

LE9.29379
ส.ร.๗
ค.๘

ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ
ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน

17 88 201

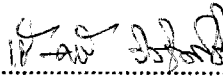
ปริญญานิพนธ์
ของ
สุมาลัย เกษาชาติ

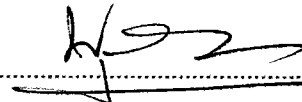
เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกการศึกษาผู้ใหญ่
พฤษภาคม 2541
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๗ ๗๑๖๖

คณะกรรมการควบคุมและคณะกรรมการสอบได้พิจารณาปฏิญานีพนธ์ฉบับนี้แล้ว
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต
วิชาเอกการศึกษาผู้ใหญ่ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

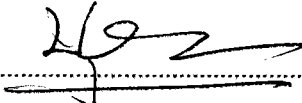
คณะกรรมการควบคุม

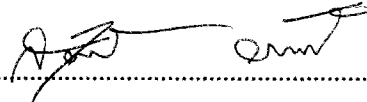

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์เชิษศรี วิวิธสิริ)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปฐม นิคมานนท์)

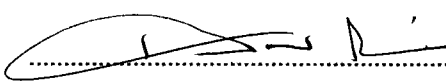
คณะกรรมการสอบ


..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์เชิษศรี วิวิธสิริ)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปฐม นิคมานนท์)


..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(รองศาสตราจารย์สุวัฒน์ วัฒนวงศ์)

บัณฑิตวิทยาลัยอนุมัติให้รับปฏิญานีพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกการศึกษาผู้ใหญ่ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ ดร. เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์)

วันที่ 14 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2541

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากรองศาสตราจารย์เชิธรศรี วิวิธสิริ ประธานกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาและแนะนำเป็นอย่างดียิ่งตั้งแต่เริ่มต้นจนรวบรวมสำเร็จเป็นรูปเล่ม ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ปฐม นิคมานนท์ กรรมการควบคุมและสอบปริญญานิพนธ์ รองศาสตราจารย์สุวัฒน์ วัฒนวงศ์ กรรมการสอบปริญญานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและแนะนำ แก้ไขข้อบกพร่องจนปริญญานิพนธ์สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองปลัดกระทรวงศึกษาธิการ (รองฯสาวิตรี สุวรรณสถิตย์) ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษาและช่วยเหลือในการทำปริญญานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์สมยศ สิงห์คำ ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ อาจารย์ขวัญเรือน อภิณธ์ อาจารย์ไชยทวิ อติแพทย์ ศูนย์ประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ ที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือ และสนับสนุนข้อมูล รวมทั้งเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อนร่วมงานในศูนย์ประชาสัมพันธ์ ที่ได้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ตลอดจนเพื่อนสื่อมวลชนในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจ

ขอขอบคุณ คุณทัศนีย์ แสงประสิทธิ์ คุณแพรวพรรณ บุญฤทธิ์มนตรี ที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกในการจัดทำปริญญานิพนธ์จนสมบูรณ์

คุณค่าอันพึงมีจากปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณความดีทั้งหมดนี้เพื่อตอบแทนการบูชาพระคุณบิดา มารดา ที่ท่านเป็นผู้ให้การส่งเสริม สนับสนุน ให้กำลังใจ และกำลังทรัพย์ในการศึกษาและทำปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ จนประสบผลสำเร็จ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

สุมาลัย เกษชาติ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของศึกษาค้นคว้า.....	4
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	4
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
การแบ่งส่วนราชการและภารกิจของกระทรวงศึกษาธิการ.....	7
ประวัติการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ.....	12
ปัญหาการประชาสัมพันธ์.....	17
การประชาสัมพันธ์.....	18
ความหมายของการประชาสัมพันธ์.....	18
องค์ประกอบของการจัดการประชาสัมพันธ์.....	20
หลักการประชาสัมพันธ์.....	22
คุณสมบัติและหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์.....	23
กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	38
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวและสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงาน ในกระทรวงศึกษาธิการ	45
ตอนที่ 2 ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน.....	51
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเพิ่มเติมของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	58
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	62
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	62
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	62
การดำเนินการวิจัย.....	63
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	63
อภิปรายผล.....	67
ข้อเสนอแนะ.....	76
บรรณานุกรม.....	78
ภาคผนวก.....	83
ก ตารางเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล : สภาพและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	84
ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม.....	91
ค รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	93
ง แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	97
จ ประกาศจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ.....	106
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	108

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนประชากรจำแนกตามสังกัด และตำแหน่ง.....	39
2	ข้อมูลส่วนตัวของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์.....	45
3	สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ.....	48
4	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวง ศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน.....	51
5	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวง ศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ด้านนโยบาย และการวางแผน.....	52
6	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวง ศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ด้านทรัพยากร.....	54
7	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวง ศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ด้านการดำเนินงาน และกิจกรรม.....	56
8	ความคิดเห็นเพิ่มเติมของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน เกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์	58
9	ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงาน.....	60
10	สภาพและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ จำแนกตาม กรมที่ไม่มีสถานศึกษา (6 หน่วยงาน)	85
11	สภาพและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ จำแนกตาม กรมที่มีสถานศึกษา (10 หน่วยงาน).....	87

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 การแบ่งส่วนราชการกระทรวงศึกษาธิการ ปีงบประมาณ 2539.....	11
2 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	31

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

โลกปัจจุบันได้ก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์อย่างรวดเร็ว ด้วยอิทธิพลของความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีเครือข่ายโยงใยไปทั่วโลก เช่น ทางด่วนข่าวสารข้อมูล (Information Super Highway) รวมทั้งระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า "อินเทอร์เน็ต" (Internet) ทำให้สังคมเป็นสังคมแห่งข่าวสารข้อมูล โลกถูกหลอมเป็นหนึ่งเดียวไร้ซึ่งพรมแดน เปรียบประหนึ่งเป็นหมู่บ้านโลก (Global Villages) (คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2539 : 7)

ประเทศที่พัฒนาแล้วในแถบตะวันตก เช่น สหรัฐอเมริกา ได้ก้าวเข้าสู่ยุคแห่งสังคมข่าวสาร หรือ ยุคสารสนเทศ (Information Age) มานาน สำหรับประเทศไทยเราแม้จะเป็นประเทศกำลังพัฒนา แต่ปัจจุบันก็เริ่มก้าวเข้าสู่ยุคสารสนเทศอย่างเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ตามกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) เทคโนโลยีทางการสื่อสารที่ก้าวไปอย่างไม่หยุดยั้ง ก่อให้เกิดผลกระทบ และเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในสังคม พลิกโฉมหน้าสภาพสังคมไทยปัจจุบันให้เป็นสังคมข่าวสาร (Information Society) มีความฉับไว ทันยุค ทันเหตุการณ์ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (วิรัช ฤทธิรัตนกุล. 2538 : 1)

การประชาสัมพันธ์หรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอสารสนเทศต่อประชาชนด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจ และความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน การประชาสัมพันธ์ จึงมิใช่เป็นเพียงแค่งานการเผยแพร่เท่านั้น แต่เป็นงานในเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน และเป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดี และสร้างสัมพันธภาพกลมเกลียวราบรื่นระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องอีกด้วย การประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงเป็นการสร้างความนิยมแก่กลุ่มประชาชนต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร สถาบัน ด้วยวิธีการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบายวัตถุประสงค์ และสิ่งซึ่งองค์การหรือสถาบันได้กระทำลงไป ทุกสิ่งทุกอย่างที่จะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อโครงการ หรือกิจกรรมการดำเนินงานขององค์กรสถาบัน

นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังเป็นงานในระดับนโยบาย หรือใกล้ชิดกับระดับนโยบาย องค์การ สถาบันต่าง ๆ ได้นำการประชาสัมพันธ์ไปใช้อย่างกว้างขวางแพร่หลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์จริยธรรมความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานสถาบันกับกลุ่มประชาชน ป้องกัน และแก้ไข ความเข้าใจผิด ตลอดจนขจัดและลดสาเหตุแห่งความขัดแย้งต่าง ๆ รวมทั้งการใช้การประชาสัมพันธ์สนับสนุนนโยบาย และการดำเนินงานขององค์การสถาบัน เสริมสร้างและรักษาชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยม เชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือ สนับสนุนจากประชาชนที่พึงจะมีต่อหน่วยงานสถาบันของตน (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2538 : 3)

งานประชาสัมพันธ์จึงเป็นกำลังที่สำคัญของชุมชน โดยเริ่มเข้าไปมีบทบาทในองค์กรต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานราชการ และหน่วยงานธุรกิจมากขึ้น การแพร่ขยายของงานประชาสัมพันธ์ในสถาบันต่าง ๆ เหล่านี้ ช่วยทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับประชาชนดีขึ้น (วัฒนา พุทธางกูรนนท์. 2536 : 2)

กระทรวงศึกษาธิการเป็นหน่วยงานทางการศึกษาหน่วยงานหนึ่ง ที่มีอำนาจหน้าที่ เกี่ยวกับการศึกษา การศาสนา และการวัฒนธรรม ตามประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 216 ลงวันที่ 29 กันยายน พุทธศักราช 2515 จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ และสื่อประเภทต่าง ๆ เข้าช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหว และความก้าวหน้าในงานทุกประเภทของส่วนราชการในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการไปยังประชาชน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทั้งภายใน และภายนอกกระทรวงศึกษาธิการในลักษณะของสื่อสัมพันธ์ 2 ทาง (Two-way Process) เพื่อให้ประชาชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้มีความรู้ความเข้าใจ และสนใจต่องานการศึกษา การศาสนา และการวัฒนธรรม ให้มากยิ่งขึ้น

สำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งประกอบไปด้วยหน่วยงานระดับกรมซึ่งมี 14 กรม กับ 2 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานปลัดกระทรวง สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล กรมอาชีวศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมชาติ สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครู กรมการศาสนา กรมการศึกษา นอกโรงเรียน กรมสามัญศึกษา กรมศิลปากร กรมพลศึกษา และกรมวิชาการ ส่วน 2 หน่วยงานที่อยู่ในความดูแลของกระทรวงศึกษาธิการ คือสำนักงานเลขาธิการคุรุสภา และสำนักงานสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์ จะพบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการต่าง ๆ ดังกล่าว มีโครงสร้าง และการดำเนินงานต่างกันไป ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับนโยบาย ของผู้บริหาร ส่วนราชการที่หมุนเวียนสับเปลี่ยนกันเข้ามาบริหาร และขึ้นอยู่กับความสนใจ ความเข้าใจ และเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ของผู้บริหารแต่ละคนแต่ละสมัยด้วย

กระทรวงศึกษาธิการได้เล็งเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และพยายามที่จะให้มีการประสานสัมพันธ์ระหว่างส่วนราชการต่าง ๆ ในด้านข่าวสารอยู่ตลอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 270 ลงวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2515 ปรับปรุงส่วนราชการในกรมวิชาการขึ้นใหม่ และได้โอนกองเผยแพร่การศึกษา จากสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการร่วมกับแผนกโสตทัศนศึกษา กรมสามัญศึกษา และงานผลิตวัสดุอุปกรณ์การศึกษา กรมวิชาการ ตั้งเป็น ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา และต่อมาได้มีการจัดตั้งฝ่ายประชาสัมพันธ์ขึ้นในกองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวง ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ ลงวันที่ 23 พฤศจิกายน 2526 เรื่อง การจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ ลงนามโดย นายชวน หลีกภัย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบควบคุมดำเนินงานเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ ของกระทรวงศึกษาธิการ ติดต่อประสานงานกับผู้แทนสื่อมวลชน ทั้งของรัฐบาล และเอกชนดำเนินการหาข้อเท็จจริงประกอบในการแถลงข่าว การให้ข่าว การแก้ไขข่าวของกระทรวงศึกษาธิการ ปลัดกระทรวง อธิบดี และหัวหน้าส่วนราชการต่าง ๆ ในกระทรวงศึกษาธิการ

อย่างไรก็ตาม จากปฏิกริยา หรือการแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชน และประชาชน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงศึกษาธิการ พบว่า ความพยายามของกระทรวงศึกษาธิการในการสร้างความเข้าใจอันดี ตลอดจนการป้องกัน และแก้ไขความเข้าใจผิดต่าง ๆ ยังไม่ค่อยจะเป็นผลมากนัก ดังจะเห็นได้จาก

สัมพันธ์ ทองสมัคร (2538:สัมพันธ์) เรื่อนำห้วงขณะนี้การประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการยังด้อยอยู่มาก ดังนั้น ในขณะนี้ทำอย่างไรให้การประชาสัมพันธ์โดดเด่นขึ้นมาเพื่อจะได้ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ออกไปให้บุคคลภายนอกรับรู้เรื่องราวของกระทรวงศึกษาธิการบ้าง รู้ และเข้าใจว่ากระทรวงศึกษาธิการทำอะไรอยู่ ความเคลื่อนไหวของกระทรวงศึกษาธิการเป็นอย่างไร

หนังสือพิมพ์ แนวหน้า ฉบับลงวันที่ 10 และ 17 กรกฎาคม 2539 ได้ลงบทความ โดยใช้ นามปากกา คมกฤษ ภัทรพงศ์ ตอนหนึ่ง ดังนี้ "ปัญหาการประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ มีอะไรที่ซับซ้อนอีกมาก เพราะคนที่ไม่มีมือจริง ๆ นั้น มักถูกเก็บเข้ากรุ คนที่ออกมาทำ ๆ รกถูกหุ่ถูกตานั้น ก็มักจะเป็นประเภทเส้นใหญ่ไร้กั้น เสียเป็นส่วนมาก..."

และอีกตอนหนึ่งกล่าวว่า "ผู้อยู่เบื้องหลังความล้มเหลว เรื่อง การประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ ผมเชื่อว่า นายสุวิทย์ รังสิตพล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ก็คงรู้เรื่องนี้ดี จึงได้พยายามจ้างบริษัทเอกชนให้เข้ามา ทำการประชาสัมพันธ์ให้กระทรวงศึกษาธิการ"

นอกจากนี้ นามปากกา อาจารย์ใหญ่ ในคอลัมภ์ชกหลังข่าว ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับลงวันที่ 11 กรกฎาคม 2539 กล่าวว่า..."ซักจะเห็นด้วยกับ เสมา 1 (นายสุขวิช รังสิตพล) ขึ้นมาตะหงิด ๆ ที่จะจ้างทีมประชาสัมพันธ์ของเอกชน มาโปรโมตงานของกระทรวงศึกษาธิการ เพราะหวังพึ่งอะไรกับประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการไม่ได้เลย..."

จากข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องการประชาสัมพันธ์ ของกระทรวงศึกษาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัย สนใจที่จะศึกษาถึงสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของแต่ละกรมในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เพื่อจะได้ทราบข้อมูลอันเป็นผลสะท้อนชี้ให้เห็นถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวง ศึกษาธิการว่าเป็นอย่างไร ซึ่งการศึกษารุ่นนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนเพื่อพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของกระทรวงศึกษาธิการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาข้อมูลบุคลากร และสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวง ศึกษาธิการ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ใน 3 ด้าน คือ ด้านนโยบายและการวางแผน ด้านทรัพยากร และด้านการดำเนินงานและ กิจกรรม ในกระทรวงศึกษาธิการ
3. เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า จะเป็นประโยชน์ในการนำไปประกอบการพิจารณา กำหนดนโยบาย และวางแผนการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวง ศึกษาธิการ รวมทั้งใช้ข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาจากประชากรทั้งหมด คือ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์ หัวหน้าศูนย์ประชาสัมพันธ์ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่โสตทัศนศึกษา และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 121 คน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้กำหนดการศึกษา โดยแยกเป็น 2 ตอน คือ
 - 2.1 สภาพและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของแต่ละกรมในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ
 - 2.2 ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งพิจารณาใน 3 ด้าน คือ ด้านนโยบายและการวางแผน ด้านทรัพยากร และด้านการดำเนินงานและกิจกรรม

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. หน่วยงานในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ หมายถึง ส่วนราชการระดับกรมที่อยู่ในความดูแลของกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งมี 14 กรม กับ 2 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานปลัดกระทรวง (สป.) สำนักงานสภาพัฒนาการศึษา (สปร.) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล (รท.) กรมอาชีวศึกษา (อส.) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (สช.) สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (สปช.) กรมการศาสนา (สน.) สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครู (กค.) กรมการศึกษานอกโรงเรียน (กศน.) กรมสามัญศึกษา (สส.) กรมศิลปากร (สก.) กรมพลศึกษา (พล.) และกรมวิชาการ (วก.) ส่วน 2 หน่วยงาน คือ สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา (คส.) และสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.)
2. งานประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรในกระทรวงศึกษาธิการ และกลุ่มประชาชน รวมทั้งสื่อมวลชนองค์การภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับกระทรวงศึกษาธิการ ให้มีความเข้าใจที่ดีและร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของกระทรวงศึกษาธิการ
3. สภาพและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง สภาพการทำงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ใน 14 กรม 2 หน่วยงานในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ

4. ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง อุปสรรคหรือข้อขัดข้องที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการจัดขึ้น ทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่บรรลุผลเท่าที่ควร ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ได้พิจารณาปัญหาใน 3 ด้าน ดังนี้

4.1 ด้านนโยบายและการวางแผน หมายถึง การกำหนดนโยบายและจุดมุ่งหมาย ขอบข่ายของงานและการวางแผน โครงสร้างและภารกิจของแต่ละกรมรวมทั้งการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เป็นผู้จัดขึ้น

4.2 ด้านทรัพยากร หมายถึง การแสวงหาและกำหนดบุคคล การบริหารงบประมาณ วัสดุทุกชนิดที่จำเป็นเพื่อการบริหารงานตามแผนงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้แก่ การจัดหาคน วัสดุอุปกรณ์ เงิน และวิธีการจัดการ เพื่อให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

4.3 ด้านการดำเนินงานและกิจกรรม หมายถึง การดำเนินงานเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างหน่วยงาน ความร่วมมือ ความรวดเร็ว การนำเสนอข่าว ของแต่ละกรมในกระทรวงศึกษาธิการ หรือระหว่างหน่วยงานกับสื่อมวลชน เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์กลมกลืนสอดคล้องกัน และดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน

5. เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน หมายถึง ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินงานในการให้ข่าวสาร บริการข่าวสาร และวางแผนดำเนินการทางด้านการประชาสัมพันธ์ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชนและสื่อมวลชนรวมทั้งการเสนอแนะและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ ของแต่ละหน่วยงานในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งในงานวิจัยหมายถึง กลุ่มผู้บริหาร หรือหัวหน้าหน่วยงาน ได้แก่ ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์ หัวหน้าศูนย์ประชาสัมพันธ์ หรือหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ และกลุ่มเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ นักประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่โสตทัศนศึกษา จาก 14 กรม กับ 2 หน่วยงาน ในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 121 คน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้เป็นหัวข้อตามลำดับดังนี้

1. การแบ่งส่วนราชการและภารกิจของกระทรวงศึกษาธิการ
2. ประวัติการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ
3. ปัญหาการประชาสัมพันธ์
4. การประชาสัมพันธ์
 - 4.1 ความหมายการประชาสัมพันธ์
 - 4.2 องค์ประกอบของการจัดประชาสัมพันธ์
 - 4.3 หลักการประชาสัมพันธ์
 - 4.4 คุณสมบัติและหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์
5. กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การแบ่งส่วนราชการและภารกิจของกระทรวงศึกษาธิการ

ตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2534 ให้ไว้ ณ วันที่ 21 สิงหาคม พ.ศ. 2534 กระทรวงศึกษาธิการมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการศึกษา การศาสนาและการวัฒนธรรม ดังนี้ (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. 2537 : 25-26)

1. ด้านการศึกษา มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดการ ดำเนินการและให้บริการทางการศึกษา สำหรับสาธิตตามแนวทางที่ปรากฏในแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2535 มีความมุ่งหมายให้เป็นผู้มีปัญญา รู้จักเหตุและผล รู้จักแยกแยะผิดชอบชั่วดี รู้จักแก้ไขได้อย่างฉลาด มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ใฝ่เรียนใฝ่รู้เพื่อความก้าวหน้า รู้คุณค่าของภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของสังคมไทย รู้จักฝึกฝนจิตใจให้มีความเจริญงอกงามทางคุณธรรม รู้จักควบคุมตนเองให้ประพฤติตามกรอบ

ความถูกต้องที่งดงาม มีศาสนาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ รู้จักดูแลรักษาสุขภาพอนามัยของร่างกาย ทั้งตนเองและสมาชิกในครอบครัว มีพฤติกรรมทางสังคมที่ดีงาม ช่วยเหลือเกื้อกูลประโยชน์ แก่กันและกันโดยไม่เห็นแก่ตัวใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง รวมทั้งใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อการติดต่อ สื่อสารกับนานาประเทศ รำรงรักษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่ดีงามของไทย เคารพในสิทธิและ เสรีภาพของตนเองและผู้อื่นตามระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี

2. ด้านการศาสนา มีหน้าที่รับผิดชอบในการทำนุบำรุงส่งเสริมพระพุทธศาสนา อันเป็นศาสนาประจำชาติ ส่งเสริมและอุปถัมภ์ การดำเนินงานของมหาเถรสมาคม คูดูแลและช่วย จัดการศาสนสมบัติซึ่งเป็นสมบัติของพุทธศาสนาและให้การสนับสนุนศาสนาอื่น ๆ

3. ด้านการวัฒนธรรม มีหน้าที่รับผิดชอบในการเชิดชูรักษา และส่งเสริมวัฒนธรรม อันดีงามของไทย บำรุงรักษาและผดุงส่งเสริมศิลปวิทยาการอันเป็นสมบัติวัฒนธรรมของชาติ ตลอดจนการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมไทยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

ปัจจุบันกระทรวงศึกษาธิการ มีส่วนราชการตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2534 ดังนี้ สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี สำนักงานปลัดกระทรวง สำนักงาน สภาสถาบันราชภัฏ กรมการศาสนา กรมการศึกษานอกโรงเรียน กรมพลศึกษา กรมวิชาการ กรมศิลปากร กรมสามัญศึกษา กรมอาชีวศึกษา สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล สำนักงาน คณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครู สำนักงานคณะ กรรมการการศึกษาเอกชน สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ

สำหรับสำนักงานเลขาธิการคุรุสภา เป็นสภาในกระทรวงศึกษาธิการตามพระราชบัญญัติ คุรุ พ.ศ. 2488 มาตรา 4 ส่วนสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ โดยประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 42 พ.ศ. 2515

ตามพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการและภารกิจ กระทรวงศึกษาธิการพ.ศ. 2535 กระทรวงศึกษาธิการมีหน่วยงานในสังกัดและภารกิจ ดังนี้

1. สำนักงานปลัดกระทรวง (สป.) มีหน้าที่เกี่ยวกับราชการประจำทั่วไป และราชการ ที่คณะรัฐมนตรีมิได้กำหนดเป็นหน้าที่ของกรมใดกรมหนึ่งในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ โดยเฉพาะ รวมทั้งกำกับและเร่งรัดการปฏิบัติราชการ ของส่วนราชการในกระทรวงให้เป็นไปตามนโยบาย แนวทาง และแผนการปฏิบัติราชการของกระทรวง

2. สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ (สรภ.) ให้สถาบันราชภัฏเป็นสถาบันอุดมศึกษา เพื่อ การพัฒนาท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษาวิชาการ และวิชาชีพชั้นสูง ทำการวิจัยให้บริการ

ทางวิชาการแก่สังคม ปรับปรุง ถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ผลิตครู และส่งเสริมวิทยฐานะของครู

3. กรมการศาสนา (ศน.) มีหน้าที่ทำนุ บำรุง ส่งเสริมพระพุทธศาสนา เสริมสร้าง ศีลธรรม ปลุกฝังคุณธรรมและจริยธรรม สนองงานของรัฐและคณะสงฆ์ ด้านการบริหารการ ปกครอง การศึกษา การเผยแผ่พระพุทธศาสนา และการสาธารณูปการ รวมทั้งสนับสนุนศาสนา อื่น ๆ ที่ทางราชการรับรอง

4. กรมการศึกษานอกโรงเรียน (กศน.) มีหน้าที่จัดและสนับสนุนการจัดการศึกษานอก โรงเรียน

5. กรมพลศึกษา (พล.) มีหน้าที่ดำเนินการ และประสานงานเกี่ยวกับ การส่งเสริม และพัฒนาการพลศึกษา สุขภาพ นันทนาการ การกีฬา วิทยาศาสตร์การกีฬา วิทยาศาสตร์สุขภาพ ลูกเสือ ยุวศาสตร์ และสารวัตรนักเรียนและนักศึกษา

6. กรมวิชาการ (วก.) มีหน้าที่ดำเนินการ ส่งเสริม และประสานงานเกี่ยวกับงานวิชาการ ของกระทรวงศึกษาธิการ ในด้านหลักสูตร สื่อการเรียนรู้ การทดสอบ การวัดและการประเมินผล การศึกษา การวิจัย และการแนะแนว

7. กรมศิลปากร (ศก.) มีหน้าที่บำรุงรักษา อนุรักษ์ ส่งเสริม สร้างสรรค์ และเผยแผ่ ศิลปวิทยาการ และวัฒนธรรมของชาติในด้าน โบราณคดี และพิพิธภัณฑสถาน วรรณกรรม ประวัติ ศาสตร์ ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี หอสมุดและหอจดหมายเหตุแห่งชาติ นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ คีตศิลป์ สถาปัตยกรรม และศิลปกรรม

