ข่าวลือ ถือเป็นเรื่องที่อันตรายมากสำหรับองค์กรทุกองค์กร ถ้าเราไม่ให้ความสำคัญในเรื่องของการกำจัดข้อความข่าว

การเขียนข่าวสารที่จะประชาสัมพันธ์ หรือสารที่จะสื่อออกไปยังสื่อมวลชน ควรมีสาระสำคัญหรือองค์ประกอบที่เรียกว่า “5 W 1 H” ดังต่อไปนี้

1. ใคร (Who) ใคร คือ บุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับข่าว
2. ทำอะไร (What) เกิดอะไรขึ้น การกระทำหรือเหตุการณ์ใดที่สำคัญ
3. ที่ไหน (Where) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้น ๆ เกิดขึ้นที่ไหน
4. เมื่อไร (When) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้น ๆ เกิดขึ้นวัน เวลาใด
5. ทำไมและอย่างไร (Why and How) ทำไมเหตุการณ์นั้นจึงเกิด และเกิดขึ้นได้อย่างไร
6. ข้อมูลประกอบอื่นๆ เช่น ความเป็นมา

ขั้นตอนในการเขียนข่าว ผู้เขียนควรปฏิบัติตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. หาข้อมูล โดยการค้นคว้า รวบรวมข้อมูล และสัมภาษณ์
2. วางแผนการเขียน ศึกษากลุ่มเป้าหมายและนโยบายของสื่อที่จะส่งเผยแพร่
3. ร่างเนื้อหา รูปแบบ ภาษา ทบทวน
4. ประเมินผล โดยการอ่านทบทวนด้วยตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องช่วยอ่าน

โครงสร้างการเขียนข่าว มี 5 ส่วน ดังนี้

1. พาดหัวข่าว/หัวข่าว (Headline/Title) เป็นการบอกประเด็นสำคัญของข่าว มักใช้ประโยคที่เป็นข้อความสั้น ๆ เพื่อช่วยให้รู้ว่าเป็นข่าวอะไร และมีประเด็นใดน่าสนใจ วิธีการพาดหัวข่าวให้พิจารณาความสำคัญของข่าวนั้น ๆ ต้องตอบสนองความสนใจของผู้อ่านว่า ว่าใคร ทำอะไร เมื่อไร ที่ไหน อย่างไร และทำไมจึงทำเช่นนั้น การนำประเด็นสำคัญของข่าวมาพาดหัวข่าว เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่าวันนี้เกิดอะไรขึ้นบ้าง โดยใช้ตัวอักษรตัวใหญ่กว่าธรรมดา ใช้เพียงข้อความสั้นๆ แต่สามารถเสนอสาระสำคัญให้แก่ผู้อ่านได้พิจารณาเลือกอ่านรายละเอียดข่าวที่ตนสนใจได้ ทั้งยังสามารถบอกภาพลักษณ์ของข่าวสารฉบับนั้น ๆ ด้วย การพาดหัวข่าวจะต้องใช้ทักษะการเลือกถ้อยคำภาษาอย่างมาก เพราะต้องดึงดูดความสนใจและกระทบต่อความรู้สึกของผู้อ่านไปพร้อม ๆ กับการใช้ถ้อยคำที่สั้นที่สุดให้สามารถอธิบายเนื้อความข่าวได้มากที่สุด

2. ความนำหรือวรรคนำโปรย (Lead) เป็นประเด็นสำคัญของเรื่องราว โดยผู้อ่านจะสามารถทราบในเวลารวดเร็วว่ามีอะไรเกิดขึ้น ที่ไหน เวลาเท่าไร อย่างไร และทำไมต้องเกิดขึ้นหรือตอบสนองความสนใจของผู้อ่านว่า Who (ใคร) What (ทำอะไร) When (เมื่อไร) Where (ที่ไหน) Why (ทำไม) เป็นส่วนประกอบที่มุ่งให้ความสำคัญต่อ 5 W กับ 1 H เขียนด้วยประโยคสรุปเรื่องหรือสรุปประเด็นสำคัญและกระชับ เพื่อขยายพาดหัวข่าว มีความยาวประมาณ 3 - 6 ประโยค สาระสำคัญของเนื้อหาข่าวที่เขียนโดยย่อเพื่อสร้างความเข้าใจทั่ว ๆ ไปแก่ผู้อ่าน ภาษาที่ใช้ในการเขียนความนำข่าวต้องเขียนด้วยข้อความที่กระชับรัดกุม เลือกสรรคำ โดยเฉพาะคำกริยาวิเศษณ์ ที่ทำให้เห็นภาพแฝง อารมณ์ ความรู้สึก ใช้คำสั้นๆ คล้ายกับพาดหัวข่าว เขียนด้วยประโยคสรุปเรื่องหรือสรุปประเด็นสำคัญและกระชับ เพื่อขยายพาดหัวข่าว

“ความนำข่าวแบบสรุป” จะต้องตอบคำถาม 5W 1H ได้ การเขียนความนำข่าวที่มีเนื้อหาเดียว จะใช้วิธีการนี้ แต่ในกรณีข่าวนั้น ๆ มีหลายเนื้อหา จะใช้วิธีสรุปเรื่องราวของทุกเนื้อหาแล้วนำมาเรียงร้อยเข้าด้วยกัน การเขียนความนำแบบสรุปจะใช้ภาษากระชับรัดกุม ตรงไปตรงมา ใช้คำสั้นแต่มีเนื้อความมาก เข้าใจง่าย

“ความนำข่าวแบบภาพพจน์” ซึ่งเขียนบรรยายหรือพรรณนาภาพเหตุการณ์ เรื่องราวที่เกิดขึ้น อย่างชัดเจน ทำให้ผู้อ่านเห็นภาพความเคลื่อนไหว สภาพการณ์ อารมณ์ความรู้สึกของบุคคลต่าง ๆ ในเหตุการณ์นั้นอย่างแจ่มแจ้ง โดยผู้เขียนจะเริ่มจากการเขียนความนำแบบสรุป แล้วเพิ่มคำกริยา คำช่วยกริยา คำขยายกริยา คำขยายวิเศษณ์

เพื่อเพิ่มเติมความเคลื่อนไหวและความรู้สึกเข้าไป ความนำแบบนี้มักใช้กับข่าวที่นำเสนอเหตุการณ์ที่มีความเคลื่อนไหว เช่น ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวชุมนุมประท้วง เป็นต้น

"ความนำข่าวแบบอัญพจน์" เป็นความนำที่ตัดตอนถ้อยคำของบุคคลสำคัญ ข้อความในประกาศแถลงการณ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสาระสำคัญของข่าวมาเขียนไว้ในเครื่องหมายอัญประกาศ เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบถ้อยคำของบุคคลสำคัญ หรือข้อความต่าง ๆ อย่างแท้จริง โดยไม่เกิดจากการสรุปหรือตีความของผู้เขียนข่าว

