



การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร  
ในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์

โดย

นางณิชารี ภควัตชัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารจัดการสาธารณะ)

สาขาวิชาการบริหารจัดการสาธารณะ สำหรับนักบริหาร

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร  
ในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์

โดย

นางณิชารี ภาควัตชัย



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารจัดการสาธารณะ)  
สาขาวิชาการบริหารจัดการสาธารณะ สำหรับนักบริหาร  
คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2558  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



THE PRODUCTION AND DISSEMINATION OF INFORMATION  
CHALLENGE OF THE PUBLIC RELATIONS DEPARTMENT

BY

MRS. NICHAREE PAKAWATCHAI



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE  
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF POLITICAL SCIENCE (PUBLIC AFFAIRS)  
EXECUTIVE PROGRAM IN PUBLIC AFFAIRS  
FACULTY OF POLITICAL SCIENCE  
THAMMASAT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2015  
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะรัฐศาสตร์

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางณิชาริ ภควัดชัย

เรื่อง

การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร  
ในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารจัดการสาธารณะ)

เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



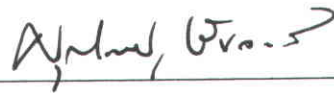
(รองศาสตราจารย์ ดร. ไตรรัตน์ โภคพลากรณ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(ศาสตราจารย์ ดร. อัมพร ชำรงลักษณ์)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภสวัสดิ์ ชัยวาลย์)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุค ความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์
ชื่อผู้เขียน	นางณิชารีย์ ภควัดชัย
ชื่อปริญญา	รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารจัดการสาธารณะ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การบริหารจัดการสาธารณะ สำหรับนักบริหาร รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ศาสตราจารย์ ดร. อัมพร อารังลักษณ์
ปีการศึกษา	2558

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์” เพื่อศึกษาการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อศึกษาสภาพการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันที่ท้าทายต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง ผลการศึกษาพบว่า

1. การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ประชาชนผู้รับข่าวสารและผู้บริหารของกรมประชาสัมพันธ์ มีความเห็นตรงกัน ต้องการให้กรมประชาสัมพันธ์ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้มีความน่าสนใจให้มากขึ้น เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนผู้รับข่าวสารจากเกณฑ์ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านสื่อที่เป็นช่องทางการเผยแพร่
2. สภาพการณ์ภายนอกที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งปัจจัยด้านเทคโนโลยี ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ที่มีความท้าทาย ต้องดำเนินการเพื่อให้สามารถแข่งขันกับสื่ออื่นๆที่มีอยู่มากมายและมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร
3. การบริหารจัดการภายในองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์จากการวิจัยเชิงคุณภาพ

เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้บริหารและนักวิชาการของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่า การบริหารจัดการภายในองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์ ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ คือ โครงสร้างองค์กรที่เป็นระบบราชการ กฎ ระเบียบของทางราชการ นโยบายขององค์กร นโยบายด้านกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรบุคคล ค่าตอบแทน เงินรางวัล และงบประมาณ ส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์ผลิตและเผยแพร่ ยังขาดความน่าสนใจ ไม่ดึงดูดใจผู้รับสาร ทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และสื่อที่เป็นช่องทางการเผยแพร่

4. กรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์กรที่เป็นระบบราชการ 100% ควรมีการกำหนดกลยุทธ์เป็นตัวตั้งกำหนดทิศทางการพัฒนาองค์กร เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนากรมประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ ปี 2560 – 2564 ซึ่งมีเป้าหมายในการพัฒนาเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล และนำไอทีเข้ามาใช้ในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ และเพื่อเป็นการรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต กรมประชาสัมพันธ์ ควรทำการศึกษาเป็นทางเลือก เพื่อให้องค์กรมีความคล่องตัวในการทำงาน โดยการศึกษารูปแบบหน่วยงานของรัฐที่ให้บริการสาธารณะ ซึ่งรูปแบบของหน่วยงานที่ควรนำมาศึกษา ได้แก่ 1) องค์กรมหาชน 2) **หน่วยบริการรูปแบบพิเศษ (Service Delivery Unit : SDU)** เพื่อเป็นข้อเสนอแนะสำหรับกรมประชาสัมพันธ์ ในการศึกษาวิจัยความเหมาะสมและความเป็นไปได้ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่มีความท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ต่อไป

**คำสำคัญ :** การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร, กรมประชาสัมพันธ์

Independent Study Title	The Production and Dissemination of Information on the Challenge of Changing the Public Relations Department
Author	Mrs. Nicharee Pakawatchai
Degree	Master of Political Science (Public Affairs)
Major Field/Faculty/University	Executive Program in Public Affairs Political Science Thammasat University
Independent Study Advisor	Prof. Dr. Amporn Tamronglak
Academic Years	2015

### ABSTRACT

The study of “The Production and Dissemination of Information on The Challenge of Changing the Public Relations Department.” The purposes of this study were: 1) to study the production and dissemination of the Public Relations Department, 2) to study the changes in today's challenging to carry out the production and dissemination of the Public Relations Department and 3) to study the operation ways of the Public Relations Department.

The study findings were as follow:

1. The subscribers and the executive of the Public Relations Department need the attractive information dissemination that is composed with the aspect of content, presentation format and vary media distribution channel.

2. The politic, economic, social, cultural and technology were the factors that affected on the production and dissemination of the Public Relations Department. Especially, the technology factor that has changed rapidly. So the challenges of production and dissemination of the Public Relations Department have to be processed in order to compete with other media that are fiercely competing with each other in presenting information nowadays.

3. The strategies of the Public Relations Department must be accorded to the goals of the National Strategic Plan for the years 2560-2564 that is to develop the digital economic by using the IT. Besides this, the Public Relations Department should study and apply the service management of the Service Delivery Unit/SDU to operate the department.

**Keywords :** The Production and Dissemination of Information, Public Relations Department





## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำรายงานโครงการเฉพาะบุคคลนี้ได้รับความอนุเคราะห์ และช่วยเหลือสนับสนุนจากท่าน อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิของคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และผู้บริหารรวมทั้งนักวิชาการ ของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้จัดทำของแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

รองศาสตราจารย์ ดร. ไตรรัตน์ โภคพลากรณ์ ในฐานะประธานกรรมการสอบการจัดทำ รายงานโครงการเฉพาะบุคคล ศาสตราจารย์ ดร. อัมพร อารงลักษณ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้ คำแนะนำ พร้อมทั้งได้ให้ความอนุเคราะห์ติดตามผลการจัดทำอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งสำเร็จลุล่วงไป ด้วยดี

ดร. ศิกานต์ อีสสระชัยยศ ที่ได้ให้ความรู้ และชี้แนะแนวทางในการจัดทำรายงานโครงการ เฉพาะบุคคลนี้ ตั้งแต่เริ่มต้น

ผู้บริหารและนักวิชาการของกรมประชาสัมพันธ์ นางพิชญา เมืองเนา ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย นางสาวสมมาต รัตนแสง ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 กาญจนบุรี นายถวิล ปานศรี นักประชาสัมพันธ์ ชำนาญการพิเศษ และนางสาวดวงแก้ว เลิศรัตนรังสี นักประชาสัมพันธ์ ชำนาญการพิเศษ ที่ได้ให้ความร่วมมือด้านข้อมูลต่างๆของกรมประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงาน หน่วยงานภาครัฐด้านสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ และหน่วยงานอื่นๆที่มีลักษณะคล้ายกัน รวมทั้งการนำไปต่อยอดเพื่อศึกษาวิจัยเพิ่มเติม สำหรับผู้สนใจต่อไป

นางณิชาริ ภควัตชัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1.1 แนวคิดโครงสร้างองค์การภาครัฐ	5
2.1.2 แนวคิดทฤษฎีองค์การ ตัวแบบดวงดาว(Star Model)	6
2.1.3 แนวคิดการบริหารทรัพยากรบุคคล	9
2.1.4 แนวคิดด้านคุณค่าผู้นำองค์การ	11
2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน	13
2.1.6 แนวคิดการบริหารสมัยใหม่	15
2.1.7 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน	18
2.1.8 ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กรมประชาสัมพันธ์	20

	(7)
2.1.9 แนวคิดการจัดโครงสร้างหน่วยงานของรัฐที่มีใช้ส่วนราชการ	24
2.1.10 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร	25
2.1.11 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน	29
2.1.12 แนวคิดการเปิดรับข่าวสาร	31
2.1.13 แนวคิดหลักการประเมินคุณค่าข่าว	34
2.2 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย(Theoretical/Analytical framework)	
<b>บทที่ 3 วิธีการวิจัย</b>	<b>47</b>
3.1 วิธีวิทยาในการวิจัย	47
3.2 นิยามเชิงปฏิบัติการ	48
3.3 แหล่งข้อมูล	49
3.4 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	49
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	50
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	51
3.7 ข้อจำกัดของการวิจัย	52
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล</b>	<b>54</b>
4.1 ผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารของ กรมประชาสัมพันธ์	54
4.2 ผลการศึกษาวิเคราะห์การบริหารจัดการภายในองค์การที่ส่งผลต่อการผลิต และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์	71
4.3 ผลการศึกษาวิเคราะห์สภาพการณ์ภายนอกที่ส่งผลต่อการผลิต และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์	77
4.4 การอภิปรายผลการศึกษา	82

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ 89

5.1 สรุปผลการศึกษา 89

5.1.1 การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ 89

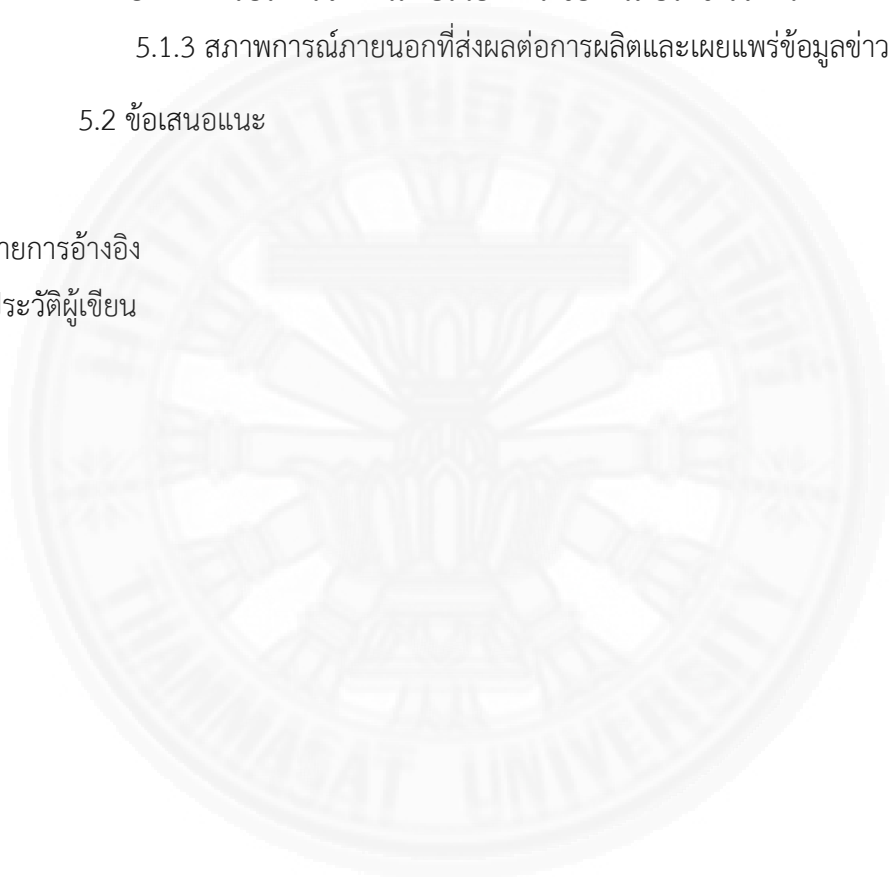
5.1.2 การบริหารจัดการภายในองค์กร ของกรมประชาสัมพันธ์ 93

5.1.3 สภาพการณ์ภายนอกที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร 96

5.2 ข้อเสนอแนะ 97

รายการอ้างอิง 101

ประวัติผู้เขียน 105



## สารบัญตาราง

ตารางที่

	หน้า
1 ข้อมูลทั่วไปด้านเพศของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม	54
2 ข้อมูลทั่วไปด้านอายุของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม	55
3 ข้อมูลด้านจังหวัดที่สำรวจของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม	55
4 ข้อมูลด้านระดับการศึกษาของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม	56
5 ข้อมูลด้านอาชีพของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม	56
6 ด้านเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร	57
7 ด้านรูปแบบการนำเสนอ	59
8 ด้านช่องทางการเผยแพร่	61
9 การเปรียบเทียบความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างด้านเพศ ต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์	63
10 การเปรียบเทียบความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างด้านอายุ ต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์	63
11 การเปรียบเทียบความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างด้าน การศึกษาต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ของกรมประชาสัมพันธ์	66
12 การเปรียบเทียบความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างด้าน อาชีพต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลของกรมประชาสัมพันธ์	67

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แผนภาพที่ 2.1 แสดงตัวแบบดวงดาวของเจย์ อาร์ แกลเบอรี่	7
2.2 แผนภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิด	46



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลและหน่วยงานของรัฐบาลกับประชาชน ตลอดจนระหว่างประชาชนด้วยกัน โดยวิธีการ ให้ข่าวสาร ความรู้ ข้อเท็จจริง ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่ออื่นๆ นอกจากนี้ยังทำหน้าที่รับฟังความคิดเห็นของประชาชน เพื่อเสนอรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนทำหน้าที่โน้มน้าว ชักจูงประชาชน เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือแก่รัฐบาล และหน่วยงานราชการต่างๆตามแนวทางที่ถูกที่ควร ในระบอบประชาธิปไตย โดยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข

กรมประชาสัมพันธ์มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2476 ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชมาเป็นระบอบประชาธิปไตย มีรัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ โดยมีชื่อ ในระยะเริ่มแรกว่า "กองโฆษณาการ" และได้เปลี่ยนชื่อเป็น "สำนักงานโฆษณาการ" เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ.2476 และได้มีการพัฒนาผลงานมาเป็นลำดับ โดยมีการปรับปรุง และขยายความรับผิดชอบเพิ่มขึ้นทุกๆระยะ ตามความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ สภาพของสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลในแต่ละสมัย และเปลี่ยนชื่อมาเป็น "กรมโฆษณาการ" เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2483 หลังจากนั้น 12 ปี ได้เปลี่ยนชื่อเป็น "กรมประชาสัมพันธ์" เมื่อวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2495 ทั้งนี้โครงสร้างกรมประชาสัมพันธ์มีการปรับปรุงหลายครั้ง ตามภารกิจที่ขยายเพิ่มขึ้นมาเป็นลำดับ

กรมประชาสัมพันธ์ในยุคเริ่มแรก ทำหน้าที่หลัก 3 ประการ คือ ให้ข่าว และความรู้แก่ประชาชน เพื่อป้องกันความเข้าใจผิดเกี่ยวกับรัฐบาล และประเทศโดยส่วนรวม จนกระทั่งวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2495 เปลี่ยนชื่อเป็น "กรมประชาสัมพันธ์" เพื่อให้เหมาะสมกับภาระหน้าที่ ในฐานะแหล่งการเผยแพร่นโยบาย และผลงานของรัฐบาล รวมทั้งเผยแพร่ข่าวสารการเมือง ศิลธรรม วัฒนธรรม ความรู้ และความบันเทิง ตลอดจนเป็นสื่อกลางสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชนด้วย โดยกรมประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง ตั้งแต่ วันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2482 เป็นต้นมา ซึ่งรับโอนมาจากกรมไปรษณีย์โทรเลข จนกระทั่งปัจจุบัน กรมประชาสัมพันธ์ ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงสื่อวิทยุโทรทัศน์ในนามของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยแต่ละจังหวัด กระจายอยู่ทั่วประเทศ รวมทั้งสื่อสมัยใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์

ทั้งนี้ในยุคแรกๆ หลังจากมีการส่งกระจายเสียงทางสถานีวิทยุ กรมประชาสัมพันธ์ มีบทบาทหน้าที่ที่ไม่เปลี่ยนแปลงในการเผยแพร่ข่าว ความรู้ สร้างความเข้าใจแก่ประชาชน แต่ในช่วงเวลานั้น ยังไม่มีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร กรมประชาสัมพันธ์ไม่มีคู่แข่งในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน จึงทำให้ประชาชนไม่มีทางเลือกอื่นในการบริโภคข้อมูลข่าวสาร ทำให้ข้อมูลข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์ผลิตและเผยแพร่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางโดยไม่มีปัญหาอุปสรรค ซึ่งมีความแตกต่างจากในช่วงเวลาตั้งแต่ศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา โลกมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างรวดเร็ว นอกจากสื่อของรัฐแล้วยังมีสื่อของภาคเอกชนที่เกิดขึ้นมากมาย ที่ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน โดยสื่อต่างๆ ดังกล่าวแข่งขันกันนำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบและเนื้อหาใหม่ๆ ผ่านเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนที่มีความต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์ยังคงมีภารกิจหลักและบทบาทหน้าที่ในการให้บริการข้อมูลข่าวสารท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ สภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะความซับซ้อนของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีความต้องการรับบริการแบบเฉพาะกลุ่มสนใจ ที่มีความหลากหลาย ทั้งรูปแบบ และเนื้อหาใหม่ๆ ที่ดึงดูดความสนใจ และสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในปัจจุบันช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีให้เลือกมากมาย

กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะองค์กรภาครัฐ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องปรับตัว ในการดำเนินการตามภารกิจหลักดังกล่าว เพื่อให้สามารถรองรับและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศของรัฐบาล รวมทั้งความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร และสื่อสารมวลชน ที่มีการแข่งขันในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคซึ่งเชื่อมโยงไปถึงทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ตลอดจนพฤติกรรมกรรมการบริโภคข้อมูลข่าวสารของประชาชนที่เปลี่ยนแปลง และมีความต้องการที่หลากหลายซับซ้อนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งปัจจุบันและอนาคตมีสื่อต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย มีการแข่งขันสูงอย่างยิ่งในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน ทำให้ประชาชนผู้รับบริการมีทางเลือกในการบริโภคข้อมูลข่าวสารมากมาย ซึ่งแตกต่างจากยุคก่อนศตวรรษที่ 20 ที่ประชาชนไม่มีช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารให้เลือก หรือมีทางเลือกไม่มากนักต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากกรมประชาสัมพันธ์เท่านั้น

ดังนั้นกรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ และเป็นองค์กรภาครัฐที่มีโครงสร้าง และการบริหารงานในระบบราชการ 100% หากไม่มีการปรับเปลี่ยนปรับปรุง และ พัฒนาการดำเนินงานตามภารกิจ จะส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานไม่สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในหลายๆ ด้านที่กล่าวมาข้างต้น โดยเฉพาะการเป็นหน่วยงาน



ประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ ที่ต้องการสื่อสารทำความเข้าใจกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นในยุคปัจจุบัน จะส่งผลให้การดำเนินการตามภารกิจหลักของกรมประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารตามนโยบายรัฐบาลเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และก่อให้เกิดความร่วมมือของประชาชน ดำเนินการไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ และไม่บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งจะส่งผลไปถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผล การดำเนินงานตามนโยบายและยุทธศาสตร์ของรัฐบาล ที่ต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย สร้างความรู้ความเข้าใจ เกิดความพึงพอใจในการมีส่วนร่วม และให้ความร่วมมือในการดำเนินการตามนโยบายรัฐบาล เพื่อให้รัฐบาลบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

จากความสำคัญและที่มาของปัญหาดังกล่าวข้างต้น การศึกษาสภาพการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญ เนื่องจากภารกิจดังกล่าวเป็นการให้บริการสาธารณะที่ดำเนินการโดยใช้งบประมาณของประเทศ จึงมีความจำเป็นต้องดำเนินการให้มีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผล และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินการของกรมประชาสัมพันธ์ต่อไป โดยผู้ศึกษาแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ 1 สภาพการณ์เปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกต่างๆ ประเด็นที่ 2 ด้านโครงสร้างและการบริหารงานภายในองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งประเด็นดังกล่าวเหล่านี้ นับว่าเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อพันธกิจ และภารกิจหลักของกรมประชาสัมพันธ์ ในการผลิตข้อมูลข่าวสารเพื่อเผยแพร่ไปยังประชาชนผู้รับบริการ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์
2. เพื่อศึกษาสภาพการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันที่ท้าทายต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์
3. เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับ  
ความเปลี่ยนแปลง

## 1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์” สำหรับขอบเขตการศึกษากำหนดไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาสภาพการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันที่ส่งผลต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ศึกษาการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ และศึกษาแนวทางในการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

2. ขอบเขตด้านประชากรศึกษาจากบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ระดับผู้บริหาร และนักวิชาการระดับชำนาญการพิเศษ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และศึกษาจากประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อของกรมประชาสัมพันธ์

#### 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ผลจากการศึกษาวิจัย จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนผู้รับบริการของกรมประชาสัมพันธ์ที่ต้องมีการปรับตัว เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลง เพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารของประชาชน และการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ควรมีการปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ในการทำหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐ และข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ตลอดจนสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจทั้งด้านวิชาการ ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ด้านการกำหนดนโยบาย รวมทั้งเป็นแนวทางปฏิบัติ สำหรับองค์การภาครัฐ หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่มีลักษณะงานให้บริการที่ต้องปรับเปลี่ยน เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และสภาพแวดล้อมต่างๆที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานต่อไป

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**2.1 การศึกษาเรื่อง “การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์”** มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

แนวคิดโครงสร้างองค์การในภาครัฐ แนวคิดทฤษฎีองค์การ ตัวแบบดวงดาว (Star Model) แนวคิดการบริหารสมัยใหม่ แนวคิดการบริหารทรัพยากรบุคคล , แนวคิดคุณค่าด้านผู้นำองค์การ แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน ปัจจัยภายนอก ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ แนวคิดการจัดโครงสร้างหน่วยงานภาครัฐที่มีใช้ส่วนราชการ แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน แนวคิดการเปิดรับข่าวสาร แนวคิดหลักการประเมินคุณค่าข่าว และการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1.1 แนวคิดโครงสร้างองค์การภาครัฐ

แมกซ์ เวเบอร์ (Max Weber) เสนอรูปแบบองค์การขนาดใหญ่ที่เป็นทางการ (Bureaucracy) มีลักษณะเด่น คือ แบ่งงานกันทำเฉพาะด้าน แต่ละตำแหน่งมีอำนาจหน้าที่ชัดเจน การคัดเลือกบุคลากร การเลื่อนขั้นเงินเดือนมีความยุติธรรม ใช้หลักความสามารถและทักษะความชำนาญ มีการเขียนกฎ ระเบียบ อย่างชัดเจน การจ้างบุคลากรเข้าทำงานในระบบราชการถือเป็นอาชีพหนึ่งเป็นการจ้างงานระยะยาวและมีการแยกเรื่องส่วนตัวออกจากงาน(Weber,1947)<sup>1</sup>

ลักษณะเด่นดังกล่าว แม้ว่าจะได้รับการยอมรับว่า องค์การขนาดใหญ่ที่เป็นทางการ (Bureaucracy) ตามแนวคิดของ แมกซ์ เวเบอร์ เป็นองค์การที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด แต่เมื่อนำมาใช้กับสถานการณ์จริงพบว่า นักวิชาการที่เกี่ยวข้องได้มีการวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นรูปแบบที่ไม่มีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. ให้ความสำคัญกับกฎ ระเบียบ แบบแผนทำให้ขาดความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน เน้นทำตามกฎเกณฑ์มากกว่าเน้นเป้าหมายของงาน

---

<sup>1</sup> อัมพร ชำรงลักษณ์ , *องค์การ:ทฤษฎี โครงสร้างและการออกแบบ* , (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2556).