8. กรมสามัญศึกษา (สศ.) มีหน้าที่จัดและส่งเสริมการศึกษาระดับมัธยมศึกษา การศึกษา พิเศษ และการศึกษาสงเคราะห์

9. กรมอาชีวศึกษา (อส.) มีหน้าที่จัดและส่งเสริมการศึกษาวชิชาชีพ ประเภทช่าง อุตสาหกรรม ศิลปกรรม คหกรรม พณิชยกรรม และเกษตรกรรม ในระดับประกาศนียบัตรและ หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรพิเศษ

10. สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (สพช.) มีหน้าที่จัดและส่งเสริม การศึกษาระดับก่อนประถมศึกษา ระดับประถมศึกษา และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

11. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (สช.) มีหน้าที่ควบคุม ส่งเสริม และ บริการสถานศึกษาเอกชน ทั่วราชอาณาจักร

12. สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครู (กค.) มีหน้าที่กำกับ ดูแล และส่งเสริมการ บริหารงานบุคคล ของข้าราชการครู

13. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) มีหน้าที่อนุรักษ์ ส่งเสริม เผยแพร่ และพัฒนาวัฒนธรรมแห่งชาติ
14. สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล (รม.) มีหน้าที่จัดการศึกษาสายอาชีพระดับปริญญาตรี และผลิตครูอาชีวศึกษา
15. สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี (สล.) หน้าที่ประสานงานกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ในด้านงานการเมือง และงานนโยบายให้กับรัฐมนตรี
16. สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา (คส.) มีหน้าที่ให้ความเห็นด้านการจัดการศึกษา ตลอดจนดูแลส่งเสริมและพัฒนาครู
17. สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) มีหน้าที่ดำเนินการ และส่งเสริมการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการเรียนการสอน การพัฒนาครูและผู้เรียน ตำราเรียน และอุปกรณ์การสอนทางด้านคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีทุกระดับการศึกษา

ประวัติการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ

จากประวัติของกระทรวงศึกษาธิการ (กระทรวงศึกษาธิการ. 2539 : 1-6) ได้กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ จากอดีตสู่ปัจจุบันว่า การประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ มีพร้อมกับการจัดตั้งกระทรวงศึกษาธิการ เมื่อปีพุทธศักราช 2435 แล้ว แต่ทั้งนี้งานประชาสัมพันธ์ในระยะแรกยังไม่ปรากฏเป็นรูปแบบที่ชัดเจนของการปฏิบัติงานและการแบ่งส่วนราชการ ซึ่งการจัดการศึกษาในอดีตตามประวัติของกระทรวงศึกษาธิการ กล่าวถึง งานด้านการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการชักชวน ชักนำให้เด็กเข้ารับการศึกษ หรือจูงใจให้เด็กมาับการศึกษา เพื่อนำไปประกอบอาชีพในสาขาต่าง ๆ มีการประชาสัมพันธ์ผลงานของการศึกษา โดยจัดงานศิลปหัตถกรรมครั้งแรกในปี 2445 ที่โรงเรียนสวนกุหลาบ เหล่านี้เป็นเครื่องแสดงว่างานการประชาสัมพันธ์ทางการศึกษามีมาตลอด

เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2495 เป็นวันครบรอบ 60 ปี กระทรวงศึกษาธิการ ได้จัดให้มีงานฉลองผลงานความก้าวหน้าของกระทรวงศึกษาธิการ โอกาสนี้ได้เปิดหอประชุมกระทรวงศึกษาธิการ ให้เป็นศูนย์กลางการประชุมต่าง ๆ รวมทั้งเป็นแหล่งในการอบรมให้ความรู้แก่ข้าราชการครู หอประชุมแห่งนี้สร้างขึ้นโดยได้รับความร่วมมือในการบริจาคเงินจากบรรดาครูอาจารย์ทั่วประเทศ และในปีนี้อเองกองเผยแพร่การศึกษา ได้ถือกำเนิดขึ้นเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2495 และอยู่ในสังกัดของกรมวิชาการ มีหน้าที่เผยแพร่การศึกษาแก่ประชาชน เพื่อให้ได้ทราบว่าการศึกษาคืออะไร กระทรวงศึกษาธิการมีวิธีการจัดการศึกษาอย่างไร และประชาชนมีหน้าที่เกี่ยวกับการศึกษาอย่างไร เพื่อจะได้มีความเข้าใจและให้ความร่วมมือช่วยเหลือไม่ขัดแย้ง โดยขาดความเข้าใจอันถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ช่วยเหลือประชาชนในด้านให้ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการศึกษาและอาชีพอีกด้วย สมัยนั้น กองเผยแพร่แบ่งส่วนราชการออกเป็น 2 แผนก คือ

1. แผนกเผยแพร่การศึกษา มีหน้าที่ติดต่อกับประชาชนเกี่ยวกับการให้ความรู้เรื่องการศึกษาและการจัดการศึกษาของประเทศไทย ทั้งมุ่งหมายที่จะให้ผู้ปกครองให้ความร่วมมือกับโรงเรียนโดยใกล้ชิดอีกด้วย
2. แผนกแนะนำการศึกษาและอาชีพ มีหน้าที่ส่งเสริมให้ประชาชนเลือกแนวการศึกษาให้แก่นักเรียนในปกครองได้ถูกต้อง ตลอดจนแนวการศึกษาวิชาชีพต่าง ๆ ด้วย

ในปี พ.ศ. 2497 คณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติให้กระทรวงศึกษาธิการ จัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียง เพื่อเผยแพร่บทความเกี่ยวกับความรู้ การศึกษาด้านต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ประกอบกับรายการบันเทิง ดนตรี ฯลฯ บ้างตามสมควร ให้ชื่อว่า "สถานีวิทยุศึกษา" สถานีนี้อยู่ในวิทยาลัยเทคนิคกรุงเทพ และให้อยู่ในสังกัดกองเผยแพร่การศึกษา เริ่มทำการกระจายเสียงตั้งแต่

วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2497 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน สังกัดในศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษากรมการศึกษานอกโรงเรียน

ต่อมากระทรวงศึกษาธิการพิจารณาเห็นว่า กองเผยแพร่การศึกษาทำหน้าที่ติดต่อกับประชาชนและหน่วยราชการต่าง ๆ มาก เพื่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น จึงได้โอนกองเผยแพร่การศึกษานี้ ไปสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เมื่อเดือน ตุลาคม พ.ศ.2497 และปรับปรุงขยายงานของกองเป็นแผนกต่าง ๆ ดังนี้

1. แผนกเผยแพร่การศึกษา
2. แผนกแนะแนวการศึกษาและอาชีพ
3. แผนกข่าวและวารสาร
4. แผนกวิทยุกระจายเสียง

ต้นปี พ.ศ. 2501 ได้เริ่มงานวิทยุโรงเรียนขึ้น โดยมุ่งหวังให้วิทยุโรงเรียนเป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์การสอนที่ดีของครู

พ.ศ. 2502 กระทรวงศึกษาธิการอนุมัติให้กองเผยแพร่การศึกษา เปิดรับสมัครโรงเรียนที่สนใจกิจการวิทยุโรงเรียนเข้าเป็นสมาชิกรับฟัง

พ.ศ. 2503 กองเผยแพร่การศึกษาจัดเผยแพร่การศึกษา ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก โดยมีองค์การการค้าของคุรุสภาเป็นผู้อุปถัมภ์

พ.ศ. 2504 กองเผยแพร่การศึกษาจัดเผยแพร่การศึกษา ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีอีกสถานีหนึ่ง โดยใช้เงินงบประมาณและเงินอุดหนุนจากคุรุสภา

เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2506 ได้ดำเนินการยุบแผนกต่าง ๆ และให้ข้าราชการในแผนกต่าง ๆ รวมทั้งศึกษานิเทศก์ของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ สังกัดกองเผยแพร่การศึกษารับตรงต่อผู้อำนวยการกอง มีผู้ช่วยผู้อำนวยการกอง เป็นผู้ช่วยปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะในด้านบริหาร

ต่อมา พ.ศ. 2515 รัฐบาลคณะปฏิวัติ ซึ่งมีจอมพลถนอม กิตติขจร เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีประกาศของคณะปฏิวัติฉบับที่ 270 ลงวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2515 ปรับปรุงส่วนราชการในกรมวิชาการขึ้นใหม่ และได้โอนกองเผยแพร่การศึกษา จากสำนักงานปลัดกระทรวงรวมกับงานแผนกโสตทัศนศึกษา กรมสามัญศึกษา และงานผลิตวัสดุอุปกรณ์การศึกษาของกรมวิชาการ ตั้งเป็นศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษาขึ้น

ดังนั้นเมื่อ วันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2515 จึงได้จัดตั้ง ฝ่ายประชาสัมพันธ์ขึ้นในกองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบควบคุมดำเนินงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ติดต่oprะสานงานกับผู้แทนสื่อมวลชน ทั้งของรัฐบาล

และเอกชน ดำเนินการหาข้อเท็จจริงประกอบในการแถลงข่าว การให้ข่าวสาร การแก้ข่าวสารของ
กระทรวงศึกษาธิการ ปลัดกระทรวง อธิบดีและหัวหน้าส่วนราชการต่างๆในกระทรวงศึกษาธิการ

และต่อมาในสมัย นายนิพนธ์ ศศิธร เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ได้มีการ
ตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการขึ้น โดยมีนายบรรจง ชูสกุลชาติ
รองปลัดกระทรวงศึกษาธิการ (ดำรงตำแหน่งขณะนั้น) เป็นประธานคนแรก เลขานุการกรม
ทุกกรม เป็นกรรมการ และหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวง
ศึกษาธิการ เป็นกรรมการและเลขานุการ ซึ่งคณะกรรมการดังกล่าว ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง
ตามวาระของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ตลอดมาจนถึงปัจจุบัน

พ.ศ. 2519 นายเจริญ วงศ์สาธิตน์ ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ มีบันทึกที่ ศธ 0201/22665
เรื่อง ให้แผนกประชาสัมพันธ์ และเลขานุการกรมเลิกการออกข่าวโดยลำพังคงอำนาจเฉพาะอธิบดี
เท่านั้น ที่จะออกข่าวหรือให้สัมภาษณ์ เลขานุการกรม หรือแผนกประชาสัมพันธ์กรมต่าง ๆ
จะเผยแพร่ข่าวสารได้โดยผ่านคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ

10 พฤษภาคม พ.ศ. 2525 นายขุนทอง ภูผาเดือน รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษา
ธิการ รักษาการแทนรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ออกระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ
ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์และการให้ข่าวสาร ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี
ว่าด้วยการให้ข่าวสารราชการ ให้รัฐมนตรีแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษา
ธิการ ทำหน้าที่กำหนดเป้าหมาย ควบคุม ตรวจสอบเสนอแนะ ปฏิบัติงาน ติดตาม ประเมินผล
งานประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าวสารราชการของส่วนราชการกระทรวงศึกษาธิการ ให้ฝ่าย
ประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ทำหน้าที่สำนักงาน
เลขานุการคณะกรรมการ ให้หัวหน้าส่วนราชการหรือผู้ที่รับมอบหมาย เป็นผู้ให้ข่าวสารราชการ
ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในส่วนภูมิภาค มอบให้ศึกษาธิการจังหวัด ศึกษาธิการอำเภอ เป็น
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในส่วนการปฏิบัติราชการ

ปี พ.ศ. 2525 สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน ได้กำหนดตำแหน่ง
ข้าราชการ ผู้ปฏิบัติหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ ตำแหน่ง
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เป็นครั้งแรกแก่กระทรวงศึกษาธิการ ที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง
สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

ต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2527 รัฐบาลของ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ นายกรัฐมนตรี โดยมี นายชวน หลีกภัย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ได้ออกระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าวสารราชการ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2527 และจัดตั้ง ศูนย์ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งเป็นหน่วยงานกลาง ทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงาน เผยแพร่และประชาสัมพันธ์งานของส่วนราชการในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค

ในปี พ.ศ. 2529 ได้มีการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ของชาติครั้งใหญ่ โดย พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ นายกรัฐมนตรี ได้ออกระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2529 โดยจัดตั้ง "คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ" ทำหน้าที่เสนอ คำกับดูแลประสานนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต่อคณะรัฐมนตรี เพื่อจะได้นำมาใช้ในช่วงของแผนพัฒนาการศึกษา ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม ระยะที่ 6 (2530-2534) ต่อไป

ดังนั้น ในวันที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2532 พลเอกมานะ รัตนโกเศศ รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงศึกษาธิการ ได้จัดตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ตามคำสั่ง กระทรวงศึกษาธิการ ที่ สป 530/2532 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ผลิตรายการประชาสัมพันธ์ เพื่อเสนอสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์และ หนังสือพิมพ์ รวมทั้งเสนอแนะกระทรวงศึกษาธิการ ในเรื่องแผนและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของ กระทรวงศึกษาธิการ

ปี พ.ศ. 2533 กระทรวงศึกษาธิการได้จัดประชุมสัมมนาผู้บริหาร เรื่องการประชาสัมพันธ์ เมื่อวันที่ 4-6 มกราคม 2533 ณ สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา จังหวัดนครปฐม โดยมี ศึกษาธิการเขตและศึกษาธิการจังหวัดทั่วประเทศ เข้าร่วมประชุมสัมมนา โดยมีผลงาน 6 ประการ ได้แก่

1. มีการจัดตั้งหน่วยงาน/องค์กรประชาสัมพันธ์ ในสำนักพัฒนาการศึกษา ศาสนาและ วัฒนธรรม ทุกเขตการศึกษา และศึกษาธิการจังหวัดทั่วประเทศ
2. มีการดำเนินการสำรวจทรัพยากรสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาค ทั่วประเทศ
3. มีการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาค
4. มีการดำเนินการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาค
5. มีการรายงานผลการดำเนินการตามโครงการประชาสัมพันธ์ทุกระยะ
6. มีการรายงานปัญหาและอุปสรรค การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามที่วางแผนไว้

ปี พ.ศ. 2536 ตามคำสั่งกระทรวงศึกษาธิการ ที่ สป. 140/2536 แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ โดยนายสัมพันธ์ ทองสมัคร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ

ปัจจุบัน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหว ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านการศึกษา การศาสนาและการวัฒนธรรม ดำเนินการกำหนดนโยบาย เป้าหมายและแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ ของกระทรวงศึกษาธิการ ประสานงาน ระหว่างสื่อมวลชนทุกสาขา บุคคลทั่วไป สรุปรวเคราะห์ ติดตาม ประเมินผล ดำรงประชาสัมพันธ์ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเสนอกระทรวง จัดทำข่าวสาร บทความ บทสารคดี ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ เอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์อื่น ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นศูนย์กลางการบริการข้อมูล ข่าวสาร การแถลงข่าวและชี้แจงข่าว เป็นเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ ได้แบ่งงานตามโครงสร้างของหน่วยงานออกเป็น 4 งาน คือ

1. งานส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ในการประสานการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย แผนงาน โครงการและปฏิบัติการเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ รวมทั้งการจัดประชุมสัมมนา ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ การสำรวจประชมติ ข้อคิด ข้อเสนอแนะเสนอกระทรวง การอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อสอบถาม
2. งานข่าว มีหน้าที่ในการจัดทำข่าว การวิเคราะห์ติดตามและประเมินผลข่าว การแถลงและชี้แจงข่าว รวมทั้งการประสานงานกับสื่อมวลชนทุกสาขา เพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข่าวของกระทรวงศึกษาธิการ
3. งานผลิตรายการ มีหน้าที่ในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง ผลิตรายการโทรทัศน์ เอกสาร วารสาร เพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ การติดต่อประสานการดำเนินงาน ด้านการผลิตรายการ และการนำเสนอรายการต่าง ๆ ทางสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสำรวจความคิดเห็น ติดตาม ประเมินผลการผลิตรายการต่าง ๆ
4. งานโสตทัศนูปกรณ์ มีหน้าที่ในการจัดทำสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การบันทึก ภาพนิ่ง ภาพวิดิทัศน์ บันทึกเทปรายการข่าว การจัดซื้อ การเก็บบำรุงรักษา การซ่อม วัสดุ อุปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

กระทรวงศึกษาธิการ เล็งเห็นว่า การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการที่ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน ในขณะเดียวกัน การประชาสัมพันธ์เปรียบเสมือนประตูเปิดรับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานนั้น ๆ ทั้งนี้ กระทรวงศึกษาธิการเป็นหน่วยงานทาง

การศึกษาที่สำคัญยิ่งหน่วยงานหนึ่ง มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการศึกษา การศาสนา ศิลปและวัฒนธรรม ครอบคลุมประชากรทั่วประเทศ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ และสื่อประเภทต่าง ๆ เข้าช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหว และความก้าวหน้าในงานทุกประเภท และส่วนราชการทุกส่วนในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ไปยังกลุ่มชนเป้าหมายและผู้เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งเป็นการกระทำที่ได้มาเพื่อดึงดูดความสนใจในการสร้างความเชื่อถือและเพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เป็นผู้ทำหน้าที่และรับผิดชอบงานสำคัญดังกล่าวนี้ ซึ่งมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคอย่างกว้างขวาง

ปัญหาการประชาสัมพันธ์

ประจวบ อินอ็อค (2529 : 781 - 784) ได้สรุปปัญหาการประชาสัมพันธ์ไว้ 5 ด้านคือ

1. ปัญหาด้านค้นคว้าหาข้อมูล ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มักจะดำเนินการไปโดยขาดข้อมูล ส่วนมากจะคิดว่าเมื่อจะดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะแสวงหาข้อมูลซึ่งเป็นความเข้าใจผิด เพราะการแสวงหาข้อมูลโดยปกติเป็นนิสัยเป็นกลไกที่สำคัญที่ทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นสื่อสารแบบสองทางที่สมบูรณ์ สุวคนธ์ ยี่สกุล (2531 : 72) กล่าวว่า การขาดแคลนข่าวสารข้อมูลนับว่าเป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมามากมาย

2. ปัญหาด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์ จะพบว่าปัญหาระหว่างแผนงานประชาสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานไม่สอดคล้องกัน ซึ่งมีสาเหตุสำคัญ 3 ประการคือ

1) ความคลาดเคลื่อนในการวางแผนเพราะขาดข้อมูลสนับสนุนและฝ่ายบริหารไม่สนใจลึกซึ้ง 2) สถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปด้วยเหตุสุดวิสัย และ 3) ฝ่ายบริหารไม่ยอมรับแผนงาน ในทางปฏิบัติยังต้องให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์ทำงานตามคำสั่งเป็นครั้งคราวไม่ปฏิบัติตามแผนเวลาปฏิบัติงานจริง สุดท้ายจะคิดได้ทำให้งานประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง

3. ปัญหาด้านการสื่อสาร ปัญหาด้านนี้มักจะเป็นปัญหาด้านงบประมาณและฝ่ายบริหารมักจะทำตนเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องการสื่อสารเข้าไปกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ เสียเอง ทำให้การสื่อสารผิดพลาด สิ้นเปลืองเวลาและงบประมาณ

4. ปัญหาด้านการประเมินผล การประชาสัมพันธ์มักจะมีปัญหาว่าความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์นั้นวัดได้หรือไม่ ผู้บริหารส่วนใหญ่มีความเห็นว่าวัดผลไม่ได้โดยคำนึงถึงมาตรวัดหรือเกณฑ์วัดผลในด้านปริมาณหรือตัวเลข ในขณะที่ผู้บริหารงานหน่วยงานประชาสัมพันธ์ใช้

มาตรวัด เช่น ทักษะ ทักษะและปฏิบัติย้อนกลับ เป็นต้น ปัญหาคือทำอย่างไรจะให้มาตรวัดหรือเกณฑ์วัดผลของทั้งสองฝ่ายเป็นอย่างเดียวกันจะใช้เครื่องมืออะไรวัดผลความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการประชาสัมพันธ์

5. ปัญหาในการร่วมมือประสานงาน การประชาสัมพันธ์ถ้าขาดการประสานงานและความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ภายในสถาบันแล้ว การประชาสัมพันธ์ก็จะไม่ได้ผล

นอกจากนี้ วิรัช ลิขิตนกุล (2529 : 162 - 266) ยังกล่าวว่า การประชาสัมพันธ์มีปัญหาและอุปสรรค ดังนี้

1. ความไม่เข้าใจความหมายที่แท้จริงของคำว่าประชาสัมพันธ์
2. ขาดการเลี้ยวแลเอาใจใส่จากผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงาน
3. ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็นในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์
4. ขาดลักษณะการบริหารที่ดี
5. ขาดการวางแผนและวิจัยประเมินผล
6. ขาดการประสานงานและประสานความร่วมมือภายในแต่ละองค์กรสถาบันต่าง ๆ

สรุปได้ว่า ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลและการวางแผน ปัญหาเกี่ยวกับบุคลากร ปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสาร ปัญหาเกี่ยวกับการประสานงาน ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการที่ดี และปัญหาเกี่ยวกับการวัดและประเมินผล

การประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ มาจากคำว่า Public Relations ซึ่งแปลความหมายตามตรง คือ ความสัมพันธ์กับประชาชน แต่การให้ความหมายหรือคำนิยามการประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกัน ไปตามทัศนะและมุมมองของนักวิชาการ และนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

คัทลิป (Cutlip. 1964 : 4) ได้ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวสารแนวนโยบายของหน่วยงานไปยังประชาชนทั้งหลายที่มีส่วนสัมพันธ์ ในขณะเดียวกันเป็นแนวทางตรวจสอบความคิดเห็นและความรู้ ความต้องการของประชาชนให้หน่วยงานหรือองค์กรทราบ เพื่อสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริง ให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย สามารถปรับปรุงหน่วยงานตามแนวคิดของสังคมได้

กัทลิปและเซ็นเตอร์ (Cutlip and Center. 1978 : 16) ให้คำจำกัดความ การประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนล่วงหน้า เพื่อสร้างอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน โดยอาศัยหลักการที่ดีและการกระทำอย่างมีความรับผิดชอบด้วยวิธีการสื่อสารสองทาง ในอันที่จะสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน

สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งสหราชอาณาจักร (The British Institute of Public Relations) ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกระทำที่มีการวางแผนอย่างสุรอบรอบคอบ เพื่อรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรและประชาชน (Wilcox and others. 1986 : 5)

สำหรับนักวิชาการ และนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย ได้อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

วิรัช ลภรัตนกุล (2529 : 5) ให้ความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน หรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน สถาบัน กลุ่มประชาชน

เสรี วงษ์มณฑา (2530 : 3) อธิบายการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นเรื่องของความพยายามที่มีการวางแผนล่วงหน้า ที่จะสร้างอิทธิพลเหนือความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มประชาชน ให้เกิดทัศนคติที่ดี เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อหน่วยงาน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อที่จะนำไปสู่ความร่วมมือและความช่วยเหลือต่อไปในอนาคต

ชาคริต จุลกะเสวี (2531 : 12) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดีหมายถึง วิธีการของสถาบัน หรือหน่วยงานที่ดำเนินงานอยู่บนพื้นฐานของความจริงโดยมีแผนการดำเนินงานที่ถูกต้อง และมีการกระทำต่อเนื่องกันไป ในการที่จะสร้างหรือก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของบุคคล หรือสถาบัน กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้มีความรู้ความเข้าใจ และสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น สามารถดำเนินงานไปได้ด้วยดีสมความมุ่งหมาย มีการดำเนินงานในระบบบุคคลวิถี (Two Way Process) หรือการสื่อสารแบบสองทางที่รับฟังความคิดเห็นหรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายมายังสถาบัน โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐาน

ระเด่น ทักษณา (2531 : 56) ให้คำนิยามว่า การประชาสัมพันธ์ คือกิจกรรมขององค์กรที่กระทำต่อเนื่องอย่างมีแผน มีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานเพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดความนิยมชมชอบ ความเลื่อมใสศรัทธา ความเข้าใจอันดี และความไว้วางใจ

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2533 : 5-8) แสดงทัศนะถึงการประชาสัมพันธ์ว่าต้องมีคุณลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. เป็นการทำงานที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับประชาชน
2. เป็นการทำงานที่มีการวางแผนสุขุมรอบคอบ และมีการติดตามประเมินผล
3. เป็นการทำงานในรูปของการสื่อสารซึ่งเป็นการสื่อสารสองทางและเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ
4. เป็นการทำงานที่ต้องการมีอิทธิพลทางความคิด และทัศนคติของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
5. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว

โดยสรุป ความหมายของการประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจได้ง่าย ๆ คือ ยุทธวิธีการสื่อสารอย่างมีระบบแบบแผน และเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อสร้างและรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ ความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร หรือหน่วยงานกับสาธารณชน อันจะนำไปสู่ความเชื่อถือ ศรัทธา ความร่วมมือ และการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรหรือหน่วยงาน

องค์ประกอบของการจัดการประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ได้รับผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้นจะต้องประสบปัญหาพื้นฐานหลายประการด้วยกัน เช่น วิธีการดำเนินงาน การวางแผน หรือความรับผิดชอบเกี่ยวกับแผนงานประชาสัมพันธ์ การจัดแบ่งหน่วยงานและผู้ร่วมงาน ตลอดจนงบประมาณที่ควรจะได้รับ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญอันหนึ่งในการที่จะดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพได้

ดังนั้น การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพจะต้องมีองค์ประกอบในการจัดการประชาสัมพันธ์ ดังที่ วัฒนา พุทธางกูรานนท์ (2536 : 205) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบในการประชาสัมพันธ์ มี 4 ขั้นตอนคือ