"ความนำข่าวแบบกระแทกกระทั้น" คือความนำที่เริ่มจากความนำแบบสรุป แล้วเพิ่มคำกริยา คำขยายที่แสดงความหนักแน่นรุนแรง ขึงขังแสดงอารมณ์ความรู้สึกอย่างชัดเจน

"ความนำข่าวแบบให้ภูมิหลัง" คือความนำข่าวที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นของข่าวที่จะนำเสนอต่อไป เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องราวได้ชัดเจนกระจ่างขึ้น

"ความนำข่าวแบบเปรียบเทียบหรือแบบขัดแย้ง" คือความนำข่าวที่เขียนแสดงภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ 2 เหตุการณ์ ซึ่งมีลักษณะเหมือนกัน หรือขัดแย้งกัน และประเด็นดังกล่าวเป็นสาระสำคัญของเรื่องที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน เช่น ข่าวสงคราม ข่าวอุบัติเหตุ เป็นต้น

ภาษาที่ใช้ในการเขียนความนำข่าวต้องเขียนด้วยข้อความที่กระชับรัดกุม เลือกสรรคำ โดยเฉพาะคำกริยาวิเศษณ์ ที่ทำให้เห็นภาพ แฝงอารมณ์ ความรู้สึก เลือกใช้คำสั้น ๆ แต่กินความมาก คล้ายกับพาดหัวข่าว

3. ส่วนเชื่อมโยง (Neck) เป็นส่วนประกอบที่โยงความสัมพันธ์ระหว่างวรรคนำกับเนื้อหาความยาวขึ้นอยู่กับเนื้อหา หรือเป็นข้อความสั้นๆ ที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างความนำหรือวรรคนำข่าวกับเนื้อข่าว เพื่อให้การเขียนข่าวนั้นเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่เป็นข้อความที่ขยายประเด็นของเรื่อง อาจจะมีหรือไม่มีก็ได้ มักใช้กับข่าวใหญ่

4. เนื้อเรื่อง หรือ เนื้อข่าว (Body) เป็นส่วนประกอบที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์ หรือเรื่องราวให้ผู้อ่านได้ทราบและเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมด เป็นการเขียนในส่วนที่จะให้ข้อมูลและความละเอียดมากกว่าในวรรคนำและส่วนเชื่อม เป็นการบอกเรื่องที่เหลือจากที่บอกไว้แล้วในวรรคนำ เป็นข้อเท็จจริงที่สนับสนุนหรือขยายความหรือช่วยให้วรรคนำได้ใจความชัดเจนขึ้น เป็นเรื่องราวทั้งหมดของข่าวที่ตอบคำถาม 5W และ 1H มี 2 - 5 ย่อหน้า ตามความเหมาะสม โดยย่อหน้าแรก ๆ เป็นรายละเอียดตามวรรคนำ ย่อหน้าสองอ้างคำพูดผู้ให้สัมภาษณ์หรือผู้บริหารเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ ย่อหน้าสุดท้ายเสริมข้อมูลเฉพาะที่จำเป็น

4.1 การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่เสนอข้อเท็จจริง จะใช้ถ้อยคำกระชับรัดกุม ตรงไปตรงมา เสนอเฉพาะข้อเท็จจริงโดยใช้วิธีบรรยายโวหาร ระดับภาษาตั้งแต่กึ่งทางการถึงระดับทางการ

4.2 การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่แสดงความเคลื่อนไหว ผู้เขียนต้องสร้างภาพโดยใช้ถ้อยคำพรรณนาให้เห็นภาพเหตุการณ์อย่างชัดเจน เน้นที่คำกริยา เพิ่มคำแสดงอารมณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็นของผู้เขียน เข้าไปในรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นด้วย ข้อควรระวังคือ ผู้เขียนไม่ควรสร้างภาพเกินความจริง

4.3 การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่เป็นคำพูด ข้อความส่วนหนึ่งจะเป็นถ้อยคำที่เป็นความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์หรือแหล่งข่าว ผู้เขียนจะใช้ถ้อยคำกระชับรัดกุม ภาษาง่าย ๆ สื่อความหมายตรงไปตรงมาอาจจะมีถ้อยคำแสดงความรู้สึก อารมณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ปรากฏอยู่ด้วย

โครงสร้างพื้นฐานของข่าวข้างต้น เป็นส่วนประกอบพื้นฐานในการเขียนข่าว ที่แต่ละข่าวควรมีส่วนประกอบพื้นฐาน 4 ส่วน อย่างไรก็ตาม ในการนำเสนอข้อเท็จจริงของข่าว ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อาจกำหนดแนวทางการเขียนข่าวขึ้นอยู่กับลักษณะประเด็นของข่าวนั้น ๆ

ในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องบอกรายละเอียดเกี่ยวกับหน่วยงาน ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรไว้ในท้ายข่าวด้วยเสมอ เช่น หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้โดยสะดวก เพื่อที่ผู้สื่อข่าวสามารถติดต่อขอทำความเข้าใจหรือขอข้อมูลเพิ่มเติมได้

5. ทิ้งท้ายข่าว เป็นการสรุปประเด็นเพื่อดึงดูดความสนใจ ตอกย้ำจุดหมาย

รูปแบบการเขียนข่าว โดยทั่วไปการเขียนข่าวจะมีเพียง 3 ส่วนเท่านั้น ได้แก่ พาดหัวข่าวหรือโปรยหัวข่าว (headline) วรรคนำ เป็นการสรุปเรื่องราว (lead) เนื้อข่าว เป็นรายละเอียดของเหตุการณ์และเรื่องราว (detail) นอกจากนี้ รูปแบบการเขียนข่าวทั่วไป ไม่ว่าข่าวหนังสือพิมพ์ หรือข่าววิทยุโทรทัศน์ มี 3 รูปแบบ ได้แก่ ปีรามิดหัวกลับ ปีรามิดหัวตั้ง และสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงยืนแบบผสม ซึ่งใช้ในรูปแบบของข่าวที่แตกต่างกัน รูปแบบที่นิยมในการเขียนข่าวได้แก่ แบบปิรามิดหัวกลับ (inverted pyramid) เป็นการนำเสนอข่าวโดยลำดับประเด็นสำคัญจากมากไปหาน้อย ซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของมนุษย์ในการอยากรู้อยากเห็นสิ่งสำคัญก่อน ส่วนรายละเอียดไว้ทีหลัง ประกอบด้วยข่าวพาดหัว วรรคนำ ส่วนเชื่อม และส่วนของเนื้อเรื่อง เรียงตามลำดับความสำคัญ เป็นการเขียนข่าว โดยเริ่มด้วยความนำที่เป็นประเด็นสำคัญของเรื่อง และส่วนเชื่อมที่โยงความสัมพันธ์ระหว่างความนำกับเนื้อหาที่มีความสำคัญรองลงมา ส่วนเนื้อหา จะเป็นส่วนประกอบที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นทั้งหมด

เทคนิคการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

- สื่อสิ่งพิมพ์
- สื่อโทรทัศน์
- สื่อวิทยุกระจายเสียง
- สื่อโสตทัศน์
- ป้ายประกาศ/ป้ายนิทรรศการ
- สื่ออินเตอร์เน็ต

วัตถุประสงค์ของการเขียน

- เพื่อบอกกล่าวให้ทราบและเข้าใจ
- เพื่อให้ประชาชนเกิดการยอมรับ
- เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเข้าใจผิด
- เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
- เพื่อแก้ไขการเข้าใจผิด
- เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี
- เพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด

โครงสร้าง

- พาดหัวข่าว
- วรรคนำ
- ส่วนเชื่อม
- เนื้อข่าว
- ทิ้งท้ายข่าว

รูปแบบการเขียน

- แบบพีรามิดหัวกลับ (Inverted pyramid)
- แบบพีระมิดหัวตั้ง (Upright pyramid)
- แบบสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงยืนแบบผสม (Combination)

ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์

- ข่าวแจ้งให้ทราบ
- ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์
- ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน
- ข่าวตอบโต้เหตุการณ์

องค์ประกอบของการเขียน “5 W 1H”

- ใคร (who)
- ทำอะไร (what)
- ที่ไหน (where)
- เมื่อไหร่ (when)
- ทำไม (why)
- อย่างไร (How)
- ข้อมูลประกอบอื่น ๆ

ตัวอย่างประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์

1. ข่าวแจ้งเพื่อทราบ หรือ Announcement Release เป็นการแจ้งให้ทราบรายละเอียดต่าง ๆ ของสิ่งที่เกิดขึ้นหรือที่จะมีขึ้น อาทิ แจ้งเกี่ยวกับนโยบายใหม่ วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน การเปิดสาขา แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลประกอบการล่าสุด ผลการวิจัยและพัฒนาใหม่ๆ

2. ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ หรือ Created News Release บางครั้งหน่วยงานอาจต้องการข่าวได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ แทนที่จะเผยแพร่ในลักษณะแจ้งให้ทราบอย่างธรรมดาก็สามารถทาได้โดยการจัดให้เป็นกิจกรรมพิเศษขึ้น เช่น โครงการรณรงค์เพื่อสังคมต่าง ๆ ฯลฯ ช่วยให้มีสีสันและดึงดูดความสนใจ ให้เกิดความนิยมต่อหน่วยงาน และมักจะได้รับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชนในวงกว้างมากขึ้น

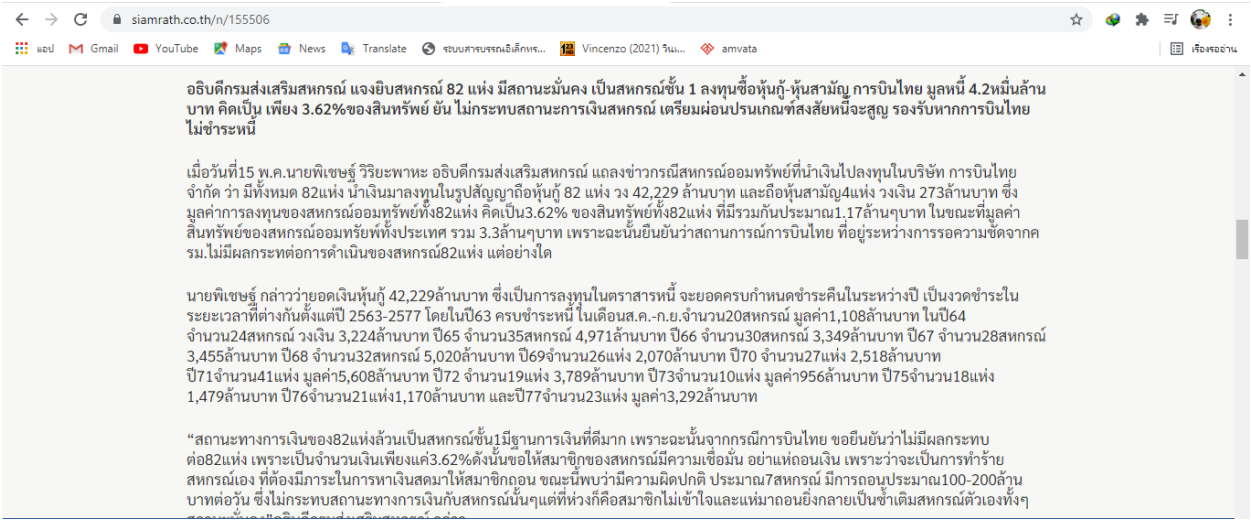
3. ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน หรือ Spot News Release สำหรับเผยแพร่กรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินหรือมีเหตุการณ์เร่งด่วนที่ควรแจ้งให้ประชาชนได้รับทราบอย่างรวดเร็วอาจไม่มีการเสนอรายละเอียดมากแต่เน้นที่ความฉับไว เช่น การเปลี่ยนแปลงกำหนดการบางอย่าง เป็นต้น

4. ข่าวตอบโต้เหตุการณ์ หรือ Response News Release ในกรณีที่เรื่องราวของหน่วยงานที่รับรู้ไปถึงสื่อมวลชนโดยมิได้ออกมาจากนักประชาสัมพันธ์ จนกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์หรือตั้งข้อสงสัยจากหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เช่น ข่าวลือเกี่ยวกับการขาดทุนของกิจการ ข่าวความขัดแย้ง เป็นต้น เมื่อเกิดเหตุเช่นนี้ขึ้น สื่อมวลชนย่อมต้องการคำชี้แจงที่ชัดเจนจากหน่วยงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องชี้แจงอย่างละเอียดด้วยเหตุผลน่าเชื่อถือ และจำเป็นอย่างยิ่งในการอ้างถึงแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือสูงสุด

อธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์ แจงยิบสหกรณ์ 82 แห่ง ลงทุนการบินไทย ยังมีสถานะมั่นคง

ทวีต Share 0 Share 0

สยามรัฐออนไลน์ 15 พฤษภาคม 2563 16:12 น. สหกรณ์



siamrath.co.th/n/155506

แอป Gmail YouTube Maps News Translate ระบบสารบรรณอิเล็กทร... Vincenzo (2021) วินเ... amvata เรื่องรออ่าน

อธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์ แจงยิบสหกรณ์ 82 แห่ง มีสถานะมั่นคง เป็นสหกรณ์ชั้น 1 ลงทุนซื้อหุ้นกู้-หุ้นสามัญ การบินไทย มูลหนี้ 4.2หมื่นล้านบาท คิดเป็น เพียง 3.62%ของสินทรัพย์ ยัน ไม่กระทบสถานะการเงินสหกรณ์ เตรียมผ่อนปรนเกณฑ์สงสัยหนี้จะสูญ รองรับหากการบินไทยไม่ชำระหนี้

เมื่อวันที่15 พ.ค.นายพิเชษฐ์ วิริยะพาหะ อธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์ แถลงข่าวกรณีสหกรณ์ออมทรัพย์ที่นำเงินไปลงทุนในบริษัท การบินไทย จำกัด ว่า มีทั้งหมด 82แห่ง นำเงินมาลงทุนในรูปสัญญาถือหุ้นกู้ 82 แห่ง วง 42,229 ล้านบาท และถือหุ้นสามัญ4แห่ง วงเงิน 273ล้านบาท ซึ่งมูลค่าการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ทั้ง82แห่ง คิดเป็น3.62% ของสินทรัพย์ทั้ง82แห่ง ที่มีรวมกันประมาณ1.17ล้านๆบาท ในขณะที่มูลค่าสินทรัพย์ของสหกรณ์ออมทรัยพ์ทั้งประเทศ รวม 3.3ล้านๆบาท เพราะฉะนั้นยืนยันว่าสถานการณ์การบินไทย ที่อยู่ระหว่างการรอความชัดจากคร.ม.ไม่มีผลกระทต่อการดำเนินของสหกรณ์82แห่ง แต่อย่างใด

นายพิเชษฐ์ กล่าวว่ายอดเงินหุ้นกู้ 42,229ล้านบาท ซึ่งเป็นการลงทุนในตราสารหนี้ จะยอดครบกำหนดชำระคืนในระหว่างปี เป็นงวดชำระในระยะเวลาที่ต่างกันตั้งแต่ปี 2563-2577 โดยในปี63 ครบชำระหนี้ ในเดือนส.ค.-ก.ย.จำนวน20สหกรณ์ มูลค่า1,108ล้านบาท ในปี64 จำนวน24สหกรณ์ วงเงิน 3,224ล้านบาท ปี65 จำนวน35สหกรณ์ 4,971ล้านบาท ปี66 จำนวน30สหกรณ์ 3,349ล้านบาท ปี67 จำนวน28สหกรณ์ 3,455ล้านบาท ปี68 จำนวน32สหกรณ์ 5,020ล้านบาท ปี69จำนวน26แห่ง 2,070ล้านบาท ปี70 จำนวน27แห่ง 2,518ล้านบาท ปี71จำนวน41แห่ง มูลค่า5,608ล้านบาท ปี72 จำนวน19แห่ง 3,789ล้านบาท ปี73จำนวน10แห่ง มูลค่า956ล้านบาท ปี75จำนวน18แห่ง 1,479ล้านบาท ปี76จำนวน21แห่ง1,170ล้านบาท และปี77จำนวน23แห่ง มูลค่า3,292ล้านบาท

“สถานะทางการเงินของ82แห่งล้วนเป็นสหกรณ์ชั้น1มีฐานการเงินที่ดีมาก เพราะฉะนั้นจากกรณีการบินไทย ขอยืนยันว่าไม่มีผลกระทบต่อ82แห่ง เพราะเป็นจำนวนเงินเพียงแค่3.62%ดังนั้นขอให้สมาชิกของสหกรณ์มีความเชื่อมั่น อย่าแห่ถอนเงิน เพราะว่าจะเป็นการทำร้ายสหกรณ์เอง ที่ต้องมีการะในการหาเงินสดมาให้สมาชิกถอน ขณะนี้พบว่ามีความผิดปกติ ประมาณ7สหกรณ์ มีการถอนประมาณ100-200ล้านบาทต่อวัน ซึ่งไม่กระทบสถานะทางการเงินกับสหกรณ์นั้นๆแต่ที่ห่วงก็คือสมาชิกไม่เข้าใจและแห่มาถอนยิ่งกลายเป็นซ้ำเติมสหกรณ์ตัวเองทั้งๆ

องค์ประกอบการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวต้องมี 5W 1H ได้แก่ Who What Where When Why และ How เพื่ออธิบายว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อใด ทำไมจึงเกิดเหตุการณ์นั้นขึ้น และเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นอย่างไร

ปัญหาหรือสาเหตุที่เกิดขึ้น

- เกิดอะไรขึ้นบ้าง
- มีอะไรที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นี้
- หลักฐานที่สำคัญที่สุด คืออะไร
- สาเหตุที่ทำให้เกิดเหตุการณ์นี้คืออะไร

สถานที่หรือตำแหน่งที่เกิดเหตุ

- เรื่องนี้เกิดขึ้นที่ไหน
- เหตุการณ์นี้น่าจะเกิดขึ้นที่ใดมากที่สุด

เวลาที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้น หรือจะเกิดขึ้น

- เหตุการณ์นี้น่าจะเกิดขึ้นเมื่อไหร่
- เวลาใดบ้างที่สถานการณ์เช่นนี้จะเกิดขึ้น

สาเหตุหรือมูลเหตุที่ทำให้เกิดขึ้น

- ทำไมต้องเป็นคนนี้ เวลานี้ สถานที่นี้
- เพราะเหตุใดเหตุการณ์นี้จึงเกิดขึ้น
- ทำไมจึงเกิดเรื่องนี้ขึ้น

บุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม

- ใครอยู่ในเหตุการณ์บ้าง
- ใครน่าจะเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นี้
- ใครน่าจะทำให้สถานการณ์นี้เกิดขึ้นมากที่สุด
- เหตุการณ์นี้ใครได้ประโยชน์ เสียประโยชน์

รายละเอียดของสิ่งที่เกิดขึ้นหรือกำลังเกิด

- เขาทำสิ่งนั้นได้อย่างไร
- ลำดับเหตุการณ์นี้ดูว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร

เรื่องที่ไม่ควรโพสต์บนสื่อออนไลน์

1. เรื่องผิดกฎหมาย
2. วาทกรรมที่สร้างความเกลียดชัง
3. ข้อมูลส่วนตัว หรือความลับ เช่น ที่อยู่ เลขที่บัตรบัตรประชาชน
4. การขอ Like (ใคร Like ขอให้รวย, ขอให้สวย)
5. เรื่องของบุคคลอื่น
6. เรื่องที่อาจทำให้ออกจากงาน, การหางานใหม่
7. การลบหลู่ความเชื่อส่วนบุคคล