2. กฎ ข้อบังคับ เป็นการควบคุมพฤติกรรมของคนให้อยู่ในกรอบ ขาดการกระตือรือร้นในการทำงาน ทำเพียงเพื่อไม่ให้ถูกลงโทษ ไม่ได้พยายามทำงานด้วยความสามารถอย่างเต็มที่

3. ทำให้คนมีพฤติกรรมแบบเฉื่อยชาปฏิบัติตามกฎอย่างเคร่งครัด ไม่ทำงานนอกเหนือที่กำหนด เพื่อไม่ให้ถูกลงโทษเมื่อทำผิดพลาด

4. กฎ ระเบียบ เก่าไม่สอดคล้องกับปัญหาและสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ซึ่งต้องการความรวดเร็วและความยืดหยุ่นในการแก้ปัญหา

5. เนื่องจากความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ งานที่ทำไม่ซับซ้อน คนอื่นทำงานแทนได้ ทำให้รู้สึกว่าคุณไม่สำคัญ ไม่มีความรู้สึกผูกพันกับองค์กร

6. การรวมอำนาจและตัดสินใจโดยผู้บริหารระดับสูง การสั่งการเป็นไปตามลำดับบังคับบัญชา ผู้ปฏิบัติไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

7. ผลเสียส่งผลกระทบต่อผู้รับบริการ เกิดความรู้สึกไม่ดี ได้รับบริการล่าช้า มีกฎระเบียบและแบบฟอร์มมากมาย

ต่อมาในยุคหลังปฏิวัติอุตสาหกรรม มีความเจริญด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีมีความเป็นส่วนตัวเข้ามาครอบงำสังคม ระบบราชการต้องปรับตัวเอง จึงมีการนำเสนอให้ระบบราชการลดสายบังคับบัญชา ซึ่งน่าสนใจมากที่ระบบราชการต้องเริ่มปรับตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ในยุคหลังระบบราชการ ยังคงมีโครงสร้างตามสายบังคับบัญชา สั่งการจากบนลงล่างล่างยังคงอยู่ แต่มีนัยการเมื่อเข้ามาเกี่ยวข้องในการกำหนด และตัดสินใจในนโยบายของภาครัฐ มีโครงสร้างการตัดสินใจของศาลเมื่อมีข้อพิพาทหรือขัดแย้ง มีการเจรจาต่อรองและการตัดสินใจที่ประนีประนอมของคู่ขัดแย้ง มีการใช้คะแนนเสียงในการตัดสินใจ การเห็นพ้องต้องกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องแบบเอกฉันท์ การไกล่เกลี่ยจากผู้ที่เป็นกลาง และโครงสร้างการตัดสินใจตามกลไกตลาด ซึ่งไม่มีในระบบราชการ

ในปัจจุบันโครงสร้างองค์กร ได้นำแนวคิดโครงสร้างการทำงานแบบเครือข่ายเข้ามาใช้มากยิ่งขึ้น ทั้งองค์กรภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อเชื่อมโยงการทำงาน โดยมีโครงสร้างเครือข่ายในหลายรูปแบบ ส่วนจะเลือกเครือข่ายในรูปแบบใดแล้วแต่ความเหมาะสม

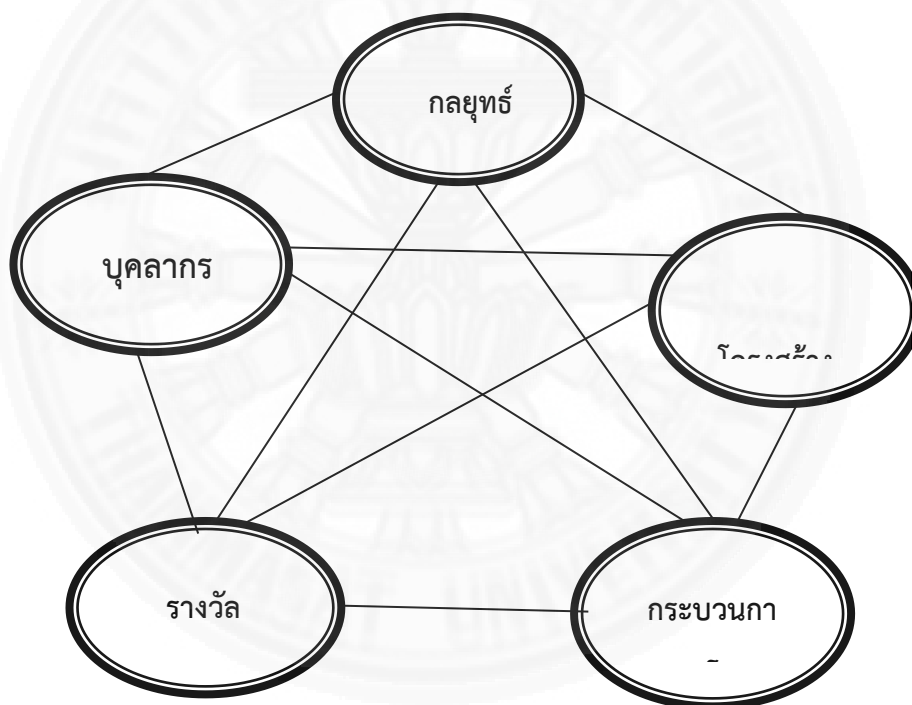
### 2.1.2 แนวคิดทฤษฎีองค์กร ตัวแบบดวงดาว(Star Model)

เจย์ อาร์ แกลเบิร์ต และคณะ ได้เสนอขึ้นมา เนื่องจากมีแนวความคิดว่า การบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ต้องมีการพัฒนาองค์กรในด้านอื่นๆ อย่างสมดุลมีการ

กำหนดทิศทาง กลยุทธ์ในการพัฒนา โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ<sup>2</sup>

1. ด้านโครงสร้างองค์การ (Structure) เป็นการกำหนดตำแหน่งของการตัดสินใจในองค์การ
2. กระบวนการทำงาน (Processes) โดยมีการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร บริหารจัดการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร
3. ระบบการจ่ายรางวัลค่าตอบแทน (Reward) เป็นการกระตุ้นและโน้มน้าวบุคลากรให้ปฏิบัติงานให้ได้ผลตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การที่กำหนดไว้
4. นโยบายด้านบุคลากร (People) เพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพิ่มทักษะในการทำงาน และเสริมสร้างทัศนคติความมุ่งมั่นทุ่มเทให้กับการทำงาน

แผนภาพที่ 2.1 แสดงตัวแบบดวงดาวของเจย์ อาร์ แกลเบอรี่



ที่มา : ดัดแปลงจาก

Galbraith, Downey and Kates. (2004) , *Designing Dynamic Organization A hands-on Guide for leaders of All Levels* Newyork: Amacom.

Galbraith, Jay R. (2002), *Designing Organization:An Executive Guide to Strategy , Structure and Process*. San Francisco, California:Jossey-Bass Inc

<sup>2</sup> เรืองเดียวกัน.

เจย์ อาร์ แกลเบิร์ต ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ของทั้ง 5 นโยบาย<sup>3</sup> โดยสรุปได้ ดังนี้

**1. นโยบายด้านกลยุทธ์ (Strategy)** ระบุถึงเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ต้องการบรรลุ นอกจากนี้ยังระบุถึงค่านิยมและพันธกิจที่ต้องมุ่งตอบสนอง ซึ่งให้เห็นทิศทางที่องค์กรตั้งใจและคาดหวังว่าจะดำเนินการสินค้าและบริการที่ต้องการผลิต ตลาดทางธุรกิจของสินค้าและบริการ ที่ผลิตรวมตลอดถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการดำเนินกิจการ และแหล่งพลังที่นับเป็นจุดได้เปรียบและจุดแข็งในการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณค่า กล่าวโดยรวมกลยุทธ์ เปรียบเสมือนธงชัย หรือหางเสือของเรือที่บ่งบอกทิศทางที่จะเดิน กำหนดโครงสร้างอำนาจหน้าที่และกระบวนการทำงานและระบบนโยบายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตามมาอีกทั้งหมด อันเป็นฐานของการตัดสินใจว่า จะเลือกใช้การจัดโครงสร้างองค์การรูปแบบใด ทำกิจกรรมอะไรบ้าง

**2. โครงสร้างองค์การ (Structure)** กำหนดถึงอำนาจหน้าที่ และโครงสร้างอำนาจในองค์การอันครอบคลุมถึง 4 เรื่องหลักๆ ได้แก่ 1) ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (specialization) ได้แก่ ประเภทของความเชี่ยวชาญในเนื้องานซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องอย่างสำคัญกับ 2) รูปทรงขององค์การ (shape) หมายถึง จำนวนบุคลากรในแต่ละกลุ่มงานในแต่ละระดับของการทำงาน หากกลุ่มงานนั้นมีจำนวนคนมากจะทำให้รูปทรงขององค์การมีขนาดสั้นลง แต่ถ้ามีจำนวนคนในกลุ่มงานน้อย จะมีผลให้เพิ่มระดับการบังคับบัญชามากขึ้น รูปทรงองค์การจะสูงมากขึ้น 3) การจัดสรรอำนาจ (distribution of power) เป็นเรื่องของการรวม หรือการกระจายอำนาจการทำงานในองค์การ และ 4) การจัดกลุ่มแผนกงาน (departmentalization) เป็นการรวมกลุ่มแผนกต่างๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งพื้นฐานในการจัดกลุ่มงานในเบื้องต้น ได้แก่ การจัดกลุ่มงานตามหน้าที่ ตามผลิตภัณฑ์ ตามกระบวนการทำงาน ตามตลาดธุรกิจ และตามภูมิภาค

**3. กระบวนการทำงาน (Processes)** ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจและการส่งผ่านข้อมูลในองค์การ ซึ่งสามารถทำได้ทั้งในแนวตั้ง (vertical processes) และแนวนอน (horizontal or lateral processes) ในทางแนวตั้ง คือ กระบวนการตัดสินใจจัดสรรทรัพยากรด้านการเงิน และบุคลากรที่สำคัญให้ส่วนต่างๆ ในองค์การ ส่วนในแนวนอน เป็นกระบวนการเชื่อมประสานการทำงาน ของระบบทีมงานต่างๆ ที่จัดแบ่งออกไปตามกลุ่มงาน เช่น กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการรับเรื่องสั่งสินค้าและบริการจากลูกค้า ที่ระบบการบริหารจัดการภายใน ต้องมีการทำงานประสานกัน อย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นระบบการทำงานที่ปรับใช้กันในทุกวันนี้มากที่สุด โดยไม่คำนึงถึงการจัดกลุ่มงานที่เป็นทางการ

**4. ระบบการจ่ายรางวัลค่าตอบแทน (Reward)** เป้าหมายการจ่ายรางวัล และ

---

<sup>3</sup> เรื่องเดียวกัน.



ค่าตอบแทนขององค์การ ที่จะกำหนดขึ้นต้องมีความสอดคล้องกับเป้าหมาย และความต้องการของบุคลากรในองค์การ ทั้งในเรื่องของนโยบายการจ่ายเงินเดือน ค่าจ้าง การปรับตำแหน่ง การจ่ายโบนัส การจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน เงินปันผล และการถือหุ้นกิจการ เป็นต้น ทั้งนี้ระบบค่าตอบแทนนี้ ต้องสอดคล้องกับโครงสร้างและกลยุทธ์ขององค์การที่ได้กำหนดไว้ตั้งแต่เบื้องต้น

**5. บุคลากร (People)** หมายถึงระบบการบริหารงานทรัพยากรบุคคล ได้แก่ นโยบายการสรรหา การบรรจุแต่งตั้ง การเลือกสรรบุคลากร การหมุนเวียนงาน การฝึกอบรม และการพัฒนาบุคลากร ในภาพรวมเป็นกระบวนการพัฒนาสร้างศักยภาพของทรัพยากรบุคคลให้มีความสามารถ และความพร้อมในการนำนโยบาย และกลยุทธ์ขององค์การไปสู่การปฏิบัติให้เกิดขึ้น

### 2.1.3 แนวคิดการบริหารทรัพยากรบุคคล

เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลต่อการบริหารงานของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีโครงสร้างองค์กรเป็นระบบราชการ รวมทั้งการบริหารด้านทรัพยากรบุคคล ดังนั้น การศึกษาความสัมพันธ์ขององค์กรโครงสร้างระบบราชการ ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ แนวคิดของการบริหารทรัพยากรบุคคลจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะต้องนำมาศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป การบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องสร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ มีการบริหารกำลังคนที่หลากหลายมากขึ้น องค์กรยุคไร้พรมแดนจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์องค์กร (organizational strategy) ซึ่งจำเป็นต้องเปลี่ยนโครงสร้าง(structure) วัฒนธรรม (culture) และกระบวนการบริหาร(managerial processes) ทุกองค์การต้องปรับปรุงทักษะของกำลังคน ค่าใช้จ่าย และการผลิตอย่างต่อเนื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์จะแสดงบทบาทที่สำคัญในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ จะต้องดำเนินการ 6 ประการได้แก่ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและการคัดเลือก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การจ่ายค่าตอบแทนและประโยชน์เกื้อกูล ความปลอดภัยและสุขภาพ พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ ตลอดจนการวิจัยทรัพยากรมนุษย์<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> เกรียงศักดิ์ เขียวยิ่ง , *การบริหารทรัพยากรมนุษย์* , (กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ็กสเปอร์เน็ท จำกัด,2550).

งานการบริหารทรัพยากรบุคคล หรือ People Dimension in Management มีเนื้อหาหลัก 4 เรื่อง คือ การหาคน(Acquisition) การฝึกอบรมและพัฒนา(Training & Development) การจูงใจ (Motivation) และการธำรงรักษา (Maintenance) โดยหนึ่งในประเด็นร้อนของการบริหารงานบุคคลปัจจุบัน คือ การวางแผนกำลังคน และการพัฒนาคน โดยการสรรหาคนที่ใช่ ให้ทำงานให้เหมาะสม ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นเรื่องสำคัญขององค์กรในบ้านเราเท่านั้น แต่ยังเป็นความรับผิดชอบหลักของคนที่ทำงานการบริหารทรัพยากรบุคคล ที่จะต้องให้ความสำคัญ โดยมีกระบวนการสำคัญดังนี้

1. การวางแผนกำลังคน(Workforce Planning)
  2. การวางแผนเส้นทางการเติบโต(Progression Plan)
  3. การวางแผนทักษะฝีมือ(Staff Skills Plan)
  4. การออกแบบสิ่งจูงใจและค่าตอบแทนที่เป็นธรรม
  5. การกำหนดระดับการจ่าย(Pay Level) ที่แข่งขันได้กับตลาด
  6. การจ่ายค่าตอบแทนตามผลงานและเป็นธรรม
  7. การบริหารผลการปฏิบัติงาน(Performance Management)
  8. การวางแผนการพัฒนาในสายอาชีพ (Career Development Plan)
  9. ระเบียบและข้อบังคับในการทำงาน
  10. การจัดการประเด็นปัญหาเรื่องคนที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน
- การวางแผนกำลังคน มีความสำคัญหลายประการ<sup>5</sup> สรุปได้ว่า

1. หน้าที่งานทางการบริหาร – Planning , Organizing , Leading , Controlling ซึ่งงานทั้งหมดมีพื้นฐานเรื่องเดียวกัน คือ “กำลังคน”
2. ใช้คนให้เกิดประโยชน์สูงสุด เนื่องจากทรัพยากรทางการบริหาร เช่น งบประมาณเพื่อการบริหารคนมีจำกัด(ค่าจ้าง ค่าตอบแทน สวัสดิการ)
3. เป็นการจูงใจ การใช้ประโยชน์จากกำลังคนจะได้ผลดีก็ต่อเมื่อคนที่ใช่ ได้ผลงานที่ต้องการ ภายใต้อำนาจจูงใจที่เหมาะสม
4. สานสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน การวางแผนกำลังคนจะช่วยลดปัญหาความไม่

---

<sup>5</sup> ชัชวาล อรวรงค์ศุภทัต , คัมภีร์สร้าง “คนเก่ง” สู่อองค์กร ด้วย HR มืออาชีพ 1 : (กรุงเทพมหานคร :บริษัท แอสปี้บู๊ค พับลิชชิ่ง จำกัด,2556), 13-16.



เข้าใจของการใช้อัตรากำลังระหว่างหน่วยงาน และยังช่วยให้สามารถควบคุม สนับสนุนการทำงานได้อย่างเหมาะสม

5. สร้างผลิตภาพการทำงานสูงขึ้น ผลิตผลจากการทำงานเพิ่มสูงขึ้นเมื่อใช้คนให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด โดยอาศัยการกำหนดเป้าหมายผลงานที่ชัดเจน การฝึกอบรมและการจ่ายค่าจ้างค่าตอบแทนที่เหมาะสมและจูงใจให้สร้างผลงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง

6. องค์กรทั้งหลายวางแผนกำลังคนไม่เพียงแต่เพื่อวิเคราะห์อัตรากำลังคนที่มีเพื่อใช้ในปัจจุบัน แต่ยังพยากรณ์อัตรากำลังคนไว้สำหรับอนาคตด้วย ทำให้รู้ว่ามีกำลังคนเกิน/ขาดเพียงไร ให้ข้อมูลในการเกลี้ยอัตรากำลังคนระหว่างหน่วยงานได้ เตรียมกำลังคนทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ในอนาคต

7. การสรรหาและคัดเลือก ต้องอาศัยข้อมูลอัตรากำลังคนที่ได้วางแผนไว้เป็นพื้นฐาน เพื่อลดโอกาสที่จะสรรหาเกินหรือน้อยกว่าความต้องการ

8. ช่วยลดต้นทุนจากการจ้างแรงงานในปริมาณที่ไม่เหมาะสมหรือเกินกว่าที่ต้องการ

9. ช่วยในการระบุว่ามีใครเป็นคนเก่งในองค์กรที่สามารถทำงานได้หลากหลายและช่วยงานได้เพิ่มขึ้น

#### 2.1.4 แนวคิดคุณค่าด้านผู้นำองค์กร

ท่ามกลางการแข่งขันในยุคโลกาภิวัตน์ในปัจจุบัน ความสำเร็จเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรต้องการ ในการปฏิบัติงานขององค์กรใด ๆ นั้น ความสำเร็จจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการนำองค์กรไปสู่เป้าหมายและการให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นสำคัญ ดังนั้น ผู้นำองค์กรที่มีประสิทธิภาพ จึงมีความจำเป็นสำหรับองค์กรต่างๆ และเป็นกุญแจหลักในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และทำให้เกิดทุนทางปัญญา ดังคำกล่าวของ จอห์น ซี แม็คเวลล์ว่า “ความสามารถในการเป็นผู้นำมักจะเป็นตัวกำหนดความมีประสิทธิภาพขององค์กรและของบุคคล”<sup>6</sup>

การสร้างขีดความสามารถขององค์กรผ่านผู้นำนั้น ผู้นำจะต้องมีความรู้ความสามารถทางธุรกิจ มีทักษะในการคิดเชิงกลยุทธ์ เก็บประวัติความสำเร็จต่างๆขององค์กร มีความสามารถในการสื่อสาร จูงใจและมอบหมายงาน ผู้นำต้องเป็นเหมือนนักชิม คือ ต้องรู้ว่าพนักงานคนใดมีความรู้ความสามารถด้านใด รู้ว่าจะต้องปรับแต่งรสชาติใดให้กับพนักงานเหล่านั้น เพื่อให้เกิดรสชาติที่กลมกล่อม หล่อหลอมให้เกิดพรสวรรค์ ความสามารถพิเศษของแต่ละคน ผู้นำต้องกล้า

<sup>6</sup> กิริติ ยศยิ่งยง , *ขีดความสามารถ: Competency Based Approach*, (กรุงเทพมหานคร : บริษัท มิสเตอร์ก๊อปปี(ประเทศไทย) จำกัด , 2549).

ตัดสินใจในสถานการณ์ต่างๆ แม้ในช่วงที่มีเวลาน้อยและข้อมูลไม่สมบูรณ์ และสิ่งสำคัญที่สุดคือ บุคลิกลักษณะ เพราะเป็นคุณสมบัติสำคัญที่จะทำให้เกิดผลงานและประสบความสำเร็จได้

ปัจจุบันการตอบสนองความต้องการของผู้ตาม ถือเป็นภาวะผู้นำที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น เมื่อมีการกล่าวถึงผู้นำ จึงไม่ได้คำนึงถึงลักษณะของผู้นำที่มีประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ยังคงคำนึงถึงความคาดหวังของผู้ตามที่มีต่อผู้นำของพวกเขาด้วย ความต้องการของผู้ตามมี 4 ด้านสรุปได้ดังนี้<sup>7</sup>

1. จุดมุ่งหมายหรือทิศทาง
2. ความไว้วางใจ
3. ความคาดหวังและการมองในแง่ดี
4. ผลลัพธ์

ดังนั้น ผู้นำจึงต้องมีการเตรียมการในองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ

1. การจัดเตรียมเป้าหมาย
2. การทำให้เกิดและรักษาไว้ซึ่งความไว้วางใจ
3. การสนับสนุนให้เกิดความหวัง
4. การได้ผลลัพธ์

### การจัดเตรียมเป้าหมาย

ผู้นำต้องสร้างให้เกิด “ความรู้สึกสู่จุดหมาย” เพื่อตอบสนองความต้องการ ในด้าน ทิศทางของผู้ตาม โดยการจัดเตรียมเป้าหมาย ผู้นำที่มีประสิทธิภาพไม่ได้มองแค่ “จะเกิดอะไรขึ้นต่อไป” แต่ยังคงคิดถึงว่า “จะเกิดอะไรขึ้นต่อไปอีกหลังจากเกิดสิ่งนั้นแล้ว” การกำหนดเป้าหมายจึงไม่ใช่แค่กำหนดวิสัยทัศน์ในเรื่องว่าองค์กรกำลังมุ่งไปที่จุดไหน แต่ยังรวมถึงที่ไหนที่องค์การเคยอยู่ และตอนนี้องค์การกำลังอยู่ที่จุดไหน ผู้ตามต้องการให้ผู้นำจัดหาสิ่งเหล่านี้มาให้ และสิ่งสำคัญที่พวกเขาต้องการก็คือ ความรู้สึกสำคัญ ซึ่งสิ่งนี้จะทำให้ผู้ตามร่วมแรงร่วมใจ ท่วมเทพล้งในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ดังนั้น ผู้นำจึงต้องสร้างให้เกิดแรงสนับสนุนต่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร

### การทำให้เกิดและรักษาไว้ซึ่งความไว้วางใจ

ความไว้วางใจเป็นความรู้สึกที่ฝังแน่น ซึ่งสามารถผูกมัดคนและองค์กรได้ ปัจจัยต่างๆที่ทำให้เกิดความไว้วางใจ เช่น ในที่ทำงาน คู่สมรส หรือความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ความสามารถ ความมั่นคง การเอาใจใส่ การเปิดเผยตรงไปตรงมา ความสอดคล้องกัน “การเปิดเผย”

<sup>7</sup> เรื่องเดียวกัน.

เป็นสิ่งสำคัญที่สุดขององค์ประกอบในเรื่องความไว้วางใจ ผู้นำที่เป็นแบบอย่างจะสร้างบรรยากาศของการเปิดเผยตรงไปตรงมา ยิ่งในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลง ผู้นำจะแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับสถานะขององค์กร หน่วยงาน และโลก ถ้าปราศจากการเปิดเผยแล้วจะทำให้ขาดซึ่งความไว้วางใจ

### การสนับสนุนให้เกิดความหวัง

ผู้นำต้องสร้างให้ผู้ตามเกิดความรู้สึกที่เต็มไปด้วยความหวัง เพื่อให้เกิดความรู้สึกอันแรงกล้า ว่าสิ่งต่างๆจะต้องไปได้ดี สร้างความมั่นใจในตนเองและทุกอย่างรอบตัว ซึ่งจะทำให้เกิดพลังและความเชื่อมั่น ซึ่งจะส่งผลต่อผลลัพธ์ในที่สุด

### การได้ผลลัพธ์

ในฐานะผู้นำการจัดเตรียมเป้าหมาย สร้างความไว้วางใจ ความหวัง ก็เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ขององค์กร การจะทำให้เกิดผลลัพธ์ได้ก็ต้องมีการลงมือทำ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า การกระทำทุกอย่างจะประสบความสำเร็จ ดังนั้น ผู้นำต้องสร้างให้เกิดความอดทนต่อความผิดพลาด เพื่อให้ผู้ตามเกิดความพยายามที่จะทำงานต่อไป สิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดผลลัพธ์ในการทำงาน คือ พันธะสัญญา(Commitment) งาน(Enterprise) ความอยากรู้อยากเห็น(Curiosity) ความกล้าหาญ(Courage) และสิ่งที่สำคัญคือ ภาวะผู้นำ(Leadership)

นอกจากแนวคิดการบริหารทรัพยากรบุคคลแล้ว ปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของกรมประชาสัมพันธ์ ยังควรศึกษาเพิ่มเติม แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งจะต้องมีทั้งประสิทธิผล(Effectiveness) หมายถึง ความสำเร็จในการที่สามารถดำเนินกิจการก้าวหน้าไป และสามารถบรรลุเป้าหมายต่างๆที่องค์กรตั้งไว้ได้ รวมทั้งประสิทธิภาพ(Efficiency) หมายถึง การเปรียบเทียบทรัพยากรที่ใช้ไปกับผลที่ได้จากการทำงานว่าดีขึ้นอย่างไร แคไหน ในขณะที่กำลังทำงานตามเป้าหมายขององค์กร<sup>8</sup>

นอกจากแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน แนวคิดที่จะต้องนำมาร่วมในการศึกษาคั้งนี้ คือการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์ปัจจัยที่จะส่งผลต่อการดำเนินงานผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์

### 2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน

ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน ผลการปฏิบัติงานของบุคลากรจะดีหรือไม่ ส่วนหนึ่ง

<sup>8</sup> ธงชัย สันติวงษ์ , องค์กรและการจัดการ ทันสมัยยุคโลกาภิวัตน์ , (กรุงเทพมหานคร :

ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งเป็นความรู้สึกร่วมของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวก เป็นความสุขที่เกิดจากการปฏิบัติงาน และผลตอบแทน คือ ความพึงพอใจ และทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกดีหรือร้าย มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและกำลังใจ โดยสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลการทำงาน รวมทั้งส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จและเป้าหมายขององค์กร<sup>9</sup>

องค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานในด้านอุตสาหกรรม<sup>10</sup> มีดังต่อไปนี้

1. งาน คือ งานที่ทำอยู่ มีความถนัดและสนใจในงานหรือไม่ หากผู้ทำงานชอบงานที่ทำอยู่ ความพึงพอใจในงานนั้นก็จะมีมากขึ้น
2. ค่าจ้าง ที่เหมาะสมและเป็นธรรมจะทำให้ผู้ทำงานพึงพอใจ
3. โอกาสที่จะได้เลื่อนตำแหน่ง ผู้บังคับบัญชาต้องมีความยุติธรรม ในการพิจารณาเลื่อนตำแหน่ง
4. การยอมรับ ผู้บังคับบัญชา ผู้บริหาร และเพื่อนร่วมงาน หากบุคคลได้รับการยอมรับ ย่อมทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการทำงาน
5. สภาพการทำงานเป็นสภาพทั่วไปของสถานที่ทำงาน เช่น ความสะอาด ความเป็นระเบียบ
6. ผลประโยชน์และสวัสดิการ สิ่งที่ได้รับตอบแทนนอกเหนือจากค่าจ้าง เช่น บำเหน็จ บำนาญ ค่ารักษาพยาบาล ค่าที่พัก
7. หัวหน้างาน หรือผู้บังคับบัญชา หัวหน้ามีอิทธิพลมากเช่นกัน หากหัวหน้ามีทักษะในการบริหาร รู้หลักจิตวิทยา รู้หลักมนุษยสัมพันธ์ และสามารถแก้ไขปัญหาหรือให้คำแนะนำแก่ผู้ปฏิบัติงานได้ดี ย่อมทำให้ผู้ร่วมงานพึงพอใจ
8. เพื่อนร่วมงาน หากมีเพื่อนร่วมงานที่ดี ทำงานไปกันได้ดี ย่อมส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจ
9. องค์กรและการจัดการ หากองค์กรมีการบริหารจัดการอย่างมีระบบ ย่อมทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจ

<sup>9</sup> ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ , *จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล* , (กรุงเทพมหานคร : บริษัทพิมพ์ดี จำกัด,2547), 122.

<sup>10</sup> อารี เพชรสุด , *มนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน* , (กรุงเทพมหานคร : เนติกุลการพิมพ์, 2530),

การให้รางวัล ในการศึกษาเรื่อง การจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เรื่องสำคัญที่ต้องให้ความสนใจก็คือ “ระบบการให้รางวัล” คนส่วนใหญ่ล้วนเห็นพ้องกันว่า การให้รางวัลแก่บุคคลเป็น “มือที่มองไม่เห็น” ที่ทรงพลังในการปรับพฤติกรรม และส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการบริหาร<sup>11</sup>

ผลการวิจัยทางวิชาการส่วนใหญ่ ได้ข้อสรุปที่ค่อนข้างเด่นชัดว่า ระบบการจ่ายค่าตอบแทนที่สอดคล้องเป็นตัวส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรม หรือผลลัพธ์ที่ต้องการมากขึ้น และทำให้ส่วนที่ไม่ต้องการลดน้อยลง ตัวอย่างเช่น บริษัทผลิตเหล็ก Nucor ซึ่งมีระบบการจ่ายค่าตอบแทนที่สัมพันธ์กับผลผลิตเป็นอย่างมาก ทำให้พนักงานในบริษัทปฏิบัติงานจนเกิดผลผลิตมากกว่าบริษัทอื่นใด

สิ่งที่เห็นได้ยากกว่าสำหรับผู้นำ หรือผู้วางแผนการเปลี่ยนแปลงก็คือ พฤติกรรม และอะไรที่ควรจะได้รับรางวัล สิ่งเหล่านี้ต้องพิจารณาตามสถานการณ์ ความผิดพลาดในระบบการให้รางวัล จะทำให้การทำงานเสียหาย ดังนั้น เพื่อให้องค์กรมีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง จึงจำเป็นต้องตรวจสอบว่า ระบบการให้รางวัลมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่เราต้องการให้เกิดขึ้นหรือไม่ ศาสตราจารย์ทางด้านบริหารธุรกิจ เอ็ดเวิร์ด ลอว์เลอร์ กล่าวไว้ว่า ระบบการให้รางวัลที่แตกต่างกัน มีความเหมาะสมกับระยะแห่งการเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างกัน เช่น

การให้ค่าตอบแทนตามผลงาน (performance – based pay) เช่น ให้เงินโบนัส การซื้อหุ้น และการปันผลกำไร จะมีความเหมาะสมมากที่สุด ในช่วงระหว่างการจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

ช่วงเวลาการลงมือเปลี่ยนแปลง การให้โบนัสเมื่อบรรลุถึงผลงานตามเป้าหมาย และการปฏิบัติงานสำเร็จจูล่วงไปด้วยดีเป็นสิ่งที่มีความเหมาะสม

ในที่สุด เมื่อการเปลี่ยนแปลงบังเกิดขึ้นองค์กรอาจจะเปลี่ยนการจ่ายค่าตอบแทนตามผลงาน (pay – for – performance) โดยเน้นไปยังผลงานในระยะยาว รวมทั้งการดึงดูด และการรักษาคนที่มีความสามารถให้อยู่ในองค์กร

ระบบการให้รางวัลเพียงอย่างเดียวอาจจะไม่สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ต้องการได้ ถ้าผู้รับผิดชอบต่อการเปลี่ยนแปลงขาดความรู้ ข้อมูล และอำนาจที่ใช้ผ่านการทำงาน ดังนั้น การให้รางวัลจึงเป็นเพียงส่วนหนึ่งของกลไกที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด

### 2.1.6 แนวคิดการบริหารสมัยใหม่

การศึกษาแนวคิดในการบริหารสมัยใหม่ ซึ่งในยุคปัจจุบันมีสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานขององค์กร จึงมีความจำเป็นต้องศึกษา เนื่องจากสภาพแวดล้อม

<sup>11</sup> ภัคดี เมฆจำเริญ , การบริหารการเปลี่ยนแปลง *Managing Chang and Transition* โดย Mike Beer 2551 : (กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ็กสเปอร์เน็ท จำกัด, 2551).

เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไม่สามารถควบคุม และคาดคะเนได้ยาก แนวโน้มโครงสร้างองค์การสมัยใหม่ จึงมีลักษณะสำคัญๆ 7 ประการ คือ สายการบังคับบัญชาสั้นลงหรือมีชั้นของการบังคับบัญชาลดลง ขนาดของการควบคุมกว้างขึ้น ซึ่งหมายความว่าจำนวนคนที่หัวหน้าคนหนึ่งสามารถควบคุมได้มีจำนวนมากขึ้น ความเป็นเอกภาพของการบังคับบัญชาน้อยลง การมอบหมายและการให้คนมีอำนาจมีมากขึ้น มีการกระจายอำนาจอย่างรวบอำนาจ การมีโครงสร้างองค์การขนาดเล็กรวมอยู่ในขนาดใหญ่ และมีการลดจำนวนที่ปรึกษาให้เหลือน้อยลง<sup>12</sup>

การปรับโครงสร้างองค์การเพื่อให้องค์การประสบความสำเร็จ โดยทั่วไปจะพิจารณาจากปัจจัย 5 ประการ<sup>13</sup> คือ

1. กลยุทธ์ (Strategy) กลยุทธ์ที่ใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการออกแบบโครงสร้างองค์การ แยกเป็นกลยุทธ์เป้าหมาย และแผนกลยุทธ์ เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจบางครั้งจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนแผน เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์
2. สิ่งแวดล้อม (Environment) ตัวแปรต่างๆในสิ่งแวดล้อมมักมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้ส่งผลกระทบต่อองค์การ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรภายใน และตัวแปรภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัตถุดิบ เป็นต้น
3. เทคโนโลยี (Technology) การใช้เทคโนโลยีต่างๆ มีอิทธิพลต่อโครงสร้างขององค์การ ถ้าเป็นองค์การขนาดใหญ่ จะมีอิทธิพลต่อพนักงานระดับล่าง ถ้าเป็นองค์การขนาดเล็กจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการทำงาน
4. ขนาดขององค์การ (Organization Size) มีผลต่อการออกแบบองค์การเช่น องค์การขนาดใหญ่มีแนวโน้มต้องการผู้ที่มีความสามารถเฉพาะด้านเป็นผู้เชี่ยวชาญ และองค์การที่ขยายใหญ่ขึ้นควรมีการกระจายอำนาจในการตัดสินใจ
5. วงจรชีวิตขององค์การ (Organization Life Cycle) องค์การจะเริ่มจากขนาดเล็กและขยายตัวเป็นขนาดใหญ่ จะต้องผ่านขั้นตอนต่างๆในการพัฒนา 4 ขั้นตอน ซึ่งเรียกว่า วงจรชีวิตขององค์การ ได้แก่ ขั้นตอนแรกองค์การมีขนาดเล็ก กฎระเบียบน้อย มีการกระจายงานกันทำการตัดสินใจเป็นแบบรวมอำนาจ ขั้นตอนที่สอง องค์การมีการขยายตัว มีการเพิ่มบุคลากรและ

<sup>12</sup> เสนาะ ตีแยว , *หลักการบริหาร* , (กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ.2551).

<sup>13</sup> ขวลิขิต ประภาวนนท์ , *องค์การและการจัดการ* , (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา,2539), 165-168.



ทรัพยากร เริ่มมีกฎที่เป็นทางการมากขึ้น ผู้บริหารระดับสูงยังคงมีการตัดสินใจแบบรวมอำนาจ ขั้นตอนที่สามารถมีการเติบโตเต็มที่ บุคลากรถูกแบ่งงานออกไปตามหน้าที่ ได้แก่ พนักงานปฏิบัติงานหลัก(Line) และทีมที่ปรึกษา (Staff) ผู้บริหารระดับสูงมีการกระจายอำนาจในการตัดสินใจ และขั้นตอนที่สี่ องค์การมีการเจริญเติบโตเต็มที่ การเติบโตเริ่มช้าลง ผู้บริหารและพนักงานยังต้องปฏิบัติงานสลับซับซ้อน ดังนั้น การแยกองค์การออกเป็นหน่วยย่อย จะช่วยแก้ปัญหาโครงสร้างได้ดี ในแต่ละหน่วยจะต้องพึ่งพาอาศัยกัน มีการประสานงานกัน และทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม

การจัดและออกแบบโครงสร้างองค์การที่ดี ประกอบด้วยหลักเกณฑ์สำคัญ 9 ประการ<sup>14</sup> ดังต่อไปนี้

1. จัดสายบังคับบัญชาเหมาะสม (Chain of Command) หมายถึง สายของสัมพันธ์ของบุคคลในองค์การตามลำดับชั้น จากระดับสูงไปยังระดับต่ำตลอดทั้งองค์การโดยแต่ละสายบังคับบัญชาไม่ควรให้มีลำดับชั้นมากเกินไป
2. จัดการติดต่อสื่อสารสะดวกคล่องตัว (Communication) การติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องสำคัญที่องค์การจะต้องจัดให้มีอย่างสะดวกและดีพอ เพื่อให้ทุกคนปฏิบัติงานได้อย่างประสานกัน และบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ
3. จัดให้การบังคับบัญชามีเอกภาพ (Unity of Command) หมายถึงผู้บังคับบัญชาโดยตรงเพียงคนเดียวเท่านั้น เพื่อมิให้มีความสับสน
4. มีขอบเขตของการควบคุมที่เหมาะสม (Span of Control) หมายถึงผู้บังคับบัญชาควบคุมผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยจำนวนที่เหมาะสม ไม่มากหรือน้อยเกินไป
5. คำนึงถึงการแบ่งงานกันทำ (Division of Work) หมายถึงวิธีการจัดแบ่งงานให้เหมาะสมเพื่อแบ่งงานกันทำ
6. จะต้องแบ่งงานให้มีเจ้าหน้าที่ 3 ฝ่าย คือ งานหลัก (Line) งานช่วย (Staff) และงานเสริม (Auxiliary) ให้เหมาะสม โดยเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานหลัก (Line) ปฏิบัติงานตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์การ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานช่วย (Staff) ปฏิบัติงานช่วยเหลือหน่วยงานหลัก และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเสริม (Auxiliary) ทำหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ
7. ต้องมีการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ (Coordination) หมายถึงกิจกรรมสำคัญที่จะทำให้งานสามารถปฏิบัติได้อย่างสอดคล้อง ให้งานบรรลุวัตถุประสงค์

<sup>14</sup> บรรยงค์ โตจินดา , *องค์การและการจัดการ* , (กรุงเทพมหานคร : บริษัทรวมสาส์น(1977) จำกัด), 132.

8. ต้องกำหนดหน้าที่ (Job Description) และมอบหมาย อำนาจหน้าที่(Authority) ที่เหมาะสม หมายถึงการจัดองค์การจะต้องกำหนดหน้าที่ และความรับผิดชอบไว้ให้ชัดเจนว่า หน่วยงานใดมีหน้าที่ความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่อย่างไร

9. ต้องมีการมอบหมายงาน(Work Assignment) และมอบอำนาจหน้าที่ (Delegation of Authority) ให้ผู้ปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม

### 2.1.7 แนวคิดแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน

คุณหญิง ดร.ภรณ์(กิริติบุตร)มหานนท์ พบว่า การประเมินประสิทธิผลขององค์การมี 19 ตัวแปร<sup>15</sup> ได้แก่

1. ความมีประสิทธิภาพโดยทั่วไป (Overall Effectiveness) ความมากน้อย (Degree) ของการที่องค์การสามารถบรรลุถึงเป้าหมายทั้งหมด หรือบรรลุถึงความสำเร็จในงานหลัก วิธีการประเมินผลทั่วไปคือการพิจารณาถึงเกณฑ์เดี่ยวๆ(Single Criteria) ให้มีจำนวนมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ เพื่อตัดสินประสิทธิผลขององค์การ

2. คุณภาพ (Quality) คุณภาพของผลผลิตหรือบริการพื้นฐานขององค์การ

3. ผลผลิต (Productivity) ปริมาณ(Quantity/Volume) ของผลผลิตหรือบริการ สามารถจะวัดได้จาก 3 ระดับ คือ บุคคล กลุ่มหรือองค์การทั้งหมด ทั้งนี้ไม่ใช่เป็นการวัดประสิทธิภาพ (Effective) เนื่องจากไม่มีการคิดคำนวณถึงค่าใช้จ่าย (Cost) เมื่อเทียบอัตราส่วนของผลที่ได้รับ (Output)

4. ความพร้อม (Readiness) การตัดสินทั่วไปเกี่ยวกับความเป็นไปได้ (Probability) ขององค์การในการปฏิบัติงานที่จำเพาะเจาะจงบางอย่างหากถูกขอร้อง

5. ประสิทธิภาพ (Efficiency) อัตราส่วน(Ratio) ซึ่งเปรียบเทียบระหว่างการปฏิบัติ (Performance) กับค่าใช้จ่าย(Cost) สำหรับการปฏิบัติต่อ 1 หน่วย เช่น จำนวนค่าใช้จ่ายต่อ 1 หน่วยของการปฏิบัติ,เวลาที่ใช้,ความมากน้อยของความสามารถในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตาม กำหนดการ(Schedules) มาตรฐานการปฏิบัติ และเกณฑ์อื่นที่ตั้งไว้

6. ผลกำไร (Profit)หรือผลตอบแทน(Return) ผลประโยชน์ที่ได้จากการลงทุน (Return on Investment) ในสายตาของเจ้าหน้าที่องค์การ,จำนวนของทรัพยากรที่เหลืออยู่หลังจาก เสียค่าใช้จ่ายและข้อผูกพันอื่นเรียบร้อยแล้ว เป็นเปอร์เซ็นต์

<sup>15</sup> ภรณ์(กิริติบุตร)มหานนท์ ,คุณหญิง ดร.. , การประเมินประสิทธิผลขององค์การ , (กรุงเทพมหานคร: O.S. Printing House Co.,Ltd.,2529), 43-45.



7. การเติบโต (Growth) การเพิ่มในสิ่งต่างๆ เช่น อัตรากำลัง เครื่องมือเครื่องใช้ในองค์กร ทรัพยากร การขาย กำไร และการเริ่มสิ่งใหม่ โดยเปรียบเทียบกับสภาพปัจจุบันขององค์กรกับสภาพที่องค์กรเคยเป็น

8. การใช้ประโยชน์จากสภาพแวดล้อม (Utilization of Environment) ความกว้างขวางขององค์กรในการประสพผลจากการมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม โดยการสามารถนำเอาทรัพยากรซึ่งมีคุณค่าและมีจำกัด ซึ่งมีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานขององค์กรมาใช้ได้ การวิเคราะห์ในประเด็นนี้ต้องทำในระยะยาวไม่ใช่ระยะสั้น เพื่อดูความสม่ำเสมอของทรัพยากรทางการเงินและอัตรากำลัง

9. ความมั่นคง (Security) การคงไว้ซึ่งโครงสร้าง หน้าที่ และทรัพยากรไว้ได้ในระยะเวลาที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการถูกกดดัน(Stress)

10. การเปลี่ยนงาน (Stability) หรือการรักษาคนไว้ได้ (Retention) ความบ่อยครั้งหรือจำนวนผู้ขอลาออก

11. การขาดงาน (Absenteeism) ความบ่อยครั้งหรือจำนวนของการขาดงาน

12. อุบัติเหตุ (Accident) ความบ่อยครั้งของอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นในการทำงาน ซึ่งมีผลทำให้เกิดการชะงักล่าช้าของงาน

13. ขวัญ (Morale) สภาพการจูงใจให้สมาชิกในองค์กรพยายามทำงานเพิ่มขึ้นเป็นพิเศษ ในการบรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร รวมทั้งความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรในรูปของกลุ่ม

14. การจูงใจ (Motivation) พลังความรู้สึกพร้อมหรือเต็มใจของบุคคลที่จะทำงานเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายของงาน

15. ความพึงใจ (Satisfaction) ความรู้สึกพอใจซึ่งบุคคลมีต่อบทบาทหรืองานของตนในองค์กร โดยเห็นว่าการทำงานดังกล่าวของตนได้รับรางวัลหรือผลตอบแทนอย่างยุติธรรมจากองค์กรที่ตนทำงานอยู่ด้วย

16. การยอมรับเป้าหมายการเป็นองค์กรของตน (Internalization of Organizational Goal) การยอมรับเป้าหมายขององค์กรโดยบุคคล และหน่วยภายในองค์กร โดยเชื่อว่าเป้าหมายขององค์กรถูกต้องและสมควร

17. ความขัดแย้ง-ความสามัคคี (Conflict-cohesion) ความขัดแย้งหมายถึง การขัดแย้งทั้งทางวาจาและร่างกาย การไม่ประสานงานกัน และการสื่อข้อความที่ไม่มีประสิทธิผล ส่วนความสามัคคี หมายถึงการที่สมาชิกขององค์กรชอบพอกัน ทำงานร่วมกันได้ดีติดต่อสื่อสารเต็มที่เปิดเผย และประสานการทำงานกัน

18. ความยืดหยุ่น-การปรับตัว (Flexibility-Adaptation) ความสามารถของ

องค์การในการเปลี่ยนวิธีการ หรือหลักเกณฑ์ในการทำงานให้สนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม เพื่อไม่ให้องค์การเข้มงวดเกินไปจนไม่สนองต่อแรงกระตุ้นของสภาพแวดล้อม

#### 19. การประเมินโดยสภาพแวดล้อมภายนอก (Evaluations by External Entities)

การประเมินผลองค์การหรือหน่วยขององค์การโดยบุคคลและองค์การในสภาพแวดล้อมที่องค์การมีความสัมพันธ์ด้วย โดยดูจากความเลื่อมใส ศรัทธา ความเชื่อมั่น การสนับสนุนที่กลุ่มต่างๆรวมทั้งประชาชนทั่วไปให้แก่องค์การ

### 2.1.8 ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรม

#### ประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะหน่วยงานภาครัฐรับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. 2555 – 2559) เมื่อเดือนกรกฎาคม 2554 เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมการเมืองและนโยบายการบริหารงานของรัฐบาลซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ดังนั้นกรมประชาสัมพันธ์โดยสำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์จึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. 2555 – 2559) เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน สำหรับผู้บริหารใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการและจัดสรรงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงานตามยุทธศาสตร์รวมทั้งหน่วยปฏิบัติใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไปจากการศึกษาเอกสาร “การจัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. 2555 – 2559)” ซึ่งจัดทำโดยสำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์<sup>16</sup> ได้ระบุถึงปัจจัยหรือสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

**ปัจจัยด้านการเมือง** รัฐบาลให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนในเรื่องนโยบายการดำเนินงานและผลงานของรัฐบาล โดยเฉพาะในประเด็นสำคัญๆนายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีที่รับผิดชอบมักจะชี้แจงกับประชาชนด้วยตนเอง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อประชาชน และผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินนโยบายนั้นๆ และมอบหมายให้กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์นโยบาย ผลงาน และแนวทางการบริหารประเทศของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับทราบและนำข้อมูลความต้องการของประชาชนมาสู่รัฐบาล เป็นโอกาสในการขยายงานและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อประชาชนของกรมประชาสัมพันธ์

<sup>16</sup> สำนักพัฒนานโยบายและแผน กรมประชาสัมพันธ์ , เอกสารแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ.2555-2559 ,(2554).

อย่างไรก็ตามความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองนโยบายของรัฐบาล และการดำเนินงานที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ทำให้การประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง นโยบายบางเรื่องแม้จะยังคงดำเนินการอยู่แต่การที่รัฐบาลลดความสำคัญลงในเวลาต่อมา มีผลต่อภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ที่ต้องปรับเปลี่ยนประเด็นการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของรัฐบาล ในช่วงเวลานั้นๆนอกจากนั้น เมื่อมีการตอบโต้กันของฝ่ายการเมือง ฝ่ายรัฐบาลมีโอกาสเข้าถึงสื่อของรัฐมากกว่า ทำให้กรมประชาสัมพันธ์เสียภาพลักษณ์เรื่องความเป็นกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร กระทบต่อความเชื่อถือและความพึงพอใจของประชาชน นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองทำให้การดำเนินงานของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) ขาดความต่อเนื่อง ทั้งด้านนโยบาย และการปฏิบัติหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดทำยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ของชาติสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเอง ก็ไม่ได้จัดระบบบริหารจัดการและติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงไม่ได้ให้ความสนใจกับสภาพการแข่งขันและความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ขององค์กรจึงทำให้บทบาทการกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติไม่ประสบความสำเร็จ

นอกจากนี้ สถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ความขัดแย้งอย่างรุนแรงด้านความคิด และความเชื่อทางการเมืองส่งผลให้เกิดปัญหาทั้งทางการเมือง วิกฤตเศรษฐกิจสังคม และความมั่นคงของประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 สื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศให้ความสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยอย่างมาก จึงเป็นโอกาสสำหรับกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะองค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนภาครัฐโดยการเพิ่มบทบาทการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้านต่างประเทศขยายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและสื่อมวลชน ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนโยบายและการดำเนินงานของรัฐเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อการดำเนินนโยบายของรัฐบาลส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทย และรักษาสมดุลในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร

**ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ** ความต้องการของนักลงทุน ทั้งในและต่างประเทศเรื่องข้อมูลข่าวสารความเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งภาคการผลิตภาคการบริการภาคการขนส่ง (Logistic) ภาคแรงงานและอื่นๆทำให้ความต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจมีมากขึ้นยิ่งกว่านั้นการเป็นศูนย์กลางด้านแรงงานของประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา, พม่า, ลาว) ทำให้มีแรงงานต่างด้าวเข้ามาประกอบอาชีพทั้งถูกกฎหมายและผิดกฎหมายเป็นโอกาสให้กรมประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจด้านการลงทุน และการสร้างความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มแรงงานต่างด้าวในเรื่องเกี่ยวกับกฎหมายและการปฏิบัติตามกรอบของทางราชการภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจทำให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนขอใช้บริการสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์รวมทั้งบูรณาการความร่วมมือในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เชิงรุก

เพิ่มขึ้นความผันผวนของค่าเงินบาทที่แข็งค่า ณ ปัจจุบันเอื้อต่อการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อ  
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง

กระทรวงการคลังกับสำนักงานงบประมาณร่วมลงนามในบันทึกความเข้าใจว่าด้วยการ  
จัดทำงบประมาณสมดุลภายใน ๕ ปี ส่งผลต่อการพิจารณางบประมาณด้านงบลงทุนเนื่องจากกรม  
ประชาสัมพันธ์มีเครื่องมืออุปกรณ์จำนวนมากมีราคาสูงและต้องจัดซื้อจากต่างประเทศการเสนอขอ  
งบประมาณสำหรับซื้อทดแทนหรือซ่อมแซมโดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกับหน่วยงานราชการทั่วไปจึงเป็น  
อุปสรรคต่อการได้รับงบประมาณอย่างเหมาะสมและการจัดทำงบประมาณสมดุลมักจะพิจารณาปรับ  
ลดงบลงทุนก่อนเป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม** ประเทศไทยก้าวสู่สังคมสารสนเทศการที่ประเทศ  
ไทยก้าวสู่สังคมสารสนเทศซึ่งเป็นยุคของการจัดการข่าวสารให้เป็นปัจจัยและพลังสำคัญในการพัฒนา  
ประเทศความจำเป็นที่ภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับยุคสมัยตามให้ทัน  
เทคโนโลยีและปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลทวีขึ้นแม้ปรัชญาและแนวคิดพื้นฐานของการ  
ประชาสัมพันธ์จะคงอยู่ที่การให้บริการข่าวสารข้อเท็จจริงและสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์เพื่อสร้าง  
ความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐกับประชาชนบนพื้นฐานของการสื่อสารสองทางเช่นเดิมในขณะเดียวกันมี  
การหลั่งไหลของข้อมูลข่าวสารจากทั่วโลกเข้าสู่ประเทศไทยอย่างรวดเร็วประชาชนเปิดรับสื่อและมี  
ส่วนร่วมในการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารมากขึ้นทำให้กรมประชาสัมพันธ์ต้องเร่งพัฒนาเทคนิคและ  
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้น่าสนใจสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่  
หลากหลายทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคโดยยังคงมุ่งเน้นการนำเสนอข่าวที่ถูกต้องและเชื่อถือได้

หลักการแนวคิดการปกครองระบอบประชาธิปไตย ทำให้ประชาชนเรียกร้องสิทธิ  
การมีส่วนร่วมในกิจการของรัฐอย่างกว้างขวางแพร่หลายเกิดการแข่งขันการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร  
และพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างเข้มข้นและต่อเนื่องดังจะเห็นได้  
จากรายการวิเคราะห์ข่าวได้รับความนิยมจากผู้ชมผู้ฟังหลากหลายวัยและนำไปสู่การสร้างกระแสทาง  
สังคมเปิดโอกาสให้กรมประชาสัมพันธ์เพิ่มบทบาทการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐบาลกับประชาชนโดย  
สะท้อนปัญหาของประชาชนสู่รัฐบาลและนำเสนอแนวทางการทำงานของรัฐบาลไปสู่ประชาชนเพื่อ  
สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกันและนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่เป็นประโยชน์แก่ทุกฝ่าย

อิทธิพลของวัฒนธรรมจากต่างประเทศทั้งในและนอกภูมิภาคที่หลั่งไหลเข้าสู่  
ประเทศไทยไทยส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมพฤติกรรมของเยาวชนไทยเกิดการลอกเลียนแบบ  
วัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะสื่อสารมวลชนของรัฐมีหน้าที่ส่งเสริมและ  
เผยแพร่ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข  
ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมศีลธรรมและค่านิยมที่ดีจึงมีภารกิจในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริม

ศิลปวัฒนธรรมศีลธรรมและค่านิยมที่ดีแก่เด็กและเยาวชนอย่างต่อเนื่องเพื่อธำรงความเป็นไทยไว้ในจิตสำนึกของคนรุ่นใหม่

### ปัจจัยด้านเทคโนโลยีความหลากหลายของสื่อและรูปแบบการสื่อสารที่

เปลี่ยนแปลงไปจากการสื่อสารทางเดียวถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก (Mass Communication) เป็นการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม (Mass Individual) และการสื่อสารแบบรอบตัวโดยใช้ภาพและสัญลักษณ์จำนวนมากใช้ข้อความและเวลาในการสื่อสารสั้นๆ แต่สื่อสารด้วยความถี่สูงเพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายสื่อที่มีรูปแบบหลากหลายขึ้นนี้มีผลให้การโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้ยากเพราะผู้รับสารกระจัดกระจายมีวิถีชีวิตเร่งรีบและมีเวลารับสารน้อยส่งผลต่อภารกิจการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายเนื่องจากประชาชนมีทางเลือกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารหลายทางมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงระบบการส่งสัญญาณจากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงระบบการส่งสัญญาณทำให้สื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงจากการส่งสัญญาณภาคพื้นดินเป็นบริการแบบใหม่ทั้งทางสายและทางอินเทอร์เน็ตทำให้ธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกระจายเสียงและแพร่ภาพมีการปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อรองรับวิวัฒนาการใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ชมโทรทัศน์ผ่านระบบบรอดแบนด์และเคเบิล การเพิ่มจำนวนช่องโทรทัศน์โดยไม่ต้องขอขยายความกว้างของแถบความถี่หรือแพร่ภาพด้วยระบบความชัดสูง (EDTV – enhanced definition television / HDTV – high-definition television) รวมถึงการเปลี่ยนแปลงระบบการกระจายเสียง และแพร่ภาพจากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัลเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญซึ่งหลายๆ ประเทศรวมทั้งประเทศไทยจำเป็นต้องดำเนินการตามกรอบมติของเพื่อนสมาชิกอาเซียนภายในปี 2563 กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะหน่วยงานของรัฐซึ่งมีสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ในสังกัดจำนวนมากจึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาการบริหารจัดการเทคโนโลยีการกระจายเสียงและแพร่ภาพและระบบบริหารจัดการข้อมูลการประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ด้วย

การพัฒนาบริการโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broadband) การที่รัฐบาลกำหนดให้การพัฒนาบริการโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเป็นนโยบายระดับชาติมีผลต่อการให้บริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณะของกรมประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ทันสมัยตามความต้องการของผู้บริโภค และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีจึงเป็นโอกาสที่กรมประชาสัมพันธ์จะต้องพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์ให้พร้อมรองรับเทคโนโลยีใหม่ ยิ่งกว่านั้นการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นทำให้การแข่งขันด้านสื่อสารมวลชนทวีความรุนแรงขึ้นภาคเอกชนสามารถตัดสินใจเลือกซื้อและปรับใช้นวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งมีราคาสูงเพื่อพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้



น่าสนใจมากกว่าภาครัฐ ผู้รับบริการข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์จึงมีแนวโน้มลดลงตามพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมายทำให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภาครัฐไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

การสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปเป็นลักษณะเครือข่ายขยายครอบคลุมเชื่อมโยงกันทั่วโลก การสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปเป็นลักษณะเครือข่ายเชื่อมโยงกันมีการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน การทำงานลำพังองค์กรเดียวยากที่จะประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะเมื่อต้องแข่งขันกับองค์กรที่มีลักษณะเครือข่าย ผู้รับสารกลายเป็นทั้งผู้ส่งสาร ช่องทางและพันธมิตรในการสื่อสารอินเทอร์เน็ตทำให้การสื่อสารยุคปัจจุบันเป็นการสื่อสารสองทางด้วยตนเอง (Mass Individual) เช่นการติดตามทางเว็บ บอร์ด เอสเอ็มเอส แชททวิตเตอร์ หรือโทรศัพท์มือถือ ตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐ เอกชน และสื่อมวลชนต่างประเทศ เริ่มมีอิทธิพลมีบทบาทข้ามพรมแดนเกิดสงครามสื่อ (Media War) สงครามข่าว (Information War) กรมประชาสัมพันธ์ จึงอาจจะไม่ใช่หน่วยงานหลักด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนของชาติ อีกต่อไป เพราะหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐ ธุรกิจเอกชน และประชาชนต่างก็มีเครือข่ายวิธีการสื่อสารของตนเอง

### 2.1.9 แนวคิดการจัดโครงสร้างหน่วยงานของรัฐที่มีใช้ส่วนราชการ

**องค์การมหาชน**<sup>17</sup> เป็นองค์กรที่สามารถลดข้อจำกัดและอุปสรรค สำหรับงานบริการสาธารณะ ซึ่งต้องการความคล่องตัวในการดำเนินงานสูง และเป็นภารกิจที่ไม่ได้ดำเนินการในเชิงพาณิชย์ที่มุ่งหากำไร หรือสามารถหารายได้มาเลี้ยงตัวเอง โดยเฉพาะระบบราชการที่มีสายการบังคับบัญชาและลำดับชั้นของการตัดสินใจที่ยาวไกล และมีกฎระเบียบ ข้อบังคับ และมีมาตรฐานการจ้างงานเพียงมาตรฐานเดียว ทำให้ไม่สามารถจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับราคาตลาด สำหรับบุคลากรที่ต้องคัดเลือกมาโดยเฉพาะตามคุณสมบัติที่เหมาะสมกับ ภารกิจเฉพาะด้าน มีระบบงบประมาณที่มีความเป็นอิสระ

วิธีการจัดสรรงบประมาณให้แก่องค์การมหาชน จัดสรรให้เป็นเงินอุดหนุนทั่วไปที่จัดสรรให้เป็นรายปีตามความเหมาะสม ซึ่งเป็นข้อยืนยันยืนยันความเป็นอิสระในทางการบริหารงบประมาณขององค์การมหาชน เพราะเงินอุดหนุนทั่วไปที่รัฐจัดสรรให้ในแต่ละปีนั้นอยู่ภายใต้ดุลยพินิจขององค์การมหาชนที่จะตัดสินใจในเรื่องประเภทและจำนวนการใช้จ่ายได้เองตามความเหมาะสม ส่วนในด้านความสัมพันธ์กับรัฐนั้น องค์การมหาชนเป็นหน่วยงานของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการสาธารณะโดยใช้งบประมาณแผ่นดินทำให้องค์การมหาชนต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐในลักษณะ

<sup>17</sup> สุนทรีย์ สุภาสวงวน และคณะ , เอกสารหน่วยงานของรัฐที่มีใช้ส่วนราชการ:องค์การมหาชน และหน่วยบริการรูปแบบพิเศษ , สำนักงาน ก.พ.ร. , (2554),1-12.