1. การวิเคราะห์มวลชนและการวิเคราะห์สถาบันเอง
2. การตั้งจุดมุ่งหมายและการกำหนดนโยบาย
3. การดำเนินการสื่อสารและการจูงใจ
4. การวิเคราะห์และการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องกัน

วิทยา อ่อนช้อย (2531 : 15 - 17) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการจัดงานประชาสัมพันธ์ว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จัดขึ้นสนับสนุนหรือเสริมงานอื่นเป็นสำคัญ เพื่อให้การจัดงานประชาสัมพันธ์ลุล่วงไปด้วยดี ผู้บริหารและผู้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

1. นโยบายของหน่วยงานหรือองค์กร งานประชาสัมพันธ์จะดำเนินไปด้วยดีจะต้องทราบนโยบายที่เด่นชัดของหน่วยงานหรือองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย แผนงาน วิธีการจัดการประชาสัมพันธ์

2. การประพุดิตนของหน่วยงานหรือองค์กร การประพุดิตปฏิบัติหรือการดำเนินกิจการทั้งหลายของหน่วยงาน องค์กร หากเป็นไปในรูปที่สังคมให้ความเห็นชอบหรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแล้ว การดำเนินการเพื่อการประชาสัมพันธ์ก็จะเป็นไปได้ง่าย ประหยัด บางครั้งการประพุดิตปฏิบัติที่ดีของหน่วยงานหรือองค์กรก็เป็งานประชาสัมพันธ์ในตัวของมันเอง

3. บุคลากร หากไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์แล้ว การดำเนินกิจการทั้งหลายขององค์กร ย่อมเป็นการยากที่จะให้คนทั้งหลายชื่นชมยอมรับ หรือให้การสนับสนุนและคล้อยตาม

4. งบประมาณ ลักษณะการได้มาของงบประมาณเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์

3 รูปแบบ คือ

4.1 งบประมาณดำเนินการโดยตรง

4.2 งบประมาณที่ได้จากการบริจาค

4.3 งบประมาณที่หาได้เอง

5. วัสดุอุปกรณ์ เป็นเครื่องมือที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย

6. การจัดการ เมื่อทราบนโยบายที่แน่ชัด หน่วยงานประชาสัมพันธ์จะต้องมีการจัดการหรือการบริหารงานภายใต้กรอบของความสามารถของบุคลากรงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ทั้งหลาย เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

งานประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานของทุก ๆ คน รวมทั้งผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานนั้น ๆ ดังนั้น คำแนะนำ นโยบาย จะต้องถูกกลั่นกรองให้แน่ชัดว่าวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ได้วางแผนไว้นั้นสามารถนำไปใช้ได้ เข้าใจได้ง่าย มีรูปแบบและการประสานงานดี การควบคุมแผน การประชาสัมพันธ์ได้แน่นอน และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์เป็นอย่างดี

สรุปว่า ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเกี่ยวกับองค์กร ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เครื่องมือสื่อสารบุคลากร การประชาสัมพันธ์ งบประมาณ การบริหารองค์กร และประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาตัดสินใจอย่างดี จะเป็นผลให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

หลักการประชาสัมพันธ์

สะอาด ตันสุภผล (2527 : 62) และวิรัช ลภีรัตนกุล (2529 : 145-148) ได้เสนอหลักการประชาสัมพันธ์ไว้เป็นแนวทางเดียวกัน 3 ประการคือ

1. การบอกกล่าวเผยแพร่ คือการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบายวัตถุประสงค์การดำเนินงาน และผลงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวความเคลื่อนไหวขององค์กรสถาบันให้ประชาชนและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การป้องกันความเข้าใจผิดทางด้านวิชาการ ประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลังสำหรับการแก้ไขความเข้าใจผิด จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยความเป็นไปอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ เมื่อมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์กรสถาบันเกิดขึ้นในกลุ่มประชาชน

3. การสำรวจประชามติ องค์กรสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน ต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งไหน เพื่อองค์กรสถาบันจะสามารถตอบสนองให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน

วิทช์ ศิวะศรียานนท์ (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2529 : 149 ; อ้างอิงมาจาก วิทช์ ศิวะศรียานนท์. ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึงหลักสำคัญที่พึงยึดถือและปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์ 10 ประการคือ

1. ต้องมุ่งประโยชน์ส่วนรวมเป็นใหญ่
2. ต้องรู้จักใจของคนกลุ่มต่าง ๆ ความรู้ในทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาช่วยได้มาก
3. ต้องรู้นโยบายของรัฐหรือองค์กรซึ่งตนเป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อย่างซาบซึ้ง
4. ต้องรู้เทคนิคของเครื่องมือสื่อสารสัมพันธ์ต่าง ๆ คือ ปาฐกถา หนังสือพิมพ์ เอกสาร

วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ

5. ต้องยึดหลักความจริงและความซื่อสัตย์สุจริตเป็นหลัก เพื่อให้ประชาชนไว้วางใจ
6. ต้องปฏิบัติงานโดยติดต่อกันและโดยสม่ำเสมอ
7. ต้องเปิดเผยไม่มีเงื่อนงำ
8. งานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งบุคคล อุปกรณ์ประชาสัมพันธ์จะต้องมีคุณภาพสูง
9. การประชาสัมพันธ์ต้องมุ่งให้เข้าถึงผู้มีอิทธิพลในสังคมเป็นประการแรก โดยผ่านผู้มีอิทธิพลในสังคมไปถึงประชาชนทั่วไป ผู้มีอิทธิพลในที่นี้ หมายถึง ผู้ที่มีความคิดหรือการกระทำที่เป็นที่เชื่อถือของคนหมู่มาก หรือเป็นผู้ที่สามารถเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของคนหมู่มากได้

10. การประชาสัมพันธ์ เฉพาะอย่างยิ่งกับต่างประเทศต้องใช้ความถี่ไปกับการทูต เพราะการทูตอยู่ในวงของนักการทูตหรือรัฐบาล แต่การประชาสัมพันธ์ส่งผลถึงพลเมืองทุกกลุ่มของประเทศด้วย

คุณสมบัติและหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้บรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรกำหนดไว้นอกจากขึ้นอยู่กับผู้บริหารแล้ว บุคคลอีกฝ่ายหนึ่งที่มีความสำคัญ คือ นักประชาสัมพันธ์ซึ่งจะต้องมีหน้าที่ความรับผิดชอบมาก ถ้าการประชาสัมพันธ์ไร้ประสิทธิภาพย่อมเป็นอันตรายต่อชื่อเสียงของหน่วยงานประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรอบรู้ในข่าวสารทั้งหมดของหน่วยงานและถ่ายทอดได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติงานได้อย่างเกิดผล

ได้มีนักวิชาการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติและหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ไว้มากมาย

Cutlip and Center ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่ดีว่า

1. ควรมีบุคลิกที่ดี สิ่งสำคัญก็คือควรมีความเชื่อมั่นตนเอง ยิ้มแย้มแจ่มใสแต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย สง่าผ่าเผย สามารถทำตัวให้เป็นที่น่าสนใจ และเป็นที่ชื่นชอบของบุคคลทั่วไป เพราะนักประชาสัมพันธ์คือ "The man in the Middle"
2. อุปนิสัยดี เมื่อนักประชาสัมพันธ์ต้องติดต่อกับสังคม และสื่อมวลชน คำพูดของเขาจะต้องถูกถ่ายทอดไปสู่ชุมชน นักประชาสัมพันธ์จึงควรมีคุณธรรม จริยธรรมในใจเป็นคนดี ซื่อสัตย์ ยุติธรรม อุดมคติ ยินดีบริการ และช่วยเหลือด้วยความเต็มใจ
3. มีความเฉลียวฉลาด กระตือรือร้น สนใจในกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคมและคุณสมบัติพิเศษ ก็คือ ไม่อยู่นิ่งเฉย ศึกษาหาความรู้อยู่เสมอ พยายามเข้าใจชุมชนเป็นที่ยอมรับนับถือ และมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของสังคม
4. มีการศึกษาและประสบการณ์ นักประชาสัมพันธ์ที่ดีควรผ่านการศึกษาด้านสื่อมวลชน หรือได้รับการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์พอสมควร และควรศึกษา หาความรู้เพิ่มเติมในสาขาอื่น ๆ เช่น สังคมวิทยา เศรษฐศาสตร์ บริหารรัฐกิจ จิตวิทยา การพูด การเขียน รัฐศาสตร์ เป็นต้น

วิจิตร อาวะกุล (2522 : 232) กล่าวว่า ผู้ที่จะปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ควรมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. มีความรู้ ความเข้าใจ ในกลไกการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี
2. มีความรับผิดชอบต่องาน ไม่หวั่นเกรงเมื่อเกิดปัญหา

3. มีความสามารถในการวางแผน และให้คำแนะนำในด้านนโยบายการประชาสัมพันธ์
4. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
5. มีความเข้าใจในลักษณะงาน สภาพแวดล้อม และบุคลากรทุกระดับในองค์กร
6. มีความสามารถในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการเขียนข่าว

สุนทรพจน์ แลงข่าว เป็นต้น

7. มีมนุษยสัมพันธ์ดี

วิรัช ลภีรัตนกุล (2526 : 455) ได้กล่าวไว้ว่า นักประชาสัมพันธ์ที่ดี ต้องมีความรู้ ความเข้าใจหลักการของการประชาสัมพันธ์ มีความเข้าใจความคิดและพฤติกรรมของผู้อื่น มีความรู้เกี่ยวกับองค์กร มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

จาระไน แกลโกศล (2527 : 79) ให้ความเห็นว่า นักประชาสัมพันธ์ที่ดีควรมีคุณสมบัติต่อไปนี้

1. มีความรู้ทางศิลปศาสตร์ในแนวกว้างทั้งด้านภาษา สังคมศาสตร์ วัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษา และเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ รอบตัว
 2. มีความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ และหลักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ หรือวารสารศาสตร์ที่จำเป็นสำหรับงาน เช่น การเขียน การพูด
 3. มองเห็นความสำคัญและมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน ต่อสิ่งแวดล้อมต่อข่าวสารที่จะส่งไป และต่อกลุ่มเป้าหมาย
 4. สามารถอดทน อดกลั้น ต่อความรู้สึกกดดันต่าง ๆ ที่อาจต้องรับแทนองค์กร
 5. ใจกว้าง มีวิสัยทัศน์กว้าง ติดตามข่าวสาร วิทยาการใหม่ ๆ อยู่เสมอ
- เสนีย์ แฉวง (2527 : 160-164) กล่าวถึงคุณสมบัติที่ดีของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กรว่าควรมีคุณสมบัติต่อไปนี้

1. ควรเป็นผู้ที่ได้ศึกษาทางสื่อสารมวลชน และการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ
2. มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อมวลชน หรือเคยผ่านงานด้านสื่อมวลชน หรือเคยผ่านงานด้านหนังสือพิมพ์
3. มีทักษะในการติดต่อสื่อสาร คือ ความสามารถในการเขียน การพูด การจูงใจเผยแพร่ด้วยเครื่องมือสื่อสาร
4. มีความรู้ในเรื่องประชาคมติ และศาสตร์ด้านต่าง ๆ
5. มีความสามารถในการวางแผน การดำเนินงาน และมีความคิดสร้างสรรค์
6. มีความรัก และเชื่อมั่นในงานประชาสัมพันธ์

7. มีความอดทน อดกลั้นสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี

8. ใฝ่หาความรู้ และสนใจเหตุการณ์รอบด้าน

ระเด่น ทักขณา. (2531 : 57) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ไว้ว่า

1. เสาะแสวงหาสิ่งที่จะเผยแพร่ นักประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องคอยเสนอแนะ ผู้บริหารให้ทำการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ

2. มีความรู้ในองค์กร นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้เกี่ยวกับองค์กรที่ตนสังกัดอยู่นอกเหนือไปจากการมีความรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์

3. พัฒนาตนเองหรือการสร้างวิญญาน นักประชาสัมพันธ์ต้องหาความรู้ใส่ตัวเองตลอดเวลา และต้องทำงานด้วยใจรัก

4. มีความรู้เรื่องสื่อ และสื่อมวลชนสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้เรื่องสื่ออย่างดี ต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อสื่อมวลชน เพราะสื่อมวลชนเป็นเสมือนสะพานเชื่อมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ถ้าไม่มีผู้นำไปเผยแพร่ ข่าวสารก็ไม่ถึงมือผู้รับ การสื่อความหมายก็ไม่ประสบความสำเร็จ

สมชาย หิรัญกิจ (2531 : 9 - 11) ได้กล่าวว่า นักประชาสัมพันธ์เป็นผู้ที่มีความสามารถทำหน้าที่เคียงบ่าเคียงไหล่กับผู้บริหาร ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรเป็นผู้มีคุณสมบัติอันเป็นจุดเด่นที่สำคัญ ๆ ดังต่อไปนี้

1. มีความเข้าใจในภารกิจและการดำเนินงานขององค์กรทุกชั้นตอนโดยละเอียดและอย่างถูกต้อง นับตั้งแต่วัตถุประสงค์เป้าหมายขององค์กร นโยบายการดำเนินงาน แผนงานและโครงการ ผลการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหา อุปสรรคที่เผชิญอยู่อย่างชัดเจน เพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดและเผยแพร่ข่าวสารข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ได้ต่อไปอย่างถูกต้อง ทันทั่วถึง

2. มีความคิดริเริ่ม พร้อมทั้งจะเผยแพร่ข่าวสารข้อเท็จจริง หรือทำการประชาสัมพันธ์ออกไปในจังหวะและโอกาสที่เหมาะสม โดยไม่ต้องรอแต่เพียงรับคำสั่งให้ปฏิบัติ นอกจากนั้นจะต้องมีความตื่นตัว หูตากว้างขวาง โดยการเฝ้าแสวงหาข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ให้แก่องค์กรให้มากที่สุด

3. มีความใกล้ชิดกับผู้บริหาร โดยต้องคอยติดตามเพื่อรับทราบความเคลื่อนไหวในการตัดสินใจและการดำเนินงานของผู้บริหารตลอดเวลา ทำตนเป็นที่ปรึกษาที่ดี และเป็นผู้รู้ใจผู้บริหารให้มากที่สุด เพื่อที่จะสามารถพูดแทนผู้บริหารได้โดยถูกต้องทันทั่วถึงในทุกโอกาส

4. มีมนุษยสัมพันธ์ดี โดยเป็นผู้มีอัธยาศัย กริยามารยาท การวางตัวและบุคลิกลักษณะที่น่าคบหา มีความจริงใจในการคบหาสมาคมกับผู้อื่น การเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีย่อมสร้างความ

ศรัทธาให้บังเกิดแก่ผู้อื่น อันจะช่วยส่งผลการทำประชาสัมพันธ์ให้แก่องค์กรมีประสิทธิภาพ
ยิ่งขึ้นในที่สุด

5. มีความจริงใจต่อผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหาร โดยมีความรับผิดชอบที่จะช่วยแก้
ปัญหาที่ผู้บริหารเผชิญอยู่ด้วยความตั้งใจและจริงใจ ในบางโอกาสก็อาจจะต้องก้าวออกมารับหน้า
แทนผู้บริหารอย่างเต็มตัว โดยไม่หลบเลี่ยงเอาตัวรอดจากปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นไปเสีย

6. มีความขยันอดทน เสียสละ นักประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมีความรับผิดชอบต่องาน
ตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง ไม่ใช่จะรับผิดชอบเพียงในวันเวลาราชการเท่านั้น เมื่อหมดเวลาแล้วก็รีบกลับ
แต่ในยามจำเป็น นักประชาสัมพันธ์อาจจะต้องอยู่รับรองแขกจนดึกดื่น อาจจะต้องทำงานในวัน
วันหยุดราชการ ต้องมีความขยัน อดทน เพื่อความสำเร็จของงาน นักประชาสัมพันธ์จะต้องอดทน
ต่อคำวิพากษ์วิจารณ์ต่าง ๆ และคงทนที่จะติดตามให้คำชี้แจงแก่ผู้เกี่ยวข้องซ้ำแล้วซ้ำเล่า จนกว่า
การประชาสัมพันธ์จะสำเร็จผลตามที่ต้องการ

7. มีการดำเนินงานในลักษณะประหยัด โดยรู้จักการใช้สื่อและวิธีการที่จะเป็น
ประโยชน์สูงสุด แต่เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ทั้งนี้เพื่อประหยัดงบประมาณรายจ่ายด้านการประชา
สัมพันธ์ให้แก่องค์กรเท่าที่จะทำได้

8. ชอบใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม นักประชาสัมพันธ์ที่ดีควรต้องใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมอยู่
เสมอ ทั้งด้านความรู้ในวิชาชีพการประชาสัมพันธ์อันเป็นหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงและความรู้
รอบตัวในด้านอื่น ๆ ทั้งนี้เพื่อจะได้นำความรู้ใหม่ ๆ เหล่านั้นมาปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ให้
มีประสิทธิภาพ และทันสมัยยิ่งขึ้น การศึกษาหาความรู้ในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม ที่จะทำให้ตนเป็น
ผู้มีความรอบรู้กว้างขวางขึ้น มีความพร้อมที่จะพูดคุยกับแขกในระดับชั้นต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจ
และเพิ่มเติมความศรัทธาให้แก่แขกได้มากขึ้น

9. ไม่มุ่งประชาสัมพันธ์ตนเองมากกว่าการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน นักประชาสัมพันธ์
ที่ดีต้องมีความสำนึกในความรับผิดชอบที่ตนจะต้องมีต่อองค์กรอย่างเต็มที่ โดยต้องทุ่มเทสติ
ปัญญา ความคิด เวลา และกำลังใจทั้งหมดให้แก่งานอย่างจริงจัง ไม่เป็นผู้ทำงานอย่างฉาบฉวย
และคอยจ้องแต่โอกาสที่จะทำงานเพื่อตนเอง หรือมุ่งแต่จะประชาสัมพันธ์ให้แก่ตนเองมากกว่า
หน่วยงาน

ขวัญเรือน อภิณณ์ (2539 : 23) ได้กล่าวว่าโดยสรุปว่า นักประชาสัมพันธ์ ที่มี
บุคลิกภาพที่เหมาะสม เป็นที่นิยม เลื่อมใสของประชาชนย่อมมีโอกาสและได้เปรียบมากกว่า
ในด้านการชักจูงหรือสร้างประชาคมติได้โดยง่าย และในส่วนของกรณีบุคลิกภาพที่เหมาะสมนั้น
ประกอบไปด้วยความอยากรู้อยากเห็น หมั่นศึกษาค้นคว้า ความมีชั้นเชิงทางการพูด มีกิริยาท่าทาง

ที่น่าประทับใจ มีความสนใจผู้อื่น มีความเป็นกลางไม่อคติ มีความศรัทธาอย่างแรงกล้า มีความสามารถโน้มน้าวจิตใจของประชาชน มีความซื่อสัตย์และจริยธรรม มีไหวพริบและวิจารณญาณที่ดี มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความกล้าที่จะกระทำในสิ่งที่ถูกต้องและเหมาะสม มีความขยันขันแข็ง อดทนและสู้งานหนักได้เสมอ มีความรับผิดชอบ ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ และมีความสุขุม รอบคอบ โดยเฉพาะการพูดหรือการกระทำ หากพลาดพลั้งจะเกิดความเสียหาย นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความสามารถทางด้านการคิด เขียน พูด และฟัง เป็นต้น

นอกจากคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริหารต้องพิจารณาเพราะมีส่วนผลักดันให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การประสบผลสำเร็จแล้ว ผู้บริหารยังต้องคำนึงถึงการกำหนดภาระหน้าที่ กิจกรรมต่าง ๆ ของนักประชาสัมพันธ์ด้วยว่า มีขอบเขตแค่ไหน เพียงใด

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (1968) ได้จำแนกประเภทของงานนักประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

1. งานด้านการเขียน นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความสามารถในการเขียนเป็นอย่างดี เช่น การเขียนบทความเผยแพร่ เขียนข่าวแจก
2. งานบรรณาธิการ ในการจัดทำวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน จัดหมายข่าว หนังสือรายงานประจำปี
3. งานกำหนดตำแหน่งหน้าที่ต่าง ๆ ในการส่งข่าว หรือติดต่อกับสื่อมวลชน ต้องมีความรู้ความเข้าใจว่าข่าวประเภทใดที่สื่อมวลชนต้องการ
4. งานด้านการส่งเสริม เช่น การจัดกิจกรรม หรืองานนิทรรศการ การนำเยี่ยมชมกิจการ
5. งานด้านการพูด นักประชาสัมพันธ์จะต้องพร้อมที่จะแถลงชี้แจงแก่ประชาชนในโอกาสต่าง ๆ หรืออาจมีหน้าที่ในการร่างสุนทรพจน์ให้แก่ผู้บริหาร
6. งานด้านการผลิต นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ เกี่ยวกับการผลิตสื่อที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ จุลสาร แผ่นพับ
7. งานด้านการวางแผน นักประชาสัมพันธ์ต้องรู้จักวางแผนการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับลักษณะขององค์การ
8. งานด้านการโฆษณาสถาบัน นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ การโฆษณาเพื่อหวังผลในด้านชื่อเสียง ศรัทธา และภาพลักษณ์ของหน่วยงาน

อรุณ งามดี (2527 : 45) ให้ความเห็นถึงหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ไว้ว่าประกอบด้วย

1. ให้คำแนะนำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร และเพื่อนร่วมงาน เกี่ยวกับงานการประชาสัมพันธ์
2. สำรวจประชนคติ และความรู้สึกนึกคิดของประชาชน
3. วางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่าง

หน่วยงานกับประชาชน

4. ส่งเสริมให้ประชาชนสนใจหน่วยงานและสมัครเข้าทำงาน
5. สร้างความเข้าใจระหว่างหน่วยงานกับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ
6. สร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างหน่วยงานกับสื่อมวลชน และประชาชนทั่วไป

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์คือ การลำดับขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้ งานประชาสัมพันธ์นั้นเป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2531 : 10 - 17) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

1. การวิจัย (Research) จุดเริ่มต้นของการประชาสัมพันธ์คือการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงที่มีอยู่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ การวิจัยประเภทนี้ครอบคลุมแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1.1 หลักฐานที่ปรากฏอยู่ ซึ่งได้แก่ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ตามเอกสาร สิ่งพิมพ์ที่มีความเกี่ยวข้อง

1.2 ข้อมูลที่ต้องการมีการสืบหาอย่างมีแผน หมายถึงข้อมูลที่ต้องการใช้กับการตัดสินใจในการวางแผนโดยตรง ซึ่งได้แก่ การสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้อง

2. การวางแผน (Planning) หมายถึงการกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และเพื่อให้การดำเนินงานนั้น ๆ มีความสอดคล้องต่อเนื่องบรรลุ เป้าหมายที่วางไว้ ในแผนการประชาสัมพันธ์อย่างน้อยจะต้องระบุกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมกำหนด เวลาและรายละเอียดที่เหมาะสม

3. การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับ กลุ่มประชาชนเป้าหมายด้วยการให้ข่าวสาร สารความรู้ ความเข้าใจ ความบันเทิง และเรื่องราว ต่าง ๆ เกี่ยวกับสถาบัน ผ่านสื่อไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ทั้งนี้มีความหมายรวมถึงการรับฟัง ความคิดเห็น หรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่อข่าวสารนั้น ๆ มายัง สถาบันด้วย

4. การประเมินผล (Evaluation) หมายถึง การตัดสินคุณค่าของการกระทำใด ๆ โดยมีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประกาศตัดสินคุณค่านั้น การประเมินผลจะต้องประกอบด้วย ข้อมูล การรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล การตีความหมายและการตัดสินคุณค่า

วาสนา จันทร์สว่าง (2533 : 38 - 39) ได้กล่าวว่ากระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คือ การลำดับขั้นตอนการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของการประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการในแต่ละขั้นตอน เป็นกระบวนการสัมพันธ์ต่อเนื่องกันไป ตามขั้นตอนดังนี้คือ

1. การศึกษาข้อมูลการวิจัยและการรับฟังความคิดเห็นและการสำรวจประชามติ เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลต่าง ๆ การศึกษานโยบาย วัตถุประสงค์ เหตุการณ์สถานการณ์และภูมิหลัง เพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ ของหน่วยงาน โดยการค้นคว้าหาข้อมูลทั้งในและนอกหน่วยงาน เมื่อหาปัญหาได้แล้ว ควรดำเนินการเก็บรวบรวมปัญหา ข้อมูลต่าง ๆ ไว้จัดทำแฟ้มแยกเรื่องต่าง ๆ

เพื่อดำเนินการแก้ไขและดำเนินการประชาสัมพันธ์ต่อไป

2. การวางแผนและการตัดสินใจ เป็นการดำเนินงานต่อจากขั้นแรกคือการนำข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้มาพิจารณาประกอบการวางแผน และตัดสินใจเพื่อหาแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้ได้ผลดีมากที่สุด การวางแผนประชาสัมพันธ์ต้องให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ความทันเวลาทันต่อเหตุการณ์ โดยการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดวิธีการดำเนินงาน การเลือกสรรสื่อ หรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และการกำหนดกิจกรรม เวลา บุคลากร และงบประมาณค่าใช้จ่ายด้วย

3. การติดต่อสื่อสารถึงประชาชน หลังจากที่ได้วางแผนดำเนินงานแล้วเป็นขั้นตอนของการที่จะติดต่อสื่อสารกับประชาชน การออกไปดำเนินการตามแผนและขั้นตอนของการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร การแถลงข่าวสื่อมวลชน การนำเยี่ยมชมกิจการ การจัดรายการวิทยุกระจายเสียง และการจัดรายการโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งต้องคำนึงถึงกระบวนการสื่อสารและปฏิภณียาสะท้อนกลับเพื่อการสื่อสารสองทาง