การโพสต์บนสื่อออนไลน์ ที่ทำให้คนเบื่อ

1. โพสต์บ่อยเกินไป
2. การตลาดแบบเครือข่าย
3. โพสต์ข่าวที่ไม่เหมาะสม
4. การแสดงความคิดเห็นที่หยาบคาย
5. ไม่สนใจการโพสต์แสดงความคิดเห็น หรือ Complain
6. ละทิ้งเพจให้ร้างจนนานเกินไป

ความรู้ของสาธารณชนที่ต้องคำนึงถึง

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ, อายุ, การศึกษา)
2. ลักษณะเชิงจิตวิทยา (บุคลิกภาพ, ทัศนคติ, ความรู้)
3. ลักษณะสภาวะทางอารมณ์ (เศร้า, รัก, โกรธ)

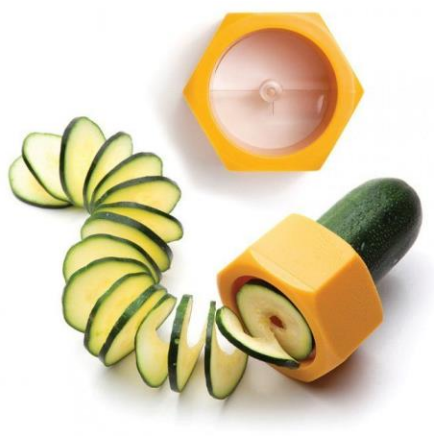
รู้วิธีการแตกประเด็นเพื่อสร้างข่าว

การทำ “ประเด็น” ให้เป็น “ข่าว” ต้องทำให้สื่อมวลชนชื่นชมองค์กร กิจการ และสินค้าในทางที่ดี แต่ไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะสื่อมวลชนต้องการแข่งขันเพื่อขายข่าวให้ได้มากที่สุด

- ไม่คิดเอง เออเอง
- พิจารณาว่าประชาชน สังคม สื่อต้องการรู้เรื่องอะไร จึงจะมีคุณค่าต่อการเป็นข่าว

ประเด็นที่ทำให้เป็นข่าว

1. การนำสิ่งใหม่ที่ไม่ใครเคยมีเอามาใช้



2. การนำนวัตกรรมใหม่มาใช้แทนของเดิม

3. การมีโปรโมชัน

4. การมีกิจกรรมที่น่าสนใจ

หลักการเขียนข่าวบนสื่อออนไลน์

ลักษณะการเขียนเพื่อสื่อออนไลน์ที่ดี การเขียนในที่นี้ หมายถึงการเขียนสื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารเชิงการให้ข้อมูลไม่ว่าจะเป็น ข่าว หรือ บทความเชิงความรู้ ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง การเขียนที่ดีต้อง

ทำให้สั้น ให้เข้าใจได้เร็ว ด้วยภาษากึ่งทางการ

มีลักษณะของกึ่งทางการพูดและสนทนา รวมถึงบอกให้เขาเข้าใจ และทำอย่างง่าย ๆ หมายความว่าในการให้ข้อมูลไม่ควรต้องคิดเหมือนว่า คนอ่านเข้ามาเพื่อต้องการถามข้อมูลจากเรา ต้องการให้เราสอนทำอะไรสักอย่าง ดังนั้น การจะทำให้เข้าใจได้ในเวลาสั้น ๆ จะเป็นต้องใช้ภาษาที่ง่าย เหมือนเรากำลังพูด หรือ อธิบายสิ่งต่าง ๆ ให้ผู้อ่านได้ฟัง จะทำให้ไม่เกิดความเบื่อหน่ายในการอ่าน และทำให้เข้าใจง่ายขึ้นด้วย นอกจากนั้นในเว็บไซต์หรือบทความหน้านั้น ถ้าต้องการให้ผู้อ่านทำอะไร ไปที่ไหนต่อ ก็ต้องมีการบอกไว้ อย่างชัดเจน เพื่อง่ายต่อการติดตามบทความ

เรื่องต้องมีคุณค่า

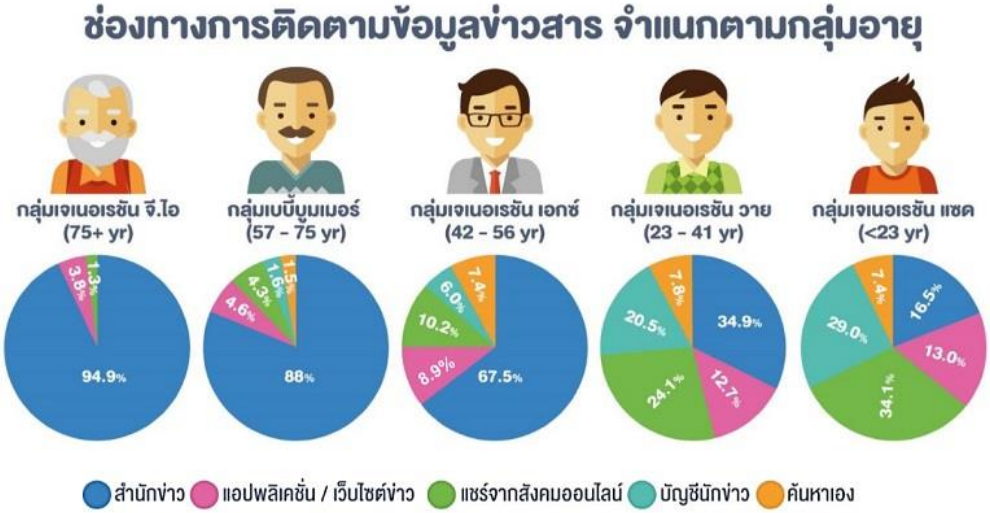
คิดเสมอว่าคนอยากรู้อะไรถ้าจะอ่านเกี่ยวกับเรื่องนั้น แล้วพยายามให้ข้อมูลที่สำคัญ และมีประโยชน์ต่อการค้นหา จะทำให้บทความมีคุณค่า ยิ่งเข้ามาอ่านแล้วได้อะไรกลับไป ยิ่งทำให้คนอยากติดตาม และกลับเข้ามาอยู่เสมอ