ของการกำกับดูแล แต่รายงานการจัดสรรงบประมาณและการกำกับดูแลองค์การมหาชน  
โดยการเคารพหลักการของความเป็นอิสระในการดำเนินงานขององค์การมหาชน

**หน่วยบริการรูปแบบพิเศษ (Service Delivery Unit : SDU)<sup>18</sup>** เป็นหน่วยงาน  
ของรัฐที่ไม่ใช่ส่วนราชการ ซึ่งได้รับการจัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการแก่หน่วยงานต้นสังกัด ส่วนราชการอื่น  
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ/หรือประชาชน โดยไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหารายได้ (กำไร) และ  
นำส่งรายได้เข้ารัฐเป็นการโดยตรง หรือจำเป็นต้องเลี้ยงตัวเองได้เป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม ในบางกรณี  
อาจมีการวางเงื่อนไขให้ต้องนำส่งรายได้เหนือรายจ่ายบางส่วนเข้ารัฐตามสมควร ไม่ใช่การแปรสภาพ  
กิจการหรือโอนถ่ายภารกิจให้ไปเป็นของเอกชน (privatization) แต่ต้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ  
สามารถแข่งขันและเทียบเคียงได้กับภาคเอกชน และไม่ใช่หน่วยงานที่มีความเป็นอิสระอย่างเด็ดขาด  
หรืออยู่นอกเหนือการควบคุมดูแลของฝ่ายบริหารอย่างสิ้นเชิง แต่ยังคงอยู่ภายใต้สายการบังคับ  
บัญชาของรัฐมนตรี ปลัดกระทรวง และอธิบดี ตามลำดับ

นอกจากนี้ ยังได้รับการยกเว้นหรือผ่อนคลายนโยบายระเบียบเพื่อให้เกิดอิสระ มีความ  
คล่องทางการบริหารจัดการ(managerial flexibility waivers) ยังคงมีขีดจำกัดอยู่บางประการ トラบ  
เท่าที่ไม่เกินขอบเขตอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหาร (นายกรัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรี) ที่สามารถ  
อนุญาตหรืออนุมัติให้ได้เท่านั้น มีหลักการที่แตกต่างไปจากองค์การมหาชน ในแง่ของลักษณะ  
ธรรมชาติของภารกิจงานที่ยังไม่สมควรแยกออกเป็นนิติบุคคลอิสระอย่างเด็ดขาดจากหน่วยงานแม่ต้น  
สังกัดเดิม หรืออาจมีขนาดที่ค่อนข้างเล็กและขอบเขตที่จำกัดกว่า หรือไม่มีคุณลักษณะของประเด็น  
ในเชิงนโยบายสาธารณะอย่างเด่นชัดที่จำเป็นต้องมีระดับของความเป็นอิสระอย่างค่อนข้างสูง

#### 2.1.10 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสาร การให้ความหมายเกี่ยวกับการสื่อสารมีหลากหลาย  
มากมายตามความสนใจของนักวิชาการแต่ละบุคคลที่ให้ความสำคัญและพิจารณาการสื่อสารในภาพ  
หรือมิติที่แตกต่างกันไป

แอริสโตเติล (Aristotle) นักทฤษฎีวิทยาได้นิยามการสื่อสารไว้ว่า “คือการแสวงหา  
วิธีการชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ”

เอ็ดเวิร์ด ซาพียร์ (Edward Sapir) กล่าวว่า “การสื่อสาร คือการตีความหมายโดย  
สัญลักษณ์ตามท่าทางที่แสดงเป็นสัญลักษณ์โดยไม่รู้ตัว ต่อความคิดและต่อพฤติกรรมของบุคคล”

วอร์เรน ดับเบิลยูวีเวอร์(Warren W. Weaver) ให้ความหมายการสื่อสารว่า “การ

<sup>18</sup> เรื่องเดียวกัน , 1-10.

สื่อสารเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางและครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่างในจิตใจของคนๆหนึ่ง อาจมีผลต่อจิตใจของคนอีกคนหนึ่ง การสื่อสารจึงไม่ได้หมายความแต่เพียงการเขียน และการพูด เท่านั้น หากยังรวมไปถึงดนตรี ภาพ การแสดงบัลเลต และพฤติกรรมทุกพฤติกรรมของมนุษย์อีกด้วย”

จอร์จ เกริบบเนอร์ (George Gerbner) นิยามการสื่อสารไว้ว่า “การสื่อสารคือการแสดง ปฏิสัมพันธ์กันทางสังคม (Social Interaction) โดยใช้สัญลักษณ์และระบบสาร (Message System)”

วิลเบอร์ ชรัมม (Wilbur Schramm) กล่าวถึงการสื่อสารว่า “การสื่อสาร คือ การมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร (Information Signs)”

ชาร์ลส์ ออสกู๊ด (Charles E. Osgood) ให้ความหมายการสื่อสารว่า “ใน ความหมาย โดยทั่วไปแล้ว การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้ส่งสาร มีอิทธิพลต่ออีกฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้รับสาร โดยใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งถูกส่งผ่านสื่อที่เชื่อมระหว่างทั้งสองฝ่าย”

**กระบวนการสื่อสาร** ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. **ผู้ส่งสาร (Sender)** เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลหรือ กลุ่มบุคคลที่มีความคิด มีความต้องการส่งข้อมูลข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทักษะคติ ความเชื่อ และอื่นๆ ไปยังผู้รับสาร เพื่อก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้รับสาร ผู้ส่งสารเป็นผู้เลือกข้อมูลข่าวสารที่จะถ่ายทอดไป การเลือกวิธีการและช่องทางในการส่งสารไปยังผู้รับสาร และเป็นผู้กำหนดผู้รับข้อมูลข่าวสาร เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง หรือในด้านใดด้านหนึ่งกับผู้รับสาร เช่น ต้องการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ หรือความรู้ การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทักษะคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร

2. **สาร (Message)** หมายถึง เรื่องราว ความหมายที่แสดงออกมาโดยใช้ ภาษา หรือใช้สัญลักษณ์ใดๆ ที่ก่อก่อให้เกิดการรับรู้ และมีปฏิกิริยาตอบสนอง

3. **ช่องทางการสื่อสาร (Channel or Media)** หมายถึง สิ่งที่น่าหรือพาข้อมูล ข่าวสารจากผู้ส่งสารนำส่งไปยังผู้รับสาร

4. **ผู้รับสาร (Receiver)** มีการเรียกกันหลายคำ ได้แก่ ผู้ถอดรหัส (Decoder) ผู้ฟัง (Listener) ผู้ฟังผู้ชม (Audience) การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับผู้รับสาร ในการเลือก การตีความสาร และความเข้าใจสารที่ตนได้รับอย่างไร ดังนั้น แม้การสื่อสารจะเริ่มต้นจากผู้ส่งสาร แต่บุคคลที่จะแสดงว่าการสื่อสารประสบความสำเร็จหรือไม่ นั่นก็คือ ผู้รับสาร เช่น ถ้าผู้รับสารต้องการรับสารตามที่ผู้ส่งสารส่งในขณะนั้น หรือผู้รับสารมีความรู้ในการที่จะ



ทำความเข้าใจต่อสาร ก็จะทำให้การสื่อสารสำเร็จโดยง่าย ในทางตรงกันข้าม หากผู้รับสารขาดความสนใจ ปดกั้นการรับข่าวสาร หรือผู้รับไม่สามารถทำความเข้าใจในสารที่ผู้ส่งสาร ส่งให้ได้ก็จะทำให้การสื่อสารนั้นล้มเหลว ดังนั้น ในการสื่อสารทุกครั้งสิ่งที่ผู้ส่งจะต้องพิจารณาและคำนึงถึงอย่างมากคือผู้รับสาร<sup>19</sup>

กระบวนการสื่อสารในที่นี้ จะขอนำตัวอย่างแบบจำลองการสื่อสารแบบ Transactional (Transactional Communication) มาอธิบายเพื่อให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นว่าการสื่อสารจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบและปัจจัยที่มีอิทธิพล ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ จะชี้ให้เห็นถึงสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเมื่อทำการสื่อสาร ดังนี้

**1. ผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Sender and Receiver)** คุณภาพของการสื่อสาร มีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่อไปนี้

1.1 ทักษะในการสื่อสาร ได้แก่ ทักษะการเขียน, พูด, ฟัง, อ่าน, ทักษะด้านความคิดการใช้เหตุผล และทักษะทางด้านอวัจนภาษา

1.2 ทักษะของผู้ส่งสารและผู้รับสาร

1.3 วิธีการผลิตสาร, จุดแข็งจุดอ่อนของสื่อที่ใช้ และความรู้เกี่ยวกับประเด็นเนื้อหาที่มีความสำคัญ

1.4 พื้นฐานทางด้านจิตใจ ได้แก่ ความสนใจ ความใส่ใจ ความกระหายที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและมุมมองที่มีต่อโลก และความเข้าใจ ได้แก่ ความแตกต่างทางด้าน

1.5 ภาษา สำนวนที่ไม่เป็นทางการ ความแตกต่างในการทำความเข้าใจคำต่างๆ

1.6 ประสบการณ์

**2. บริบทต่างๆ (Context)**

2.1 สถานที่ทั้งด้านกายภาพ และสิ่งแวดล้อม

2.2 เวลา

2.3 วาระโอกาสต่างๆ

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร

---

<sup>19</sup> กิติมา สุรสุนธิ , *ความรู้ทางการสื่อสาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 4) , คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2541), 7-18.

### 3. สิ่งรบกวน (Noise)

- 3.1 สิ่งรบกวนภายนอกจิตใจ เช่น เสียงเพลง เสียงโทรทัศน์ เสียงร้องไห้
- 3.2 ปัจจัยภายใน เช่น การระลึกถึงสิ่งต่างๆ ทศนคติ หรือ อคติ
- 3.3 สิ่งรบกวนด้านภาษา เช่น ความไม่เข้าใจคำต่างๆ ศัพท์เฉพาะ
- 3.4 สิ่งรบกวนที่อยู่ในเส้นทางการสื่อสาร เช่น ข้อมูลที่มีอยู่มากมาย ข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องไม่ตรงประเด็น ทำให้เกิดความคลุมเครือในการสื่อสาร

### 4. การเข้ารหัส (Encoding)

- 4.1 สัญลักษณ์ที่คุ้นเคย ใช้ในแต่ละประเพณีวัฒนธรรม มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง
- 4.2 ภาษาต่างๆ เช่น ไทย ญี่ปุ่น
- 4.3 คำศัพท์ในการเข้ารหัสจะเกี่ยวกับทางเลือกและลำดับการใช้คำ
- 4.4 โครงสร้างของการเข้ารหัส
- 4.5 จำนวนของข้อมูล
- 4.6 การแสดงออกและการเน้นย้ำ
- 4.7 เนื้อหาทางอารมณ์
- 4.8 รูปแบบที่ใช้
- 4.9 วิธีการและความสนใจ

### 5. การถอดรหัส (Decoding)

- 5.1 ภาษา
- 5.2 ความเข้าใจในสัญลักษณ์
- 5.3 คำศัพท์
- 5.4 ความเข้าใจและการประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรม
- 5.5 วัตถุประสงค์หรือรูปแบบในการตีความของผู้ส่งสาร

6. สื่อกลาง (Medium) หมายถึง ความมุ่งหมายหรือเจตนาในการนำพาสารจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง สื่อที่ใช้ในการสื่อสาร ได้แก่

- 6.1 ภาษาพูดในการสื่อสาร เช่น การสนทนาแบบเผชิญหน้า, โทรศัพท์, วิทยุ, พระธรรมเทศนา, การพูดในที่สาธารณะ, การอภิปราย, การโต้แย้ง เป็นต้น
- 6.2 ภาษาเขียนในการสื่อสาร เช่น จดหมาย, หนังสือ, นิตยสาร, จดหมายข่าว, อีเมล, เว็บไซต์, แผ่นปลิวโฆษณา เป็นต้น

- 6.3 กลิ่น เช่น กลิ่นกาย กลิ่นน้ำหอม กลิ่นเสน่ห์เรียกหารักสำหรับดึงดูดเพศตรงข้าม (Pheromones)
- 6.4 สัมผัส เช่น การกอด, การตบ, การจับมือทักทายหรือบอกลา
- 6.5 สัญญาณ เช่น สัญญาณมือ, ไฟจราจร, สัญลักษณ์หรือเครื่องหมาย, สัญญาณธง
- 6.6 นิเทศศิลป์และทัศนศิลป์ เช่น จิตรกรรม, ประติมากรรม, ภาพประกอบและกราฟฟิก, แพนผังและกราฟ
- 6.7 ดนตรี
- 6.8 ละคร / ละครใบ้
- 6.9 สื่อที่มีการบันทึกไว้ เช่น กระดาษ, ฟิล์มและวีดีโอ, เครื่องบันทึกเสียง, เทปคาสเซต, ซีดีและดีวีดี
- 6.10 โทรทัศน์
- 6.11 การแสดงและมหรสพ
- 6.12 อวัจนภาษา เช่น การแสดงสีหน้า, อิริยาบถ, ภาษาร่างกายในสภาวะจิตไร้สำนึก

## 7. สาร (Message) ประกอบไปด้วย

- 7.1 เนื้อหา ในการสร้างเนื้อหาจะต้องดูปริมาณของข้อมูล ความเหมาะสม กาลเทศะความสัมพันธ์และการเข้าประเด็นกันของข้อมูล
- 7.2 โครงสร้างของการเข้ารหัส
- 7.3 ความชัดเจน ความถูกต้องแม่นยำ ความกำกวมของภาษา

**8. สารลำดับที่สอง (Secondary Messages)** ในการส่งสารแต่ละครั้งไม่ได้มีเพียงสารลำดับที่หนึ่งเสมอไป แต่ผู้ส่งสารมีความเป็นไปได้ที่จะส่งสารลำดับที่สองเมื่อทำการสื่อสารด้วย ซึ่งได้แก่

- 8.1 ภาษากาย เช่น การแสดงท่าทาง อิริยาบถต่างๆ, การแสดงออกทางสีหน้า, การวางมาด, ความใกล้ชิดและระยะห่างทางร่างกาย, การสัมผัส เป็นต้น
- 8.2 ภาษาท่าทาง เช่น การผิวกายหรืออ้าปากค้างแสดงอาการแปลกใจ, การกริตรี่องหรือตะโกนแสดงอาการกลัวหรือดีใจ, เสียงครวญครางแสดงอาการเจ็บปวด หรือขยะแขยง, น้ำเสียง, ระดับเสียง, คำ, ความดังของเสียง, การทำเสียงสูงเมื่อต้องการแสดงคำถาม เป็นต้น

8.3 การแต่งกาย เช่น ทรงผม, เครื่องประดับ, การแต่งหน้า สิ่งต่างๆ เหล่านี้สามารถบ่งบอกถึงบุคลิกภาพ, บทบาท, สถานภาพ และหน้าที่การงาน

### 2.1.11 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน

ผลลัพธ์จากการทำงานของสื่อ จะออกมาเป็นเช่นไร มีตัวแปรต่างๆที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น แหล่งข่าว เนื้อหา ช่องทาง ผู้รับจุดหมายปลายทาง สำหรับแหล่งข่าวหากข่าวที่เผยแพร่ออกไปจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ หรือเป็นผู้มีอำนาจ จะมีประสิทธิผลมากกว่าแหล่งอื่นๆ และข่าวที่ออกไปจากแหล่งข่าวที่ผู้รับสารสนใจ หรือมีความใกล้ชิดกับผู้รับสาร หรือแหล่งข่าวมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับผู้รับสาร<sup>20</sup>

สำหรับในแง่เนื้อหา หากเนื้อหาถูกส่งออกไปซ้ำๆ สม่าเสมอ และยังคงอยู่ในสภาพการณ์ที่ไม่มีเนื้อหาแบบอื่นให้เลือกหรือผูกขาด ย่อมจะมีประประสิทธิผล แต่หากเนื้อหานั้นค่อนข้างไกลตัวผู้รับสาร หรือไม่มีความสำคัญสำหรับผู้รับสาร ก็จะไม่เกิดประสิทธิผลตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ นอกจากนี้รูปแบบในการส่งสาร เช่น แบบเรียกร่อง ไร้ใจ คำสั่ง ข้อโต้แย้งจากหลายทัศนะ ย่อมมีผลกระทบต่อ การรับสารของผู้รับสาร สร้างความสนใจในการรับสารมากยิ่งขึ้น

อีกประเด็นหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ของสื่อสารมวลชน โดยจากการศึกษาเปรียบเทียบสื่อบางชนิด เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ ย่อมมีผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้รับสารที่แตกต่างกันทั้งเพศ วัย การศึกษา อาชีพ ก็ย่อมก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังมีตัวแปรอื่นๆที่น่าสนใจ ได้แก่ แรงจูงใจ ความสนใจ ระดับความรู้

ในเรื่องของตัวแปรในเรื่องระดับของแรงจูงใจ เริ่มตั้งแต่ขั้นต้น ด้านความเข้าใจของผู้รับสาร ด้านอารมณ์ความรู้สึก(ชอบ ไม่ชอบ ความคิดเห็น ทัศนคติ) จนถึงผลลัพธ์ด้านการแสดงพฤติกรรมหรือการลงมือกระทำ หากมีระดับความผูกพันกับสื่ออื่นๆมาก ผลลัพธ์ก็จะมากตามไปด้วย เช่น สื่อโทรทัศน์ ย่อมได้รับความสนใจมากกว่า สื่อสิ่งพิมพ์ และในสถานการณ์ความเป็นจริง ผู้รับสารสามารถจะมีทางเลือกได้หลายช่องทาง

อีกประเด็นเกี่ยวกับผลลัพธ์ของการสื่อสารมวลชน Kelman ได้นำเสนอการศึกษาเรื่องผลของสื่อที่มีต่อความคิดเห็นของผู้รับสาร โดยใช้ชื่อการศึกษาว่า “3 กระบวนการของอิทธิพล” ได้แก่

<sup>20</sup> ศิริชัย ศิริกายะ, กาญจนา แก้วเทพ , *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน* , (กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,2531).

1. Compliance หมายถึงการยอมรับอิทธิพลนั้น เพราะคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลที่จะตามมา หรือหลีกเลี่ยงการลงโทษ
2. Identification เกิดขึ้นเมื่อปัจเจกบุคคลมีความต้องการจะเป็นเหมือนแหล่งข่าวสารด้วยการเลียนแบบเอาอย่างพฤติกรรมต่างๆ
3. Internalization หมายถึงอิทธิพลที่เกิดขึ้นได้ เนื่องจากผลของสื่อที่สอดคล้องกับความต้องการ และค่านิยมที่มีอยู่ก่อนแล้วของผู้รับสาร สามารถอธิบายได้ว่าเป็นเพราะแรงจูงใจ ความต้องการ และความปรารถนาของผู้รับสารนั่นเอง

### 2.1.12 แนวคิดการเปิดรับข่าวสาร

การที่ผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสารจะประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลว โจเซฟ แคลปเปอร์ (Joseph Klapper) ได้กล่าวถึงสื่อมวลชนว่า เป็นเพียงส่วนเสริมด้านการพัฒนาทัศนคติ ความคิด และความเชื่อของคนในสังคม แต่กลไกหลักในการพัฒนาเป็นเรื่องของสถาบันทางสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน สถาบันทางศาสนา<sup>21</sup>

นอกจากนี้ ในการเปิดรับข่าวสารต่างๆนั้น ผู้รับสารย่อมจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคน กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filtres) ข่าวสารซึ่งในการรับรู้ของมนุษย์เรานั้นประกอบด้วย 3 ขั้นตอน<sup>22</sup> ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ เลือกสนใจ (Selective Exposure of Selective Attention) หมายถึงการที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยบุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนความคิดเดิมที่มีอยู่แล้ว และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจ หรือความคิดเดิมของตนนั้นจะก่อให้เกิด ความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องกันทางด้านความ

<sup>21</sup> นุชจิรา โมระเสรีฐ , “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอย” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาบัณฑิตศึกษาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2544).

<sup>22</sup> ชนภัทร ธีระพิริยะกุล , “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)” (ภาคนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2552), 21.

เข้าใจ (Cognitive Dissonance) ฉะนั้น การที่จะหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมของตนเอง

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception of Selective Interpretation) หมายถึงเมื่อบุคคลรับข่าวสารที่สนใจแล้วจะตีความตามความเข้าใจทัศนคติประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะทางอารมณ์และจิตใจของตนเองในขณะนั้น ซึ่งในบางครั้ง คนเราอาจจะบิดเบือนสารเพื่อให้สอดคล้องกับความเชื่อ และทัศนคติของตนเองอีกด้วย

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยกับความคิดของตน ดังนั้นการเลือกจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของคนเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilber Schramm) ยังชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสาร<sup>23</sup> ดังนี้

1. ประสบการณ์ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไป ตามประสบการณ์ของตน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลัง ผู้รับสารที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน จะให้ความสนใจต่อเนื้อหาของสารต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาสารต่างกัน
5. ความสามารถในการรับสาร เป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสาร ที่มีผลต่อพฤติกรรมที่เปิดรับสารที่แตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าว และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์สถานภาพทางอารมณ์ อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร
8. ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองข่าวสารที่เปิดรับ

---

<sup>23</sup> Wilber Schramm, *Channel and Audience in Handbook of Communication* (Chicago : Rand Menelly College Publishing Company, 1973).

เมอร์วิล และโลเวนสไตน์ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมเปิดรับสื่อและข่าวสาร ที่มีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธ นวัตกรรม<sup>24</sup> ดังนี้

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหันมาสื่อสารผู้อื่น และแท้จริงบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมากกว่าจะอยู่กับบุคคลในบางครั้ง

2. ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้อยากเห็นของตน ไม่ว่าสิ่งที่ยากรู้นั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือเป็นผลกระทบต่อผู้อื่น

3. ประโยชน์ใช้สอย(Self Aggrandizement) โดยทั่วไปแล้วมนุษย์เป็นผู้มีความเห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับสาร จึงต้องแสวงหาข่าวสาร และใช้สารบางอย่างเพื่อเป็นประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดตนเองบรรลุ และเพื่อให้ได้รับข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความรู้ ความสะดวกสบาย ปลอดภัย รวมทั้งให้ได้รับข่าวสารตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

4. สาเหตุจากตัวสื่อ ซึ่งมีลักษณะกระตุ้น ชี้นำ ทำให้ผู้รับสารต้องการได้รับสารนั้นๆ จากที่สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้เกิดความพึงพอใจ เช่น คนดูโทรทัศน์แทนการออกนอกบ้าน เป็นต้น

แมคคอมบ์ และเบคเกอร์ (Macomb and Becker)<sup>25</sup> ให้ความเห็นว่า บุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการ 5 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรับรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตการณ์ต่างๆรอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้

2. เพื่อต้องการช่วยการตัดสินใจ(Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่

<sup>24</sup> บำรุง สุขพรรณ , “การนำเสนอข่าวและสารระนำรู้ตามแนวยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคม แก้ไขปัญหาความยากจน และยกระดับคุณภาพชีวิต ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต กรมประชาสัมพันธ์”,(รายงาน การวิจัยคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2548).

<sup>25</sup> Maxwell E” McComb and Lee B. Becker,*Using Communication Theory* New Jersey:prentice Hall,(1979),51-52.



เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์ต่างๆรอบตัวได้

3. เพื่อการพูดคุยสนทนา(Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปพูดกับผู้อื่นได้
  4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์เป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว และในสังคม
  5. ต้องการเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ตนเองได้กระทำไปแล้วทางด้านปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความแตกต่างในการเลือกรับข่าวสารของบุคคลนั้น
- ปรมะ สตะเวทิน<sup>26</sup> อธิบายว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ อายุ เพศ รายได้ การศึกษาและศาสนา เป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลเลือกรับข่าวสารแตกต่างกัน

### 2.1.13 แนวคิดหลักการประเมินคุณค่าข่าว

จากพันธกิจของกรมประชาสัมพันธ์ มีภารกิจในการประชาสัมพันธ์นโยบายและดำเนินงานของภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์จากภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ดังกล่าว เรื่องสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ คือ เนื้อหา และรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจะต้องคำนึงถึงเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ มีความน่าสนใจและเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลข่าวสารบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ โดยเฉพาะเนื้อหาของข่าวจะต้องพิจารณา ดำเนินการผลิตเนื้อหาของข่าวให้มีคุณค่าของข่าว เพื่อให้ข่าวมีความน่าสนใจ และสอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ที่มีการแข่งขันเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อต่างๆ ที่มีอยู่จำนวนมาก ผู้ศึกษาวิจัย จึงได้ศึกษาหลักการประเมินคุณค่าข่าว พบว่า “นักวิชาการด้านวารสารศาสตร์หลายคนได้จำแนก “องค์ประกอบของข่าว” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของข่าวไว้แตกต่างกันไป ทั้งนี้องค์ประกอบข่าวที่ใช้ในการพิจารณาคุณค่าของข่าวมีอยู่ 10 องค์ประกอบ<sup>27</sup> ดังนี้

#### หลักการประเมินคุณค่าของข่าว

คุณค่าข่าวซึ่งนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาเหตุการณ์ที่เหมาะสมกับการนำมา

<sup>26</sup> ปรมะ สตะเวทิน , *หลักนิเทศศาสตร์*, พิมพ์ครั้งที่ 8 : (กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2538) , 19.

<sup>27</sup> พิศิษฐ์ ชวาลาธวัช. (และคนอื่นๆ) , *การรายงานข่าวชั้นสูง*, พิมพ์ครั้งที่ 5 : (กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2549), 15 – 19.



รายงานเป็นข่าว มีดังนี้

1. ความรวดเร็วหรือทันเหตุการณ์ (timeliness or immediacy) เมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้นแล้วมีการนำเสนอหรือรายงานข่าวได้อย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์ ย่อมมีคุณค่ามาก โดยเฉพาะสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มักจะได้เปรียบ สามารถถ่ายทอดสดหรือรายงานข่าวได้ทันทีที่เกิดเหตุการณ์ขึ้น และในปัจจุบันสื่อสมัยใหม่ สื่อสังคมออนไลน์ ยังสามารถรายงานข่าวทั้งภาพเสียงและเนื้อหาได้อย่างรวดเร็วแม้จะอยู่กันคนละซีกโลกก็ตาม ซึ่งมีการแข่งขันกันสูงมากของสื่อต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย ใครเร็วกว่าย่อมได้เปรียบ

2. ความใกล้ชิด (proximity or nearness) ซึ่งย่อมเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ให้ความสนใจเรื่องที่ใกล้ตัวหรือเรื่องที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับตัวเอง ยิ่งเหตุการณ์ใดมีความใกล้ชิดกับผู้รับข้อมูลข่าวสารมาก ก็ย่อมจะได้รับความสนใจจากผู้รับสารมากขึ้น ทำให้มีคุณค่าของความเป็นข่าวมากขึ้น ในทางตรงข้ามเรื่องที่เกิดขึ้นไกลตัวออกไป คุณค่าข่าวก็จะลดน้อยลงไป เช่น เกิดเหตุพายุทิมะถล่มที่ประเทศสหรัฐอเมริกา สื่อในประเทศไทยย่อมให้ความสำคัญกับเหตุการณ์ เกิดแผ่นดินไหวที่จังหวัดเชียงรายมากกว่า เพราะเป็นเรื่องใกล้ตัวมากกว่านั่นเอง นอกจากนี้ ความใกล้ชิดทางจิตใจก็มีคุณค่าข่าวเช่นกัน แม้จะเป็นเรื่องไกลตัวแต่ผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์มีความสัมพันธ์หรือเป็นกลุ่มคนเดียวกันกับผู้รับสาร เรื่องดังกล่าวย่อมดึงดูดความสนใจมีคุณค่าด้านความใกล้ชิด เช่น เกิดเหตุแผ่นดินไหวที่ประเทศญี่ปุ่นซึ่งเกิดขึ้นในเมืองที่มีคนไทยอาศัยอยู่มาก เรื่องนี้ย่อมได้รับความสนใจเช่นกัน

3. ความเด่นหรือความมีชื่อเสียง (prominence) ซึ่งหมายถึงความเด่นของเหตุการณ์หรือความเด่นของบุคคล สถานที่ หรือในเรื่องของเวลา เช่น ข่าวการเสียชีวิตของปอ ทฤษฎี พระเอกละคร มีความเด่นในเรื่องของบุคคล ข่าวการเกิดสึนามิในพื้นที่ภาคใต้ของไทย มีผู้เสียชีวิตจำนวนมาก มีความเด่นในเรื่องของเหตุการณ์ เป็นต้น

4. ผลกระทบ (impact or consequence) โดยทั่วไปผู้รับสารมักจะให้ความสนใจเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อตัวเอง หรือมีผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่ดีหรือร้าย ก็จะมีคุณค่าข่าวสูงกว่าเรื่องที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนน้อย เช่น การประกาศขึ้นภาษีเงินได้ ย่อมมีคุณค่าข่าวสูงกว่าข่าวการเกิดอุบัติเหตุรถยนต์ชนต้นไม้เนื่องจากหลับใน หรือการประกาศมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล โดยการคิดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ 0 % ย่อมมีคุณค่าความเป็นข่าวสูง เพราะเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนโดย

5. ความมีเงื่อนงำ (suspense) เหตุการณ์ใดก็ตามที่เกิดขึ้นแล้วยังไม่สามารถระบุสาเหตุที่แท้จริงหรือคลี่คลายได้อย่างชัดเจนนั้น ย่อมทำให้คนทั่วไปเกิดความสงสัยใคร่รู้ในข้อเท็จจริงและอยากติดตามข่าวนั้นไปจนกว่าความจริงจะถูกเปิดเผยออกมา เช่น คดีการทุจริตของนักการเมือง

การเสียชีวิตของนักร้องชื่อดังระดับโลก ซึ่งยังเป็นข้อกังขาว่าเกิดจากสาเหตุใดกันแน่ ยิ่งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีความสลับซับซ้อนและมีความเกี่ยวพันไปถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือผู้มีอิทธิพลมากขึ้นเท่าใด เหตุการณ์นั้นยิ่งมีคุณค่าความเป็นข่าวสูงมากขึ้นตามไปด้วย

6. ความผิดปกติหรือผิดธรรมชาติ (unusualness or oddity) เรื่องที่ผิดปกติหรือแปลกประหลาด ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน เรื่องเหล่านี้มักจะดึงดูดความสนใจจากผู้รับสาร เช่น คนที่มีความสูงมากๆ ผิดปกติ นอกจากนั้น ความแปลกประหลาดยังรวมไปถึงการกระทำบางอย่างของมนุษย์ที่แปลกไปกว่าปกติหรือเป็นการกระทำที่ไม่น่าเชื่อว่าจะทำได้ เช่น การแต่งงานใต้ท้องทะเล หรือการที่ผู้ชายคนหนึ่งใช้เวลา 1 ปีเพื่อพายเรือไปรอบโลก อย่างไรก็ตาม การนำเสนอความผิดปกติควรจะทำด้วยความระมัดระวังจะต้องอ้างอิงแหล่งข่าวให้ถูกต้องและใช้ภาษาให้ถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องไม่ใช้ภาษาที่เกินความเป็นจริงหรือบิดเบือนเพื่อดึงดูดความสนใจ

7. ความขัดแย้งหรือการแข่งขัน (conflict or combat) ความขัดแย้งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความไม่ลงรอยหรือเข้ากันไม่ได้ในเรื่องความคิด ความเชื่อ เป้าหมาย ผลประโยชน์ และวิถีชีวิต ซึ่งความขัดแย้งเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อมาอยู่ร่วมกันย่อมเกิดความขัดแย้งขึ้นอยู่เสมอ ขณะเดียวกันมนุษย์ก็มักจะสนใจและอยากรู้ความขัดแย้งของบุคคลอื่นเพื่อจะติดตามให้รู้ผลว่าจะออกมาเป็นอย่างไร ฝ่ายใดจะเป็นฝ่ายชนะ ฝ่ายใดจะเป็นฝ่ายแพ้ ดังนั้น หากเหตุการณ์ใดมีลักษณะความขัดแย้งสูง เหตุการณ์นั้นย่อมมีคุณค่าของความเป็นข่าวมากเท่านั้น เช่น ความขัดแย้งระหว่างนักการเมืองหรือระหว่างพรรคร่วมรัฐบาล ขาวการทำสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกากับอิรัก ขาวความขัดแย้งระหว่างกลุ่มเสื้อเหลืองกับเสื้อแดง ทั้ง 3 เหตุการณ์นี้เป็นความขัดแย้งในเรื่องของอุดมการณ์และผลประโยชน์ หรือขาวความขัดแย้งระหว่างชาวบ้านกับหน่วยงานราชการเกี่ยวกับสิทธิทำกินและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ขาวความขัดแย้งระหว่างนักแสดงในเรื่องความคิดที่ไม่ตรงกัน สำหรับคุณค่าด้านความขัดแย้งนั้น หากเป็นความขัดแย้งทางกายมักจะมีคุณค่าข่าวมากกว่าความขัดแย้งทางใจ เนื่องจากว่าความขัดแย้งทางกายนั้นมีความเป็นรูปธรรม ซึ่งสามารถมองเห็นภาพได้ง่ายกว่าความขัดแย้งทางใจ ดังเช่น การทำสงคราม การสู้รบกัน การฆาตกรรม การประท้วงที่มีการทำลายชีวิตและทรัพย์สินมักจะได้รับความสนใจนำมารายงานเป็นข่าวใหญ่มากกว่าเหตุการณ์ที่เป็นการขัดแย้งทางความคิด ซึ่งยากที่จะสื่อเป็นภาพออกมาให้เห็นอย่างชัดเจน

8. ความสนใจของมนุษย์ปุถุชนทั่วไปหรือความเร้าอารมณ์ (human interest or emotion) นอกจากข้อเท็จจริงต่างๆ ที่มนุษย์ต่างแสวงหาเพื่อตอบสนองความอยากรู้แล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการอีกลักษณะหนึ่ง คือ เรื่องของอารมณ์และความรู้สึก เหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ปุถุชนนับตั้งแต่อารมณ์โศกเศร้า เห็นอกเห็นใจ ยินดี รัก เกลียด โกรธ กลัว อิจฉา ริษยา ขบขัน ฯลฯ มักจะเป็นเหตุการณ์ที่ทำให้มนุษย์ทั่วไปเกิดความสนใจอย่างยิ่ง การรายงาน

เหตุการณ์เหล่านี้จึงมักจะทำให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์หรือความรู้สึกร่วมไปกับเหตุการณ์หรือบุคคลในชวานั้นด้วย เช่น ลูกกตัญญูที่พยายามหาเงินมารักษาแม่ ผู้ที่สูญเสียครอบครัวไปกับเหตุการณ์สึนามิ จนเหลือเพียงตัวคนเดียว ผู้หญิงที่ถูกทรมาณจากสามี บุคคลที่ต่อสู้ชีวิตจากบุคคลธรรมดาจนกลายเป็นเจ้าของธุรกิจพันล้าน เป็นต้น เหตุการณ์ที่ยกตัวอย่างมานั้นล้วนแล้วแต่สร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้รับสารไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งอยู่เสมอ ซึ่งทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกสงสาร ซาบซึ้ง โศกเศร้าไปกับชะตากรรม หรือชื่นชมในความสำเร็จ ยิ่งเหตุการณ์ใดก่อให้เกิดความรู้สึกต่อจิตใจหรือเร้าความรู้สึกมากขึ้นเพียงใด เหตุการณ์นั้นก็จะมีคุณค่าความเป็นชวามากขึ้นเท่านั้น

#### 9. เรื่องทางเพศหรือเรื่องอื้อฉาว (sex and scandals) เรื่องเพศในที่นี้ไม่ได้

หมายถึงเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางเพศหรือสิ่งยั่วยุทางเพศเท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยมีสาเหตุสำคัญอันเกิดมาจากความแตกต่างทางเพศด้วย เช่น การออกกฎหมายให้ภรรยาสามารถใช้นามสกุลของตัวเองได้ หรือมีสิทธิที่จะใช้คำนำหน้านามว่านางสาวหรือนางก็ได้ กลุ่มเพศที่สามเรียกร้องการยอมรับของสังคม เป็นต้น เหตุที่เรื่องเกี่ยวกับเพศมีคุณค่าของความเป็นชวานั้น เป็นเพราะว่าเป็นเรื่องใกล้ตัวของมนุษย์ ดังนั้น เรื่องราวใดที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องเพศ ไม่ว่าจะในด้านดีหรือด้านอื้อฉาว ย่อมได้รับความสนใจจากผู้รับสารอยู่เสมอ ยิ่งเหตุการณ์นั้นมีคุณค่าชวาด้านอื่นๆ รวมอยู่ด้วย ก็จะทำให้เหตุการณ์นั้นน่าสนใจมากยิ่งขึ้นไปอีก เช่น ประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์นอกสมรสกับนักศึกษาฝึกงานในทำเนียบขาว จนถึงขั้นมีการพิสูจน์หลักฐานและนำมาสู่กระบวนการถอดถอนประธานาธิบดีออกจากตำแหน่ง

#### 10. ความก้าวหน้าและความเปลี่ยนแปลง (progress and change) มนุษย์ ย่อมมีความสนใจที่เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ โดยเฉพาะหากสิ่งนั้นสามารถนำมาปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงชีวิตของตนไปในทิศทางที่ดีขึ้น ดังนั้น เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิทยาการสมัยใหม่ในสาขาต่างๆ ทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรมต่างๆ การค้นพบวิธีป้องกันและรักษาโรคแบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากกว่าวิธีเดิม ย่อมเป็นเหตุการณ์ที่มีคุณค่าของความเป็นชวาททั้งสิ้น

## 2.2 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พ.อ. กฤษณรักษ์ ทรัพย์ยิ่ง<sup>28</sup> ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกื้อกูลต่อการบริหารโครงการศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการศิลปาชีพฯ และชี้ให้เห็นถึงการบริหารโครงการพัฒนา อีกรูปแบบหนึ่งที่ใช้ใน

<sup>28</sup> กฤษณรักษ์ ทรัพย์ยิ่ง , “ปัจจัยที่เกื้อกูลต่อการบริหารโครงการศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ”(ภาคนิพนธ์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2543).

การประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ซึ่งแตกต่างจากการพัฒนาชนบทในรูปแบบปกติที่หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งของรัฐบาลรับผิดชอบดำเนินการ

โครงการศิลปาชีพ เป็นโครงการที่มุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตของราษฎรผู้ยากไร้ในพื้นที่ชนบท ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่ดิงามให้คงอยู่สืบไป รวมทั้งเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นอีกด้วย ความสำเร็จของโครงการจึงขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงานของหน่วยราชการเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะต้องมีความเข้าใจวัตถุประสงค์ของโครงการอย่างแท้จริง มีการจัดองค์กรและบริหารงานบุคคลที่เหมาะสม ตลอดจนจะต้องมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่ร่วมปฏิบัติงานอย่างดียิ่ง และมีการประเมินผลทุกขั้นตอนของการปฏิบัติด้วย โครงการศิลปาชีพ จึงเป็นโครงการตัวอย่างที่ดีโครงการหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการพัฒนาชนบทของไทย ทั้งยังเป็นโครงการที่เป็นรูปธรรมซึ่งนักบริหารหรือผู้สนใจสามารถเข้าไปศึกษาหาความรู้ได้อีกด้วย

อารีย์ ชนะกิจการชัย<sup>29</sup> ได้ศึกษาเรื่อง การปรับโครงสร้างองค์การเพื่อรองรับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ : ศึกษากรณีการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย(ปตท.)มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ลักษณะโครงสร้างตลอดจนปัญหา สาเหตุ ผลกระทบอันเนื่องมาจากโครงสร้างองค์การเดิมที่ไม่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ และไม่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง การปรับโครงสร้างองค์การ เป็นวิธีหนึ่งที่จะเพิ่มประสิทธิภาพ และความสามารถในการแข่งขันเสรีเชิงธุรกิจเอกชน พร้อมทั้งศึกษาข้อจำกัดของกระบวนการทำงานเดิม และแนวทางปรับปรุงกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์การที่เปลี่ยนแปลง

ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างองค์การเดิมของ ปตท. ไม่เอื้ออำนวยต่อการบริหารและการดำเนินธุรกิจ จึงมีการปรับโครงสร้างองค์การเป็นเชิงพาณิชย์ ด้วยหลักเกณฑ์สำคัญ 4 ประการ คือ การรวมงานบริการที่ศูนย์กลาง สำหรับหน่วยงานสนับสนุน การปรับกระบวนการทำงานทั้งงานหลักและงานสนับสนุน การปรับกลไกการบริหาร การบริหารจัดการและการกำกับดูแลที่ดี ดังนั้นโครงสร้างองค์การใหม่จึงทำให้ ปตท. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะนำไปสู่ความอยู่รอด และเจริญเติบโตในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

---

<sup>29</sup> อารีย์ ชนะกิจการชัย , “การปรับโครงสร้างองค์การเพื่อรองรับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ : ศึกษากรณีการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย(ปตท.)”(ภาคนิพนธ์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2544).

คณิต บุญพานิช<sup>30</sup> ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการบริหารการผลิตรายการโทรทัศน์ ประเภทสืบสวนสอบสวนของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เพื่อทราบถึงปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อการผลิต รายการโทรทัศน์ประเภทสืบสวนสอบสวนของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยพบว่า มีทั้งปัจจัยภายในและ ภายนอกองค์กร ปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านเทคโนโลยี เช่น กล้องถ่ายภาพ เครื่องตัดต่อ เทคโนโลยีการออกอากาศ ด้านความสามารถทางวิชาชีพ โดยที่ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อ ได้แก่ แหล่งข้อมูลซึ่งมีความสำคัญอย่างมากต่อการผลิตรายการประเภทสืบสวนสอบสวน เหตุการณ์ในการ นำเสนอเรื่องราวรวมทั้งกระแสสังคม ความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร แรงกดดันทางสังคม และการเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ ก็ส่งผลกระทบต่อการผลิตรายการเช่นกัน

ภัทรา ลำเจียก<sup>31</sup> ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางในการปรับปรุงรายการข่าวภาค ภาษาอังกฤษ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เพื่อศึกษาแนวทางในการปรับปรุงด้าน เนื้อหา ด้านรูปแบบ และด้านการนำเสนอ ผลการศึกษาแยกออกเป็น 3 ประเด็น คือ

1. แนวทางการปรับปรุงด้านเนื้อหารายการ บรรณาธิการข่าวจะต้องคำนึงถึงคุณค่า หรือองค์ประกอบของข่าว ได้แก่ ลำดับแรก ข่าวที่มีผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ ลำดับที่ 2 ข่าวหรือ เหตุการณ์ที่อยู่ในความสนใจของคนทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสนใจของชาวต่างชาติ ลำดับที่ 3 เนื้อหาข่าวควรเป็นประโยชน์ต่อประชาชน โดยเฉพาะชาวต่างประเทศ ที่สามารถนำไปใช้ได้ในการ ดำรงชีวิตประจำวัน ลำดับที่ 4 คือ ข่าวที่มีเนื้อหาเรื่องใกล้ตัวหรือมีความใกล้ชิดกับผู้ฟัง โดยเฉพาะ ข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น มีส่วนเกี่ยวข้องกับชาวต่างประเทศ ลำดับที่ 5 ควรนำเสนอเนื้อหาข่าวที่ เป็นเรื่องเกี่ยวกับความก้าวหน้าทั้งทางด้านเทคโนโลยี ด้านวิทยาศาสตร์ และความรู้อรอบตัว นอกจากนี้ข่าวที่น่าสนใจจะต้องมีคุณสมบัติ ลำดับแรก เนื้อหาข่าวที่มีความสดใหม่และทันต่อ เหตุการณ์ ลำดับที่ 2 มีความถูกต้อง แม่นยำ ลำดับที่ 3 มีความสมดุล คือ การให้ข้อมูลในหลายด้าน ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง และไม่ควรเสนอข่าวที่มีแต่ฝ่ายรัฐบาลแต่เพียงฝ่ายเดียว ลำดับที่ 4 เนื้อหา

<sup>30</sup> คณิต บุญพานิช , “ปัจจัยการบริหารการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทสืบสวนสอบสวน ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี”, (ภาคนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2545).

<sup>31</sup> ภัทรา ลำเจียก , “แนวทางในการปรับปรุงรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษ ของสถานี วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย” (ภาคนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2547).



ข่าวต้องมีความเป็นกลาง หมายถึงการเสนอข่าวที่ให้ข้อเท็จจริง มากกว่าการเป็นกระบอกเสียงของรัฐบาล และต้องไม่ใส่ความคิดเห็น ไม่ควรมีอคติ และลำดับสุดท้าย เนื้อหาข่าวต้องใช้ภาษาที่สั้น กระชับรัดกุมเข้าใจง่าย เหมาะสำหรับภาษาวิทยุ

## 2. แนวทางในการปรับปรุงด้านรูปแบบรายการข่าวควรมีรูปแบบเป็นลักษณะข่าว

รวม (Integrated News Broadcast) ประกอบด้วย ข่าวอ่านที่เสนอโดยผู้ประกาศข่าว การรายงานข่าวจากผู้สื่อข่าว ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยจะต้องมีการพัฒนาผู้สื่อข่าวที่ประจำอยู่ในสถานีเครือข่าย ให้มีความสามารถในการรายงานข่าวเข้ามาในส่วนกลาง นอกจากนี้ควรมีข่าวการสัมภาษณ์ที่จะต้องระมัดระวัง ให้เป็นการสัมภาษณ์ในเชิงลึก การรายงานข่าวจากสถานที่จริง มีการส่งผู้สื่อข่าวไปในเหตุการณ์และรายงานเข้ามายังห้องส่ง และควรมีการวิเคราะห์ข่าวจากนักวิชาการ รวมทั้งควรมีเพิ่มรายการข่าวด่วน ซึ่งเป็นการเสนอข่าวหรือเหตุการณ์สำคัญ ที่สามารถรายงานได้ทันที และควรมีสารคดี บทความ ในรายการข่าวด้วย

## 3. แนวทางในการปรับปรุงด้านการนำเสนอรายการ โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ได้แก่

ผู้ประกาศข่าว ต้องมีความรู้ความเข้าใจในข่าว และต้องติดตามความเคลื่อนไหวของข่าวทุกประเภท ต้องมีไหวพริบดี ควรเป็นผู้สื่อข่าวด้วย การนำเสนอข่าวควรลดความเป็นทางการ ควรเป็นการเล่าข่าวมากกว่าการอ่านข่าว ผู้ประกาศต้องสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างความใกล้ชิดกับผู้ฟัง มีน้ำเสียงดี อ่านแบบมีชีวิตชีวา ชัดเจน ส่วนทางด้านเสียงที่ใช้ประกอบในรายการข่าว ควรมีเพลงแนะนำรายการ (Title) เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของรายการ เพลงค้นรายการ(Jingle) เพื่อคั่นระหว่างข่าวแต่ละประเภทให้เกิดความชัดเจนในการแบ่งสัดส่วน ควรมีเสียงการรายงานจากสถานที่จริง มีการนำเสนอโดยใช้โทรศัพท์(phone in) เพื่อการรายงานข่าวที่เน้นความรวดเร็วและเปิดโอกาสให้ประชาชนโทรศัพท์เข้ามามีส่วนร่วมในรายการ ซึ่งจะทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์(interactive) ระหว่างผู้นำเสนอและผู้ฟัง

มนัสชนก ปานปิ่น<sup>32</sup> ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การบริหารองค์กรตามสถานการณ์เพื่อความอยู่รอดของบริษัทผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย กรณีศึกษา บริษัท พาโนราม่า ดอคคิวเม้นทารี จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการบริหารธุรกิจในอนาคต ผลการศึกษารัฐกิจตามสถานการณ์เพื่อความอยู่รอด และแนวโน้มในการดำเนินธุรกิจในอนาคต ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจภาพรวมประกอบด้วย ปัจจัยภายใน ได้แก่

---

<sup>32</sup> มนัสชนก ปานปิ่น . “กลยุทธ์การบริหารองค์กรตามสถานการณ์เพื่อความอยู่รอดของบริษัทผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย กรณีศึกษา บริษัท พาโนราม่า ดอคคิวเม้นทารี จำกัด” (ภาคินพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2549).

บุคลากร เทคโนโลยี วัฒนธรรมองค์กร และคุณภาพของงาน ปัจจัยแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ผู้สนับสนุนรายการ ช่องทางการออกอากาศ ทักษะคติของผู้ชม เศรษฐกิจ และคู่แข่ง ส่วนกลยุทธ์การบริหารธุรกิจตามสถานการณ์เพื่อความอยู่รอดพบว่า ในช่วงที่ประเทศไทยประสบภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ได้ใช้กลยุทธ์การปรับตัวในรูปแบบของการลดต้นทุนการผลิต และเมื่อไม่สามารถแก้ปัญหาได้ จึงใช้กลยุทธ์ถอนการลงทุนเพื่อลดต้นทุนการผลิต ด้วยวิธีการลดจำนวนพนักงานลง ควบคู่กับกลยุทธ์ฟื้นฟูวิกฤตการณ์ด้วยวิธีการเพิ่มรายได้ โดยขยายรูปแบบงานที่ผลิตให้มีหลายรูปแบบมากขึ้น พร้อมทั้งใช้กลยุทธ์หาพันธมิตร โดยร่วมลงทุนกับบริษัทต่างชาติเพื่อผลิตสารคดีจำหน่ายต่างประเทศ เป็นการลดต้นทุนการดำเนินธุรกิจและสร้างความได้เปรียบทางการตลาดในระยะยาว และสำหรับแนวโน้มการดำเนินธุรกิจสารคดีเพื่อความอยู่รอดพบว่า ต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ได้แก่ นโยบายการตลาดของผู้สนับสนุนรายการ เทคโนโลยีที่ทันสมัย มุมมองในการผลิตรายการ และนโยบายของรัฐบาล โครงการสาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน

ปราณี บุรณะโสภณ<sup>33</sup> ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสนับสนุนการบริหารงานเพื่อพัฒนาองค์กรสื่อสารมวลชน สถาบันวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยเพื่อศึกษาถึงปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยอุปสรรคที่มีผลต่อการบริหาร เพื่อการพัฒนาองค์กรสื่อสารมวลชนของสถาบันวิทยุโทรทัศน์ รวมถึงผลกระทบของการปรับตัวเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสนับสนุนที่มีผลต่อการบริหารเพื่อพัฒนาองค์กรสื่อสารมวลชนของสถาบัน คือ ความสามารถของบุคลากร เทคโนโลยี และนโยบายการบริหารจัดการ ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรค คือ การดำเนินงานภายใต้ระบบราชการงบประมาณ และแรงกดดันทางการเมือง ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรครอง คือ วัฒนธรรมองค์กร แรงกดดันทางเศรษฐกิจ และโครงสร้างองค์กร ทั้งนี้ ผลกระทบต่อการบริหารงานสถาบันที่ต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาล ส่งผลให้แนวทางการพัฒนาองค์กรขาดความต่อเนื่อง เพื่อเปลี่ยนแปลงตามนโยบายใหม่ของรัฐบาลอยู่เสมอ อาจเกิดขึ้นได้ทั้งแง่บวกและแง่ลบ คือ ถ้านโยบายดำเนินไปในทิศทางที่ดีก็จะทำให้สถาบันได้รับการตอบรับที่ดี แต่ถ้านโยบายมีความคลุมเครือ ขาดวิสัยทัศน์ในการบริหารงาน ก็จะทำให้เกิดผลลบต่อภาพลักษณ์ของสถาบัน

---

<sup>33</sup> ปราณี บุรณะโสภณ , “ปัจจัยสนับสนุนการบริหารงานเพื่อพัฒนาองค์กรสื่อสารมวลชน สถาบันวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย”(ภาคนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2551).