4. การควบคุมและการประเมินผล การควบคุมคือการพยายามให้ทุกสิ่งเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ส่วนการประเมินผลเป็นการตรวจสอบหาข้อบกพร่อง หาข้อมูลใหม่และนำไปวิเคราะห์หาทางปรับปรุงดำเนินงานแล้วหมุนเวียนไปสู่ขั้นตอนที่หนึ่ง เป็นกระบวนการต่อเนื่องกันไปอย่างมีความสำคัญเป็นผลซึ่งกันและกันทุกขั้นตอนการประเมินผลเป็นการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน เพื่อดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องในการดำเนินงาน รวมทั้งการวางแผนต่อไป

กรณีการ อัสวครเดชา (2539 : 4) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องกัน 4 ขั้นตอน คือ

1. ศึกษาข้อมูล (Research Listening) เป็นการหยังความคิด ทศนคติ และปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำและนโยบายของสถาบัน และประเมินค่าเป็นการหาความจริงเกี่ยวกับว่า “อะไรคือปัญหาของเรา”

2. การวางแผน (Planning - Decision Making) เกี่ยวข้องกับการนำเอาทัศนคติ ความคิดเห็น ความคิดและปฏิกิริยาต่าง ๆ มาพิจารณาวางแผนนโยบายของสถาบัน จะได้แผนงานที่ได้ประโยชน์ทุกฝ่าย เป็นขั้นที่จะต้องตัดสินใจว่า “จะสามารถทำอะไรได้บ้าง”

3. ปฏิบัติการ (Communication - Action) เกี่ยวข้องกับการอธิบายให้ผู้ที่มีอำนาจหรือมีผลต่อโครงการของเราถึงสิ่งที่เราจะทำ เป็นการบอกว่าเราทำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไปทำไม

4. ประเมินผล (Evaluation) เป็นการประเมินผลดูว่าแผนงานที่เราวางไว้และเทคนิคที่เราทำได้ผลเพียงไร “เราทำงานได้ผลอะไรบ้าง”

ดังนั้น องค์การทุกแห่ง ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของภาครัฐหรือเอกชน ย่อมจะต้องมีกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งจากแนวความคิดดังกล่าวข้างต้น ขวัญเรือน อภิณธ์ (2539 : 14 - 15) ได้ขยายแนวความคิดของแต่ละขั้นตอนให้เกิดความเข้าใจเพิ่มขึ้น ตามลำดับทั้ง 4 ขั้นตอน ดังนี้

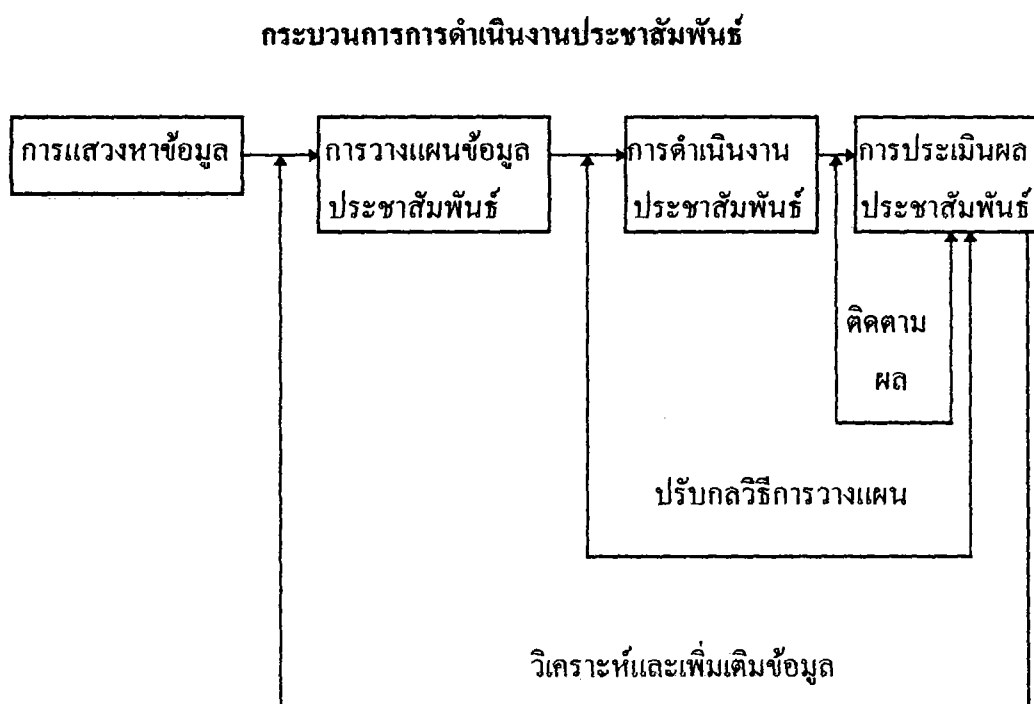
1. การแสวงหาข้อมูล (Fact Findings) เป็นการค้นคว้าหาข้อมูล ข้อเท็จจริง ต่าง ๆ ที่ได้รับการพูดคุย สัมมนา อภิปราย สํารวจ วิจัย สัมภาษณ์ เพื่อค้นหาสาระตามที่ต้องการ

2. การวางแผน (Planning) เป็นการดำเนินการต่อจากขั้นแรก โดยนำเอาทัศนคติ ความคิดเห็นของประชาชนที่ค้นคว้ามารวบรวมไว้ เพื่อพิจารณา วางแผน กำหนดนโยบายขององค์กร

3. การกำหนดงานตามแผน (Implementation) เมื่อได้มีการวางแผนแล้วก็จะปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ตามสถานการณ์ขององค์กร

4. การประเมินผล (Assessment) เป็นการวัดผลการดำเนินงานว่า งานที่ได้ดำเนินการไปนั้น บรรลุผลสำเร็จแค่ไหน

การดำเนินงานทั้ง 4 ขั้นตอนนี้ จะขาดขั้นตอนใดตอนหนึ่งไปไม่ได้ เพราะทั้ง 4 ขั้นตอนมีความต่อเนื่องเกี่ยวโยงกันตามภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ที่มา : กมล ดวงประทีป. 2534 : 26

ประชาคมติ (Public Opinion) หมายถึง ทศนคคคหรือควรรู้สคกนคคคคของมวลชนที่คได้แสดงออกตอสิ่งคใดสิ่งหนค่ง ปญหาคคปญหาหนค่งทคมีควรรสำคัญตอสังคมโดยส่วนรวมหรคเหตุการณคคเหตุการณคหนค่งโดยเฉพาะ และตัวองขอมมีสวนเกยวข้องหรคมีผลคได้ผลเสยร่วมอยุ่ด้วย ประชาคมตคจะก่อตัวขนเมอมคเงื่อนไข คงนี้คคือ (วัฒนพา พุทธางกรานนท. 2536 : 197-202)

1. ต้องมีหน้าที่เรียกร้องความสนใจของประชาชนทั่วไปเกิดขึ้น
2. ความรอบรู้และประสบการณ์ของผู้เสนอข้อคิดเห็น
3. ระเบียบกฎหมายและทางสังคมเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น
4. ความหนาแน่นของประชาชน
5. อุปกรณ์การสื่อสาร เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นปลิว ฯลฯ
6. มาตรการทางสังคมและตัวบทกฎหมาย ซึ่งยินยอมให้ประชาชนมีบทบาทในการ

ปกครองอย่างแท้จริง

ประชามติหรือมติมหาชน เป็นข้อคิดเห็นเพื่อแก้ปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งประชามติจะยังไม่เกิดขึ้น จนกว่าจะมีคนนำความรู้และข้อคิดเห็นนั้นเผยแพร่ต่อ ๆ ไปยังบุคคลอื่น โดยอาศัยวิธีการถ่ายทอด ข้อคิดเห็นนั้น ๆ เป็นที่ยอมรับจึงเรียกว่า ประชามติ

ในด้านความเกี่ยวข้องกันระหว่างประชาคมกับงานประชาสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้และความเข้าใจในมติมหาชน ในปัจจุบันแต่ละสังคมยังขาดความเข้าใจถึงความต้องการอย่างแท้จริงของมวลชน ซึ่งเป็นหัวใจของการดำเนินงานต่าง ๆ ให้ลุล่วงด้วยดี ต้องรับรู้ถึงปฏิกิริยา ความคิดเห็น ท่าที เจตนารมณ์ ตลอดจนความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวม เพื่อหาทางตอบสนองประชาคมหรือความต้องการในสิ่งที่ถูกที่ชอบของเขาเหล่านั้น บุคคลที่จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีหรือผู้คอยเป็นตัวกลาง คอยแก้ไขความเข้าใจผิดระหว่างองค์กรกับประชาชนอย่างเที่ยงธรรม แล้วนำมติมหาชนนั้นมาเสนอต่อผู้บริหารเพื่อให้ลงมติยอมรับเป็นนโยบายที่ถูกต้องขององค์กรต่อไป นี่คือหลักสำคัญยิ่งของการปฏิบัติการของงานประชาสัมพันธ์ สถาบันอีกมากมายหลายแห่งในปัจจุบันที่ละเลยไม่ให้ความสำคัญต่อประชาคม ผลสุดท้ายจะประสบความล้มเหลวในการบริหารงาน และไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม

อย่างไรก็ดี ประชาคมไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่อย่างคงทนแน่นอนตลอดไป ประชาคมเป็นเพียงความรู้สึกร่วมกัน ความเชื่อถืออาจจะมีเหตุผลหรืออาจจะเป็นความเข้าใจผิดหรือหลงผิดไปบางขณะก็ได้ จึงอยู่ในดุลยพินิจหรือความรับผิดชอบของนักประชาสัมพันธ์ที่จะชี้แนะหรือปรับปรุงแก้ไขประชาคมไปในทางที่ถูกต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์ด้วยจิตใจที่เป็นกลาง ต้องกระทำเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนโดยแท้จริง นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีบทบาทสำคัญในการเจรจาโน้มน้าวชักจูงใจทั้งสองฝ่าย คือทั้งประชาชนและผู้นำของสถาบัน มีความเข้าใจกันได้และอยู่ร่วมกันอย่างสันติ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยภายในประเทศ

มณฑา ลำเจียกหนู (2530 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาสภาพและปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษา เขตการศึกษา 1 โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารและครูประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ตั้งแต่การวางแผน งบประมาณ การดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน และการประเมินผล ยกเว้นการประชาสัมพันธ์ภายนอก ซึ่งเกือบไม่มีการดำเนินการเลยเกี่ยวกับเรื่องการดำเนินการประเมินผล และเรื่องการมีเจ้าหน้าที่ประเมินผลการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอซึ่งมีน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ตามสภาพที่คาดหวังของครูประชาสัมพันธ์โรงเรียน พบว่าอยู่ในระดับสูงทุกด้าน ยกเว้นการประชาสัมพันธ์ภายนอกที่ต้องการให้

โรงเรียนดำเนินการในระดับปานกลางเท่านั้น นอกจากนี้ยังพบว่า ครูและผู้บริหารมีความต้องการที่จะปรับปรุงระบบการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ในด้านการประชาสัมพันธ์ภายนอกทั้งด้านการดำเนินการ และจัดเจ้าหน้าที่ประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ความเพียงพอของงบประมาณและด้านการวางแผน

ปัญหาด้านการจัดการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ปัญหาที่ครูและผู้บริหารให้ความสำคัญสูงสุดได้แก่ การที่ครูมีภาระงานมากจนไม่มีเวลาทำงานประชาสัมพันธ์ รองลงมาได้แก่ ความเพียงพอของงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ไม่มีประสิทธิภาพ

อำนาจ เวียงพล (2532 : 111 - 113) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา เขตการศึกษา 12 โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารและครูมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12 สรุปผลการวิจัยดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา เขตการศึกษา 12 โดยส่วนรวมทุกด้าน มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจัดลำดับคะแนนเฉลี่ยของปัญหาเรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านการจัดหาทรัพยากร การจูงใจให้ปฏิบัติงาน การประสานงาน การประเมินผลและด้านการวางแผน

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา เขตการศึกษา 12 จำแนกตามขนาดโรงเรียน พบว่า โรงเรียนขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ มีปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้านการวางแผน การจัดหาทรัพยากร การจูงใจให้ปฏิบัติงาน การประสานงานและการประเมินผลงาน อยู่ในระดับปานกลาง

3. เปรียบเทียบปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา เขตการศึกษา 12 จำแนกตามขนาดโรงเรียน พบว่า โรงเรียนขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่ มีปัญหาด้านการวางแผน การจัดหาทรัพยากร การจูงใจให้ปฏิบัติงาน การประสานงาน การประเมินผลงาน โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อรอุบล ภูบัวเฟื่อน (2532 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการวางแผนการประชาสัมพันธ์และสถานภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจในประเทศไทยนคร โดยศึกษาแยกตามประเภทของธุรกิจบริการ ธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจพาณิชย์และธุรกิจการเงิน รวมทั้งศึกษาปัญหาอุปสรรคในงานประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่าปัญหาอุปสรรคของงานประชาสัมพันธ์ คือ ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรทางด้านประชาสัมพันธ์ ปัญหาผู้บริหารกิจการไม่ให้ความสำคัญ และปัญหางบประมาณไม่เพียงพอ ส่วนปัจจัยที่สนับสนุนความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์ คือ

ผู้บริหารกิจการต้องให้ความสำคัญและเข้าใจบทบาทของการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี รองลงมา คือ มีงบประมาณเพียงพอและมีการประสานงานด้วยความร่วมมืออันดีจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

รัตนา ศรีชนะชัยโชค (2532 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาชนบทในประเทศไทยกับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ กลุ่มตัวอย่าง ที่ศึกษา คือ ผู้บริหารระดับจังหวัดและหัวหน้าส่วนราชการระดับจังหวัด ผลการวิจัยพบว่า ปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์โครงการ ได้แก่ ปัญหาด้านเจ้าหน้าที่ กล่าวคือ ไม่มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานโดยตรง และเจ้าหน้าที่ขาดความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์ ปัญหาด้านการยอมรับของประชาชน กล่าวคือ ประชาชนไม่ค่อยเห็นความสำคัญของโครงการพัฒนา ให้การยอมรับ เฉพาะที่ได้รับประโยชน์ระยะสั้น ปัญหาด้านเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ ไม่มี เครื่องมือเพียงพอ และอยู่ในสภาพเก่าไม่มีคุณภาพ ต้องยืมจากหน่วยงานอื่น ปัญหาด้าน งบประมาณคือ ได้รับการจัดสรรงบประมาณน้อยมาก บางครั้งไม่มีเงินงบประมาณต้องอาศัย การบริจาค จากสถานภาพโดยทั่วไปแล้ว การดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาชนบทใน ประเทศไทยยังไม่เป็นไปตามแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่วางไว้เท่าที่ควร

สถิตย์ วงษาวดี (2535 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่อง ปัญหาการจัดการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในห้าด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านการดำเนินงาน และด้านการประเมินผล โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ รวม 170 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร โดยส่วนรวมและรายด้านอยู่ใน ระดับปานกลาง โดยมีปัญหาด้านงบประมาณมากที่สุด ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นต่อปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ โดยส่วนรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ส่วนความคิดเห็นเพิ่มเติม พบว่า ข้อที่มีความถี่สูงสุด คือ ปัญหาเรื่องงบประมาณมีน้อยไม่เพียงพอ รองลงมา ได้แก่ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเรื่องการประชาสัมพันธ์

ชมพูนุท นุตาคม (2536 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์ของ กรมการฝึกหัดครู โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้บริหารกรมการฝึกหัดครู 113 คน และสื่อมวลชน คือนักหนังสือพิมพ์ และฝ่ายประชาสัมพันธ์ในวิทยาลัยครู 36 แห่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา โครงสร้างและบทบาทหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู ความรู้และทัศนคติของ ผู้บริหารกรมการฝึกหัดครูกับการประชาสัมพันธ์ ทัศนคติของสื่อมวลชนต่อการประชาสัมพันธ์ และภูมิหลังของผู้บริหารกรมการฝึกหัดครู ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีการกำหนดโครงสร้าง และบทบาทหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ในลักษณะคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จัดเป็นงานที่ทำอย่างต่อเนื่อง มีการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์แต่ไม่เป็น

ลายลักษณ์อักษร มีการแบ่งงานออกเป็น ส่วน และแบ่งหน้าที่รับผิดชอบตามความชำนาญของบุคลากร ผู้บริหารกรมการฝึกหัดครูส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ผู้บริหารกรมการฝึกหัดครูส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชนส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู และผู้บริหารกรมการฝึกหัดครูที่มีภูมิหลัง แตกต่างกัน มีบทบาทในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ต่างกัน

อุมาภรณ์ มโนภิรมย์ (2537 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนในภาคใต้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ทั่วไปของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคใต้ 14 จังหวัด จำนวน 121 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารมีปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายใน โดยรวมอยู่ในระดับน้อย แต่การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายนอก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ทั่วไปมีปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ทั่วไปที่มีวุฒิทางการศึกษาค่ากว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี และมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน 1-5 ปี และ 5 ปีขึ้นไป มีปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ทั่วไป มีปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และพบว่า มีปัญหาแตกต่างกัน .01 ในเรื่องผู้บริหารไม่มีเวลาร่วมประชุมกับบุคลากร การประชุมบุคลากรไม่มีความสม่ำเสมอ และที่มีวุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานต่างกัน มีปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ขวัญเรือน อภิณนธ์ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการในอนาคต โดยศึกษาความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษา และการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารที่กำลังดำรงตำแหน่งรองปลัดกระทรวงศึกษาธิการ อธิบดี เลขาธิการ ในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 13 คน และนักประชาสัมพันธ์ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 10 ปี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่าจะเป็นไปได้มากที่สุด ต่อแนวทางพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการในอนาคต ตามค่า

มาตรฐานสูงสุด คือ จะต้องกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน แผนประชาสัมพันธ์ต้องชัดเจนและสอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ของกระทรวงศึกษาธิการ ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก (4.95) ควรเน้นทุกกลุ่มเป้าหมาย (4.85) ดำเนินการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก (4.88) สื่อที่ใช้หนังสือพิมพ์ (4.88) วิทยุกระจายเสียง (4.82) โทรทัศน์ (4.78) นักประชาสัมพันธ์ต้องมีใจรักและศรัทธาในงานประชาสัมพันธ์ (5.00) มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (4.98) ปัญหาอุปสรรคคือ มีลักษณะการดำเนินงานที่ยึดติดกับระบบราชการ ทำให้ล่าช้า ไม่ทันเหตุการณ์ (4.39) ผู้ประสานงานต้องเป็นผู้ที่มีทักษะและมนุษยสัมพันธ์ดี (4.88)

งานวิจัยต่างประเทศ

ในปี ค.ศ. 1968 สมาคมการวิจัยการศึกษาแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา (National Education Association. Research Division. 1968 : 29-31) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผู้บริหารกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ได้สรุปหน้าที่หลักและความรับผิดชอบของผู้บริหารที่ควรจะดำเนินงานในด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ดังต่อไปนี้

1. ทำการติดต่อกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อแถลงข่าวสารของโรงเรียน
2. เขียนข่าวของโรงเรียนเพื่อส่งเสริมให้แก่หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ และสื่อมวลชน
3. จัดตั้งคณะบุคคลทำงานในด้านเอกสารสิ่งพิมพ์
4. ส่งสิ่งพิมพ์หรือจดหมายข่าวของโรงเรียนไปยังชุมชน
5. รณรงค์ให้มีการเลือกตั้งคณะบุคคลที่จะทำงานให้มีหลักฐานถูกต้อง
6. จัดทำรายการต่าง ๆ ของโรงเรียนแจ้งให้ผู้ตรวจการศึกษาทราบ
7. ทำงานร่วมกับชุมชนและพนักงานของรัฐในสาขาอื่น ๆ ตลอดจนกลุ่มบุคคลในสาขาวิชาชีพด้านบริการต่าง ๆ
8. จัดทำโครงการพิเศษสำหรับโรงเรียนขึ้น
9. เผยแพร่โครงการของนักเรียนที่จัดทำขึ้น
10. จัดให้มีบรรณาธิการสิ่งพิมพ์ในหน่วยงานกลางของโรงเรียน
11. จัดร่างสุนทรพจน์ ทำรายงานและเอกสารของหน่วยงาน
12. จัดให้มีสถานที่อันเหมาะสมเพื่อเชิญนักพูดหรือเปิดโอกาสให้นักลากลได้มีโอกาสพูดเพื่อให้ความรู้แก่นักลากล
13. จัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้เรื่องราวการประชาสัมพันธ์แก่นักลากลของโรงเรียน
14. จัดให้มีการประเมินผลทัศนคติของประชาชนที่มีต่อโรงเรียน

15. พัฒนาให้ครูได้มีส่วนร่วมในการแสวงหาวัสดุอุปกรณ์สำหรับใช้ในการศึกษา
16. จัดให้มีบริการเกี่ยวกับการบันทึกภาพในโอกาสต่าง ๆ

โรมาชน (Romine. 1987 : 63) ได้ศึกษาบทบาทของวิทยาลัยชุมชนในด้านการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคเคลฟาย ทำการรวบรวมความคิดเห็นของคณะกรรมการ 3 กลุ่ม ได้แก่ กรรมการวิทยาลัย อาจารย์ใหญ่และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์กลุ่มละ 15 คน ผลการศึกษาพบว่า คณะกรรมการให้ความสำคัญต่อบทบาทด้านการบริการสนเทศแก่ประชาชนเกี่ยวกับการให้บริการของวิทยาลัยและผลงานของวิทยาลัยแก่นักศึกษาชั้นนำในท้องถิ่นเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ ด้านการมีส่วนช่วยเหลือสนับสนุนกิจกรรมของวิทยาลัย ด้านการรับทราบข้อมูล ความต้องการและความรู้สึกรักของชุมชนต่อวิทยาลัย และด้านการรักษาภาพพจน์ของวิทยาลัยโรมาชน ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าการค้นคว้าหาข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการวางแผนและการประเมินผลงาน การติดต่อสื่อสารต้องเป็นสองทาง

เมย์ (Mays. 1987 : 65) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ประสิทธิภาพของกระบวนการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเทศบาลของผู้บริหาร เพื่อสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการจัดการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกับชุมชนอยู่ในเกณฑ์ดี นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริหารสามารถรับรู้กระบวนการประชาสัมพันธ์ เป็นผู้ได้ผ่านการฝึกอบรมทางด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียนระดับสูงมาแล้ว

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัย และได้นำเสนอตามหัวข้อเป็นลำดับ ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาจากประชากรทั้งหมด คือเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์ หรือหัวหน้าศูนย์ประชาสัมพันธ์ หรือหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่โสตทัศนศึกษา ในกระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 14 กรม กับ 2 หน่วยงาน รวม 121 คน ดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนประชากรจำแนกตามสังกัด และตำแหน่ง

กรม	ตำแหน่ง	หัวหน้า หน่วยงาน	เจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงาน	จำนวน
กรมอาชีวศึกษา		1	4	5
กรมวิชาการ		1	3	4
กรมศิลปากร		1	4	5
กรมการศึกษานอกโรงเรียน		1	4	5
กรมพลศึกษา		1	5	6
สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ		1	15	16
สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน		1	3	4
สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา		1	5	6
กรมสามัญศึกษา		1	10	11
สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษา แห่งชาติ		1	15	16
สำนักงานสภาพัฒนาการศรัทธา		1	5	6
สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ		1	15	16
สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี		1	5	6
สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครู		1	3	4
กรมการศาสนา		1	4	5
สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล		1	5	6
รวม		16	111	121

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว และสภาพการดำเนินงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำแหน่งที่ปฏิบัติงาน วุฒิทางการศึกษา ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โดยมีข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบตามข้อความที่กำหนดไว้

ตอนที่ 2 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ ใน 3 ด้าน คือด้านนโยบายและการวางแผน ด้านทรัพยากร และด้านการดำเนินงานและกิจกรรม

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ ทั้ง 3 ด้าน

2. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

2.1 การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับขั้นดังนี้

2.1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2.1.2 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ในเรื่องการสร้างแบบสอบถาม

2.1.3 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดขอบเขต และเนื้อหาให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมายใน 3 ด้าน ตามที่ต้องการ

2.2 การหาคุณภาพของเครื่องมือ

2.2.1 การหาความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้ประธานและกรรมการควบคุมปริญญาบัณฑิตตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและภาษาที่จะวัด

2.2.2 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จากผู้ทรงคุณวุฒิกระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ อาจารย์สมยศ สิงห์คำ ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ

อาจารย์ขวัญเรือน อภิณัฐ หัวหน้างานผลิตรายการ ศูนย์ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ
 อาจารย์ไชยทวี อติแพทย์ หัวหน้าฝ่ายแผนและวิชาการ ศูนย์ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ
 ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์

2.2.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปหาค่าความเชื่อมั่นของ
 แบบสอบถามทั้งฉบับ โดยทดลองใช้กับผู้ทำหน้าที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด
 ในเขตการศึกษา 1 ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี นนทบุรี สมุทรปราการ สมุทรสาคร นครปฐม
 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง รวม 25 คน แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach. 1970 :
 161) ซึ่งผลของการวิเคราะห์ พบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นเท่ากับ
 0.94