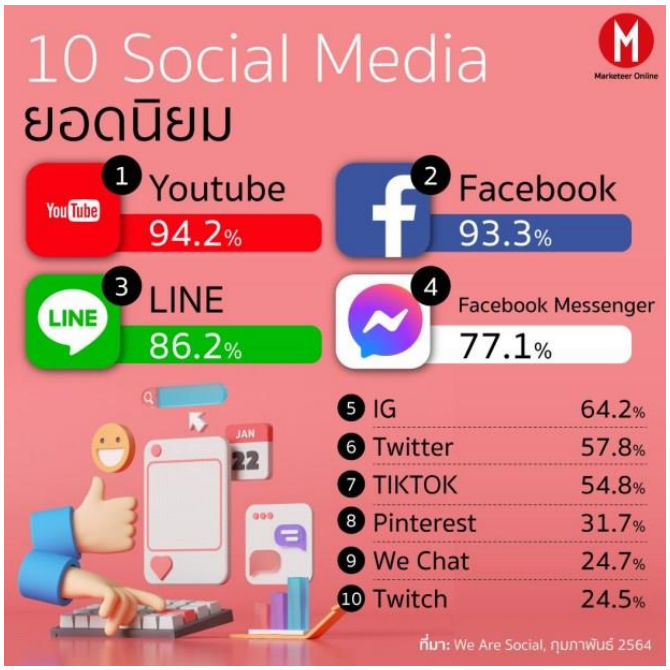
เข้ามาถึง หาเจอ ได้ข้อมูล และไปต่อได้

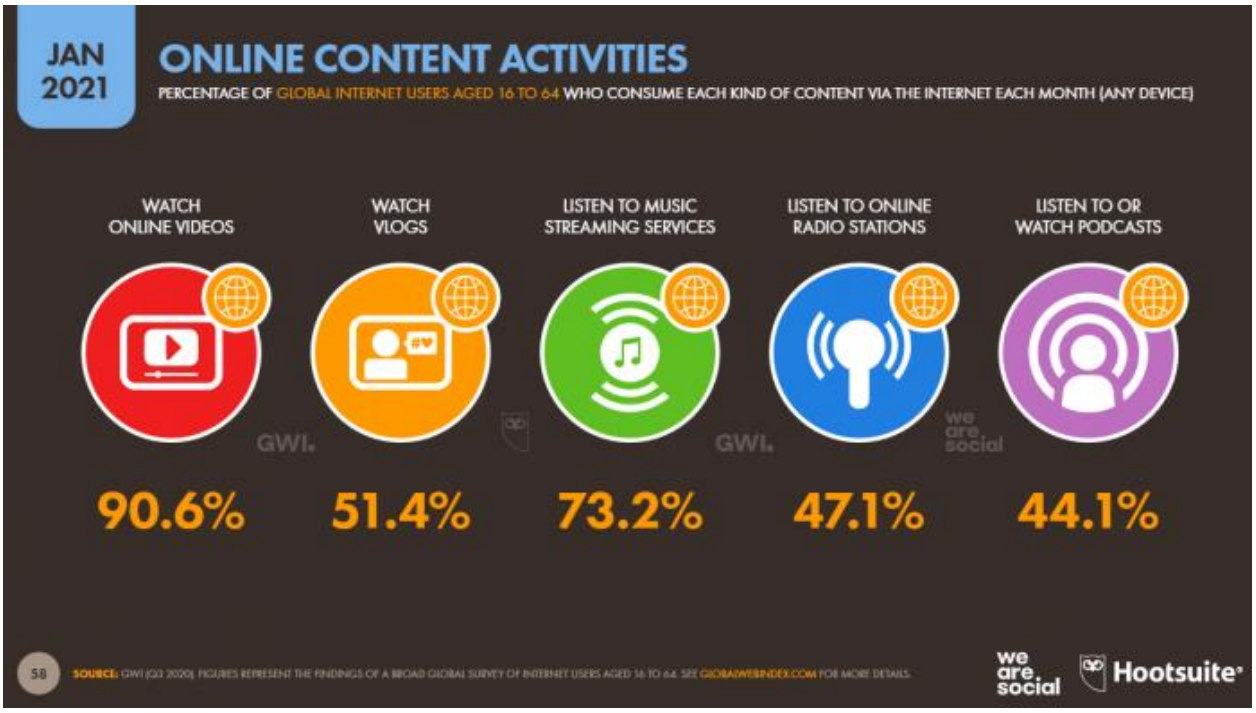
มีลักษณะ “Grab & Go” คือ อยากได้ อยากรู้อะไร เข้ามาแล้วเจอเลยอย่างรวดเร็ว จากนั้นก็มี function ที่จะบอกได้ว่า จะไปไหนต่อ จะทำอะไรต่อ หรือมีทางเลือกให้เขาว่าจะทำอะไรไปได้ หรือในอีกนัยคือทำเรื่องให้สั้นกระชับ เพื่อเข้ามาอ่านแล้วเจอเลย แบ่งเรื่องเป็นส่วน ๆ คนอ่านจะได้เลือกเรื่องที่จะอ่านได้โดยไม่ต้องดูทั้งหมด และมีการทำลิ้งค์ (Link) ไปยังข้อมูลอื่นเพื่อเป็นตัวเลือกให้ผู้อ่าน หรือใช้อุปกรณ์ ในการเลือกที่จะสมัครสมาชิกกับเว็บไซต์ หรือ เก็บข้อมูลไว้อ่านต่อในภายหลัง

ลักษณะการเขียนเพื่อบทความออนไลน์ที่ดีนี้ สามารถสร้างได้จากเทคนิคการเขียน และการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ง่าย ๆ จำไว้ว่า เวลาจะเขียนต้องคำนึงถึง “เขียนอย่างไรให้อ่านง่าย” “เขียนอย่างไร ให้หาเจอ” “เขียนอย่างไรให้น่าเชื่อถือ” และ “เขียนอย่างไรให้มีคุณค่า”

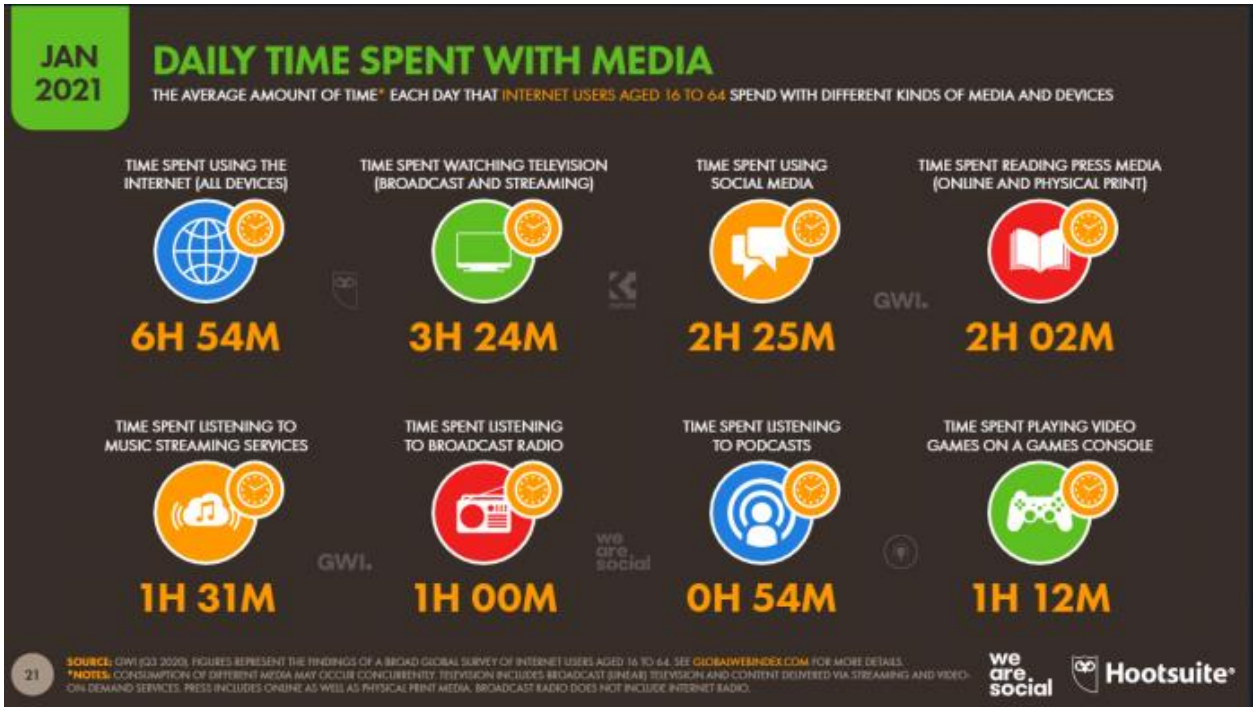
พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์