โชติรส สมบุญ<sup>34</sup> ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การพัฒนางานข่าวในประเทศของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ผลการศึกษาด้านรูปแบบ ลักษณะการดำเนินงานข่าวในประเทศของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก พบว่า ลักษณะงานข่าวของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก จะผลิตงานข่าวหลักๆ 4 ประเภท ประกอบด้วยข่าวประจำวันเป็นการผลิตงานข่าวปกติ ข่าวกรณีเร่งด่วนเป็นการผลิตข่าวเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นอย่างกระทันหัน และมีผลกระทบต่อประชาชน ข่าวพิเศษเป็นข่าวที่ได้รับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาให้ดำเนินการบันทึกเทปหรือรายงานข่าวสด และการผลิตรายการข่าวเฉพาะตามสัญญาเช่าซื้อช่วงเวลาจากบริษัทเอกชน ทั้งนี้ผังรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกประจำปี 2552 พบว่า ข่าวในประเทศมีระยะเวลาออกอากาศตลอดทั้งวันรวม 4 ชั่วโมง 33 นาที เริ่มตั้งแต่รายการสยามเช้านี้ ในเวลา 06.10 น. และข่าวเบรคสุดท้าย คือ ข่าวเด่นภาคดึกในเวลา 00.10 น. โดยในแต่ละวันบรรณาธิการสายข่าวจะเป็นผู้จัดทีมข่าวออกไปหาข่าว โดยพิจารณาจากข่าวตามหมายข่าว ตามเหตุการณ์ ข่าวตามกระแส ข่าวตามหัวระยะเวลา สกู๊ปข่าว และข่าวเจาะ ซึ่งบรรณาธิการประจำวัน จะเป็นผู้จัดลำดับความสำคัญของข่าวเพื่อออกอากาศ

ในด้านแนวทางการพัฒนางานข่าวในประเทศของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก พบว่า คุณค่าของข่าวจะเด่นหรือต่อนั้น ปัจจัยภายในองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก มีการบริหารแบบระบบราชการ ผู้บริหาร เป็นนายทหารระดับสูงมาช่วยราชการตามวาระ ซึ่งส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารบ่อย นโยบายและทิศทางข่าวขาดความชัดเจน และด้วยระยะเวลาการบริหารงานของผู้บริหารที่มีจำกัด ทำให้เกิดภาพลักษณ์การบริหารงานแบบเผด็จการ

ผู้ศึกษาพบว่า แนวทางการแก้ไขประการแรกต้องแก้ไขระบบ โดยผู้บริหารควรยึดแผนแม่บทของสถานีเป็นนโยบายในการบริหาร ประการที่สอง ต้องแก้ไขตัวบุคคล ซึ่งหัวหน้าแผนกบรรณาธิการข่าว ต้องพิจารณาจากผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีความคิดสร้างสรรค์ รับผิดชอบหน้าที่เป็นหลัก และผู้ปฏิบัติงานข่าวต้องมีจิตวิญญาณสื่อมวลชน ต้องสร้างจิตสำนึกให้เจ้าหน้าที่รักในองค์กร ประการสุดท้ายผู้ศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมเป็นหัวใจในการพัฒนาข่าวเช่นกัน ข้อเสนอแนะผู้บริหารสถานี ควรกำหนดนโยบายและรูปแบบนำเสนอข่าวให้ชัดเจน ควรเปิดกว้างให้ทำข่าวเจาะลึกในประเด็นที่ได้รับความสนใจจากประชาชน ให้ความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข่าวในประเทศอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สอดคล้องกับคำขวัญของฝ่ายข่าวที่ว่า

<sup>34</sup> โชติรส สมบุญ , “กลยุทธ์การพัฒนางานข่าวในประเทศของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก” (ภาคนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2552).

เสียดสี พัฒนา นำคุณค่าสู่สังคมไทย ทั้งนี้เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของประชาชนอย่างสูงสุด

วลัยพร วรรณศิริ<sup>35</sup> การบริหารการผลิตรายการครอบครัวเดียวกันสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย ได้ศึกษาถึงความสำเร็จของรายการสารคดีของสถานีโทรทัศน์ NHK ประเทศญี่ปุ่น ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของรายการสารคดีของสถานีโทรทัศน์ NHK ประเทศญี่ปุ่น ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน ได้แก่ ระบบบริหารจัดการ เทคโนโลยี ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อหน่วยงานที่สนับสนุนจากภาครัฐในแง่การออกกฎหมาย และระเบียบที่เอื้อต่อความเป็นสื่อสาธารณะความร่วมมือจากสถาบันต่างๆในสังคม ช่องทางการเผยแพร่ ความต้องการและความสนใจของผู้รับสาร ผู้สนับสนุนรายการ

ปัจจัยที่มีความโดดเด่นและสำคัญที่สุด คือ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อซึ่งส่วนใหญ่ไม่ได้จบการศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการกระจายเสียงหรือสื่อสารมวลชน แต่มีใจรักและมีความสนใจงานสารคดี โดยจะถูกหล่อหลอมจากการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ และเรียนรู้งานโดยการปฏิบัติงานจริง

ข้อค้นพบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสถานีโทรทัศน์ NHK เป็นปัจจัยภายในอีก 2 ประการ คือ ประการแรก NHK มีหน่วยงานที่สนับสนุนการทำงานของบุคลากรอันได้แก่ ศูนย์สารสนเทศที่ทันสมัย หน่วยงานด้านการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร สถาบันวิจัยด้านกระจายเสียงและวัฒนธรรม และการให้รางวัล ประการที่ 2 NHK มีการบูรณาการองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ คือ มีการถ่ายทอดงานโดยการสอน รวมไปถึงระบบพี่เลี้ยง เป็นความพยายามที่จะให้บุคลากรเรียนรู้จากกันและกัน

วนิธา ตะเภาทอง<sup>36</sup> ศึกษาเรื่อง ทิศทางการเติบโตของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจ ของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลาง และปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลาง โดยการศึกษาใช้แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานธุรกิจโทรทัศน์ แนวคิด

---

<sup>35</sup> วลัยพร วรรณศิริ, “การบริหารการผลิตรายการครอบครัวเดียวกันของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย” (ภาคินพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552).

<sup>36</sup> วนิธา ตะเภาทอง, “ทิศทางการเติบโตของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลาง” (ภาคินพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554).

เกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินงานของสื่อสารมวลชนเป็นกรอบการศึกษา พบว่า ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการเติบโตของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลาง ได้แก่ ผู้ก่อตั้งหรือผู้บริหารมีทักษะความรู้และประสบการณ์ด้านสื่อสารมวลชน นโยบายบริหารด้านการเงิน การมีส่วนร่วมของผู้บริหาร เป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน บุคลากรมีความรู้ความสามารถ ปัจจัยด้านอุปกรณ์การผลิต

ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการเติบโตของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลาง ได้แก่ ช่องทางการเผยแพร่ผลงาน การมีเครือข่ายทางสังคมมีสายสัมพันธ์ที่ดี นโยบายการสนับสนุนรายการ ปัจจัยการขยายตลาดทางธุรกิจผ่านสื่อใหม่ และการต่อยอดทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลผลิตของบริษัท ปัจจัยด้านรางวัล ปัจจัยเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจของบริษัทผลิตรายการ ได้แก่ ปัญหาบุคลากรจบทางด้านสื่อสารมวลชนหายากไม่ตรงกับสายงาน และการลาออก ปัจจัยภายนอก ปัจจัยทางการเมือง และปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ

สำหรับการศึกษาทฤษฎีและแนวคิด รวมทั้งการศึกษาเอกสารของหน่วยงาน ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และเชื่อมโยงการวิจัยครั้งนี้ สรุปได้ดังนี้

1. สืบเนื่องจากปัจจุบัน โลกาภิวัตน์ สถานการณ์ต่างๆ ตลอดจนสภาพแวดล้อมทั้งทางด้านการเมือง สังคม เศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยี มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงส่งผลให้องค์กรต่างๆ ต้องเร่งพัฒนา และปรับปรุงการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เนื่องจากโครงสร้างองค์การแบบดั้งเดิมอาจจะไม่เหมาะสมและเป็นอุปสรรคต่อการทำงาน ดังนั้นการปรับโครงสร้างองค์การ จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งเพื่อความคล่องตัว และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. องค์การเป็นสิ่งสำคัญที่บ่งบอกถึงอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ ที่มีการกำหนดขึ้นในองค์การและโครงสร้างองค์การที่เหมาะสมจะส่งผลถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินการได้อย่างบรรลุเป้าหมายขององค์การ

3. ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ส่งผลต่อการดำเนินการขององค์การด้านการสื่อสารมวลชน ปัจจัยภายในได้แก่ ความสามารถของบุคลากร เทคโนโลยี และนโยบายการบริหารจัดการ งบประมาณ ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และที่สำคัญ คือ ผู้รับบริการ ข้อมูลข่าวสารซึ่งหมายถึง ประชาชนที่มีความแตกต่างหลากหลาย ทั้งในด้านทัศนคติ และความสนใจในการเปิดรับข่าวสาร

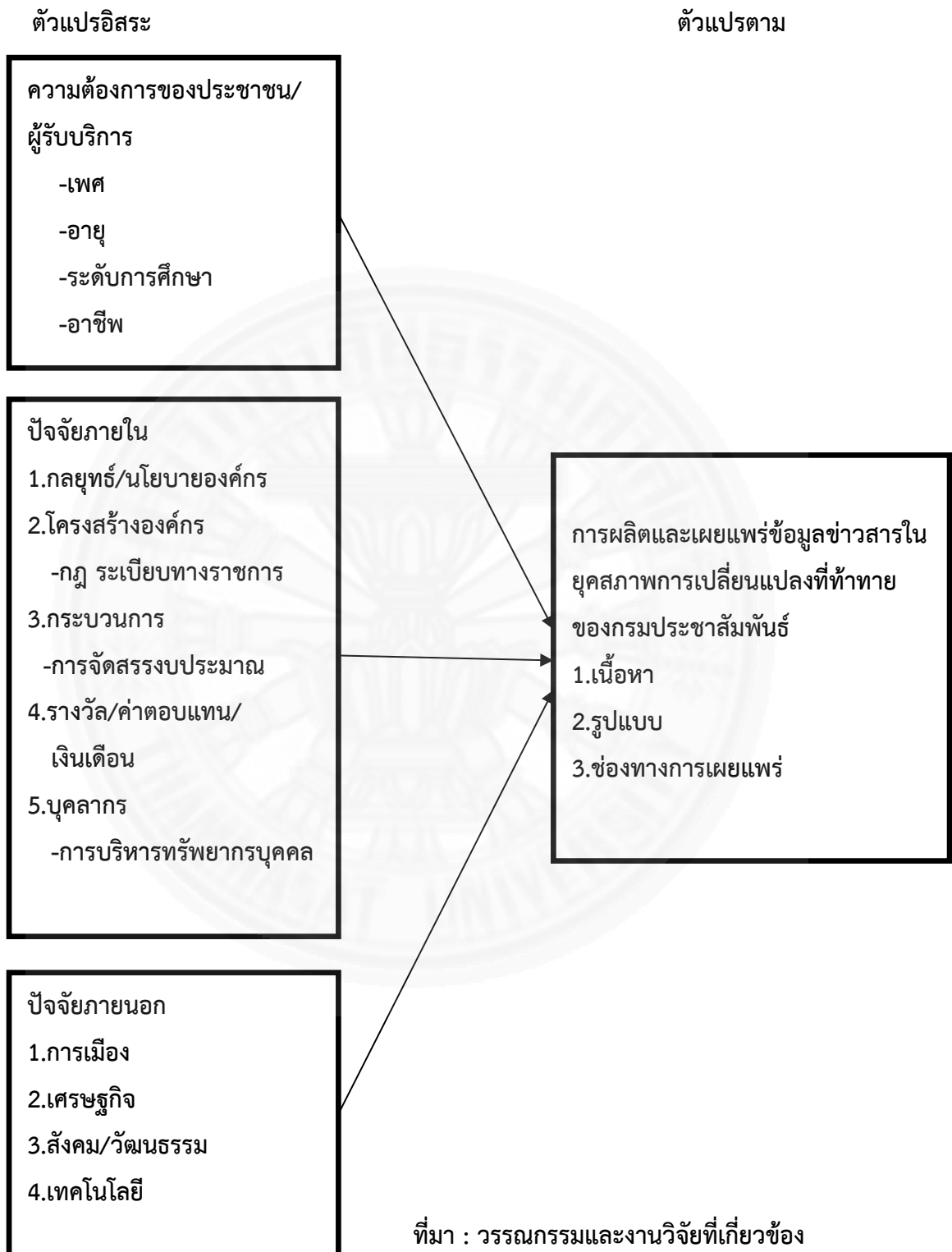
4. การปรับปรุงพัฒนาผลผลิตของการดำเนินการตามภารกิจขององค์การด้านสื่อสารมวลชน ซึ่งต้องคำนึงถึงหลักการทฤษฎีการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสารมวลชนการเปิดรับสารของกลุ่มเป้าหมาย เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการ

ของผู้รับบริการข้อมูลข่าวสาร ซึ่งหมายถึง ประชาชนที่มีความแตกต่างหลากหลาย ทั้งในด้านทัศนคติ และความสนใจ ตลอดจนการแข่งขันอย่างรุนแรงของสื่อต่างๆ ที่แข่งขันกันนำเสนอข้อมูลข่าวสาร

### 2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย(Theoretical/Analytical framework)

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีเนื้อหา และแนวคิดเพื่อนำไปเชื่อมโยงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ และแนวทางการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์และสภาพแวดล้อม โดยใช้กรอบแนวคิดด้านการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประกอบด้วย ทฤษฎีการสื่อสาร ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสื่อ และด้านโครงสร้างและการบริหารจัดการภายในองค์กร ประกอบด้วย ทฤษฎีองค์การ ตัวแบบดวงดาว (Star Model) แนวคิดโครงสร้างองค์การภาครัฐ แนวคิดการบริหารทรัพยากรบุคคล คุณค่าด้านผู้นำองค์กร และการปรับตัวขององค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และความต้องการของผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามแนวคิดการบริหารสมัยใหม่

แผนภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิด



### บทที่ 3 วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยในหัวข้อ “การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ และเพื่อศึกษาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะทำการศึกษา คุณลักษณะส่วนบุคคลของประชาชนผู้รับบริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็นสองส่วน ปัจจัยภายใน ได้แก่ กลยุทธ์/นโยบายองค์กร โครงสร้างองค์กร/กฎ ระเบียบทางราชการ .กระบวนการ/การจัดสรรงบประมาณ รางวัล/ค่าตอบแทน/เงินเดือน บุคลากร/การบริหารทรัพยากรบุคคล ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี โดยกำหนดดำเนินการระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

#### 3.1 วิธีวิทยาในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัย กำหนดใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) กล่าวคือ ใช้วิธีวิทยาการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และใช้วิธีวิจัยจากเอกสาร(Documentary Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเจาะลึกมากที่สุด เพื่อนำมาใช้ประกอบการศึกษาวิจัย เพื่อให้ผลการศึกษา มีความน่าเชื่อถือ และนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีเนื้อหาและแนวคิด เพื่อนำไปเชื่อมโยงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ และแนวทางการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์และสภาพแวดล้อม โดยศึกษาค้นหาความสัมพันธ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ และแนวทางการพัฒนา และกำหนดตัวแปรในการศึกษาดังนี้

**ตัวแปรอิสระ** กำหนดตัวแปรอิสระ ดังต่อไปนี้

- ความต้องการของผู้รับบริการ/เพศ/อายุ/ระดับการศึกษา/อาชีพ  
การบริหารจัดการภายในองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์
1. กลยุทธ์/นโยบายองค์กร
  2. โครงสร้างองค์กร/กฎ ระเบียบทางราชการ
  3. กระบวนการ/การจัดสรรงบประมาณ

4. รางวัล/ค่าตอบแทน/ เงินเดือน

5. บุคลากร/การบริหารทรัพยากรบุคคล

สภาพการณ์ภายนอก

1. การเมือง

2. เศรษฐกิจ

3. สังคม/วัฒนธรรม

4. เทคโนโลยี

**ตัวแปรตาม** การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

1. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร

2. รูปแบบการนำเสนอ

3. ช่องทางการเผยแพร่

### 3.2 นิยามเชิงปฏิบัติการ

1. เนื้อหา หมายถึง เนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่ผลิตและเผยแพร่

- เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร ที่มีความหลากหลาย ได้แก่ ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม บันเทิง ท่องเที่ยว และอื่นๆ
- เนื้อหาที่ผลิตจะได้รับความสนใจจากผู้รับสารจะต้องเป็นเรื่องที่ผู้รับสารให้ความสนใจมีการเผยแพร่เนื้อหาแบบซ้ำๆสม่ำเสมอและหากอยู่ในสภาพการณ์ที่ไม่มีเนื้อหาแบบอื่นให้เลือกหรือผูกขาด เป็นเรื่องใกล้ตัว ทันสมัย สดใหม่ ทันเหตุการณ์ และอื่นๆ ตามหลักการคุณค่าของข่าว เช่น ความเด่น ผลกระทบ ความขัดแย้ง ความมีเงื่อนงำ ความผิดปกติ ความแปลก ความสนใจของมนุษย์ เรื่องของเพศ ความแตกต่างทางเพศ ความก้าวหน้า และความเปลี่ยนแปลง
- เนื้อหาที่ผลิตและเผยแพร่ มีความถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน

2. รูปแบบ หมายถึง วิธีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ผลิตและเผยแพร่

- รูปแบบมีความหลากหลาย ได้แก่ ข่าว สกู๊ปข่าว สารคดี วาไรตี้ รายการสนทนา รายการสัมภาษณ์ รายการบันเทิง ละคร สปอต ประชาสัมพันธ์ อักษรวิง เป็นต้น
- รูปแบบเรียกร้อย เร้าใจ หลากทัศนะ สร้างความสนใจในการรับข่าวสาร
- ผู้นำเสนอข้อมูลข่าวสาร พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ มีความรู้ความสามารถ สื่อสารได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน



- การใช้ภาษา ทันสมัย ถูกต้อง ชัดเจน ดึงดูดความสนใจ
  - การใช้เทคนิคใหม่ๆ ในการนำเสนอ เช่น กราฟฟิก สร้างความสนใจจากผู้รับสาร
3. ช่องทางการเผยแพร่ช่องทางการเผยแพร่ หรือ สื่อ
- ช่องทางการเผยแพร่ หรือสื่อ ได้แก่ สื่อที่มีอยู่เดิมโดยทั่วไปได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ สื่อเอกสารต่างๆ ซึ่งจากการศึกษาเปรียบเทียบสื่อต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ ย่อมมีผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน คุณสมบัติที่แตกต่างกันของสื่อแต่ละชนิดย่อมส่งผลกระทบต่อความสนใจของผู้รับสาร รวมทั้งคุณภาพของสื่อเช่น เสียงชัดเจน ภาพคมชัด ย่อมส่งผลต่อการความสนใจของผู้รับสาร
  - สื่อสมัยใหม่ สื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ไลน์ เฟสบุ๊ก
  - ช่องทางการเผยแพร่ หรือ สื่อ ในด้านคุณภาพของสื่อ เช่น เสียงชัดเจน ภาพคมชัด ย่อมส่งผลต่อการความสนใจของผู้รับสาร

### 3.3 แหล่งข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัย กำหนดใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) กล่าวคือ ใช้วิธีวิทยาการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และใช้วิธีวิจัยจากเอกสาร(Documentary Research) จึงทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ และการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้บริหาร และนักวิชาการระดับชำนาญการพิเศษ ของกรมประชาสัมพันธ์
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ เอกสารของหน่วยงาน เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 3.4 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่

1. การสุ่มตัวอย่างประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อของกรมประชาสัมพันธ์โดยสุ่มตัวอย่างในพื้นที่เขตบริการของ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 กาญจนบุรี กรมประชาสัมพันธ์ รวม 6 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี สุพรรณบุรี ชัยนาท ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ เนื่องจากเป็น

พื้นที่ที่มีความหลากหลายทั้งสภาพภูมิประเทศ สภาพทางเศรษฐกิจมีทั้งพื้นที่ทางการเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและพื้นที่ติดชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน และพื้นที่ใกล้กรุงเทพมหานคร ที่มีการแข่งขันของสื่อค่อนข้างมาก โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญรวมจำนวน 400 คน

2. กลุ่มผู้บริหาร และนักวิชาการระดับชำนาญการพิเศษ ของกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 10 คน

### 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาวิจัย ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

**การวิจัยเชิงปริมาณ** ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ประเด็นที่ศึกษาและนำมาตั้งคำถาม ประกอบด้วย

- เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์ผลิตและเผยแพร่
- รูปแบบ วิธีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์
- ช่องทางการเผยแพร่ หรือ สื่อที่กรมประชาสัมพันธ์ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ไปสู่ประชาชน

โดยเมื่อสร้างแบบสอบถามแล้ว ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ด้านเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร ด้านรูปแบบวิธีการนำเสนอ และช่องทางการเผยแพร่ข่าวสาร หรือสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ โดยมีทั้งคำถามปลายปิด และปลายเปิด นำมาทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย แบบสอบถามโดยการหาค่าความเชื่อมั่น(reliability) ของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา จำนวน 30 คน จากนั้นตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ทำการประมวลผลวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ได้ค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม มีค่าเท่ากับ 0.95 ทั้งนี้เกณฑ์ในการพิจารณาความเชื่อมั่นนั้น Garrett เสนอว่าถ้ามีค่าตั้งแต่ .71-1.00 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

คำถามในแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด แบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นคำถามปลายปิด จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามปลายปิด ระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร จำนวน 10 ข้อ ด้านรูปแบบวิธีการนำเสนอ จำนวน 6 ข้อ และด้านช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารหรือสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 3 หมายถึง เฉยๆ
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิด

จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์(Statistical Package for the Social Science : SPSS for window) ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์

**การวิจัยเชิงคุณภาพ** สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม(Cluster sampling) และใช้การวิจัยแบบศึกษาเฉพาะกรณี/กรณีศึกษา (Case Study Approach) โดยการสัมภาษณ์และจดบันทึกผู้บริหาร และนักวิชาการระดับชำนาญการพิเศษ ของกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 10 คน ประเด็นคำถามเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านช่องทางการเผยแพร่ และโครงสร้างและการบริหารจัดการภายในองค์การของกรมประชาสัมพันธ์ ในประเด็นเกี่ยวกับ โครงสร้างระบบราชการ กฎ ระเบียบ กลยุทธ์/นโยบายขององค์การ การบริหารบุคคล/ผู้นำองค์การ ค่าตอบแทนรางวัล และกระบวนการทำงาน/งบประมาณ

**วิจัยจากเอกสาร(Documentary Research)** โดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร เว็บไซต์ เอกสารของหน่วยงาน และเอกสารทางวิชาการ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่มีผู้ทำการศึกษาวินิจฉัยไว้แล้ว ประกอบด้วย แนวคิดโครงสร้างองค์การภาครัฐ แนวคิดทฤษฎีองค์การ ตัวแบบดวงดาว (Star Model) แนวคิดการบริหารสมัยใหม่ แนวคิดการบริหารทรัพยากรบุคคล คุณค่าด้านผู้นำองค์การ แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน ทฤษฎีการสื่อสาร ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ บริบทของกรมประชาสัมพันธ์ สภาพการณ์ภายนอก ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี ความคาดหวังและความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีต่อการให้บริการของกรมประชาสัมพันธ์ และการจัดโครงสร้างหน่วยงานภาครัฐ รูปแบบหน่วยงานภาครัฐที่ไม่ใช่ส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ

### 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรม

สำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์(Statistical Package for the Social Science : SPSS for window) เพื่อคำนวณหาสถิติต่างๆ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ คำนวณหา ค่าความถี่ และร้อยละ ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร จำนวน 10 ข้อ ด้านรูปแบบวิธีการนำเสนอ จำนวน 6 ข้อ และด้านช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารหรือสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 4 ข้อ คำนวณหา ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลในส่วนที่ 2 เมื่อกำหนดค่าเฉลี่ยแล้วนำมาตีความหมาย ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 ความหมาย มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 ความหมาย มาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 ความหมาย ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 ความหมาย น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 ความหมาย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิด ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม นำมาจัดหมวดหมู่เพื่อนำเสนอเป็น ผลการศึกษาเพิ่มเติมจากแบบสอบถามปลายปิด

ส่วนการศึกษาโดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ ผู้บริหาร และนักวิชาการ ระดับชำนาญการพิเศษ ของกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 10 คน เกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ด้าน รูปแบบวิธีการนำเสนอ และด้านช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารหรือสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ และ โครงสร้างและการบริหารจัดการภายในองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์ ในประเด็นเกี่ยวกับโครงสร้าง ระบบราชการ กฎ ระเบียบ กลยุทธ์/นโยบายขององค์กร การบริหารบุคคล/ผู้นำองค์กร ค่าตอบแทน รางวัล และกระบวนการทำงาน/งบประมาณ

จากนั้นรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง จากการจดบันทึก นำมารวบรวมและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลเพื่อนำมาประกอบการศึกษาวิเคราะห์ต่อไป

ส่วนผลการวิจัยโดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจาก หนังสือ เอกสาร เว็บไซต์ เอกสารของ หน่วยงาน และเอกสารทางวิชาการ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่มีผู้ทำการศึกษาวิจัยไว้แล้ว นำมาจัด หมวดหมู่ เพื่อนำมาวิเคราะห์ต่อไป

### **ข้อจำกัดของการวิจัย**

เนื่องจากกรมประชาสัมพันธ์ มีการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อของกรม

ประชาสัมพันธ์อยู่ทั่วประเทศ ผู้รับบริการข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์จึงกระจายอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศเช่นกัน แต่การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้ศึกษาโดยวิธีเชิงปริมาณจากการสุ่มตัวอย่างในพื้นที่เขตบริการของ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 กาญจนบุรี กรมประชาสัมพันธ์ รวม 6 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี สุพรรณบุรี ชัยนาท ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน แต่ประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสารจากกรมประชาสัมพันธ์ มีอยู่ทั่วประเทศ จึงมีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่ และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

นอกจากนี้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์และจดบันทึก ผู้บริหาร และนักวิชาการระดับชำนาญการพิเศษ ของกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 10 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างเฉพาะบางกลุ่มและบางพื้นที่เท่านั้น