2.2.4 นำแบบสอบถามไปปรับปรุง เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ก่อนนำ
 มาใช้จริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้น ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ขอหนังสือรับรองจากรองปลัดกระทรวงศึกษาธิการ (นางสาววิตรี สุวรรณสถิตย์)
 นำหนังสือถึงผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์
 นักประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่โสตทัศนศึกษา ในกระทรวงศึกษาธิการ ที่เป็น
 กลุ่มตัวอย่าง

2. ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง และ
 ขอความร่วมมือให้ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบเสร็จแล้วนำคืนวันให้มารับแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะมาขอ
 รับแบบสอบถามกลับคืนมาเอง โดยกำหนดระยะเวลาที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม ในช่วงเวลาที่
 เก็บข้อมูล ระหว่างวันที่ 15-30 สิงหาคม 2540

3. เมื่อจัดส่งแบบสอบถามไปแล้วได้รับกลับคืนมาจำนวน 95 ฉบับ ส่วนที่ขาดไปได้
 ติดตามถาม และประสานงานด้วยวาจาอีกครั้งหนึ่ง จึงได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 111 ฉบับ
 คิดเป็นร้อยละ 91.74 ของแบบสอบถามที่ส่งไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ตรวจสอบแบบสอบถามของการตอบแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทุกฉบับ เพื่อคัดเลือกเอาฉบับที่สมบูรณ์ไว้วิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทุกฉบับเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด 111 ฉบับ
2. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้
3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัว และสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ
4. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จากแบบสอบถามที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า โดยนำมาตรวจให้คะแนน แล้วหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำค่าที่ได้มาตัดสินตามเกณฑ์ต่อไปนี้

มีปัญหาน้อยที่สุด	1 คะแนน
มีปัญหาน้อย	2 คะแนน
มีปัญหาปานกลาง	3 คะแนน
มีปัญหามาก	4 คะแนน
มีปัญหามากที่สุด	5 คะแนน

จากนั้นนำค่ามาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์ตามแนวของเบสท์ (Best. 1978 : 174) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49	หมายถึง	มีปัญหาน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49	หมายถึง	มีปัญหาน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49	หมายถึง	มีปัญหาปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49	หมายถึง	มีปัญหามาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00	หมายถึง	มีปัญหามากที่สุด

5. วิเคราะห์ความคิดเห็นเพิ่มเติม เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ จากคำถามปลายเปิด โดยคำนวณค่าความถี่ และร้อยละ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มี 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัว และสภาพการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน
ประชาสัมพันธ์ โดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตามความคิดเห็นของ
เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะจากคำถาม
ปลายเปิด โดยคำนวณค่าความถี่ และร้อยละ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ของข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์เป็น 3 ตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว และสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 2 ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเพิ่มเติมของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

**ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวและสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน
ในกระทรวงศึกษาธิการ**

1.1 ข้อมูลส่วนตัวของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามตำแหน่ง
หน้าที่ อายุ วุฒิทางการศึกษา ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ผลปรากฏดังตาราง 2

ตาราง 2 ข้อมูลส่วนตัวของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	111	100.00
1. ตำแหน่งหน้าที่		
1.1 ผู้บริหาร หรือหัวหน้าหน่วยงาน	16	14.40
1.2 นักประชาสัมพันธ์	32	28.80
1.3 เจ้าหน้าที่โสตทัศนศึกษา	13	11.70
1.4 เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	38	34.20
1.5 นักวิชาการโสตทัศนศึกษา	7	6.30
1.6 เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	5	4.50
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 30 ปี	16	14.40
2.2 31 - 40 ปี	50	45.00
2.3 41 - 50 ปี	38	34.20
2.4 51 ปีขึ้นไป	7	6.30
3. วุฒิทางการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	19	17.10
3.2 ปริญญาตรี	72	64.90
3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	20	18.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
4. ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์		
4.1 1 - 5 ปี	51	45.90
4.2 6 - 10 ปี	22	19.80
4.3 มากกว่า 10 ปี	38	34.30
5. หน่วยงานที่สังกัด		
5.1 กรมอาชีวศึกษา	4	3.61
5.2 กรมวิชาการ	5	4.51
5.3 กรมศิลปากร	5	4.51
5.4 กรมการศึกษานอกโรงเรียน	4	3.61
5.5 กรมพลศึกษา	5	4.51
5.6 สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ	15	13.50
5.7 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน	4	3.61
5.8 สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา	5	4.51
5.9 กรมสามัญศึกษา	10	9.00
5.10 สำนักงานคณะกรรมการการประถมแห่งชาติ	13	11.70
5.11 สำนักงานสถาบันราชภัฏ	6	5.40
5.12 สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ	15	13.50
5.13 สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	5	4.51
5.14 สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครู	5	4.51
5.15 กรมการศาสนา	4	3.61
5.16 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	6	5.40

จากตาราง 2 แสดงให้เห็นข้อมูลเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 111 คน ดังนี้

1. จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ พบว่า ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ มีมากที่สุด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 34.20 รองลงมาได้แก่ ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 ส่วนตำแหน่งผู้บริหารหรือหัวหน้าหน่วยงาน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่โสตทัศนศึกษา มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 นักวิชาการโสตทัศนศึกษา มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 และน้อยที่สุด คือเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50

2. เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 34.20 ส่วนกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 และที่เหลือ ได้แก่กลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30

3. เมื่อจำแนกตามวุฒิทางการศึกษา พบว่า กลุ่มที่มีวุฒิการศึกษามากที่สุดคือ มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 64.90 รองลงมาได้แก่ สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และกลุ่มการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10

4. เมื่อจำแนกตามประสบการณ์ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ พบว่า มีเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานที่มีประสบการณ์ประชาสัมพันธ์ มากที่สุด คือกลุ่มระหว่าง 1-5 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 45.90 รองลงมาได้แก่ กลุ่มที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 และกลุ่ม 6-10 ปี มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80

5. เมื่อจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด พบว่า กลุ่มสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ และกลุ่มสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ มีเจ้าหน้าที่ในสังกัดปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 รองลงมาได้แก่ กรมสามัญศึกษา มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ส่วนสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล มีจำนวนผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ กรมละ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.40 กรมวิชาการ กรมศิลปากร กรมพลศึกษา สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา สำนักงานส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครู มีจำนวนผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ กรมละ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.51 และกรมที่มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในสังกัดน้อยที่สุด ได้แก่ กรมอาชีวศึกษา กรมการศึกษานอกโรงเรียน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน และกรมการศาสนา มีจำนวนผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ กรมละ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.61

1.2 ข้อมูลสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
ในกระทรวงศึกษาธิการ

ตาราง 3 สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
ในกระทรวงศึกษาธิการ

รายละเอียด	จำนวน คำตอบ	ร้อยละ
1. เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานได้รับความรู้และประสบการณ์ทางด้านการประชาสัมพันธ์โดย		
1.1 การศึกษาจากสถาบันการศึกษาโดยตรง	33	13.98
1.2 การฝึกอบรม ด้านการประชาสัมพันธ์	48	20.33
1.3 การศึกษาค้นคว้าจากตำรา	47	19.92
1.4 การสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการประชาสัมพันธ์	34	14.41
1.5 ได้จากประสบการณ์การทำงานด้วยตนเอง	74	31.36
รวม	236	100.00
2. บทบาทงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารสูงสุดในหน่วยงาน		
2.1 กำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์	50	34.48
2.2 กำหนดบทบาทหน้าที่และโครงสร้างการประชาสัมพันธ์	48	33.10
2.3 พิจารณากำหนดเลือกบุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	47	32.42
รวม	145	100.00

ตาราง 3 (ต่อ)

รายละเอียด	จำนวน คำตอบ	ร้อยละ
3. ลักษณะโครงสร้างฝ่ายประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน		
3.1 มีโครงสร้างและการแบ่งงานอย่างชัดเจน	42	32.56
3.2 มีการแบ่งงานเป็นส่วน แต่ไม่ยึดถือจริงจัง	28	21.71
3.3 มีโครงสร้างการทำงานเป็นกลุ่มงาน เปลี่ยนแปลงได้ตาม สถานการณ์	43	33.33
3.4 ไม่มีการแบ่งส่วน/โครงสร้าง แต่ทำงานร่วมกัน	16	12.40
รวม	129	100.00
4. สื่อที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน		
4.1 วิทยุ/โทรทัศน์	78	18.49
4.2 หนังสือพิมพ์	76	18.01
4.3 ข่าวแจก/เอกสาร/แผ่นปลิว/แผ่นพับ	83	19.67
4.4 ภาพข่าว	73	17.30
4.5 อินเทอร์เน็ต	16	3.79
4.6 เพจเจอร์	22	5.21
4.7 ผู้ร่วมงาน/นักข่าว/สื่อมวลชน	52	12.32
4.8 อื่น ๆ โทรสาร, ATM, วิทยุสื่อสาร	22	5.21
รวม	422	100.00

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

1. เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานได้รับความรู้และประสบการณ์ทางการประชาสัมพันธ์ จากประสบการณ์การทำงานด้วยตนเอง มากที่สุด จำนวน 74 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 31.36 รองลงมาได้แก่ การฝึกอบรม ด้านการประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 48 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20.33 การศึกษาค้นคว้าจากตำรา มีจำนวน 47 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.92 จากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านการประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 34 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.41 และที่เหลือจากสถาบัน การศึกษาโดยตรง มีจำนวน 33 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.98 ซึ่งเป็นกลุ่มน้อยที่สุด
2. เมื่อพิจารณาบทบาทงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารสูงสุดในหน่วยงาน พบว่า ผู้บริหารมีบทบาทในการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ มากที่สุด มีจำนวน 50 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 34.48 รองลงมาได้แก่ มีบทบาทในการกำหนดหน้าที่และโครงสร้างการประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 48 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 33.10 และอันดับสุดท้าย มีบทบาทในการพิจารณา กำหนดเลือกบุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 47 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 32.42
3. ลักษณะโครงสร้างฝ่ายประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน พบว่า คำตอบมากที่สุด คือ แต่ละกรมมีสภาพการทำงานเป็นกลุ่มงาน เปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ มีจำนวน 43 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ มีโครงสร้างการแบ่งงานอย่างชัดเจน มีจำนวน 42 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 32.56 มีการแบ่งงานเป็นสัดส่วน แต่ไม่ยึดถือจริงจัง มีจำนวน 28 คำตอบ คิดเป็น ร้อยละ 21.71 และน้อยที่สุด ไม่มีการแบ่งส่วน/โครงสร้าง แต่ทำงานร่วมกัน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.40
4. เรื่องสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน พบว่า สื่อที่ใช้ ในการเผยแพร่มากที่สุด คือ ข่าวแจก/เอกสาร/แผ่นปลิว/แผ่นพับ มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 19.67 รองลงมาได้แก่ สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ มีจำนวน 78 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.49 เผยแพร่ด้วยสื่อ หนังสือพิมพ์ มีจำนวน 76 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.01 เผยแพร่ด้วยสื่อภาพข่าว มีจำนวน 73 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.30 เผยแพร่ด้วยสื่อผู้ร่วมงาน/นักข่าว/สื่อมวลชน มีจำนวน 52 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.31 เผยแพร่ด้วยเพจเจอร์ และอื่น ๆ ได้แก่ โทรสาร, ATM และวิทยุสื่อสาร มีจำนวน 22 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.21 และสื่อที่ใช้เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต น้อยที่สุดมีจำนวน 16 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.79

ตอนที่ 2 ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน

การวิเคราะห์ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้นำเสนอเป็นตารางสรุปปัญหาโดยรวม และตารางเสนอปัญหาเป็นรายข้อ ในแต่ละด้าน ดังปรากฏผลในตาราง 4 - 7 ต่อไปนี้

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัญหา
ด้านนโยบายและการวางแผน	2.94	0.50	ปานกลาง
ด้านทรัพยากร	2.86	0.56	ปานกลาง
ด้านการดำเนินงานและกิจกรรม	2.82	0.53	ปานกลาง
รวม	2.87	0.45	ปานกลาง

จากตาราง 4 แสดงว่า เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีความเห็นว่าปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.87$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านนโยบายและการวางแผน มีค่าเฉลี่ยปัญหาสูงสุด ($\bar{X} = 2.94$) รองลงมา คือด้านทรัพยากร ($\bar{X} = 2.86$) และด้านการดำเนินงานและกิจกรรม ($\bar{X} = 2.82$) ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวง
ศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ด้านนโยบายและการ
วางแผน

ด้านนโยบายและการวางแผน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ปัญหา
1. การประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายใน ระดับกรมเพื่อการวางแผน	2.86	0.82	ปานกลาง
2. นโยบายเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กับการ ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	2.97	0.85	ปานกลาง
3. การมีส่วนร่วมของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในการ กำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ขององค์กร	2.85	0.84	ปานกลาง
4. ความชัดเจนของนโยบายกระทรวงเกี่ยวกับการ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์	2.88	0.84	ปานกลาง
5. หน่วยงานประชาสัมพันธ์ไม่ได้ขึ้นตรงต่อผู้บริหาร สูงสุดขององค์กร ทำให้ขาดความคล่องตัวในการ ปฏิบัติงาน	3.01	1.03	ปานกลาง
6. การให้อิสระในการวินิจฉัยและตัดสินใจในการ ทำงานในบางกรณี	2.87	0.85	ปานกลาง
7. การสำรวจข้อมูลเพื่อใช้ในการกำหนดนโยบายการ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์	2.87	0.85	ปานกลาง
8. ระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน ประชาสัมพันธ์	3.04	0.79	ปานกลาง
9. การมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในแต่ละกรมใน การกำหนดนโยบายและแผนงานประชาสัมพันธ์	2.84	0.90	ปานกลาง
10. ความยืดหยุ่นของแผนประชาสัมพันธ์เพื่อปรับให้ เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง	3.00	0.74	ปานกลาง

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้านนโยบายและการวางแผน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ปัญหา
11. การวางแผนประชาสัมพันธ์ ล่วงหน้าทั้งระยะสั้น ระยะยาว	2.90	0.83	ปานกลาง
12. ความสอดคล้องต่อเนื่องกันของแผนปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	2.97	0.79	ปานกลาง
13. การวางแผนนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ในการจัดงานประชาสัมพันธ์	2.88	0.80	ปานกลาง
14. การให้ความสำคัญและการสนับสนุนของผู้บริหาร ต่อการประชาสัมพันธ์	3.04	0.95	ปานกลาง
15. อุปสรรคสำคัญของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ที่มาจากผู้บริหารองค์กร	3.03	0.91	ปานกลาง
รวม	2.94	0.50	ปานกลาง

จากตาราง 5 แสดงว่า เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านนโยบายและการวางแผน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.94$) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า 6 ข้อที่มีปัญหาสูงกว่าข้ออื่น ๆ ได้แก่ ข้อ 8 ระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.04$) ข้อ 14 การให้ความสำคัญและการสนับสนุนของผู้บริหารต่อการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.04$) ข้อ 15 อุปสรรคสำคัญของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มาจากผู้บริหารองค์กร ($\bar{X} = 3.03$) ข้อ 5 หน่วยงานประชาสัมพันธ์ไม่ได้ขึ้นตรงต่อผู้บริหารสูงสุดขององค์กร ทำให้ขาดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.01$) ข้อ 10 ความยืดหยุ่นของแผนประชาสัมพันธ์เพื่อปรับให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 3.00$) และข้อ 2 นโยบายเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.97$)

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวง
ศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ด้านทรัพยากร

ด้านทรัพยากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัญหา
1. ความเพียงพอของบุคลากรในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	2.82	1.11	ปานกลาง
2. การคัดเลือกบุคลากรในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	2.99	0.92	ปานกลาง
3. ความรู้ ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	3.04	0.82	ปานกลาง
4. ความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์	2.97	0.79	ปานกลาง
5. การจัดทำแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้าตลอดปีงบประมาณ	3.02	0.92	ปานกลาง
6. ความเพียงพอของงบประมาณสำหรับดำเนินงานประชาสัมพันธ์	2.97	1.07	ปานกลาง
7. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงานของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	2.98	0.76	ปานกลาง
8. ความพร้อมของเครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	2.99	1.04	ปานกลาง
9. ความทันสมัยของสื่อ อุปกรณ์วัสดุ เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์	2.97	1.05	ปานกลาง
10. การได้มีโอกาสแสดงความสามารถในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างเต็มที่	2.77	0.83	ปานกลาง

ตาราง 6 (ต่อ)

ด้านทรัพยากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัญหา
11. การให้โอกาสหน่วยงานหรือบุคคลภายนอก เสนอแนะและมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์	2.66	0.80	ปานกลาง
12. ความกระตือรือร้นในการทำงานของผู้ปฏิบัติ งานประชาสัมพันธ์	2.78	0.91	ปานกลาง
13. บุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไปช่วย ราชการที่หน่วยงานอื่น	2.30	0.95	น้อย
14. การเพิ่มพูน ความรู้ และทักษะแก่บุคลากรใน ด้านประชาสัมพันธ์	2.73	0.92	ปานกลาง
รวม	2.86	0.56	ปานกลาง

จากตาราง 6 แสดงว่า เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านทรัพยากร โดยรวมมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.86$) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า 8 ข้อที่มีปัญหาสูงกว่าข้ออื่น ๆ ได้แก่ ข้อ 3 บุคลากรที่รับผิดชอบมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.04$) ข้อ 5 การจัดแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้าตลอดปีงบประมาณ ($\bar{X} = 3.02$) ข้อ 2 การคัดเลือกบุคลากรในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.99$) ข้อ 8 ความพร้อมของเครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.99$) ข้อ 7 ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงานของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.98$) ข้อ 9 ความทันสมัยของสื่อ อุปกรณ์ วัสดุ เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.97$) ข้อ 4 ความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.97$) และข้อ 6 ความเพียงพอของงบประมาณสำหรับดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.97$)

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวง
ศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ด้านการดำเนินงานและ
กิจกรรม

ด้านการดำเนินงานและกิจกรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ปัญหา
1. การให้ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละกรมต่อการประชาสัมพันธ์	2.77	0.65	ปานกลาง
2. ความรวดเร็วของระบบการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์	2.93	0.78	ปานกลาง
3. การอำนวยความสะดวกต่อบุคคลหรือประชาชนที่มาติดต่อกับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	2.85	0.98	ปานกลาง
4. ความล่าช้าไม่ทันต่อเหตุการณ์ในการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์	2.63	0.99	ปานกลาง
5. ความกระชั้นชิดต่อเหตุการณ์ในการประชาสัมพันธ์	3.06	0.97	ปานกลาง
6. ความเหมาะสมของปฏิทินการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	2.87	0.74	ปานกลาง
7. การส่งข่าวสารเพื่อเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง	2.87	0.89	ปานกลาง
8. ความร่วมมือจากสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อจัดรายการ	2.96	0.79	ปานกลาง
9. ระบบการผลิตสื่อ หรือเอกสารในการประชาสัมพันธ์ดำเนินการล่าช้า	2.80	0.78	ปานกลาง
10. การนิเทศติดตามผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จากผู้บริหารองค์กร	2.80	0.91	ปานกลาง

ตาราง 7 (ต่อ)

ด้านการดำเนินงานและกิจกรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัญหา
11. ความสัมพันธ์ของผู้บริหารกับเจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	2.78	1.04	ปานกลาง
12. ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ กับสื่อมวลชน	2.76	0.81	ปานกลาง
13. ความเพียงพอของข้อมูลเพื่อใช้ในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์	2.84	0.75	ปานกลาง
14. การสร้างเครือข่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์	2.69	0.86	ปานกลาง
15. การสำรวจประชามติ	2.62	0.94	ปานกลาง
16. การให้ความสำคัญกับองค์กรเอกชน เพื่อการ ประชาสัมพันธ์	2.83	0.90	ปานกลาง
รวม	2.82	0.53	ปานกลาง

จากตาราง 7 แสดงว่า เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านการดำเนินงานและกิจกรรมโดยรวมมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82$) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า 6 ข้อที่มีปัญหาสูงกว่าข้ออื่น ๆ ได้แก่ ข้อ 5 ความกระชั้นชิดต่อเหตุการณ์ในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.06$) ข้อ 8 ความร่วมมือจากสถานีโทรทัศน์ และสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อจัดรายการ ($\bar{X} = 2.96$) ข้อ 2 ความรวดเร็วของระบบการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X} = 2.93$) ข้อ 6 ความเหมาะสมของปฏิทินการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.87$) ข้อ 7 การส่งข่าวสารเพื่อเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ($\bar{X} = 2.87$) และข้อ 3 การอำนวยความสะดวกต่อบุคคลหรือประชาชนที่มาติดต่อกับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.85$)

ตอนที่ 8 ความคิดเห็นเพิ่มเติมของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

จากจำนวนแบบสอบถามของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน 111 ฉบับ มีผู้ตอบแบบสอบถามในหัวข้อปัญหาและข้อเสนอแนะ โดยมีบางฉบับตอบครบทุกด้าน บางฉบับตอบเฉพาะด้านที่มีปัญหาเท่านั้น ดังปรากฏในตาราง 8 - 9

ตาราง 8 ความคิดเห็นเพิ่มเติมของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ปัญหา	ความถี่ (n = 111)	ร้อยละ
<u>ด้านนโยบายและการวางแผน</u>		
1. การกำหนดนโยบายและแผนงานประจำปีไม่ชัดเจน	21	17.07
2. ขาดการวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว	15	12.20
3. ไม่มีการวางแผนติดตามประเมินผลอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง	9	7.32
<u>ด้านทรัพยากร</u>		
1. ขาดบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์	22	17.87
2. ขาดเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	16	13.01
3. เจ้าหน้าที่ขาดความชำนาญในการใช้เครื่องมือเพื่อประชาสัมพันธ์	8	6.51
<u>ด้านการดำเนินงานและกิจกรรม</u>		
1. ขาดระบบการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายในระหว่างหน่วยงาน	15	12.20
2. ขาดข้อมูลเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์	11	8.94
3. ความล่าช้าในการเสนอข่าวประชาสัมพันธ์	6	4.88

จากตาราง 8 ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ที่เขียนตอบมาแยกเป็นรายด้าน และเรียงลำดับตามคำร้อยละของคำตอบ มีดังนี้

ด้านนโยบายและการวางแผน มีปัญหาคือ การกำหนดนโยบายและแผนงานประจำปี ไม่ชัดเจน (ร้อยละ 17.07) รองลงมาคือ ขาดการวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว (ร้อยละ 12.20) และไม่มีการวางแผนติดตามประเมินผลอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง (ร้อยละ 7.32)

ด้านทรัพยากร มีปัญหาคือ ขาดบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โดยตรง (ร้อยละ 17.87) รองลงมาคือ ขาดเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัย ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 13.01) และเจ้าหน้าที่ขาดความชำนาญในการใช้เครื่องมือเพื่อประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 6.51)

ด้านการดำเนินงานและกิจกรรม มีปัญหาคือ ขาดระบบการประสานกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายในระหว่างหน่วยงาน (ร้อยละ 12.20) รองลงมาคือ ขาดข้อมูลเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 8.94) และความล่าช้าในการเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 4.88)

ตาราง 9 ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่
ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ	ความถี่ (n = 111)	ร้อยละ
1. ควรมีการนิเทศและติดตามผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด	18	19.15
2. ควรวางแผนจัดทำงบประมาณให้เพียงพอสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตลอดปี	16	17.02
3. ควรเพิ่มพูนความรู้ และทักษะแก่นุคลากรในด้านการประชาสัมพันธ์	15	15.96
4. ควรผลิตสื่อสำหรับประชาสัมพันธ์ให้มีความรวดเร็ว	13	13.83
5. ควรจัดบุคลากรให้สอดคล้องเหมาะสม และเพียงพอกับงานประชาสัมพันธ์	11	11.70
6. ควรจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ให้เป็นระบบ และเพียงพอ	9	9.57
7. ควรบริการและอำนวยความสะดวกต่อบุคคลหรือประชาชนที่มาติดต่อกับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี	7	7.45
8. ควรได้มีการสำรวจประชาคมติเพื่อรับฟังความคิดเห็น	5	5.32

จากตาราง 9 ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน เรียงลำดับตามค่าร้อยละของคำตอบ มีดังนี้ คือ

ข้อเสนอแนะที่มีผู้ตอบมากเป็นอันดับแรก คือ ควรมีการนิเทศและติดตามผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด (ร้อยละ 19.15) รองลงมาคือ ควรวางแผนจัดทำงบประมาณให้เพียงพอสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตลอดปี (ร้อยละ 17.02) ควรเพิ่มพูนความรู้ และทักษะแก่บุคลากรในด้านการประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 15.96) และควรผลิตสื่อสำหรับประชาสัมพันธ์ให้มีความรวดเร็ว (ร้อยละ 13.83) ควรจัดบุคลากรให้สอดคล้องเหมาะสม และเพียงพอกับงานประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 11.70) ควรจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ให้เป็นระบบ และเพียงพอ (ร้อยละ 9.57) ควรบริการและอำนวยความสะดวกต่อบุคคลหรือประชาชนที่มาติดต่อกับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี (ร้อยละ 7.45) และควรได้มีการสำรวจประชามติเพื่อรับฟังความคิดเห็น (ร้อยละ 5.32)

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งในบทนี้จะเป็นการรายงานสรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาข้อมูลบุคลากรและสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ใน 3 ด้าน คือ ด้านนโยบายและการวางแผน ด้านทรัพยากร และด้านการดำเนินงานและกิจกรรม ในกระทรวงศึกษาธิการ
3. เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า จะเป็นประโยชน์ในการนำไปประกอบการพิจารณา กำหนดนโยบาย และวางแผนการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ รวมทั้งนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ประชากร