วีดิโอ ครองอันดับ 1 คอนเทนต์ออนไลน์



เวลาเฉลี่ยในการใช้สื่อแต่ละประเภทในแต่ละวัน

พฤติกรรมการเล่น

- บางคนติดตามข้อมูลข่าวสารผ่าน Twitter
- บางคนชอบวิจารณ์เรื่องราวต่าง ๆ ผ่าน Blog
- บางคนชอบตั้งกระทู้ใน Web board
- บางคนชอบคุยกันเองใน Chat Room
- บางคนชอบดูความเคลื่อนไหวผ่าน YouTube
- บางคนมักขอคำแนะนำผ่านทาง Facebook

Facebook

ได้สัมผัสโลกของเพื่อนรอบตัวเรา

Twitter

ได้เรียนรู้ความคิดของคนอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อนเรา

Instagram

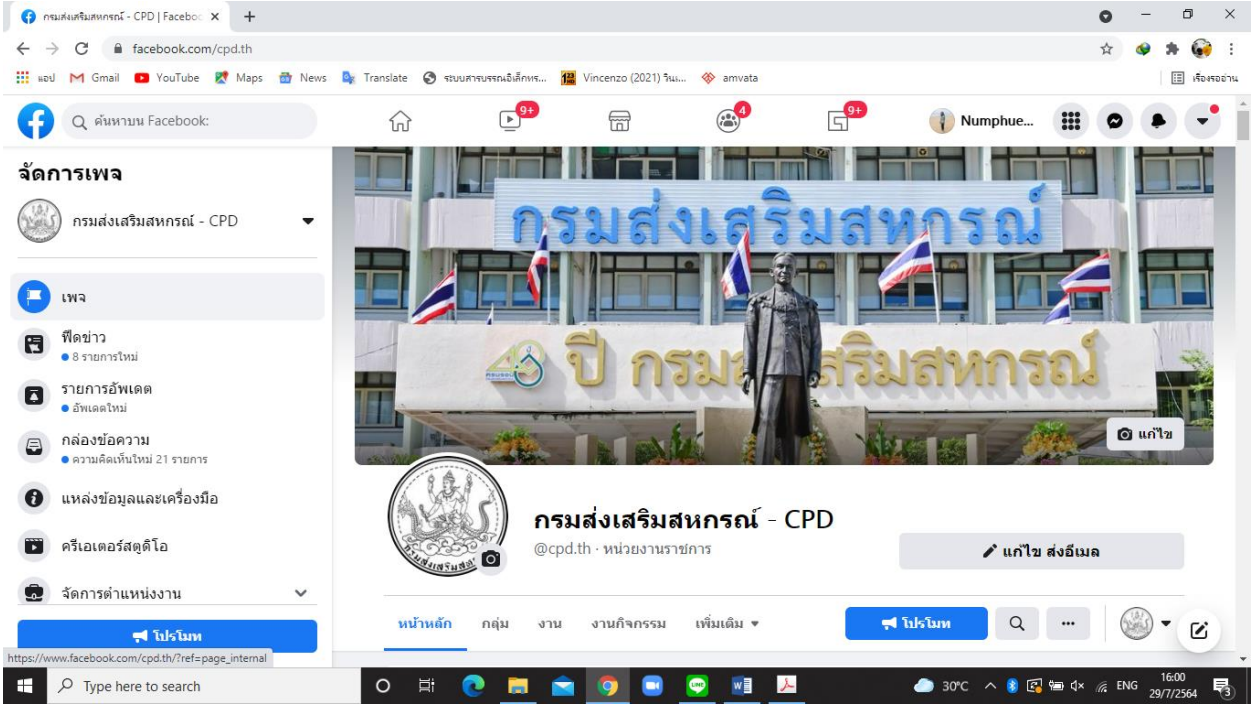
ได้เห็นภาพที่อยากนำเสนอ ของคนที่เราติดตาม

สิ่งที่องค์กรควรพิจารณา

1. ใครคือผู้รับผิดชอบ (Admin) ในการเผยแพร่
2. อีเมล์ที่ใช้สมัครเป็นสมาชิก ไม่ควรใช้อีเมล์ส่วนตัว
3. เนื้อหาที่นำเสนอ ควรมีเรื่องราวอื่น ๆ ด้วย
4. หากมีกิจกรรมของหน่วยงาน ควรนำมาเผยแพร่และใส่คำอธิบายให้เหมาะสม
5. ไม่ควรนำภาพลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ เพราะอาจสร้างปัญหาได้
6. ควรรวมคำถามส่งต่อไปให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง
7. การกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงเนื้อหาให้เหมาะสม
8. การนำเสนอเนื้อหา ต้องไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
9. หมั่นตรวจสอบข้อมูล และมีการโต้ตอบกับกลุ่มเป้าหมาย
10. มีข้อมูลลิ้งค์เข้า Website หลัก