ดังนั้นจึงควรเพิ่มพื้นที่และเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เที่ยงตรงมากยิ่งขึ้นต่อไป

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง “การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์และศึกษาสภาพการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันที่ท้าทายต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงานเพื่อผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ที่ต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง โดยผู้ศึกษาวิจัย กำหนดใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) กล่าวคือ ใช้วิธีวิทยาการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) รวมทั้งใช้วิธีวิจัยจากเอกสาร(Documentary Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเจาะลึกมากที่สุด เพื่อนำมาใช้ประกอบการศึกษาวิจัย เพื่อให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือ และนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป ผลการศึกษามีดังนี้

#### 4.1 ผลการศึกษาความต้องการของประชาชน/ผู้รับบริการที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์

4.1.1 ความคิดเห็นของประชาชนที่รับบริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ผลการศึกษา มีดังนี้

##### ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการแจกแบบสอบถาม จำนวน 420 ชุด ได้คืนกลับมา 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 95.23 ผลการประมวล จากตารางที่ 1 พบว่า ประชาชนที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41

##### ตารางที่ 1 ข้อมูลด้านเพศของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	154	41
หญิง	236	59
รวม	400	100

### ตารางที่ 2 ข้อมูลด้านอายุของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 – 29 ปี	141	35.25
30 – 39 ปี	101	25.25
40 – 49 ปี	85	21.25
50 ปี ขึ้นไป	73	18.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

อายุ จากตารางที่ 2 พบว่า ประชาชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.25 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.25 ช่วงอายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.25 และช่วงอายุ 50 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.25 อยู่ในพื้นที่จังหวัด เพชรบุรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.5 รองลงมา คือ จังหวัดสุพรรณบุรี คิดเป็นร้อยละ 18.25 จังหวัดชัยนาท คิดเป็นร้อยละ 17 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คิดเป็นร้อยละ 16.5 จังหวัดกาญจนบุรี คิดเป็นร้อยละ 15 และจังหวัดราชบุรี คิดเป็นร้อยละ 14.75 (ตารางที่ 3)

### ตารางที่ 3 ข้อมูลด้านจังหวัดที่สำรวจของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม

จังหวัดที่สำรวจ	จำนวน	ร้อยละ
สุพรรณบุรี	73	18.25
เพชรบุรี	74	18.5
กาญจนบุรี	60	15
ราชบุรี	59	14.75
ชัยนาท	68	17
ประจวบคีรีขันธ์	66	16.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>



ตารางที่ 4 ข้อมูลด้านระดับการศึกษาของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา - มัธยมศึกษา	140	35
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า/ปวส.	90	22.5
ปริญญาตรีขึ้นไป	170	42.5
รวม	400	100

**ระดับการศึกษา** จากตารางที่ 4 พบว่า ประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ ประถมศึกษาถึงระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 35 และระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 22.5

ตารางที่ 5 ข้อมูลด้านอาชีพของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ	111	27.75
พนักงานบริษัทเอกชน	67	16.75
เกษตรกร	47	11.75
รับจ้าง	76	19
นักเรียน/นักศึกษา	34	8.5
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	65	16.25
รวม	400	100

**อาชีพ** จากตารางที่ 5 พบว่า ประชาชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ อาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมาคือ อาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 19 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 16.75 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 16.25 อาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 11.75 และนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8.5

#### ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็น

**ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็น** เกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ด้านเนื้อหาที่ผลิตและเผยแพร่ โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย

สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง มีดังนี้

ตารางที่ 6 ด้านเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร

ด้านเนื้อหาของข้อมูล ข่าวสาร	ความถี่จำนวน(ร้อยละ)					ความคิดเห็น		
	5	4	3	2	1	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปล ความหมาย
กรมประชาสัมพันธ์ควร นำเสนอข้อมูลข่าวสาร ด้านต่างๆตามที่กรม ประชาสัมพันธ์เห็นสมควร	203 (50.8)	150 (37.5)	38 (9.5)	7 (1.8)	2 (0.5)	4.36	0.76	มากที่สุด
กรมประชาสัมพันธ์ควรมี อิสระในการคัดเลือกเรียบ เรียงเนื้อหาข่าวที่ เห็นสมควรโดยไม่ต้อง คำนึงถึงนโยบายรัฐบาล	142 (35.5)	151 (37.8)	70 (17.5)	25 (6.2)	12 (3.0)	3.96	1.02	มาก
เนื้อหาข่าวสารที่กรม ประชาสัมพันธ์นำเสนอ มี ความถูกต้อง ชัดเจน	103 (25.8)	166 (41.5)	97 (24.2)	26 (6.5)	8 (2.0)	3.82	0.95	มาก
เนื้อหาข่าวสารที่กรม ประชาสัมพันธ์นำเสนอ ต้องผ่านการตรวจสอบ ความถูกต้อง มีความ ชัดเจน เพื่อสร้างความ น่าเชื่อถือ	200 (50)	131 (32.8)	55 (13.8)	12 (3.0)	2 (0.5)	4.28	0.84	มากที่สุด
เนื้อหาข่าวสารที่กรม ประชาสัมพันธ์นำเสนอมี ความหลากหลายและ ครบถ้วนรอบด้าน	90 (22.5)	185 (46.2)	97 (24.2)	22 (5.5)	6 (1.5)	3.82	0.89	มาก
กรมประชาสัมพันธ์ควร นำเสนอข่าวสารด้านอื่นๆ ให้มีความหลากหลาย	219 (54.8)	121 (30.2)	45 (11.2)	13 (3.2)	2 (0.5)	4.35	0.84	มากที่สุด

ตารางที่ 6 ด้านเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร(ต่อ)

ด้านเนื้อหาของข้อมูล ข่าวสาร	ความถี่จำนวน(ร้อยละ)					ความคิดเห็น		
	5	4	3	2	1	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปล ความหมาย
กรมประชาสัมพันธ์ นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ รวดเร็วทันเหตุการณ์	124 (31)	169 (42.2)	85 (21.2)	15 (3.8)	7 (1.8)	3.97	0.91	มาก
กรมประชาสัมพันธ์ควร นำเสนอข่าวสารที่รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ เพื่อให้ สามารถแข่งขันกับสื่ออื่นๆ	225 (56.2)	118 (29.5)	42 (10.5)	11 (2.8)	4 (1)	4.47	0.85	มากที่สุด
ข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์ นำเสนอใช้ภาษาที่ ทันสมัยและเข้าใจง่าย	93 (23.2)	158 (39.5)	117 (29.2)	23 (5.8)	9 (2.2)	3.75	0.94	มาก
กรมประชาสัมพันธ์ควร นำเสนอข่าวสารโดยใช้ ภาษาที่ทันสมัยและเข้าใจ ง่าย ลดการใช้ภาษา ราชการ	158 (39.5)	148 (37)	64 (16)	26 (6.5)	4 (1)	4.07	0.94	มาก
ภาพรวมด้านเนื้อหาของ ข่าวสาร						4.08		มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นด้านเนื้อหาข้อมูล  
ข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์ผลิตและเผยแพร่ในภาพรวม มีความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.08  
เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเด็น พบว่า ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 4 ประเด็น โดยเรียงลำดับตาม  
ค่าเฉลี่ย คือ

1. กรมประชาสัมพันธ์ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วทันเหตุการณ์ เพื่อให้  
สามารถแข่งขันกับสื่ออื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.37
2. กรมประชาสัมพันธ์ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆตามที่กรม  
ประชาสัมพันธ์เห็นสมควร ค่าเฉลี่ย 4.36
3. กรมประชาสัมพันธ์ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆให้มีความหลากหลาย  
ค่าเฉลี่ย 4.35

4. เนื้อหาข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง มีความชัดเจน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.28
- ระดับความคิดเห็นมาก จำนวน 6 ประเด็น โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ
1. กรมประชาสัมพันธ์ควรนำเสนอข่าวสารโดยใช้ภาษาที่ทันสมัยและเข้าใจง่าย ลดการใช้ภาษาราชการ ค่าเฉลี่ย 4.07
  2. กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ค่าเฉลี่ย 3.97 กรมประชาสัมพันธ์ควรมีอิสระในการคัดเลือกเรียบเรียงเนื้อหาข่าวที่เห็นสมควรโดยไม่ต้องคำนึงถึงนโยบายรัฐบาล ค่าเฉลี่ย 3.96
  3. เนื้อหาข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอมีความถูกต้อง ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.82
  4. เนื้อหาข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอมีความหลากหลายและครบถ้วนรอบด้าน มีค่าเฉลี่ย 3.82
  5. ข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอใช้ภาษาที่ทันสมัยและเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ย 3.75

#### ตารางที่ 7 ด้านรูปแบบในการนำเสนอ

ด้านรูปแบบการนำเสนอ	ความถี่จำนวน(ร้อยละ)					ความคิดเห็น		
	5	4	3	2	1	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความหมาย
การนำเสนอข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์มีการพาดหัวข่าวให้เข้าใจเพื่อดึงดูดความสนใจ	150 (37.5)	166 (41.5)	64 (16)	16 (4)	4 (1)	4.10	0.88	มาก
การพาดหัวข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ควรใช้ภาษาที่เข้าใจ	163 (40.8)	158 (39.5)	63 (15.8)	7 (1.8)	9 (2.2)	4.14	0.90	มาก
กรมประชาสัมพันธ์มีการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร	128 (32)	177 (44.2)	73 (18.2)	20 (5)	2 (0.5)	4.02	0.86	มาก

ตารางที่ 7 ด้านรูปแบบในการนำเสนอ(ต่อ)

ด้านรูปแบบการนำเสนอ	ความถี่จำนวน(ร้อยละ)					ความคิดเห็น		
	5	4	3	2	1	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความหมาย
กรมประชาสัมพันธ์ควรรนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร	207 (51.8)	144 (36)	43 (10.8)	5 (1.2)	1 (0.2)	4.37	0.74	มากที่สุด
การนำเสนอข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ผู้ประกาศ ผู้ดำเนินรายการ พิธีกรรายการ ต่างๆ มีการสื่อสารได้อย่างถูกต้องชัดเจน	129 (32.2)	185 (46.2)	69 (17.2)	13 (3.2)	4 (1)	4.10	0.88	มาก
การนำเสนอข่าวสารของสื่อกรมประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ผู้ประกาศ ผู้ดำเนินรายการ พิธีกรรายการต่างๆต้องมีความรู้ความสามารถ ในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง	219 (54.8)	131 (32.8)	37 (9.2)	10 (2.5)	3 (0.8)	4.38	0.81	มากที่สุด
ภาพรวมด้านรูปแบบการนำเสนอ						4.18		มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์ผลิตและเผยแพร่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.18 เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเด็นพบว่าระดับความคิดเห็นมากที่สุด 2 ประเด็นโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย

1. การนำเสนอข่าวสารของสื่อกรมประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ผู้ประกาศ ผู้ดำเนินรายการ พิธีกรรายการต่างๆต้องมีความรู้ความสามารถ ในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.38

2. กรมประชาสัมพันธ์ควรรนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 4.37

ระดับความคิดเห็นมาก จำนวน 4 ประเด็น โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ

1. การพาดหัวข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ควรใช้ภาษาที่เข้าใจ ค่าเฉลี่ย 4.14
2. การนำเสนอข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์มีการพาดหัวข่าวให้เข้าใจเพื่อดึงดูดความสนใจ ค่าเฉลี่ย 4.10
3. การนำเสนอข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ผู้ประกาศ ผู้ดำเนินรายการ พิธีกร รายการต่างๆ มีการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.05
4. กรมประชาสัมพันธ์มีการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 4.02

#### ตารางที่ 8 ด้านช่องทางการเผยแพร่

ด้านช่องทางการเผยแพร่	ความถี่จำนวน(ร้อยละ)					ความคิดเห็น		
	5	4	3	2	1	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความหมาย
กรมประชาสัมพันธ์มีช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารที่เพียงพอและครอบคลุมประชาชนผู้รับสารอย่างกว้างขวาง	113 (28.2)	154 (38.5)	107 (26.8)	19 (4.8)	7 (1.8)	3.86	0.93	มาก
กรมประชาสัมพันธ์ควรเพิ่มช่องทางการเผยแพร่โดยใช้สื่อสมัยใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ก และการส่งข้อความให้มากขึ้น	224 (56)	135 (33.8)	30 (7.5)	7 (1.8)	4 (1)	4.42	0.78	มากที่สุด
สื่อกรมประชาสัมพันธ์ที่มีมานานได้แก่สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ เป็นช่องทางที่มีคุณภาพทั้งภาพและเสียง	149 (37.2)	152 (38)	74 (18.5)	18 (4.5)	7 (1.8)	4.04	0.94	มาก
กรมประชาสัมพันธ์ควรพัฒนาสื่อที่มีให้มียุคคุณภาพเพื่อดึงดูด ผู้ชม ผู้ฟังให้มากขึ้น	257 (64.2)	107 (26.8)	31 (7.8)	5 (1.2)	0 (0)	4.54	0.69	มากที่สุด
<b>ภาพรวม</b>						<b>4.21</b>		<b>มาก</b>

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการเผยแพร่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์ผลิตและเผยแพร่ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.21 เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเด็น พบว่า ระดับความคิดเห็น มากที่สุด 2 ประเด็น โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ

1. กรมประชาสัมพันธ์ควรพัฒนาสื่อที่มีอยู่ให้มีคุณภาพ เพื่อดึงดูด ผู้ชม ผู้ฟังให้มากขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.54

2. กรมประชาสัมพันธ์ควรเพิ่มช่องทางการเผยแพร่โดยใช้สื่อสมัยใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ก และการส่งข้อความให้มากขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.42

ระดับความคิดเห็นมาก จำนวน 2 ประเด็น โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ

1. สื่อของกรมประชาสัมพันธ์ที่เป็นสื่อสารมวลชนที่มีมานาน ได้แก่ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ เป็นช่องทางที่มีคุณภาพ เสียงชัดเจน ภาพคมชัด ค่าเฉลี่ย 4.04

2. กรมประชาสัมพันธ์มีช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารที่เพียงพอและครอบคลุมประชาชนผู้รับสารอย่างกว้างขวาง ค่าเฉลี่ย 3.86

**ผลการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความแตกต่าง ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์**

**สมมติฐานที่ 1** เพศที่ต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ทำนายของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

$H_0$ : เพศที่ต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ทำนายของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกันไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศที่ต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ทำนายของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกันแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นในการทดสอบสมมติฐานที่ 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อพบว่า ค่า p. value มีค่าน้อยกว่า 0.05



**ตารางที่ 9** เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคสภาพการเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ

การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์	T-test for Equality of means					
	เพศ	mean	S.D.	t	df	sig
เนื้อหา	ชาย	4.01		2.087	96	0.111
	หญิง	4.14				
รูปแบบ	ชาย	4.12	0.63	1.887	19.94	0.014*
	หญิง	4.23	0.53			
ช่องทางการเผยแพร่	ชาย	4.17	0.65	1.592	97	0.074
	หญิง	4.27	0.54			
ภาพรวม	ชาย	4.10	0.58	2.133	99.95	0.006*
	หญิง	4.21	0.46			

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 (sig. level 0.05, p. value ≤ 0.05)

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศพบว่า ในภาพรวมระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ระหว่างเพศชายกับเพศหญิงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนี้

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นในภาพรวม ( $t = -2.133, p = 0.006$ ) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่า กลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างจากเพศชาย

**สมมติฐานที่ 2** กลุ่มอายุที่ต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มอายุที่ต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกันไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มอายุที่ต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นในการทดสอบสมมติฐานที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อพบว่า ค่า p. value (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

**ตารางที่ 10** เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุ

การผลิตและเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารของกรม ประชาสัมพันธ์	t-test for Equality of means				
	SS	df	MS	F	sig
<b>เนื้อหา</b>					
ระหว่างกลุ่มอายุ	1.113	94	0.371	0.949	0.417
ภายในกลุ่ม	153.977	97	0.391		
รวม	155.090				
<b>รูปแบบ</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.538	96	0.513	0.556	0.199
ภายในกลุ่ม	130.460	99	0.329		
รวม	131.998				

**ตารางที่ 10** เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

การผลิตและเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารของกรม ประชาสัมพันธ์	t-test for Equality of means				
	SS	df	MS	F	sig
<b>ช่องทางการเผยแพร่</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.201	95	0.067	0.191	0.903
ภายในกลุ่ม	139.096		0.352		
รวม					
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.363	93	0.121	0.457	0.713
ภายในกลุ่ม	104.667	96	0.265		
รวม	104.667				

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 (sig. level 0.05, p. value < 0.05)

ผลจากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุพบว่า ในภาพรวมระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็น ( $F = 0.457$ ,  $sig = 0.713$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ( $F = 0.949$ ,  $sig = 0.417$ ) ด้านรูปแบบ ( $F = 1.556$ ,  $sig = 0.199$ ) และด้านช่องทางการเผยแพร่ ( $F = 0.191$ ,  $sig = 0.903$ )

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์**ไม่แตกต่างกัน**

**สมมติฐานที่ 3** การศึกษาที่แตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

$H_0$ : การศึกษาที่แตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกันไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : การศึกษาที่แตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นในการทดสอบสมมติฐานที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อพบว่า ค่า p. value (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

**ตารางที่ 11** เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์	t-test for Equality of means				
	SS	df	MS	F	sig
<b>เนื้อหา</b>					
ระหว่างกลุ่มอายุ	1.262	94	421	0.077	359
ภายในกลุ่ม	153.828	97	390		
รวม	155.090				
<b>รูปแบบ</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.417	96	139	0.418	0.740
ภายในกลุ่ม	131.581	99	332		
รวม	131.998				
<b>ช่องทางการเผยแพร่</b>					
ระหว่างกลุ่ม					
ภายในกลุ่ม	1.019	95	0.340	0.970	0.407
รวม	138.278	98	0.350		
	139.297				
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.814	93	0.271	0.027	0.381
ภายในกลุ่ม	103.852	96	0.264		
รวม	104.667				

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 (sig. level 0.05, p. value $\leq$ 0.05)

ผลจากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ จำแนกตามการศึกษาพบว่า ในภาพรวมระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็น  $F = 1.027$ ,  $sig = 0.381$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา  $F = 1.077$ ,  $sig = 0.359$  ด้านรูปแบบ  $F = 0.418$ ,  $sig = 0.740$  และด้านช่องทางการเผยแพร่  $F = 0.970$ ,  $sig = 0.407$

สรุปได้ว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 4** อาชีพที่แตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

$H_0$ : อาชีพที่แตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกันไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อาชีพที่แตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นในการทดสอบสมมติฐานที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อพบว่า ค่า p. value (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

**ตารางที่ 12** เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพ

การผลิตและเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารของกรม ประชาสัมพันธ์	t-test for Equality of means				
	SS	df	MS	F	sig
เนื้อหา					
ระหว่างกลุ่มอายุ	1.170	91	0.234	0.594	0.704
ภายในกลุ่ม	153.825	96	0.394		
รวม	155.054				

**ตารางที่ 12** เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพ(ต่อ)

การผลิตและเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารของกรม ประชาสัมพันธ์	t-test for Equality of means				
	SS	df	MS	F	sig
<b>รูปแบบ</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.405	93	0.281	0.850	0.515
ภายในกลุ่ม	129.928	98	0.331		
รวม	131.333				
<b>ช่องทางการเผยแพร่</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.324	92	0.265	0.753	0.585
ภายในกลุ่ม	137.899	97	0.352		
รวม	139.223				
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.763	90	0.153	0.574	0.720
ภายในกลุ่ม	103.813	95	0.266		
รวม	104.667				

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 (sig. level 0.05, p. value $\leq$ 0.05)

ผลจากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ในภาพรวมระดับความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความการเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็น  $F = 0.574$ ,  $sig = 0.72$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา  $F = 0.594$ ,  $sig = 0.704$  ด้านรูปแบบ  $F = 0.850$ ,  $sig = 0.515$  และด้านช่องทางการเผยแพร่  $F = 0.753$ ,  $sig = 0.585$

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์**ไม่แตกต่างกัน**

ผลจากการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม **ที่มีความ**

แตกต่าง ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่มีต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านช่องทางการเผยแพร่ และในภาพรวม พบว่า เมื่อเปรียบเทียบด้านเพศแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน(ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านช่องทางการเผยแพร่)แตกต่างจากเพศชาย แต่ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นด้านรูปแบบการนำเสนอแตกต่างกัน ส่วนด้านเนื้อหา และด้านช่องทางการเผยแพร่ ความคิดเห็นของเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

ส่วนความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยมากกว่า 2 กลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความคิดเห็นต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถาม ยังได้แสดงความคิดเห็นให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ จากแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำคำถามปลายเปิดไว้ ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. การผลิตและเผยแพร่ข่าวและรายการของกรมประชาสัมพันธ์ ควรมีเนื้อหาที่หลากหลายทั้งเชิงบวกและเชิงลบ รูปแบบต้องสร้างความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมผู้ฟังให้มากขึ้น ประชาชนจะได้อยากฟัง เพราะปัจจุบันไม่ทันสมัย ไม่น่าสนใจ มีแต่ข่าว
2. ต้องการให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ เป็นไปอย่างทั่วถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย ทันเหตุการณ์ ถูกต้อง และชัดเจน เพราะปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ยังไม่เข้าถึงประชาชนอย่างทั่วถึง
3. ด้านเทคนิคในการผลิตรายการ ควรนำคอมพิวเตอร์กราฟฟิกมาใช้ในการผลิตรายการ และการผลิตข่าว รวมทั้งการใช้กล้องและการจัดแสงให้มีความทันสมัยและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น
4. กรมประชาสัมพันธ์เป็นสื่อของรัฐ ควรมีความอิสระในการนำเสนอข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงมากกว่านี้ ปัจจุบันจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์รัฐบาลมากกว่า
5. ต้องการให้กรมประชาสัมพันธ์มีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน



ไม่สามารถดึงดูดผู้ฟังผู้ชม ไม่สามารถแข่งขันกับสื่ออื่นๆได้ ต้องกล้าเปลี่ยนแปลง และออกไปจากจุดเดิม

**ผลจากการศึกษา** จากแบบสอบถาม และจากการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้บริหาร และนักวิชาการระดับชำนาญการพิเศษ พบว่า ผู้ตอบมีความเห็นในเรื่องการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งด้านเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร ด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านช่องทางการเผยแพร่ ไปในทิศทางเดียวกันดังนี้

### ด้านเนื้อหา

ผู้ให้สัมภาษณ์โดยส่วนใหญ่ 90% มีความเห็นว่า เนื้อหาที่ผลิตและเผยแพร่มีลักษณะเป็นทางการเป็นส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดเป็นเรื่องของการดำเนินงานของหน่วยราชการ และนโยบายรัฐบาล ไม่มีเนื้อหาต่างๆไปที่ประชาชนต้องการรับรู้และสนใจหรือชื่นชอบ รวมทั้งไม่มีเนื้อหาที่มีลักษณะให้ความบันเทิง สนุกสนาน และเป็นประเด็นหรือเรื่องที่เกิดขึ้นในส่วนกลาง ไม่นั่นเนื้อหาหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในส่วนภูมิภาค เนื้อหารายการที่นำเสนอจึงยังไม่มี ความใกล้ชิดและเข้าถึงประชาชน จึงทำให้เนื้อหาข่าวสารไม่มีความหลากหลาย ไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีความต้องการและชื่นชอบ เนื้อหาข่าวสารที่แตกต่างกันในหลายๆกลุ่ม

นอกจากนี้การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ยังไม่มีการผลิตเนื้อหาข่าวสารที่เป็นประเด็นในเชิงเจาะลึกเพื่อให้น่าสนใจ ตลอดจนไม่มีการเกาะติดเพื่อนำเสนอประเด็นที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการรับรู้เนื้อหาข่าวสารที่ประชาชนต้องการรับรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อโดยเฉพาะประเด็นที่กำลังอยู่ในความสนใจ หรือที่เรียกว่าประเด็นร้อน

สำหรับประเด็นสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นสอดคล้องกันอย่างยิ่ง ได้แก่ ประเด็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ล่าช้า ไม่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

### ด้านรูปแบบ

ผู้ให้สัมภาษณ์โดยส่วนใหญ่ 90% มีความเห็นว่า ข้อมูลข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอมีรูปแบบเป็นทางการ เป็นรายการลักษณะให้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ภาครัฐและหน่วยงานราชการเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้รูปแบบการนำเสนอ ขาดสีสัน ไม่กระตุ้นความสนใจไม่มีรูปแบบบันเทิง สนุกสนาน และยังขาดความคิดสร้างสรรค์ ทำให้รายการไม่น่าสนใจและไม่น่าติดตาม ซึ่งสื่ออื่นๆสามารถผลิตเนื้อหาและรูปแบบที่น่าสนใจมากกว่า เช่น รายการประกวดร้องเพลง การแข่งขัน การแจกรางวัล เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์และผู้ตอบแบบสอบถาม ยังมีความเห็นไปในทิศทาง

เดียวกันว่า ผู้นำเสนอข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ผู้ประกาศ พิธีกร ผู้ร่วมรายการ ไม่น่าสนใจ เป็นทางการ ไม่เป็นธรรมชาติ ซึ่งไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีความชื่นชอบแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะประเด็นการพาดหัวข่าว และประเด็นผู้ประกาศ ผู้ดำเนินรายการ พิธีกรรายการต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้ให้สัมภาษณ์ มีความเห็นสอดคล้องกัน โดยเห็นว่า การพาดหัวข่าวควรใช้ภาษาที่เข้าใจ ลดการใช้ภาษาราชการ สำหรับผู้ประกาศ ผู้ดำเนินรายการ พิธีกรรายการต่างๆ ต้องมีความรู้ความสามารถ ในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน

#### ด้านช่องทางการเผยแพร่

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดมีความเห็นสอดคล้องกับผู้ตอบแบบสอบถามโดยเห็นว่าแม้ว่ากรมประชาสัมพันธ์ มีการดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในหลายช่องทาง ได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ แผ่นพับ เอกสาร หรือจดหมายข่าว รวมทั้งมีสื่อบุคคล ที่กรมประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญ โดยการจัดตั้งกลุ่มอาสาสมัครประชาสัมพันธ์หมู่บ้านและชุมชน ซึ่งมีอยู่ในทุกจังหวัดก็ตาม แต่กรมประชาสัมพันธ์ก็ควรต้องมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยใช้สื่อสมัยใหม่ เพื่อให้ก้าวทันต่อเทคโนโลยี เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ สื่อสมัยใหม่ เช่น ยูทูบ ไลน์ เฟสบุ๊ค เพื่อเพิ่มช่องทางการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนให้มากยิ่งขึ้น

#### **4.2 ผลการศึกษาปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์**

จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม(Cluster sampling) แบ่งเป็นกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริหาร และกลุ่มนักวิชาการระดับชำนาญการพิเศษ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวม 10 คน โดยการสัมภาษณ์ และใช้การวิจัยแบบศึกษาแบบเฉพาะกรณี/กรณีศึกษา (Case Study Approach) จากนั้นรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ มีความเห็นสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ในเรื่องของปัจจัยภายในการบริหารจัดการองค์การตามแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษา ดังนี้