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาจากกลุ่มประชากร คือ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์ หัวหน้าศูนย์ประชาสัมพันธ์ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ สดกทัศนศึกษา ในหน่วยงานสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 14 กรม กับ 2 หน่วยงาน จำนวน 121 คน แต่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ 111 คน คิดเป็นร้อยละ 91.74

การดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัว และ สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check-list) ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating-Scale) มี 5 ระดับ จำนวน 45 ข้อ ภายใต้องค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ นโยบายและการวางแผน ทรัพยากร และการดำเนินงานและกิจกรรม และตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด (Open-ended Question) ให้ผู้ตอบเสนอปัญหาพร้อมข้อเสนอแนะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น 0.94

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างวันที่ 15-30 สิงหาคม 2540 ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม ไปยังกลุ่มตัวอย่าง ในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ด้วยตนเอง จำนวน 121 คน ได้รับแบบสอบถาม กลับคืนมาจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 91.74 ของจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมด และแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาเป็นแบบสอบถามที่มีการตอบสมบูรณ์ใช้ได้ทุกฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทางสถิติคือ ค่าสถิติพื้นฐาน ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สรุปผลการศึกษากันคว่า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ สรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนตัว และสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

1.1 ข้อมูลบุคลากร ในกระทรวงศึกษาธิการ พบว่า กลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่มีจำนวนมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 34.20) รองลงมาได้แก่ นักประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 28.80) ผู้บริหารหน่วยงานประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 14.40) เจ้าหน้าที่โสตทัศนศึกษา (11.70) ส่วนนักวิชาการโสตทัศนศึกษา (ร้อยละ 6.30) และเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป (ร้อยละ 4.50) มีจำนวนน้อยที่สุด เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย 31-40 ปี (ร้อยละ 45.00) รองลงมาอายุ 41-50 ปี (ร้อยละ 34.20) อายุต่ำกว่า 30 ปี (ร้อยละ 14.40) และอายุ 51 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 6.30) ตามลำดับ ส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 64.90) สูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 18.00) และต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 17.10) และมีประสบการณ์ทำงาน 1-5 ปี (ร้อยละ 45.90) มากที่สุด รองลงมา ประสบการณ์มากกว่า 10 ปี (ร้อยละ 34.30) และน้อยที่สุด มีประสบการณ์ 6-10 ปี (ร้อยละ 19.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายการ จำนวนบุคลากรในสังกัด 14 กรม 2 หน่วยงาน พบว่า สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ และสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ มีบุคลากรมากที่สุด 15 คน (ร้อยละ 13.50) รองลงมา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ 13 คน (ร้อยละ 11.70) กรมสามัญศึกษา 10 คน (ร้อยละ 9.00) นอกนั้นมีบุคลากรระหว่างกรมละ 4-6 คน (ร้อยละ 3.61 - 5.40)

1.2 สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ พบว่า

1) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้รับความรู้และประสบการณ์ด้านประชาสัมพันธ์ จากประสบการณ์การทำงานด้วยตนเอง มากที่สุด (ร้อยละ 31.36) รองลงมา ได้แก่ การฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 20.33) การศึกษาค้นคว้าจากตำรา (ร้อยละ 19.92) การสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 14.41) และน้อยที่สุดคือจากสถาบันการศึกษาโดยตรง (ร้อยละ 13.98)

2) บทบาทงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารสูงสุดในหน่วยงาน พบว่า ผู้บริหารมีบทบาทในการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 34.48) มากที่สุด รองลงมาได้แก่ กำหนดบทบาทหน้าที่และโครงสร้างการประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 33.10) และอันดับสุดท้าย มีบทบาทในการพิจารณากำหนดเลือกบุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 32.42)

3) ลักษณะโครงสร้างฝ่ายประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน เป็นดังนี้ คำตอบมากที่สุด คือ แต่ละกรมมีสภาพการทำงานเป็นกลุ่มงาน เปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ (ร้อยละ 33.33) รองลงมาได้แก่ มีโครงสร้างและการแบ่งงานอย่างชัดเจน (ร้อยละ 32.56) มีการแบ่งงานเป็น

สัดส่วน แต่ไม่ยึดถือจริงจัง (ร้อยละ 21.71) และน้อยที่สุด ไม่มีการแบ่งส่วน/โครงสร้าง แต่ทำงานร่วมกัน (ร้อยละ 12.40)

4) สื่อที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน มากที่สุดได้แก่ ข่าวแจก/เอกสาร/แผ่นปลิว/แผ่นพับ (ร้อยละ 19.67) รองลงมาได้แก่ วิทยุ/โทรทัศน์ (ร้อยละ 18.49) หนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 18.01) ภาพข่าว (ร้อยละ 17.30) ผู้ร่วมงาน/นักข่าว/สื่อมวลชน (12.31) เผยแพร่ด้วยเพจเจอร์ และอื่น ๆ ได้แก่ โทรสาร, วิทยุสื่อสาร, ATM. (ร้อยละ 5.21) และน้อยที่สุดคือ สื่ออินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 3.79)

2. ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน โดยรวมมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจัดตามอันดับค่าเฉลี่ย พบว่า ด้านที่มีปัญหาสูงสุดคือ ด้านนโยบายและการวางแผน ($\bar{X} = 2.94$) รองลงมา คือด้านทรัพยากร ($\bar{X} = 2.86$) และด้านการดำเนินงานและกิจกรรม ($\bar{X} = 2.82$)

2.1 ด้านนโยบายและการวางแผน พบปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.94$) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยปัญหาเป็นรายข้อ พบว่า 6 ข้อที่มีปัญหาสูงกว่าข้ออื่น ๆ ได้แก่ ระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ การให้ความสำคัญและการสนับสนุนของผู้บริหารต่อการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.04$) อุปสรรคสำคัญของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มาจากผู้บริหารองค์กร ($\bar{X} = 3.03$) หน่วยงานประชาสัมพันธ์ไม่ได้ขึ้นตรงต่อผู้บริหารสูงสุดขององค์กร ทำให้ขาดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.01$) ความยืดหยุ่นของแผนประชาสัมพันธ์เพื่อปรับเข้าได้กับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 3.00$) นโยบายเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และความสอดคล้องต่อเนื่องกันของแผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.97$)

2.2 ด้านทรัพยากร พบปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.86$) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยปัญหาเป็นรายข้อ พบว่า 8 ข้อที่มีปัญหาสูงกว่าข้ออื่น ๆ ได้แก่ ความรู้ ความสามารถผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.04$) การจัดทำแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้าตลอดปีงบประมาณ ($\bar{X} = 3.02$) การคัดเลือกบุคลากรในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.99$) ความพร้อมของเครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.99$) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงานของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.98$) ความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.97$) ความเพียงพอของงบประมาณสำหรับดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.97$) ความทันสมัยของสื่อ อุปกรณ์วัสดุ เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.97$)

2.3 ด้านการดำเนินงานและกิจกรรม พบปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82$) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า 6 ข้อที่มีปัญหาสูงกว่าข้ออื่น ๆ ได้แก่ ความกระชั้นชิดต่อเหตุการณ์ในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.06$) ความร่วมมือจากสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อจัดรายการ ($\bar{X} = 2.96$) ความรวดเร็วของระบบการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.93$) ความเหมาะสมของปฏิทินการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.87$) การส่งข่าวเพื่อเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ($\bar{X} = 2.87$) การอำนวยความสะดวกต่อนักลหรือประชาชนที่มาติดต่อกับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.85$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง 44 ข้อ ($\bar{X} = 2.97-3.04$) และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยเพียง 1 ข้อ ($\bar{X} = 2.90$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 11 อันดับแรก ได้แก่ ระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ การให้ความสำคัญและการสนับสนุนของผู้บริหาร ความรู้ ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.04$) หน่วยงานประชาสัมพันธ์ไม่ได้ขึ้นตรงต่อผู้บริหารองค์กร ($\bar{X} = 3.01$) ความยืดหยุ่นของแผนงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.00$) การคัดเลือกบุคลากรในการปฏิบัติงาน ความพร้อมของเครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.99$) ขาดความริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงานของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.98$) ความเพียงพอของงบประมาณสำหรับดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์ และนโยบายเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.97$)

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 5 อันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 2.69 - 2.30$) ได้แก่ การสร้างเครือข่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.69$) การให้โอกาสหน่วยงานหรือบุคลากรเข้ามามีส่วนร่วม ($\bar{X} = 2.66$) ความล่าช้าไม่ทันต่อเหตุการณ์ในการเสนอข่าว ($\bar{X} = 2.63$) การสำรวจประชมติ ($\bar{X} = 2.62$) และบุคลากรไปช่วยราชการที่หน่วยงานอื่น ($\bar{X} = 2.30$)

3. ปัญหาและข้อเสนอแนะ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานที่สำคัญ โดยเรียงตามลำดับความถี่ของคำตอบ มีดังนี้

3.1 ปัญหาการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ด้านนโยบายและการวางแผน ได้แก่ การกำหนดนโยบายและแผนงานประจำปีไม่ชัดเจน (ร้อยละ 17.07) ขาดการวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว (ร้อยละ 12.20) และไม่มีการวางแผนติดตามประเมินผลอย่างจริงจัง (ร้อยละ 7.32) ด้านทรัพยากร ขาดบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 17.87) ขาดเครื่องมือเครื่องใช้ ที่ทันสมัยในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 13.01) และเจ้าหน้าที่ขาดความชำนาญในการใช้เครื่องมือเพื่อประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 6.51) และด้านการดำเนินงานและกิจกรรม ได้แก่ ขาดระบบการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายในระหว่างหน่วยงาน (ร้อยละ 12.20)

ขาดข้อมูลเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 8.94) และความล่าช้าในการเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 4.88)

3.2 ข้อเสนอแนะ ได้แก่ ควรมีการนิเทศและติดตามผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด (ร้อยละ 19.15) ควรวางแผนจัดทำงบประมาณให้เพียงพอสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตลอดปี (ร้อยละ 17.02) และควรเพิ่มพูนความรู้ ทักษะแก่บุคลากรในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 15.95) ควรผลิตสื่อสำหรับประชาสัมพันธ์ให้มีความรวดเร็ว (ร้อยละ 13.83) ควรจัดบุคลากรให้สอดคล้องเหมาะสมและเพียงพอกับงานประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 11.70) และควรจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ให้เป็นระบบและเพียงพอ (ร้อยละ 9.57)

อภิปรายผล

1. ข้อมูลบุคลากรและสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานพบว่า

1.1 ข้อมูลบุคลากร จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ พบว่า กลุ่มที่มีมากที่สุด คือตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ น้อยที่สุดคือ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มากที่สุด และน้อยที่สุด คืออายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีวุฒิทางการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาได้แก่ สูงกว่าปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี น้อยที่สุด มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ 1 - 5 ปี มากที่สุด รองลงมาได้แก่ มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี และน้อยที่สุด ระหว่าง 6 - 10 ปี และหน่วยงานที่สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ มีเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานมากที่สุด กรมละ 15 คน รองลงมา ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการประถมศึกษาแห่งชาติ 13 คน กรมสามัญศึกษา 10 คน นอกนั้นมีเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานกรมละ 4-6 คน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า หน่วยงานแต่ละกรมใน 14 กรม กับ 2 หน่วยงาน ในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ มีตำแหน่งตามกรอบอัตรากำลังที่แตกต่างกัน กอปรกับการเข้าสู่ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งมาจากการรับโอน ย้าย มากกว่าการบรรจุตามสายงาน ทำให้ได้บุคลากรไม่ตรงตามสายการปฏิบัติงาน ข่อมอาจทำให้เกิดปัญหาในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

1.2 สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 14 กรม 2 หน่วยงาน พบว่า

1) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานได้รับความรู้และประสบการณ์ด้านประชาสัมพันธ์ จากประสบการณ์การทำงานด้วยตนเอง มากที่สุด รองลงมาได้แก่ การฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ การศึกษาค้นคว้าจากตำราการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการประชาสัมพันธ์ และการศึกษาจากสถาบันการศึกษาโดยตรงน้อยที่สุด จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ได้รับความรู้จากประสบการณ์การทำงานด้วยตนเองมากที่สุด มีเพียงส่วนน้อยที่ได้รับความรู้จากสถาบันการศึกษาโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชมพูนุท นุดาคม (2536 : 60) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู พบว่า ผู้บริหารกรมการฝึกหัดครูส่วนใหญ่ได้รับความรู้และประสบการณ์ทางด้านการประชาสัมพันธ์ จากการทำงานด้วยตนเอง

2) บทบาทงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารสูงสุดในหน่วยงาน คือ กำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ มากที่สุด รองลงมาได้แก่ กำหนดบทบาทหน้าที่และโครงสร้างการประชาสัมพันธ์ และน้อยที่สุด คือพิจารณากำหนดเลือกบุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่ผู้บริหารสูงสุดเป็นผู้กำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชมพูนุท นุดาคม (2536 : 84) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู พบว่า ผู้บริหารระดับกอง (ผู้อำนวยการกอง อธิการ รองอธิการ) มีบทบาทในการกำหนดนโยบายด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์เป็นส่วนใหญ่

3) ลักษณะโครงสร้างฝ่ายประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานของแต่ละสังกัด คือ มีโครงสร้างการทำงาน/เปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ มากที่สุด รองลงมาได้แก่ มีโครงสร้างและการแบ่งงานอย่างชัดเจน มีการทำงานเป็นส่วน แต่ไม่ยึดถือจริงจัง และน้อยที่สุดคือไม่มีการแบ่งส่วน/โครงสร้าง แต่ทำงานร่วมกัน ผลการวิจัยที่พบว่า มีโครงสร้างการทำงาน/เปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความกระชั้นชิดของเหตุการณ์ และมีความเร่งด่วนของเหตุการณ์ที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามแผนปฏิบัติงานที่กำหนดไว้ ประกอบกับมีบุคลากรในการปฏิบัติงานไม่เพียงพอ ดังนั้น การปฏิบัติงานจะต้องปฏิบัติงานตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทันเวลา และทันต่อเหตุการณ์ ดังที่ วิจิตร อาวะกุล (2526 : 203-203) ได้ให้แนวคิดหรือหลักในการจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ว่าการบริหารงานจะต้องดำเนินไปตามนโยบาย วัตถุประสงค์ และสามารถตอบสนองสถานการณ์อันเปลี่ยนแปลงของสังคมอยู่ตลอดเวลา

4) สื่อที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน มากที่สุดได้แก่ ข่าวแจก/เอกสาร/แผ่นปลิว/แผ่นพับ รองลงมาได้แก่ วิทยุ/โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพข่าว ผู้ร่วมงาน/นักข่าว/สื่อมวลชน สื่ออื่น ๆ ได้แก่ โทรสาร, วิทยุสื่อสาร, ATM. เพจเจอร์ และน้อยที่สุดคือ สื่อ อินเทอร์เน็ต จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ใช้สื่อข่าวแจก/เอกสาร/แผ่นปลิว/แผ่นพับ ในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์มาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกระทรวงศึกษาธิการมีผู้แทนสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ประจำกระทรวงศึกษาธิการทุกฉบับ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จึงใช้สื่อประเภทข่าวแจก (Press Release) แผ่นปลิว แผ่นพับ ซึ่งเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเบื้องต้น เพื่อเผยแพร่ข้อมูล และชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับข่าวคราวความเคลื่อนไหวในกระทรวงศึกษาธิการ ดังที่ กัญญา ศิริสกุล และคนอื่น (2535 : 165) กล่าวว่า สื่อวารสารประชาสัมพันธ์ภายใน เป็นสื่อที่จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะรายงานให้ทราบถึงนโยบายและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2. ผลการศึกษาปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านนโยบายและการวางแผนด้านทรัพยากร และด้านการดำเนินงานและกิจกรรม มีปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.87$) แสดงว่าโดยรวมแล้ว เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ยังสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการได้ แม้ว่าจะมีปัญหาอยู่บ้าง อาจเป็นเพราะว่า เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความรู้ ความเข้าใจ ถึงแนวความคิด ตลอดจนบทบาทหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี ที่เป็นเช่นนี้ พบว่า จากข้อมูลที่ศึกษา แม้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์แต่ละกรมในกระทรวงศึกษาธิการ ส่วนใหญ่จะมีได้จบการศึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์จากสถาบันการศึกษาโดยตรงก็ตาม แต่ก็ได้รับความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ จากประสบการณ์การทำงานด้วยตนเอง จากการฝึกอบรมสัมมนา และจากการศึกษาค้นคว้าตำรา เป็นส่วนมาก ย่อมแสดงว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เห็นความสำคัญของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ว่ามีบทบาทองค์กร จึงได้เฝ้าหาความรู้ ด้วยการฝึกอบรมสัมมนา ดังที่ เชียรศรี วิวิธศิริ (2533 : 176) ได้กล่าวว่า การประชุมสัมมนา หมายถึง การที่คณะบุคคลกลุ่มหนึ่งมาประชุม เพื่อร่วมกันศึกษาหาความรู้ในเรื่องหนึ่ง เพื่อหาแนวทางปฏิบัติหรือแนวทางแก้ปัญหา โดยที่ผู้เข้าร่วมประชุมทุกคนต้องมีบทบาทและส่วนร่วมในกิจกรรมภายใต้การแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ทรงคุณวุฒิในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่สัมมนา และเมื่อพิจารณาจัดลำดับปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ทั้ง 3 ด้านแล้ว ก็พบว่า มีปัญหาด้านนโยบายและแผนเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 2.94$) ปัญหาด้านทรัพยากรมาเป็นอันดับสอง ($\bar{X} = 2.86$) และปัญหาด้านการดำเนินงานและกิจกรรมมาเป็นอันดับสาม ($\bar{X} = 2.82$)

2.1 ด้านนโยบายและการวางแผน

สำหรับปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ด้านนโยบายและการวางแผน พบว่า มีปัญหาระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มักจะดำเนินไปโดยขาดข้อมูล ส่วนมากมักจะดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไปก่อนแล้วจึงจะแสวงหาข้อมูล ซึ่งเป็นความเข้าใจที่ผิด เพราะการแสวงหาข้อมูลโดยปกติเป็นนิสัย เป็นกลไกที่สำคัญที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารแบบสองทางที่สมบูรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุวคนธ์ ยี่สกุล (2531 : 72) ได้กล่าวว่า การขาดแคลนข่าวสารข้อมูลนับว่าเป็นปัญหาสำคัญประการแรกที่จะทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมามากมาย

ส่วนที่พบปัญหาการให้ความสำคัญและการสนับสนุนของผู้บริหารต่อการประชาสัมพันธ์ และอุปสรรคสำคัญของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มาจากผู้บริหารองค์กรอาจเป็นเพราะว่ากระทรวงศึกษาธิการได้มีการปรับเปลี่ยนตำแหน่งผู้บริหารองค์กรอยู่เนื่อง ๆ ทำให้ผู้บริหารที่ได้กำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์ไว้แล้ว เมื่อมีผู้บริหารมาดำรงตำแหน่งใหม่ อาจไม่ยอมรับแผนงานเดิมในทางปฏิบัติ และยังให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์ทำงานตามคำสั่งเป็นครั้งคราว ทำให้งานประชาสัมพันธ์ ขาดความต่อเนื่อง อีกทั้งมีความคลาดเคลื่อนในการวางแผน เพราะขาดข้อมูลสนับสนุน ดังที่ วิรัช ลภีรัตนกุล (2529 : 262-266) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์มีปัญหาและอุปสรรค เพราะขาดการเหลียวแลเอาใจใส่จากผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงาน ขาดลักษณะการวางแผนและการบริหารที่ดี

2.2 ด้านทรัพยากร

พบว่า มีปัญหาด้านความรู้ ความสามารถ ของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ความสามารถในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ การคัดเลือกบุคลากรในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงานของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ได้รับความรู้จากการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ มีเพียงส่วนน้อยที่ได้รับการศึกษาจากสถาบันการศึกษาโดยตรง จึงอาจถือได้ว่าเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ขาดความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง ถึงแม้ว่าจะมีเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี ถึงร้อยละ 64.90 ก็ตามแต่ไม่ได้จบการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรง ผู้บริหารจึงควรเห็นความสำคัญในการคัดเลือกและจัดสรรบุคลากรให้ตรงกับความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงาน ดังที่ บรรจง ชูสกุลชาติ (2534 : 75) ได้กล่าวว่า คนเป็นปัจจัยการบริหารที่สำคัญที่สุด ซึ่งบรรจง ชูสกุลชาติ

(2534 : 75) ในการจัดคนเข้าทำงานประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารจะต้องปฏิบัติงานครอบคลุมในกิจกรรมสำคัญ 2 ประการคือ การคัดเลือกบุคคลที่สำคัญสำหรับตำแหน่งที่กำหนดไว้ในโครงสร้างของหน่วยงาน และการฝึกพนักงานที่มีอยู่ให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทุกคนสามารถปฏิบัติหน้าที่ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และในการจัดหาคนเข้าทำงานประชาสัมพันธ์ ควรเป็นงานที่ต่อเนื่อง เพราะคนทำงานย่อมมีการลาออก โอน ย้าย ถูกปลด เกษียณ หรือตาย ดังที่ กิตติมา ปรีดีคิลก (2529 : 215) ได้กล่าวว่า การจัดคนเข้าทำงานควรจะเป็นกระบวนการ คือการวางแผนกำลังคน การแสวงหาบุคคลเข้าทำงาน การคัดเลือกบุคคล การโยกย้าย การเลื่อนขั้น และการพัฒนาบุคลากร โดยวิจิตร อาวะกุล (2534 : 238-241) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ความสามารถ และด้านบุคลิกภาพ ในด้านความรู้ จะต้องเป็นผู้ที่ได้ศึกษามาทางสาขาสื่อมวลชน และการประชาสัมพันธ์ มีประสบการณ์ที่เกี่ยวกับงานด้านสื่อมวลชน หรือหนังสือพิมพ์ มีทักษะในการติดต่อสื่อสาร เช่น การเขียน การพูด การสนทนา การจูงใจ รวมทั้งการเข้าสมาคม มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องประชาคมติ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การบริหาร การจัดระเบียบหน่วยงาน และมนุษยสัมพันธ์ มีความคิดไม่หยุดนิ่ง มีจินตนาการ มีสามัญสำนึกด้วยเหตุผล มีทัศนคติที่ดี เชื่อมั่นเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ และมีความรู้ สนใจในงานด้านศิลปะ ในด้านความสามารถ จะต้องเป็นผู้มีความสามารถในการวางแผนงาน มองปัญหาได้ อย่างทะลุปรุโปร่งและทั่วถึง มีความคิดสร้างสรรค์ ริเริ่ม สิ่งใหม่ ๆ และด้วยความฉับพลัน ทำงานได้ รวดเร็ว มีความสามารถในการใช้ภาษาพูด และเขียน การตรวจแก้ มีความแพรวพราวละเอียดอ่อน รสนิยมดี มีความสามารถในการพูดในที่ประชุม และในที่สาธารณะ สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ของวงงานและสังคม มีเชาวน์ปัญญา ไหวพริบ อดทนต่อภาวะที่ไม่สะดวกสบายต่าง ๆ หลีกการทำงานทำงานหรือหนีงาน ตรงต่อเวลา หรือนัดหมาย มีความสามารถในการประเมินสถานการณ์ล่วงหน้า ให้คำแนะนำเขียนรายงานให้ฝ่ายบริหารรับรู้ และเข้าใจได้ในด้านบุคลิกภาพ จะต้องมีลักษณะพร้อมที่จะติดต่อบริการให้กับหน่วยงานและประชาชน และชอบบริการผู้อื่น โอบอ้อมอารี มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีอารมณ์ขัน สุภาพเรียบร้อย มีมารยาท แต่งกายเรียบร้อย สะอาด มีสุขภาพแข็งแรง อดทนต่อภาวะและวิกฤติการณ์ต่าง ๆ ได้ดี และมีความซื่อสัตย์

ส่วนที่พบปัญหาความทันสมัยของสื่อ วัสดุ อุปกรณ์ ที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์นั้น ผู้บริหารจะต้องจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือและสื่อต่าง ๆ ให้ทันสมัยและเพียงพอ สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในการใช้สื่อนั้น จะต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อเป็นสำคัญ ดังที่บุญบา ธีราธร (2531 : 53) กล่าวว่า สื่อแต่ละชนิดและกิจกรรมแต่ละประเภทต่างมีคุณลักษณะ

ข้อได้เปรียบเสียเปรียบแตกต่างกันออกไป การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องตัดสินใจเลือกผลิตสื่อโดยการพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อเลือกผลิตสื่อที่ให้ประโยชน์สูงสุดตามวัตถุประสงค์ของงานประชาสัมพันธ์ และการใช้วัสดุ อุปกรณ์ ได้อย่างเหมาะสมและคุ้มค่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันซึ่งมีความเจริญทางด้านเทคโนโลยี และมีเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยเกิดขึ้นมากมาย การขาดครุภัณฑ์ที่ทันสมัย ต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี จึงอาจทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับทัศนะของวิรัช ลภีรัตนกุล (2529 : 262-266) ที่ว่า การขาดเครื่องมือ และอุปกรณ์ ที่จำเป็นในการประชาสัมพันธ์ย่อมเป็นปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และยังสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดภาคใต้ ว่าควรจัดหาเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัย ให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน โดยได้พบว่า เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานโดยตรง ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หากขาดวัสดุ อุปกรณ์ที่เหมาะสมและทันสมัยแล้วก็จะทำให้การปฏิบัติงานไม่สะดวกและไม่คล่องตัว และในการปฏิบัติงานที่มีเครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานครบถ้วน จะเกิดการจูงใจให้ปฏิบัติงาน ช่วยผดุงขวัญในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้อีกด้วย