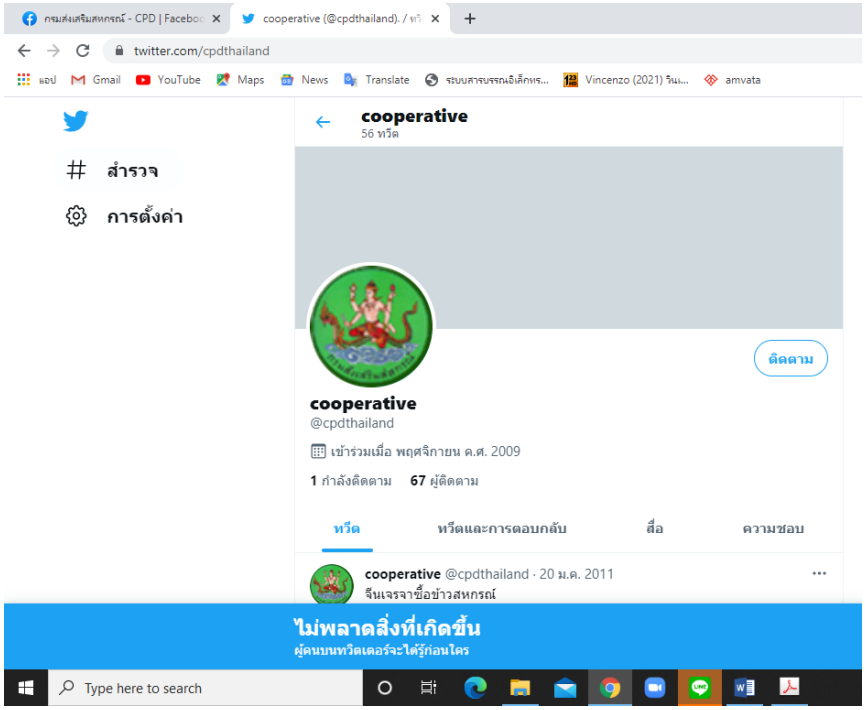
ข้อดีของ Facebook ต่องานประชาสัมพันธ์

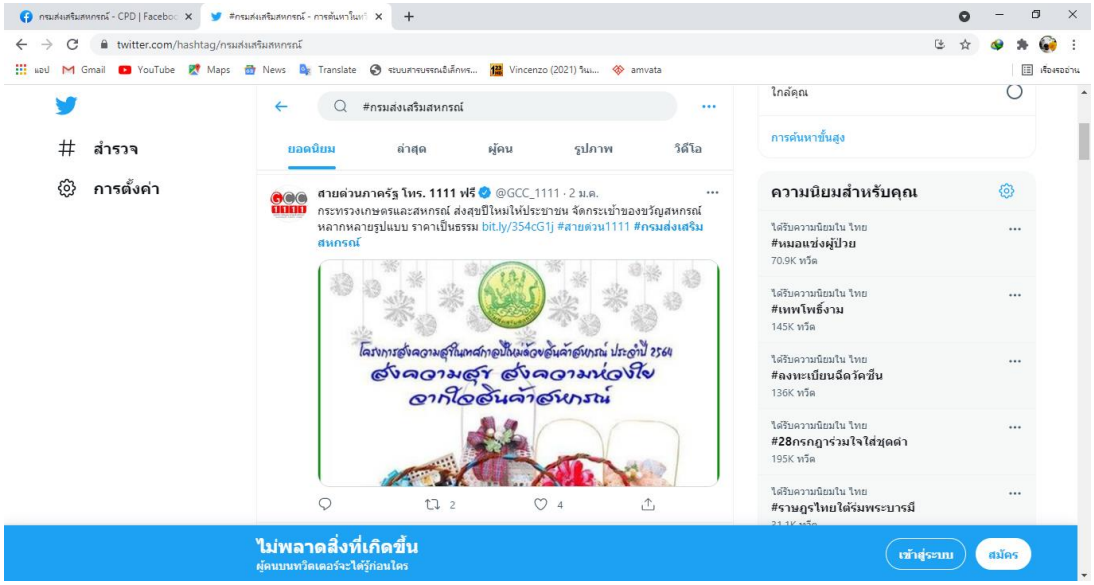
1. เป็นช่องทางโปรโมทองค์กรบนเว็บไซต์
2. ได้ยอดคนเข้าเว็บมากขึ้น
3. เพิ่มประสิทธิภาพ SEO (Search Engine Optimization)
4. สร้าง Community กับกลุ่มเป้าหมายโดยไม่เสียเงิน
5. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง
6. สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น
7. สร้างพื้นที่ให้กับผู้จงรักภักดีต่อองค์กร



การใช้ Twitter เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร

1. สร้างภาพลักษณ์องค์กรตอบข้อซักถาม ข้อข้องใจรับเรื่องแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า
2. ใช้เป็นศูนย์บริการลูกค้า (Call Center)
3. ใช้เป็นบริการหลังการขาย (ลูกค้าสัมพันธ์)
4. ใช้หาพันธมิตรทางธุรกิจหรือคู่ค้า
5. ใช้เป็นแหล่งข้อมูลทางธุรกิจติดตามข่าวสาร
6. สร้างความคุ้นเคยอย่างต่อเนื่อง (ทักทายลูกค้า)
7. เป็นช่องทางกระจายข่าวสาร (Real Time)





ข่าว Online ที่ดี

1. สดใหม่ ทันเหตุการณ์
2. อ่านง่าย สบายตา เนื้อหาไม่แน่นเกินไป มีภาพคั่นสายตา
3. มี Link ไปยังข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และข่าวเดิมที่เกี่ยวข้อง
4. มีการตอบโต้ให้แสดงความคิดเห็น
5. มีบริการ E-Mail, Chat, RSS, Video Clip, Printable

ผู้รับสารออนไลน์มีพฤติกรรมแตกต่างจากผู้รับสารสื่ออื่น ๆ

1. มีความตื่นตัว
2. ค้นคว้าหาข้อมูลได้ด้วยตัวเอง
3. เข้าเว็บไซต์เพื่อหาข้อมูลบางอย่าง
4. มีความต้องการอ่านในสิ่งที่ตนสนใจ

ดังนั้นการเขียนเพื่อสื่อออนไลน์ต้องทำให้รู้ว่า

1. เกี่ยวกับอะไร
2. จะทำอย่างไรต่อ
3. น่าสนใจภายในเวลาไม่กี่วินาที

เมื่อเราได้เจออะไรบ่อย ๆ เราก็จะคุ้นเคย พอเราคุ้นเคยขึ้น ก็มีความเป็นไปได้มากขึ้นที่เราจะมีความชอบต่อไปเรื่อย ๆ สิ่งนี้ก็คือปรากฏการณ์ความชอบที่ก่อตัวขึ้นจากความคุ้นเคย (Mere Exposure Effect) นั่นเอง การสื่อสารอย่างตรงไปตรงมาด้วยข้อความที่ทำให้มีความรู้สึกร่วม ผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งไม่ได้แค่สื่อสารอย่างสม่ำเสมอเท่านั้นแต่ยังหลากหลายและมีหลายมิติ จึงเป็นที่มาของคอนเทนท์ขนาดใหญ่

กลุ่มประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม
กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์