2.3 ด้านการดำเนินงานและกิจกรรม

พบว่า มีปัญหาความกระชั้นชิดต่อเหตุการณ์ในการประชาสัมพันธ์ และความรวดเร็วของระบบการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ คือ การกระจายข่าวสารต่าง ๆ ไปยังบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร ทั้งในรูปแบบของสื่อที่ใช้กับการสื่อสารระหว่างบุคคล และสื่อสารมวลชน ทำให้ข่าวสารนั้นแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว ทันเวลา และเหตุการณ์ เพื่อขยายวิสัยทัศน์แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง ดังนั้น ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็จะต้องมีการติดต่อสื่อสาร และประสานงานทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน การบริหารงานจะต้องดำเนินไปตามนโยบาย วัตถุประสงค์ และสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของสังคมอยู่ตลอดเวลา โดยเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานจะร่วมรับรู้รับทราบนโยบาย วัตถุประสงค์ และมีเอกภาพหรืออิสรภาพในการปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ

ส่วนที่พบปัญหาความร่วมมือจากสถานีโทรทัศน์ และสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อจัดรายการ ความรวดเร็วของระบบการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ ความเหมาะสมของปฏิทินปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการส่งข่าวเพื่อเผยแพร่ของสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้น อาจเป็นเพราะว่า นโยบายการดำเนินงานและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการได้ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนหรือไม่ และแผนประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมนี้จะต้องชัดเจน และสอดคล้องกับ

แผนพัฒนาของกระทรวงศึกษาธิการ การกำหนดปฏิทินปฏิบัติงานจะต้องเหมาะสม และสามารถยืดหยุ่นได้ตามสภาวการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลง เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานจะต้องมีบุคลิกภาพ และความสามารถตัวในการติดต่อประสานงานกับสถานีวิทยุโทรทัศน์ โดยที่วิทยุเป็นสื่อเคลื่อนที่ (Mobile Media) ที่มีพลังในการติดต่อสื่อสารมาก เป็นเทคโนโลยีระดับกลางที่เหมาะสมในการใช้เผยแพร่ข่าวสาร และประชาสัมพันธ์ในประเทศกำลังพัฒนา เพราะราคาไม่แพง และมีอยู่ทุกหนทุกแห่งทั่วครัวเรือน สามารถเข้าถึงประชาชนได้ แม้ในถิ่นทุรกันดารด้วยความรวดเร็ว ทันใจ ดังนั้น ในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง จึงใช้เทคนิคในการผลิตรายการน้อยกว่าโทรทัศน์ เนื่องจากไม่ต้องใช้เทคนิคทางภาพ จึงผลิตได้ง่ายกว่า และต้องการคนทำงานน้อยกว่า ส่วนโทรทัศน์นั้นจัดเป็นคู่แข่งที่สำคัญของวิทยุ เพราะนอกจาก จะมีเสียงแล้วยังมีภาพเหมือนจริง ทั้งสีและขาวดำอีกด้วย จึงเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากในปัจจุบัน การแพร่ภาพทางโทรทัศน์ ผู้ชมส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการดูรายการโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงมากกว่า ดูเพื่อการศึกษา ดังนั้น หากมีวัตถุประสงค์ในการจัดรายการเพื่อการศึกษาแล้ว ก็จะมีกลุ่มผู้ดูเฉพาะซึ่งมีปริมาณไม่มากนัก อีกทั้งในปัจจุบันการจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ได้กลายเป็นธุรกิจที่ทำเงินได้อย่างมหาศาลให้กับสถานี ดังนั้น จึงมีการแข่งขันกันสูง การเช่าเวลาเพื่อจัดทำรายการจึงจำเป็นต้องมีผู้อุปถัมภ์ หรือผู้สนับสนุนหลาย ราย จึงจะสามารถดำเนินรายการต่อไปได้นาน รายการใดที่มีคนดูน้อยก็จะหาผู้อุปถัมภ์รายการไม่ได้หรือหาได้น้อย และถูกถอดออกจากผังรายการของทางสถานีไปในที่สุด ดังนั้น แผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ จึงต้องถูกจำกัดอยู่กับสถานีโทรทัศน์เพื่อการศึกษาช่อง 11 เสียเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากอัตราค่าเช่าเวลาอยู่ในเกณฑ์ต่ำตามที่ทางราชการกำหนดไว้ คือชั่วโมงละ 35,000 บาท ปฏิทินการจัดกิจกรรมของกระทรวงศึกษาธิการก็ต้องกำหนดวันเวลา สถานีและรายการจะออกอากาศล่วงหน้าให้ชัดเจน ควรได้มีการจัดทำเอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดของรายการที่จะมีการเผยแพร่ออกอากาศ เพื่อเผยแพร่ประชาชนทั่วไปได้รับทราบล่วงหน้าก่อน เพื่อความสะดวกและไม่พลาดในการติดตามชมรายการ

ส่วนที่พบปัญหาในการอำนวยความสะดวกต่อบุคคลหรือประชาชนที่มาติดต่อกับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ นั้นอาจเป็นเพราะมีประชาชนมาติดต่อขอทราบข้อมูลต่าง ๆ หรือติดต่อสอบถามหาบุคคลหรือหน่วยงาน ซึ่งบางครั้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์มีบุคลากรน้อย และต้องรับผิดชอบในการปฏิบัติงานมาก ไม่สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงได้ ดังนั้น ควรปรับการบริหารและการดำเนินงานของหน่วยประชาสัมพันธ์ให้มีความคล่องตัวและรวดเร็ว ซึ่งขวัญเรือน อภิณัณท์ (2539 : 71) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ในอนาคต พบว่า แนวทางพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ

ในอนาคต ด้านนโยบายการบริหารการประชาสัมพันธ์ แนวทางที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความ คิดเห็นสอดคล้องกันว่าจะเป็นไปได้มาก คือ หน่วยประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ ต้องจัด เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกและบริการให้คำแนะนำแก่ประชาชนผู้มารับบริการ

3. ปัญหาและข้อเสนอแนะ ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน มีดังนี้

3.1 ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ พบว่า ด้านนโยบายและการวางแผน ได้แก่ การกำหนดนโยบายและแผนงานประจำปีไม่ชัดเจน และขาดการวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยปกติผู้บริหารจะต้องวางแผนงานและแผนงบประมาณสำหรับประชาสัมพันธ์ เนื่องจากในการ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ เงินมีส่วนสำคัญยิ่งประการหนึ่ง เพราะจะทำให้การจัดหาทรัพยากรอื่น เป็นไปได้อย่างเพียงพอ งานประชาสัมพันธ์ก็จะดำเนินไปด้วยดี ดังนั้น ผู้บริหารจะต้องเสนอ งบประมาณ จัดสรรงบประมาณ และนอกจากนี้ อาจจัดกิจกรรมอื่นเพื่อหาเงินให้เพียงพอตามความ จำเป็นและความต้องการของงานประชาสัมพันธ์ การดำเนินการเกี่ยวกับงบประมาณควรจะดำเนินการ เป็นวงจร คือ เตรียมขออนุมัติงบประมาณ การพิจารณาให้ความเห็นชอบ การใช้งบประมาณ และการตรวจสอบ ดังที่ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2531 : 281) กล่าวว่า การจัดทำงบประมาณ ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพราะเป็นการกำหนดล่วงหน้า ว่าจะต้องมีกิจกรรมหรืองานที่จะทำอะไรบ้าง จะมีคุณภาพและปริมาณเท่าไร เป็นการกำหนดหรือ เป็นข้อผูกมัดว่ากิจกรรมงานแต่ละอย่างนั้นจะต้องมีงานอะไรบ้างทำก่อน และหลัง ถ้าทำแล้วจะมี ผลกระทบก็ต้องคัดออก เป็นการควบคุมค่าใช้จ่ายไปในตัว และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิจิต หนูกลับ (2536 : 108) ซึ่งได้ศึกษาปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ศึกษาธิการจังหวัดภาคใต้ พบว่า ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ คือปัญหาการวางแผน ในเรื่องขาดการวางแผนประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจเป็นเพราะ นโยบายกระทรวงศึกษาธิการเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจน และสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของของสฤติย์ วงษาวิดี (2535 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ มีความคิด เห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ในเรื่องงบประมาณไม่เพียงพอ และขาดการ วางแผนประจำปี

ด้านทรัพยากร ได้แก่ ขาดบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โดยตรง และ ขาดเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า บุคลากร ที่ได้รับการแต่งตั้งให้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่แล้วไม่มีวุฒิเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ อาจขึ้นอยู่กับผู้บริหารที่จะแต่งตั้งบุคลากรให้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงานของตน

จึงอาจทำให้ได้คนไม่ตรงกับงาน และความรู้ ความสามารถ และการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรุณบล ภูบัวเพื่อน (2532 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาการวางแผน ประชาสัมพันธ์และสถานภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจ ใน กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัญหาของงานประชาสัมพันธ์ คือ ขาดบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ และ ผลการวิจัยของ รัตนา ศรีชนะชัยโชค (2532 : บทคัดย่อ) ซึ่งศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อการพัฒนาชนบทในประเทศไทยกับนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พบว่า ปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์โครงการ ได้แก่ ปัญหาด้านเจ้าหน้าที่ คือ ไม่มี เจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานโดยตรงเจ้าหน้าที่ขาดความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์

ส่วนด้านการดำเนินงานและกิจกรรม พบว่า ขาดระบบการประสานงานกับหน่วยงาน ต่าง ๆ ภายในระหว่างหน่วยงาน และขาดข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ระหว่างองค์กร บุคคล กลุ่มบุคคลในองค์กร หน่วยงาน เป็น แนวทางที่สำคัญในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ เพราะบรรยากาศและ ความพึงพอใจของบุคคลหรือกลุ่มคน หรือหน่วยงานที่จะทำงานร่วมมือซึ่งกันและกัน มีความ เข้าใจ และให้การสนับสนุนช่วยเหลือกัน เพื่อวัตถุประสงค์สำเร็จในงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เป็นกระบวนการที่ขาดเสียไม่ได้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังที่ วนิดา เสนิเศรษฐ (2530 : 70-71) กล่าวว่า การประสานงานเป็นกระบวนการขั้นหนึ่งที่สำคัญในการบริหารงานของ หน่วยงาน และองค์กร เพราะเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ส่วนผู้ปฏิบัติงานก็จะได้ทราบแนวทางและวิธีปฏิบัติอย่างชัดเจน ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความร่วมมือที่บุคคลแต่ละบุคคล เต็มใจในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมาย โดยสะดวก รวดเร็ว ขจัดปัญหาการทำงานที่ซ้ำซ้อน ลดความขัดแย้ง ประหยัดเวลา งบประมาณ รวมทั้งช่วยเสริมสร้างขวัญในการทำงานให้มีขึ้น และก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในงาน การ แก้ไขปรับปรุงงานให้เจริญก้าวหน้า

3.2 ข้อเสนอแนะที่สำคัญ ได้แก่ ควรมีการนิเทศและติดตามผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 19.15 ซึ่งการนิเทศและติดตามผลการปฏิบัติงานจากผู้บริหารองค์กร พบว่า ส่วนใหญ่ ยังขาดกระบวนการทางด้านการติดตามผลอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง โดยเฉพาะ กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ และกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไปตาม ลักษณะของกิจกรรม บางกิจกรรมไม่มีการติดตามผลผู้เข้าร่วมกิจกรรม บางกิจกรรมมีการนิเทศ ติดตามผลบ้าง แต่ไม่ดำเนินการให้ต่อเนื่อง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การนิเทศติดตามผลการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการนั้นประสบปัญหา และอุปสรรค หลาย ๆ ด้าน เช่นเรื่องบุคลากร ที่มีภาระรับผิดชอบงานอื่นมาก เรื่องงบประมาณ ขาดพาหนะ การคมนาคม ตลอดจนความหลากหลาย

หลายของกิจกรรม และความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทำให้ดูว่ายากแก่การติดตามผล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธงชัย เจียมพุก (2530 : 57) ที่ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์สถานภาพและความต้องการด้านโสตทัศนูปกรณ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด พบความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาว่า ขาดการติดตาม ประเมินผล และเจ้าหน้าที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานอื่นมารวมทั้งขาดงบประมาณในการติดตามผลด้วย และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัตนา ศรีชนะชัยโชค (2532 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาชนบทในประเทศไทยกับแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พบว่า ขั้นตอนการติดตามผล ยังไม่ค่อยมีการปฏิบัติ ทั้งนี้อาจเพราะขาดงบประมาณ และเจ้าหน้าที่ในการประเมินผลมีงานอื่นมาก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะความคิดเห็นเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ในกระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการไว้อย่างชัดเจน โดยการวางแผนการดำเนินงานทั้งระยะสั้น และระยะยาว เพื่อให้ นักประชาสัมพันธ์ทุกหน่วยงานในสังกัดยึดถือและปฏิบัติเป็นแนวเดียวกัน
2. ควรมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ทันสมัย สามารถรับ-ส่ง กระจายหรือตรวจค้นได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและปลอดภัย
3. ควรสนับสนุนให้มีการเพิ่มงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะให้มากขึ้น และต่อเนื่องตลอดไป
4. ควรจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรง พร้อมกับส่งเสริมให้มีการอบรมสัมมนาพัฒนาบุคลากรด้านงานประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงแนวทางการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกของกระทรวงศึกษาธิการ ตามทฤษฎีของนักประชาสัมพันธ์
2. ควรมีการศึกษาถึงแนวโน้มของปัญหา และปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการในอนาคต
3. ควรมีการศึกษาเพื่อติดตามประเมินผล การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไข การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
4. ควรมีการศึกษาปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ในส่วนภูมิภาค เพื่อนำมาเปรียบเทียบ และนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กมล ดวงประทีป. การประยุกต์ใช้เทคนิคเคลฟายในการวาดการ์ตูนแนวทางการประชาสัมพันธ์
การมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์, 2534. อัดสำเนา.
- กรรณิการ์ อัสวครเดชา. "หลักการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพจน์ขององค์กร," เอกสาร
ประกอบการบรรยายการสัมมนาการสร้างสัมพันธ์กับบุคคลภายนอก เพื่อสร้าง
ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร. กรุงเทพฯ : 2539 อัดสำเนา.
- กระทรวงศึกษาธิการ. ประวัติการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ. ศูนย์ประชาสัมพันธ์
กระทรวงศึกษาธิการ, 2539.
- กัญญา ศิริสกุล และคณะ. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, 2535.
- กิตติมา ปรีดีคิลก. ทฤษฎีการบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ : ธนะการพิมพ์, 2529.
- ขวัญเรือน อภิณธ์. แนวทางพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการในอนาคต.
วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539. อัดสำเนา.
- คมกริช ภัทรพงศ์. แนวทาง. 10 และ 17 กรกฎาคม 2539.
- คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักงาน. แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540-
2544. กรุงเทพฯ : อรรถพลการพิมพ์, 2539.
- จาระนัย แกลโกศล. "เป็นนักประชาสัมพันธ์ควรรู้อะไรบ้าง," วารสารการศึกษาแห่งชาติ.
18 (5) : 67-80 ; มิถุนายน-กรกฎาคม 2527.
- ชมพูนุท นุตาคม. การประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536. อัดสำเนา.
- ชาคริต จุลกะเสวี. "กิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ควรจัดทำอย่างไรดี," นันททัศนะ
เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สหมิตรการพิมพ์, 2531.
- เชียรศรี วิวิธศิริ. การศึกษาผู้ใหญ่และการศึกษานอกระบบโรงเรียน เทคโนโลยีทางการศึกษา
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดเอ็กซ์เพรสมีเดีย, 2535.
- _____. สัมมนาปัญหาและการวิจัยทางการศึกษาผู้ใหญ่. พิมพ์ครั้งที่ 2. ภาควิชาการศึกษาผู้ใหญ่
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2533.

ธงชัย สันติวงษ์. การจัดองค์การและการบริหาร. กรุงเทพฯ : บริษัทบพิตร จำกัด, 2514.

ธงชัย เจียมพุก. การวิเคราะห์สถานภาพและความต้องการด้านโสตทัศนอุปกรณ์ของศูนย์การศึกษา
นอกรั้วโรงเรียนจังหวัด. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2530. อัดสำเนา.

บรรจง ชูสกุลชาติ. ศตวรรษ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การศาสนา, 2534.

นุสบา ธีราธร. “แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตสื่อเพื่องานประชาสัมพันธ์,” ใน เอกสารการสอน
ชุดวิชาการผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,
2530.

ประจวบ อินอ้อด. การบริหารงานประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
กรุงเทพฯ : บริษัทเอเชียเพรส จำกัด, 2529.

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. “กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชา
หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมมาธิราช, 2532.

_____. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2531.

_____. “หลักการประชาสัมพันธ์,” ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับ
ภาพพจน์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

มณฑา ลำเจียกหนู. สภาพและปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษา
เขตการศึกษา 1. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยศรีนครินทร
วิโรฒ พิษณุโลก, 2530. อัดสำเนา.

ระเด่น ทักขณา. ความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ต้องพบกันครึ่งทาง นานาทัศนะเกี่ยวกับ
การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สหมิตรการพิมพ์, 2531.

รัตนา ศรีชนะชัยโชค. การดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาชนบทในประเทศไทยกับ
แนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532. อัดสำเนา.

วนิดา เสนีเศรษฐ. มนุษยสัมพันธ์ในองค์กร. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเคียนสโตร์, 2530.

วาสนา จันทรสว่าง. การประชาสัมพันธ์ในงานสาธารณสุข. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์, 2533.

วิจิตร อวาท. การประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีการปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2522.

_____. การประชาสัมพันธ์หลักการและวิธีปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2534.

วิจิต หนูกลับ. การศึกษาปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดภาคใต้. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2536. อัดสำเนา.

วิทยา อ่อนชัย. การประชาสัมพันธ์. สุรินทร์ : สหวิทยาลัยอีสานใต้สุรินทร์, 2531.

_____. การประชาสัมพันธ์ หลักการและวิธีการปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2534.

วิรัช ตกรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

_____. "ความหมายและความสำคัญของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์," เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.

_____. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

วัฒนา พุทธางกูรานนท์. หลักการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2536.

สถิตย์ วงษาวดี. ปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2535. อัดสำเนา.

สะอาด ต้นศุภผล. คู่มือการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การศาสนา, 2527.

สัมพันธ์ ทองสมัคร. ข่าวสด. 15 กรกฎาคม 2538.

สุขวิช รังสิตพล. ไทยรัฐ มิถุนายน 2539.

สุวรรณชัย ยี่สกุล. "การประชาสัมพันธ์ : จุดบอดของหน่วยราชการ," วารสารศึกษาศาสตร์. 11(4) : 72 ; กุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2531.

เสนีย์ แดงวัง. ทฤษฎีปัญหา และกรณีศึกษาของการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อักษรบัณฑิต, 2527.

เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์. เอกสารประกอบการพัฒนาการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์, 2530.

อรอุบล ภูบัวเฟื่อน. การศึกษาการวางแผนประชาสัมพันธ์และสถานภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532. อัดสำเนา.

อรุณ งามดี. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท., 2527.

อุมาภรณ์ มโนรมย์. ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคใต้. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2537. อัดสำเนา.

อำนาจ เวียงพล. ปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา เขตการศึกษา 12. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน, 2532. อัดสำเนา.

Best, John W. Research in Education. 3 rd ed. New Jersey : Prentice-Hill, 1978.

Cronbach, Lee Joseph. Essentials of Psychological Testing. 3rd ed. New York : Harper and Row, 1972.

Cutlip, Sott M. and Allen H. Center. Effective Public Relations. 5th ed. Englewood, New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 1978.

Mays, Russel O. "Superintendents' Perceptions of the Effectiveness of Public School Public Relations Processes," Dissertation Abstract International. 48 (1) : 21A; July, 1987.

National Education Association, Research Division. "The School Public Relations Administrator," NEA Research Bulletin. 46 (1) : 2a-31 ; March, 1968.

Wilcox, Denis L., Phillip H. Ault and Warren K. Agee. Public Relations : Strategies and Tactics. New York : Harper & Row Publisher. Inc., 1986.

Romine, Laurence Albert. "Role of the Community College Public Relations Manager," Dissertation Abstract International. 47 (1): 63A ; July 1986.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตารางเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล : สภาพและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ในกระทรวงศึกษาธิการ

ตาราง 10 สภาพและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ จำนวนตามกรมที่ไม่มีสถานศึกษา (6 หน่วยงาน)

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์	สป. (n = 15) จำนวน	วก. (n = 5) จำนวน	คส. (n = 5) จำนวน	สวช. (n = 15) จำนวน	สวท. (n = 5) จำนวน	กค. (n = 5) จำนวน	รวม	
							จำนวน	ร้อยละ
1. เคยได้รับความรู้และประสบการณ์ทางด้านการประชาสัมพันธ์	33	9	9	42	8	13	114	100.00
1.1 ศึกษาจากสถาบันการศึกษา	4	2	1	6	1	3	17	15.00
1.2 สืบค้นข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์	8	3	3	6	-	2	22	18.00
1.3 การศึกษาค้นคว้าจากตำรา	7	1	1	9	2	3	23	18.00
1.4 การสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านประชาสัมพันธ์	4	-	1	8	2	3	18	15.00
1.5 ประสบการณ์การทำงาน	10	3	3	13	3	2	34	34.00
2. ผู้บริหารสูงสุดหน่วยงานของท่านมีบทบาทต่องานประชาสัมพันธ์	16	7	6	20	4	7	60	100.00
2.1 กำหนดนโยบายประชาสัมพันธ์	4	2	1	9	1	2	19	31.00
2.2 กำหนดบทบาทหน้าที่และโครงสร้าง	5	3	2	6	1	3	20	33.50
2.3 เลือกละเอียดการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	7	2	3	5	2	2	21	35.50

ตาราง 10 (ต่อ)

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์	สป. (n=15) จำนวน	วท. (n=5) จำนวน	คส. (n=5) จำนวน	สวช. (n=15) จำนวน	สสวท. (n=5) จำนวน	กค. (n=5) จำนวน	รวม	
							จำนวน	ร้อยละ
3. ลักษณะโครงสร้างฝ่ายประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน								
3.1 มีโครงสร้างและการแบ่งงาน	8	8	4	20	3	10	53	100.00
3.2 มีการแบ่งงานเป็นส่วน แต่ไม่มีชัดเจนจริง	4	4	1	10	1	3	23	44.00
3.3 มีโครงสร้างการทำงาน เปลี่ยนแปลงได้	-	-	1	2	1	2	6	12.00
3.4 ไม่มีการแบ่งส่วน/โครงสร้างแต่ทำงานร่วมกัน	4	4	2	6	-	2	18	32.00
4. สื่อที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน								
4.1 วิทยุ/โทรทัศน์	-	-	-	2	1	3	6	12.00
4.2 หนังสือพิมพ์	56	25	15	72	13	15	196	100.00
4.3 ข่าวสาร/เอกสาร/แผ่นพับ	11	5	3	15	3	3	40	20.50
4.4 ภาพข่าว	10	5	2	13	3	2	35	18.00
4.5 อินเทอร์เน็ต	12	5	4	15	3	3	42	21.50
4.6 เพจเจอร์	8	5	3	13	3	3	35	18.00
4.7 ผู้ร่วมงาน/นักข่าว/สื่อมวลชน	1	-	-	2	-	2	5	2.00
4.8 อื่น ๆ โทรสาร,AT,วิทยุสื่อสาร	6	-	-	-	-	-	6	3.00
	4	5	1	10	-	2	22	11.00
	4	-	2	4	1	-	11	6.00

ตาราง 11 สภาพและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ จำนวนตามกรมที่มีสถานศึกษา (10หน่วยงาน)

	สพช. (n = 13) จำนวน	สศ. (n = 10) จำนวน	อศ. (n = 4) จำนวน	สวก (n = 6) จำนวน	รพ. (n = 6) จำนวน	ศก. (n = 5) จำนวน	พล. (n = 5) จำนวน	ศน. (n = 4) จำนวน	กศน. (n = 4) จำนวน	สช. (n = 4) จำนวน	รวม	
											จำนวน	ร้อยละ
1. เคยได้รับความรู้และ ประสบการณ์ทางด้าน ประชาสัมพันธ์	25	15	9	12	13	24	5	7	5	7	122	100.00
1.1 ศึกษาจากสถาบัน การศึกษา	2	1	2	2	3	4	-	2	-	-	16	13.11
1.2 ฝึกอบรมด้านการ ประชาสัมพันธ์	5	4	3	2	4	5	-	1	-	2	26	21.31
1.3 การศึกษาค้นคว้าจาก ตำรา	5	4	-	2	3	5	1	2	2	-	24	19.68
1.4 การสอบถามจาก ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน ประชาสัมพันธ์	5	2	-	1	-	5	1	-	-	2	16	13.11
1.5 ประสบการณ์การ ทำงาน	8	4	4	5	3	5	3	2	3	3	40	32.79

ตาราง 11 (ต่อ)

การดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์	สพช. (n = 13) จำนวน	สศ. (n = 10) จำนวน	อศ. (n = 4) จำนวน	สธภ. (n = 6) จำนวน	รม. (n = 6) จำนวน	ศก. (n = 5) จำนวน	พล. (n = 5) จำนวน	ศน. (n = 4) จำนวน	กศน. (n = 4) จำนวน	สช. (n = 4) จำนวน	รวม	
											จำนวน	ร้อยละ
2. ผู้บริหารสูงสุดในหน่วย งานของท่านมีบทบาท												
ต่องานประชาสัมพันธ์	16	8	7	5	10	13	3	6	6	11	85	100.00
2.1 กำหนดนโยบาย												
ประชาสัมพันธ์	6	2	4	3	4	5	-	1	2	4	31	33.33
2.2 กำหนดบทบาทหน้าที่												
และโครงสร้าง	7	3	1	1	3	4	2	2	2	3	28	34.57
2.3 เลือกบุคลากรที่												
ปฏิบัติงาน												
ประชาสัมพันธ์	3	3	2	1	3	4	1	3	2	4	26	32.10

ตาราง 11 (ต่อ)

	สปช. (n = 13) จำนวน	สศ. (n = 10) จำนวน	อส. (n = 4) จำนวน	สรก (n = 6) จำนวน	รม. (n = 6) จำนวน	ศก. (n = 5) จำนวน	พล. (n = 5) จำนวน	ศน. (n = 4) จำนวน	กศน. (n = 4) จำนวน	สช. (n = 4) จำนวน	รวม	
											จำนวน	ร้อยละ
8. ลักษณะโครงสร้างฝ่าย ประชาสัมพันธ์												
หน่วยงาน	10	6	5	5	10	15	4	7	3	11	76	100.00
3.1 มีโครงสร้างและ การแบ่งงาน	2	-	-	1	4	5	1	2	2	2	19	25.00
3.2 มีการแบ่งงานเป็น ส่วน แต่ไม่ชัดเจน												
จริงจัง	3	2	2	-	3	5	-	3	-	4	22	30.00
3.3 มีโครงสร้าง ทำงาน เปลี่ยนแปลงได้	3	4	2	2	3	5	2	2	-	2	25	30.10
3.4 ไม่มีการแบ่งส่วน/ โครงสร้างแตกต่าง ร่วมกัน	2	-	1	2	-	-	1	-	1	3	10	14.90

ตาราง 11 (ต่อ)

การดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์	สพช. (n = 13) จำนวน	สศ. (n = 10) จำนวน	อศ. (n = 4) จำนวน	สธก (n = 6) จำนวน	รม. (n = 6) จำนวน	ศก. (n = 5) จำนวน	พด. (n = 5) จำนวน	ศน. (n = 4) จำนวน	กศน. (n = 4) จำนวน	สช. (n = 4) จำนวน	รวม	
											จำนวน	ร้อยละ
4. สื่อที่ใช้เผยแพร่ข่าวสาร												
ประชาสัมพันธ์ของ												
หน่วยงาน	40	25	20	31	27	24	13	15	12	19	226	100.00
4.1 วิทยุ/โทรทัศน์	8	4	4	4	3	5	3	2	3	2	38	16.00
4.2 หนังสือพิมพ์	8	4	4	5	4	5	3	2	3	3	41	18.00
4.3 ข่าวสาร/เอกสาร/ แผ่นปอ	8	4	4	5	3	5	3	3	2	4	41	18.00
4.4 ภาพข่าว	7	4	4	5	4	5	3	2	2	2	38	17.00
4.5 อินเทอร์เน็ต	-	1	-	3	3	-	1	1	-	2	11	5.00
4.6 เพจเจอร์	2	1	-	4	5	-	-	3	-	1	16	8.00
4.7 ผู้ร่วมงาน/นักข่าว/ สื่อมวลชน	5	4	4	3	3	4	-	2	2	3	30	13.00
4.8 อื่น ๆ โทรสาร.ATM. วิทยุสื่อสาร	2	3	-	2	2	-	-	-	-	2	11	5.00

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม



ที่ ศธ 0201.3/ 716

กระทรวงศึกษาธิการ
กทม 10300

19 สิงหาคม 2540

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

เรียน ผู้อำนวยการศูนย์/หัวหน้าฝ่าย/หัวหน้างาน/นักประชาสัมพันธ์/เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์/
เจ้าหน้าที่โสตทัศนศึกษา ในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ

ด้วยนางสาวสุมาลัย เกษมาชาติ ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ 5 สำนักงานปลัด
กระทรวงศึกษาธิการ กำลังศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาการศึกษาผู้ใหญ่ มหาวิทยาลัย
รัตนทริวิโรฒ ประสานมิตร จะทำปฏิญานิพนธ์เรื่อง “ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์” มีความ
ประสงค์ขอความร่วมมือจากท่าน เพื่อตอบแบบสอบถามปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ในหน่วยงานของท่าน ตลอดจนข้อเสนอแนะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ พิจารณาแล้วเห็นว่า การทำปฏิญานิพนธ์
ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ
กระทรวงศึกษาธิการ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อขอความกรุณาจากท่าน ให้ความร่วมมือกรอกแบบสอบถาม
ดังกล่าวที่แนบมาพร้อมนี้ ขอขอบพระคุณในความช่วยเหลืออนุเคราะห์ที่ท่านได้มอบให้กับ
ข้าราชการดังกล่าว และส่งข้อมูลกลับไปยังศูนย์ประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ ภายใน
วันที่ 30 สิงหาคม 2540

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาววิตรี สุวรรณสถิตย์)

รองปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

ศูนย์ประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ

โทร. 6285620, 2816013

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

ชื่อ อาจารย์สมยศ สิงห์คำ
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ

ประวัติการศึกษา

- การศึกษามหาบัณฑิต (ก.ศม.) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- กรุศาสตรมหาบัณฑิต (กม.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน

- อาจารย์สอนภาษาไทย โรงเรียนมัธยมศึกษา กรมสามัญศึกษา
- หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ โรงเรียนมัธยมศึกษาประจำจังหวัดลพบุรี
- หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ
- ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรม สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ
- วิทยากร บรรยายเรื่องการประชาสัมพันธ์ ตามหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน
- ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ

งานและประสบการณ์พิเศษ

- จัดรายการวิทยุทางการศึกษา และศิลปวัฒนธรรม
- ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ และทำหนังสือท้องถิ่น จังหวัดลพบุรี
- อาจารย์พิเศษ สอนวิชาการประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏและสถาบันต่าง ๆ หลายแห่ง
- สอนวิชาภาษาไทยและวัฒนธรรมไทย ในสหรัฐอเมริกา

การศึกษาอูงาน

- ฝึกอบรมเรื่อง การผลิตสื่อเพื่อการเผยแพร่วัฒนธรรม ณ NHK ประเทศญี่ปุ่น
- ฝึกอบรมเรื่อง การผลิตสื่อเพื่อการเผยแพร่วัฒนธรรม ณ NHK ประเทศเกาหลี

ชื่อ อาจารย์ไชยทวี อติแพทย์
 ตำแหน่ง หัวหน้าฝ่ายแผนงานและวิชาการ
 ศูนย์ประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ

ประวัติการศึกษา

- ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
- การศึกษามหาบัณฑิต (ศศ.ม.) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 (วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา)

ประวัติการทำงาน

- นักประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ
- หัวหน้าฝ่ายวิชาการและแผนงาน ศูนย์ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ

การอบรมและดูงาน

- อบรมการวางแผนการศึกษา
- อบรมการประชาสัมพันธ์ฝ่ายอำนวยการ
- ศึกษาดูงานการวางแผนประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์
- ศึกษาดูงานการประชาสัมพันธ์ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ชื่อ อาจารย์ขวัญเรือน อภิมนต์
ตำแหน่ง หัวหน้าฝ่ายผลิตรายการ
ศูนย์ประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ

ประวัติการศึกษา

- การศึกษามัธยมศึกษา (ก.ศบ) วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา
- การศึกษามหาบัณฑิต (ศศ.ม.) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
(การศึกษายุ่งใหญ่)

ประวัติการทำงาน

- นักประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ
- หัวหน้าฝ่ายผลิตรายการ ศูนย์ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ

งานและประสบการณ์พิเศษ

- นักจัดรายการวิทยุกระจายเสียง และจัดทำรายการโทรทัศน์
- อาจารย์พิเศษ ภาคการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ คณะวิทยาการจัดการ
สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา
- ศึกษาอบรมการจัดรายการวิทยุ และโทรทัศน์ จากประเทศญี่ปุ่น
นิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย
- ศึกษาคุณานด้านวิทยุ โทรทัศน์ จากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน
และสาธารณรัฐตุรกี

ภาคผนวก ง
แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในกระทรวงศึกษาธิการ คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการนำไปวิเคราะห์เป็นภาพรวม เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่กระทบกระเทือนต่อท่านแต่อย่างใด ผู้วิจัยจะถือเป็นความลับที่สุด

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว และสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ ใน 3 ด้าน คือด้านนโยบายและการวางแผน ด้านทรัพยากร และด้านการดำเนินงานและกิจกรรม

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ ทั้ง 3 ด้าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว และสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. ตำแหน่งหน้าที่

- () ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์ หัวหน้าศูนย์ประชาสัมพันธ์
หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ (หัวหน้าหน่วยงาน)
- () นักประชาสัมพันธ์
- () เจ้าหน้าที่โสตทัศนศึกษา
- () เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์
- () อื่น ๆ คือ

2. อายุ

- () ต่ำกว่า 30 ปี
- () 30 - 40 ปี
- () 41 - 50 ปี
- () 51 ปีขึ้นไป

3. วุฒิทางการศึกษา

- () ต่ำปริญญาตรี
- () ปริญญาตรี
- () สูงกว่าปริญญาตรี

4. หน่วยงานที่สังกัด กรม.....

5. ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

- () 1 - 5 ปี
- () 6 - 10 ปี
- () มากกว่า 10 ปี

6. ท่านเคยได้รับความรู้และประสบการณ์ทางด้านการประชาสัมพันธ์โดยวิธีใด

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- () การศึกษาจากสถาบันการศึกษาโดยตรง
- () การฝึกอบรม ด้านการประชาสัมพันธ์
- () การศึกษาค้นคว้าจากตำรา
- () การสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการประชาสัมพันธ์
- () ประสบการณ์การทำงานด้วยตนเอง
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. ผู้บริหารสูงสุดในหน่วยงานของท่านมีบทบาทต่องานประชาสัมพันธ์อย่างไร

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- () กำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์
- () กำหนดบทบาทหน้าที่และโครงสร้างการประชาสัมพันธ์
- () พิจารณากำหนดเลือกบุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. ลักษณะโครงสร้างฝ่ายประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานของท่านเป็นอย่างไร

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- () มีโครงสร้างและการแบ่งงานอย่างชัดเจน
- () มีการแบ่งการทำงานเป็นส่วน แต่ไม่ยึดถือจริงจัง
- () มีการแบ่งการทำงานเป็นกลุ่มงาน เปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์
- () ไม่มีการแบ่งส่วน/โครงสร้าง แต่ทำงานร่วมกัน
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. ท่านเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานด้วยสื่อสิ่งใดบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------|
| () วิทยุ/โทรทัศน์ | () อินเทอร์เน็ต |
| () หนังสือพิมพ์ | () เพจเจอร์ |
| () ข่าวแจก/เอกสาร/แผ่นพับ/แผ่นปลิว | () ผู้ร่วมงาน/นักข่าว |
| () ภาพแจก | () อื่น ๆ โปรดระบุ.... |

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องระดับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ ใน 3 ด้าน คือด้านนโยบายและการวางแผน ด้านทรัพยากร และด้านการดำเนินงานและกิจกรรม ที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์	ระดับปัญหา				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ด้านนโยบายและการวางแผน					
1. การประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายในระดับกรมเพื่อการวางแผน					
2. นโยบายเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์					
3. การมีส่วนร่วมของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ขององค์กร					
4. ความชัดเจนของนโยบายกระทรวงเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
5. หน่วยงานประชาสัมพันธ์ไม่ได้ชี้แจงตรงต่อผู้บริหารสูงสุดขององค์กร ทำให้ขาดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน					
6. การให้ความอิสระในการวินิจฉัยและตัดสินใจในการทำงานในบางกรณี					
7. การสำรวจข้อมูลเพื่อใช้ในการกำหนดนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
8. ระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์					
9. การมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในแต่ละกรมในการกำหนดนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์					

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์	ระดับปัญหา				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
10. ความยืดหยุ่นของแผนประชาสัมพันธ์ เพื่อปรับให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง					
11. การวางแผนประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าทั้ง ระยะสั้น ระยะยาว					
12. ความสอดคล้องต่อเนื่องกันของแผน ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์					
13. การวางแผนนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิด ประโยชน์ในการจัดงานประชาสัมพันธ์					
14. การให้ความสำคัญและการสนับสนุน ของผู้บริหารต่อการประชาสัมพันธ์					
15. อุปสรรคสำคัญของการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ที่มาจากผู้บริหารองค์กร <u>ด้านทรัพยากร</u>					
16. ความเพียงพอของบุคลากรในการปฏิบัติ งานประชาสัมพันธ์					
17. การคัดเลือกบุคลากรในการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์					
18. บุคลากรที่รับผิดชอบมีความรู้ ความ สามารถในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์					
19. ความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานเกี่ยว กับประชาสัมพันธ์					
20. การจัดทำแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้า ตลอดปีงบประมาณ					
21. ความเพียงพอของงบประมาณสำหรับ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์					

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์	ระดับปัญหา				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
22. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์					
23. ความพร้อมของเครื่องมือและสื่อที่ใช้ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
24. ความทันสมัยของสื่อ อุปกรณ์วัสดุ เหมาะสมในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์					
25. การได้มีโอกาสแสดงความสามารถใน การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างเต็มที่					
26. การให้โอกาสหน่วยงานหรือบุคคลภายนอก เสนอแนะและมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
27. ความกระตือรือร้นในการทำงานของ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์					
28. บุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ไปช่วยราชการที่หน่วยงานอื่น					
29. การเพิ่มพูน ความรู้ และทักษะแก่ บุคลากรในด้านประชาสัมพันธ์					
ด้านการดำเนินงานและกิจกรรม					
30. การให้ความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ประชาสัมพันธ์ในแต่ละกรมต่อการ ประชาสัมพันธ์					
31. ความรวดเร็วของระบบการติดต่อสื่อสาร ประชาสัมพันธ์					
32. การอำนวยความสะดวกต่อบุคคลหรือ ประชาชนที่มาติดต่อกับเจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์					

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์	ระดับปัญหา				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
33. ความล่าช้าไม่ทันต่อเหตุการณ์ในการประชาสัมพันธ์					
34. ความกระชั้นชิดต่อเหตุการณ์ในการประชาสัมพันธ์					
35. ความเหมาะสมของปฏิทินการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์					
36. การส่งข่าวสารเพื่อเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง					
37. ความร่วมมือจากสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อจัดรายการ					
38. ระบบการผลิตสื่อ หรือเอกสารในการประชาสัมพันธ์ดำเนินการล่าช้า					
39. การนิเทศติดตามผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จากผู้บริหารองค์กร					
40. ความสัมพันธ์ของผู้บริหารกับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน					
41. ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชน					
42. ความเพียงพอของข้อมูลเพื่อใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
43. การสร้างเครือข่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์					
44. การสำรวจประชามติ					
45. การให้ความสำคัญกับองค์กรเอกชนเพื่อการประชาสัมพันธ์					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ในกระทรวงศึกษาธิการ

คำชี้แจง ท่านมีปัญาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ อย่างไรบ้าง โปรดให้รายละเอียดเกี่ยวกับปัญหา
และข้อเสนอแนะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยการเขียนตอบในช่องว่างข้างล่าง

1. ด้านนโยบายและการวางแผน

ปัญหา.....

.....

ข้อเสนอแนะ.....

.....

2. ด้านทรัพยากร

ปัญหา.....

.....

ข้อเสนอแนะ.....

.....

3. ด้านการดำเนินงานและกิจกรรม

ปัญหา.....

.....

ข้อเสนอแนะ.....

.....

ภาคผนวก จ

ประกาศจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ



ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ

เรื่อง จัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ

ด้วย กระทรวงศึกษาธิการ มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม โดยมีส่วนราชการ หน่วยงานทางการศึกษา บุคลากรและประชากร ในกลุ่มเป้าหมายกระจัดกระจายอยู่ทั่วประเทศเป็นจำนวนมาก ดังนั้น เพื่อให้ภารกิจของกระทรวง ศึกษาธิการบรรลุผล จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาโดยเร่งรัดการปฏิรูปการดำเนินงาน การจัดการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ขึ้น ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวจำเป็นต้องใช้การ ประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการรูงใจให้บุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรพัฒนาเอกชน และบุคลากรทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐและเอกชน มีความรู้ ความเข้าใจ เกิดความศรัทธา และให้ ความร่วมมือ ตลอดจนร่วมรับผิดชอบในการพัฒนาการจัดการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม อย่างต่อเนื่องและจริงจัง

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 25 แห่งพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ.2534 กระทรวงศึกษาธิการ จึงให้จัดตั้ง "ศูนย์ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ" ขึ้นเป็นการภายใน เพื่อให้บริการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ และประสานงานระหว่างองค์กรภาครัฐ และเอกชน รวมทั้งสื่อมวลชน และบุคคลทั่วไป ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อการ ประชาสัมพันธ์ภารกิจและกิจกรรมของกระทรวงศึกษาธิการ ทั้งนี้ให้รวมงานที่อยู่ในความรับผิดชอบ ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ มาอยู่ในความรับผิดชอบ ของศูนย์ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ ที่ได้จัดตั้งขึ้น และให้การบริหารงานของศูนย์ ขึ้นตรงต่อปลัดกระทรวงศึกษาธิการ โดยให้มีสำนักงานตั้งอยู่ ณ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2540

(นายสุรัฐ ศิลปอนันต์)

ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวสุมาลย์ เกษชาดิ
เกิดวันที่	14 สิงหาคม 2504
สถานที่เกิด	จังหวัดศรีสะเกษ
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	นักประชาสัมพันธ์ 6 ศูนย์ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2523	มัธยมศึกษาปีที่ 5 จากโรงเรียนสตรีสิริเกศ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ
พ.ศ. 2528	ครุศาสตรบัณฑิต (ค.บ.) วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา วิทยาลัยครูบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
พ.ศ. 2541	การศึกษามหาบัณฑิต (วิชาเอกการศึกษาผู้ใหญ่) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2531	อาจารย์ 1 ระดับ 3 โรงเรียนควนเนียงวิทยา อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา
พ.ศ. 2534	นักประชาสัมพันธ์ 4 ศูนย์ประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ
พ.ศ. 2540-ปัจจุบัน	นักประชาสัมพันธ์ 6 ศูนย์ประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ

**ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ
ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน**

**บทคัดย่อ
ของ
สุมาลัย เกษาชาติ**

**เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกการศึกษาผู้ใหญ่
พฤษภาคม 2541**

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลบุคลากรและสภาพการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์ในกระทรวงศึกษาธิการ และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน
เกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ใน 3 ด้าน คือ ด้านนโยบายและการวางแผน
ด้านทรัพยากร และด้านการดำเนินงานและกิจกรรม

ประชากรในการวิจัย คือ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานใน
สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งมี 14 กรม กับ 2 หน่วยงาน ประกอบด้วย ผู้บริหารหน่วยงาน
ประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่โสตทัศนศึกษา
จำนวน 121 คน ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบมาตราส่วน
ประมาณค่า ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นที่ 0.94 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย
และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลบุคลากรและสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ
พบว่า กลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่มีจำนวนมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ รองลงมาได้แก่
นักประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่โสตทัศนศึกษา ส่วนนักวิชาการ
โสตทัศนศึกษา และเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มีจำนวนน้อยที่สุด โดยทั้งหมดส่วนมากมีอายุ
ระหว่าง 31-40 ปี ได้รับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีประสบการณ์ทำงาน 1-5 ปี เมื่อพิจารณา
เป็นรายการ จำนวนบุคลากรในสังกัด 14 กรม 2 หน่วยงาน พบว่า สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษา
ธิการ และสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ มีบุคลากรมากที่สุด คือกรมละ 15 คน
นอกนั้นมีบุคลากรกรมละ 4-6 คน เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ได้รับความรู้
และประสบการณ์ทางด้านการประชาสัมพันธ์จากประสบการณ์การทำงานด้วยตนเองมากที่สุด
ผู้บริหารสูงสุดในหน่วยงานมีบทบาทในการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์มากที่สุด
โครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์มีสภาพการทำงานเป็นกลุ่มงาน เปลี่ยนแปลงได้ตาม
สถานการณ์ และสื่อที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่วนมากเป็นข่าวแจก เอกสาร
แผ่นปลิว และแผ่นพับ รองลงมาคือ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และภาพข่าว ตามลำดับ

2. ปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน
ประชาสัมพันธ์ โดยรวมมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมี
ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจัดอันดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ด้านที่มีปัญหาสูงสุดคือด้านนโยบาย
และการวางแผน รองลงมาคือ ด้านทรัพยากร และด้านการดำเนินกิจกรรม

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง 44 ข้อ และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยเพียง 1 ข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ ระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ การให้ความสำคัญและการสนับสนุนของผู้บริหาร ความรู้ ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน หน่วยงานประชาสัมพันธ์ไม่ได้ขึ้นตรงต่อผู้บริหารองค์กร ความยืดหยุ่นของแผนงานประชาสัมพันธ์ การคัดเลือกบุคลากร ความพร้อมของเครื่องมือและสื่อ ขาดความริเริ่มสร้างสรรค์ความเพียงพอของงบประมาณ และนโยบายในการประชาสัมพันธ์ ไม่ชัดเจน

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่ การสร้างเครือข่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์ การให้โอกาสหน่วยงานหรือบุคลากรเข้ามามีส่วนร่วม ความล่าช้าไม่ทันต่อเหตุการณ์ในการเสนอข่าว การสำรวจประชมติ และบุคลากรไปช่วยราชการที่หน่วยงานอื่น

3. ปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ มีดังนี้

ปัญหา ได้แก่ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ การกำหนดนโยบาย และแผนงานประจำปีไม่ชัดเจน ขาดเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัย ขาดการวางแผนทั้งระยะสั้น และระยะยาว ขาดระบบการประสานงานภายในและภายนอกกับหน่วยงานต่าง ๆ และขาดข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ ได้แก่ ควรมีการนิเทศและติดตามผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด ควรวางแผนจัดทำงบประมาณให้เพียงพอสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตลอดปี ควรเพิ่มพูน ความรู้ ทักษะแก่บุคลากรในการปฏิบัติงาน ควรผลิตสื่อ และจัดบุคลากรให้สอดคล้องเพียงพอกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

PROBLEMS ON UNDERTAKING PUBLIC RELATIONS IN THE MINISTRY OF EDUCATION
ON THE OPINION OF THE PUBLIC RELATIONS STAFF

AN ABSTRACT
BY
SUMALAI KESACHARTI

Presented in partial fulfillment of the requirements for
the Master of Education degree in Adult Education
at Srinakharinwirot University
May 1998

The purposes of this research were to study in the personnel data and the condition of public relations of the Ministry of Education; and to study the opinions of public relations officers regarding to problems of public relations undertaking in 3 aspects: policy and planning, resources and activities.

The sample of research comprised of 121 public relations staff : administrators, public relations officers and audio-visual aid officers from 14 departments and 2 units in the Ministry of Education.

The data was collected through a rating scale questionnaires with 0.94 confidence intervals. Statistics for data analysis were percentage, mean and standard evaluation.

Research findings were:

1. Personnel Data and of the staff. The biggest group who undertake the public relations' tasks was the public relations staffs, the second group was public relations officers ; public relations administrators, audio-visual aid staff and the last groups was audio-visual aid officers and general administrator. The age average was 31-40 years. Most of them received bachelor degree and had 1-5 working experience. When considering department by department of all 14 departments and 2 units, the Office of the Permanent Secretary and Office of the National Culture Commission has the greatest number, 15 person per department. The rest of the organization has 4-6 persons. Most of Public Relations officers gained experiences from their works. High administrator had played important roles in making a policy of Public Relations. The work of Public Relations were outlined in working groups, it could be changed by situation. Most media were in form of Press Releases, Documents, Leaflets and Brochures, Radio and Television, Newspapers and Pictures respectively.

2. Problems of public relations undertaking in the opinion of public relations officers were in the moderate level. In considering each aspects of the problems, the highest mean was policy and planning. The next was resources and the last was activities.

Considering item by item, there are 44 items which their means were in the average level. Only one item was in the low level. The first ten highest means items are as follows: data collecting for public relations planning, support and emphasis from the administrator, the capability of the officers, the public relations unit doesn't directly attach to the administrator. The flexibility of the public relations programme, the personnel recruitment, the availability of equipment and media, the lack of creativity, the sufficiency of budget, the unclear of public relations policy.

The last five lowest means items were : networking of public relations, opportunities for organization or personnel to participate in public relations, the delay of news report, public opinion survey and the temporary transfer of personnel to other organization.

3. Problems and recommendations for public administrative officers in the Ministry of Education in undertaking public relations' tasks were the following:

Problems : inadequacy of personnel with public relation knowledge, the unclear of policy making and yearly work plan, the lack of modern tools and equipment, lack of medium and short-term planning, lack of inter and intra coordination system and lack of sufficient public relations information.

Recommendations : closely supervision and monitoring system should be provided, plan to have sufficient budget in public relations activities for the whole year, personnel should be trained to improve their skills and knowledge used in their work, producing of media and providing sufficient personnel in accordance with public relations activities.