#### ด้านกลยุทธ์/นโยบายขององค์การ

ผู้ให้สัมภาษณ์ 80% เห็นสอดคล้อง ตามกรอบแนวคิดทฤษฎีองค์การตามแบบดวงดาว ในประเด็นนโยบายหรือกลยุทธ์ โดยเห็นว่า กรมประชาสัมพันธ์ ต้องดำเนินงานเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาล ถือเป็นพันธกิจหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์มาตั้งแต่การก่อตั้ง ที่เน้นให้ข้อมูลจากภาครัฐ เพื่อสื่อสารทำความเข้าใจกับประชาชน สร้างการรับรู้และเข้าใจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในทุกภาคส่วน กรมประชาสัมพันธ์ต้องนำเสนอเนื้อหาข่าวสาร เพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลตามภารกิจหลัก ทำให้ไม่สามารถคิดนอกกรอบ ไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาข่าวสารที่แปลกใหม่ได้ ซึ่งหาก

มองถึงลักษณะขององค์กรที่ทำงานด้านสื่อ ควรต้องมีความเป็นอิสระ เป็นกลาง นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เที่ยงธรรม เป็นจริง ไม่น้อมเอียงไปฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หากแต่บางครั้งมีผู้ใช้อำนาจรัฐ สิ่งการที่เกินขอบเขตของการปฏิบัติหน้าที่ที่เหมาะสม ก็จะส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ ไม่อยู่บนฐานของความถูกต้องและเป็นจริง จึงขึ้นอยู่กับผู้ที่กำหนดนโยบายต้องมีความเป็นกลางและเป็นธรรม และนโยบายจึงส่งผลต่อการปฏิบัติงาน เนื่องจากต้องนำเสนอเนื้อหาตามแนวทางที่กรมประชาสัมพันธ์กำหนด

ดังนั้น ความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ในเรื่องของกลยุทธ์และนโยบายขององค์กร จึงสอดคล้องกับกรอบแนวคิดทฤษฎีองค์การตัวแบบดวงดาว ในประเด็นนโยบายด้านกลยุทธ์ (Strategy) ที่ระบุไว้ว่า กลยุทธ์/นโยบายขององค์กร (Strategy) จะระบุถึงเป้าหมาย พันธกิจและทิศทางขององค์กร รวมทั้งผลผลิต กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดโครงสร้างอำนาจหน้าที่และกระบวนการทำงาน ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์ ต้องดำเนินงานเพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาล จึงไม่มีความเป็นอิสระ และส่งผลต่อผลผลิต คือ การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนผู้รับข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะในยุคปัจจุบัน ที่ต้องมีการปรับเปลี่ยน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนผู้รับข่าวสาร ทั้งด้านเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร ด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านช่องทางการเผยแพร่

“กรมประชาสัมพันธ์ ต้องดำเนินงานเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลเป็นพันธกิจหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์มาตั้งแต่การก่อตั้ง ซึ่งหากมองถึงลักษณะองค์กรที่ทำงานด้านสื่อ ควรต้องมีความเป็นอิสระ เป็นกลาง นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เที่ยงธรรม เป็นจริง ไม่น้อมเอียงไปฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง”

สัมภาษณ์ผู้บริหารไม่ประสงค์ออกนาม วันที่ 19 พฤษภาคม 2559

“เนื้อหาที่ผลิตและเผยแพร่มีลักษณะเป็นทางการส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดเป็นการดำเนินงานของหน่วยราชการ และนโยบายรัฐบาล ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่เป็นสาระความรู้ไม่มีเนื้อหาทั่วไปที่ประชาชนต้องการรับรู้และสนใจหรือชื่นชอบ”

สัมภาษณ์ผู้บริหารไม่ประสงค์ออกนาม วันที่ 23 พฤษภาคม 2559

“ส่วนใหญ่ยังเป็นรายการลักษณะให้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ภาครัฐและหน่วยงานราชการรูปแบบเป็นทางการ ขาดสีสัน ไม่กระตุ้นความสนใจ”

สัมภาษณ์นักวิชาการไม่ประสงค์ออกนาม วันที่ 25 พฤษภาคม 2559

“กรมประชาสัมพันธ์มีความพยายามใช้สื่อสมัยใหม่ เพื่อให้ก้าวทันต่อเทคโนโลยี เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ สื่อสมัยใหม่ เช่น ยูทูบ ไลน์ เฟสบุ๊ก เพื่อเพิ่มช่องทางการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชน”

สัมภาษณ์ผู้บริหารไม่ประสงค์ออกนาม วันที่ 25 พฤษภาคม 2559

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนมีความเห็นที่แตกต่าง โดยเห็นว่า นโยบายของกรมประชาสัมพันธ์ ที่ต้องตอบสนองนโยบายรัฐบาล ไม่มีผลกับการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการผลิตข้อมูลข่าวสาร เพราะกรมประชาสัมพันธ์เป็นสื่อของรัฐที่มีหน้าที่ในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนโยบายรัฐบาลให้ประชาชนรับทราบอยู่แล้ว ข้อมูลข่าวสารที่ผลิตและเผยแพร่ก็เป็นข้อมูลในเชิงบวก ไม่เน้นข่าวเหตุการณ์ ไม่แข่งขันกับสื่ออื่นในลักษณะของความดุเดือด รุนแรง ข่าวที่เกิดขึ้นจึงไม่ต้องใช้ถ้อยคำพาดหัวเพื่อขายข่าว แต่เป็นข่าวที่เน้นความถูกต้อง เชื่อถือได้ และตราบไต่ที่สื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งสื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ยังเป็นระบบราชการ ก็ต้องดำเนินการตามนโยบายของกรมประชาสัมพันธ์ ที่ยังจำเป็นต้องตอบสนองนโยบายของรัฐบาลอยู่แล้ว เพราะเป็นสื่อของรัฐบาล ไม่ใช่สื่อภาคเอกชน จึงไม่จำเป็นต้องแสวงหาความเป็นอิสระในการดำเนินงาน ความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ดังกล่าวนี้แม้ว่าจะมีความเห็นที่ไม่ตรงกับผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ แต่ก็เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องของทฤษฎีตัวแบบดวงดาว ในเรื่องของ กลยุทธ์/นโยบายขององค์กร (Strategy) เป็นสิ่งที่กำหนดและส่งผลโดยตรงต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์

#### ด้านโครงสร้างองค์การภาครัฐ กฎ ระเบียบของทางราชการ

ผู้ให้สัมภาษณ์ 70% เห็นสอดคล้องกับกรอบแนวคิดทฤษฎีองค์การตัวแบบดวงดาว ในประเด็นโครงสร้างองค์การ ซึ่งกำหนดถึงอำนาจหน้าที่ และโครงสร้างอำนาจองค์การ รวมไปถึงจำนวนบุคลากร ระดับการบังคับบัญชา และการรวมหรือการกระจายอำนาจ และยังสอดคล้องกับแนวคิดโครงสร้างองค์การภาครัฐ ที่ถูกนักวิชาการวิพากษ์วิจารณ์ว่า ไม่มีประสิทธิภาพ เพราะให้ความสำคัญกับกฎ ระเบียบ แบบแผน ทำให้ขาดความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน กฎ ระเบียบเก่าไม่สอดคล้องกับปัญหา และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งต้องการความรวดเร็วและความยืดหยุ่นในการแก้ปัญหา รวมทั้งการรวมอำนาจ และตัดสินใจโดยผู้บริหารระดับสูง การสั่งการเป็นไปตามลำดับการบังคับบัญชา ผู้ปฏิบัติไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ โดยผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า โครงสร้างระบบราชการส่งผลต่อการพัฒนาการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์อย่างมาก ซึ่งมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการผลิตข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ที่ต้องเป็นไปตามโครงสร้าง มีสายการบังคับบัญชา ไม่มีอิสระในการตัดสินใจทำให้ขาดความคล่องตัวในการทำงาน แม้ว่าตามระบบโครงสร้างราชการ จะมีการวางระบบไว้อย่างชัดเจน แต่การเป็นระบบราชการที่มีขั้นตอน ทำให้เกิดความล่าช้า ในกระบวนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ที่ต้องการความรวดเร็ว ทันสมัย ทันเหตุการณ์ จึงควรปรับลดขั้นตอนของการทำงานแบบราชการ

“โครงสร้างระบบราชการ ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์อย่างมาก ซึ่งมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการผลิตข้อมูลข่าวสาร

ที่ต้องเป็นไปตามสายการบังคับบัญชา ทำให้ขาดความคล่องตัวในการทำงาน และล่าช้า จึงควรปรับลดขั้นตอนของการทำงานแบบราชการลง”

สัมภาษณ์นักวิชาการไม่ประสงค์ออกนาม วันที่ 20 พฤษภาคม 2559

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ประเด็นที่กรมประชาสัมพันธ์ต้องบริหารงานโดยยึดกฎ ระเบียบ ของทางราชการ เป็นปัญหาอุปสรรคของการปฏิบัติภารกิจในการทำหน้าที่สื่อ ต้องตรวจสอบก่อนทุกเรื่อง ทุกขั้นตอน เพราะตามระเบียบราชการบางเรื่องไม่สามารถดำเนินการได้

“กฎ ระเบียบที่ล้าสมัย เป็นอุปสรรคมาก ก็ควรปรับปรุงแก้ไขใหม่ให้เหมาะสม และกฎระเบียบยังมีผลในเรื่องการใช้งบประมาณ ซึ่งหน่วยงานที่ทำหน้าที่สื่อ มีความจำเป็นในการจัดซื้อจัดจ้างอุปกรณ์ และการใช้งบประมาณในการลงพื้นที่เพื่อปฏิบัติงานอย่างเร่งด่วน การมีระเบียบที่ไม่ยืดหยุ่นมีผลกระทบในการจัดซื้อจัดจ้าง และการปฏิบัติภารกิจเร่งด่วน”

สัมภาษณ์ผู้บริหารไม่ประสงค์ออกนาม วันที่ 20 พฤษภาคม 2559

ผู้ให้สัมภาษณ์ ยังได้ให้ความเห็นในประเด็นบุคลากร ซึ่งเป็นผลมาจากโครงสร้างระบบราชการ ส่งผลให้เกิดข้อจำกัด ในเรื่องจำนวนบุคลากรที่ต้องใช้ในการปฏิบัติงาน เพราะการผลิตสื่อโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ หากต้องการให้ได้งานที่มีคุณภาพ ต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก และเวลาที่เพียงพอในการปฏิบัติงาน ปัญหาบุคลากรที่มีอยู่อย่างจำกัดตามกรอบอัตรากำลัง ไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน หรือต้องเร่งรีบในการผลิตชิ้นงาน จนไม่ได้คุณภาพตามที่ต้องการ ผู้ให้สัมภาษณ์ จึงเห็นว่า กรมประชาสัมพันธ์ควรเพิ่มอัตรากำลัง โดยอาศัยระเบียบอื่นๆมารองรับ เช่น การจ้างเหมาบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะเข้ามาปฏิบัติงาน มีการวิเคราะห์อัตรากำลังอย่างชัดเจนสำหรับงานสื่อในภาพรวมทั้งหมดของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีการกำหนดอัตรากำลังที่เหมาะสมและเพียงพอ

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังเห็นว่า กฎ ระเบียบ ทางราชการมีผลต่อการปฏิบัติงานในการทำหน้าที่สื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ทำให้กระบวนการผลิตและเผยแพร่ล่าช้า ไม่สะดวก ไม่ทันเหตุการณ์ เพราะต้องยึดตามกฎระเบียบต่างๆมากมายในทุกๆเรื่อง ทุกขั้นตอน บางอย่างทำได้ บางอย่างทำไม่ได้ ต้องตรวจสอบให้ชัดเจนก่อนดำเนินการทุกครั้ง ผู้ให้สัมภาษณ์จึงเสนอแนะความเห็น ว่า กฎระเบียบที่ล้าสมัย ไม่เป็นผลดี เป็นอุปสรรคมาก ก็ควรปรับปรุงแก้ไขใหม่ให้เหมาะสม นอกจากนี้ กฎ ระเบียบ ยังมีผลในเรื่องการใช้งบประมาณซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่เป็นหน่วยงานสื่อที่มีความจำเป็น ในการจัดซื้อจัดจ้างอุปกรณ์ และการใช้งบประมาณในการลงพื้นที่เพื่อปฏิบัติงานอย่างเร่งด่วน การมีระเบียบที่ไม่ยืดหยุ่นมีผลกระทบในการจัดซื้อจัดจ้างและการปฏิบัติภารกิจเร่งด่วน ดังนั้น ผลการศึกษาจากความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ และจากแนวคิดโครงสร้างองค์การภาครัฐ มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน โดยพบว่า โครงสร้างองค์การภาครัฐ กฎ ระเบียบของทางราชการ ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์



### ด้านกระบวนการทำงานประเด็นการจัดสรรงบประมาณ

ผู้ให้สัมภาษณ์ 80% เห็นว่ามีความสอดคล้องตามกรอบแนวคิดทฤษฎีองค์การตัวแบบดวงดาว ในประเด็นกระบวนการทำงาน โดยเฉพาะกระบวนการตัดสินใจ ในการจัดสรรงบประมาณให้กับส่วนต่างๆ เป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญของการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล โดยผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานสื่อ ที่มีโครงสร้างระบบราชการ และยังเป็นสื่อสาธารณะที่ไม่สามารถหารายได้ด้วยตนเอง โดยจะได้รับงบประมาณสนับสนุนเป็นรายปี ซึ่งมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับภารกิจงานที่ต้องทำ และการใช้จ่ายงบประมาณก็ยังอยู่ภายใต้กฎระเบียบของทางราชการ ซึ่งเมื่อต้องนำมาใช้กับงานสื่อที่ต้องการความรวดเร็ว คล่องตัว จึงไม่สอดคล้องกัน การใช้งบประมาณเพื่อดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ มีข้อจำกัดไม่มีความคล่องตัว เพราะการได้รับจัดสรรงบประมาณต้องมีการจัดทำเป็นแบบแผนล่วงหน้าเป็นปี การคิดงานใหม่ๆ ให้ความน่าสนใจ โครงการดีๆ เด่นๆ มีความสดใหม่ มีความรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ เพื่อนำเสนอ แต่มีข้อจำกัดด้านงบประมาณจึงไม่สามารถดำเนินการได้ ต้องทำตามแบบแผนด้านงบประมาณที่ต้องทำไว้ล่วงหน้า ไม่สามารถทำได้อย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์

ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า กระบวนการจัดสรรงบประมาณตามระบบราชการ มีผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลของข้อมูลข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์ผลิตและเผยแพร่ เพราะถ้างบประมาณมีน้อย ไม่เพียงพอ การบริหารจัดการเพื่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ก็จะเป็นไปตามสภาพ เพราะภารกิจต้องดำเนินการไปโดยมีข้อจำกัด

### ด้านรางวัล/ค่าตอบแทน/เงินเดือน

ผู้ให้สัมภาษณ์โดยส่วนใหญ่ 80% เห็นสอดคล้องตามกรอบแนวคิดทฤษฎีองค์การตัวแบบดวงดาว ในประเด็นระบบการจ่ายรางวัล/ค่าตอบแทน/เงินเดือน ซึ่งต้องกำหนดขึ้นให้สอดคล้องกับเป้าหมายและความต้องการของบุคลากรในองค์การ ทั้งการจ่ายเงินเดือน ค่าจ้าง การปรับตำแหน่ง การจ่ายโบนัส รวมทั้งเงินปันผล การถือหุ้นกิจการ และการจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน โดยผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า รางวัล/ค่าตอบแทน/เงินเดือน มีผลเป็นแรงจูงใจต่อการปฏิบัติงานให้เกิดสัมฤทธิ์ผล การมีรางวัล มีค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติ ก็ยังเป็นกำลังใจให้มุ่งมั่นทุ่มเทในการผลิตผลงานที่ดียิ่งขึ้นไป

“กรมประชาสัมพันธ์ยังไม่จูงใจบุคลากรผู้ปฏิบัติงานในประเด็นนี้ ดังนั้นกรมประชาสัมพันธ์ จึงควรมีระเบียบเพิ่มเติมที่สามารถให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม สำหรับบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นที่ต้องการของหน่วยอื่นๆ ซึ่งยอมรับว่ามีผลด้านกำลังใจ”

สัมภาษณ์นักวิชาการไม่ประสงค์ออกนาม วันที่ 24 พฤษภาคม 2559

ผู้ให้สัมภาษณ์ยังให้ความเห็นเป็นข้อเสนอแนะว่า กรมประชาสัมพันธ์ควรปรับเรื่องการบริหารบุคลากร ทั้งเรื่องของเงินเดือน ค่าตอบแทน เงินรางวัลให้มีความเหมาะสม เนื่องจากในปัจจุบันระบบเงินเดือน และค่าตอบแทนของหน่วยงานสื่อภาคเอกชน หรือรัฐวิสาหกิจ มีอัตราเงินเดือนและเงินรางวัล หรือโบนัสสูงกว่าข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ ทำให้ขาดความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานเพื่อแข่งขันกับสื่ออื่นๆ และปัจจุบันยังทำให้เกิดปัญหา กรมประชาสัมพันธ์ไม่สามารถรักษาคนเก่งๆไว้ได้ ถูกหน่วยงานอื่นๆซื้อตัวไปอย่างต่อเนื่อง

“กรมประชาสัมพันธ์ควรปรับเรื่องการบริหารบุคลากร ทั้งเรื่องของเงินเดือน ค่าตอบแทนที่เหมาะสม เพราะเมื่อเทียบกับหน่วยงานสื่อภาคเอกชน หรือรัฐวิสาหกิจซึ่งจะมีอัตราที่สูงกว่า ก็จะทำให้บุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ที่มีความสามารถถูกหน่วยงานอื่นซื้อตัวไป เพราะได้ค่าตอบแทนที่มากกว่า”

สัมภาษณ์นักวิชาการไม่ประสงค์ออกนาม วันที่ 24 พฤษภาคม 2559

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังมีความเห็นว่า กรมประชาสัมพันธ์ควรมีระบบการจัดสรรเงินรางวัล เพราะมีผลในการสร้างแรงจูงใจ/ขวัญกำลังใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน แต่ปัจจุบันไม่มีการจัดสรรเงินรางวัลแต่อย่างใด อีกทั้งยังได้รับงบประมาณในการบริหารจัดการน้อยลงเรื่อยๆ แม้แต่การจ่ายค่าตอบแทนการปฏิบัติงานนอกเวลาราชการให้แก่ผู้ปฏิบัติงานก็ยังคงขาดแคลน ทำให้ขาดขวัญกำลังใจซึ่งปัญหานี้ ผู้บริหารระดับสูงควรต้องหาทางแก้ไขโดยทางงบประมาณสนับสนุนต่อไป

#### ด้านบุคลากร/การบริหารทรัพยากรบุคคล/ผู้นำองค์กร

ผู้ให้สัมภาษณ์โดยส่วนใหญ่ 70% เห็นสอดคล้องตามกรอบแนวคิดทฤษฎีองค์การตัวแบบดวงดาว ในประเด็นการบริหารทรัพยากรบุคคล ได้แก่ นโยบายการสรรหา การบรรจุแต่งตั้ง การเลือกสรรบุคลากร การหมุนเวียนงาน การฝึกอบรม และการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถ และแนวคิดการบริหารทรัพยากรบุคคล โดยเห็นว่าการบริหารงานบุคคลของกรมประชาสัมพันธ์ยังมีปัญหาอุปสรรค ได้แก่ การสรรหา คัดเลือก การกำหนดบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน โดยเฉพาะโครงสร้างระบบราชการของกรมประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้เกิดข้อจำกัด ในเรื่องจำนวนบุคลากรที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ไม่สอดคล้องกับปริมาณงานที่มากมาย ทั้งงานที่ต้องปฏิบัติเป็นประจำในภาวะปกติ แต่ยังมีงานที่ถูกสั่งการโดยเร่งด่วนตลอดเวลา เพราะสื่อกรมประชาสัมพันธ์ ต้องให้บริการตอบสนองภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนด้วย ทำให้บุคลากรที่มีอยู่อย่างจำกัดตามกรอบอัตรากำลัง ไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นกับหน่วยงานของกรมประชาสัมพันธ์ที่กระจายอยู่ในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ ปัจจุบันมีบุคลากรไม่เท่ากัน บางแห่งมีมากเกินไป บางแห่งมีน้อยเกินไป หรือไม่มีเลยในบางตำแหน่ง โดยเฉพาะตำแหน่งที่มีความสำคัญ ทำให้เป็นปัญหาในการปฏิบัติงานอย่างมาก เช่น ตำแหน่งเจ้าหน้าที่การเงิน ไม่มีการจัดกรอบอัตรากำลังไว้ ทำให้จำเป็นต้องใช้



บุคลากรด้านอื่นที่ไม่มีความรู้มาทำงานแทน เป็นเหตุให้เกิดความผิดพลาด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดอัตรากำลัง(กองการเจ้าหน้าที่) จึงควรจัดกรออัตรากำลังที่เหมาะสม

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังมีความเห็นสอดคล้อง ตามแนวคิดปัญหาอุปสรรคขององค์การภาครัฐ โดยเห็นว่า โครงสร้างระบบราชการของกรมประชาสัมพันธ์ ได้ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร เนื่องจากบุคลากรขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน ปฏิบัติงานแบบงานประจำ ไม่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างผลงาน เนื่องจากมีเงินเดือนเป็นค่าตอบแทนประจำอยู่แล้ว ทำให้บุคลากรไม่ได้แสดงศักยภาพอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งการปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชน ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างผลงานใหม่ๆ เพื่อแข่งขันกับสื่ออื่นๆ

ส่วนประเด็นการสรรหาบุคลากรนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่ง 60% มีความเห็นว่าการสอบบรรจุบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ ไม่เน้นเรื่องคุณสมบัติของผู้สมัคร ที่จบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ สาขาวิทยุกระจายเสียง หรือสาขาวิทยุโทรทัศน์โดยตรง ทำให้ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านนี้โดยเฉพาะ จึงส่งผลต่อคุณภาพด้านการผลิตเนื้อหาและรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์

สำหรับเรื่องของผู้นำองค์การ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ให้สัมภาษณ์ มีความเห็นสอดคล้องกับแนวคิดผู้นำองค์การ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการนำองค์การไปสู่ความสำเร็จ และเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้คุณสมบัติที่สำคัญของผู้นำจะต้องมีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการคิดเชิงกลยุทธ์ นอกจากนี้ยังต้องมีความสามารถในการสื่อสาร มอบหมายงาน และจูงใจ โดยผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า ความรู้ความสามารถของผู้นำกรมประชาสัมพันธ์มีผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพราะจะถูกถ่ายทอดลงมาเป็นนโยบาย จากระดับบนลงสู่ระดับล่าง ถ้าผู้นำมีความกระตือรือร้น มีความรู้ ความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกล การสั่งการก็จะชัดเจน สนองนโยบายรัฐบาลได้เป็นอย่างดี และส่งผลต่อการผลิตข้อมูลข่าวสารสามารถกำหนดประเด็นเนื้อหาให้ทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ทำให้สื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ผลิตและเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

#### 4.3 ผลการศึกษาวิเคราะห์ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะหน่วยงานภาครัฐรับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. 2555 – 2559)เมื่อเดือนกรกฎาคม 2554เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมการเมืองและนโยบายการบริหารงานของรัฐบาลซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานของกรมประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้บริหารใช้เป็นแนวทางใน

การบริหารจัดการและจัดสรรงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงานตามยุทธศาสตร์รวมทั้งหน่วยปฏิบัติใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป ผลการศึกษาพบว่า ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ มีความสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารสมัยใหม่ ที่ต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไม่สามารถควบคุม หรือคาดคะเนได้ โดยมีปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อองค์การ ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และปัจจุบันปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการบริหารงานสมัยใหม่ คือ เทคโนโลยีซึ่งมีอิทธิพลทั้งต่อโครงสร้างองค์การ และกระบวนการทำงาน โดยผลการศึกษา มีดังนี้

**ปัจจัยด้านการเมือง** จากการศึกษาแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. 2555 -2559) พบว่ารัฐบาลทุกรัฐบาลให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน ในเรื่องนโยบายการดำเนินงานและโดยเฉพาะผลงานของรัฐบาล และประเด็นสำคัญนายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีที่รับผิดชอบมักจะชี้แจงกับประชาชนด้วยตนเอง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อประชาชน และมอบหมายให้กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์นโยบาย ผลงาน และแนวทางการบริหารประเทศของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับทราบ และอีกด้านหนึ่งเป็นการนำข้อมูลความต้องการของประชาชนสะท้อนกลับมาสู่รัฐบาล

นอกจากนี้ จากสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ความขัดแย้งอย่างรุนแรงด้านความคิดและความเชื่อทางการเมือง ได้ส่งผลให้เกิดปัญหาทั้งทางการเมือง วิกฤตเศรษฐกิจสังคม และความมั่นคงของประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา สื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศให้ความสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยอย่างมาก จึงเป็นโอกาสสำหรับกรมประชาสัมพันธ์ในการเพิ่มบทบาทการประชาสัมพันธ์เชิงรุกทั้งด้านต่างประเทศขยายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและสื่อมวลชน ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนโยบายและการดำเนินงานของรัฐเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อการดำเนินนโยบายของรัฐบาล จากทั้ง 2 ประเด็นที่พบดังกล่าว นับเป็นปัจจัยด้านการเมืองในเชิงบวก ซึ่งแม้ว่าปัจจุบันกรมประชาสัมพันธ์ยังคงได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์นโยบาย ผลงาน และแนวทางการบริหารประเทศของรัฐบาล แต่กรมประชาสัมพันธ์ยังคงประสบปัญหาในด้านการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเนื่องจากมีปัจจัยด้านอื่นๆเข้ามามีอิทธิพลตามที่ได้กล่าวมาในเรื่องผลการศึกษาการบริหารจัดการภายในองค์การของกรมประชาสัมพันธ์

นอกจากนี้ ความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง ทำให้นโยบายของรัฐบาลรวมทั้งการดำเนินงาน มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ทำให้การประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่องไปด้วย นโยบายบางเรื่องแม้จะยังคงดำเนินการอยู่แต่การที่รัฐบาลลดความสำคัญลงในเวลาต่อมา มีผลต่อภารกิจของกรม

ประชาสัมพันธุ์ที่ต้องปรับเปลี่ยนประเด็นการประชาสัมพันธุ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของรัฐบาลในช่วงเวลานั้นๆ

ดังนั้น ปัจจัยด้านการเมือง จึงมีผลต่อภารกิจในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธุ์ ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ที่ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์

**ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ** จากการศึกษาแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธุ์ (พ.ศ. 2555 –2559) พบว่า ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว กรมประชาสัมพันธุ์ได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ มีความต้องการข้อมูลข่าวสารความเติบโตทางเศรษฐกิจ ทั้งภาคการผลิต ภาคการบริการ ภาคการขนส่ง (Logistic) ภาคแรงงานและอื่นๆ เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจ และจากการที่ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านแรงงานของประเทศเพื่อนบ้านมีแรง งานต่างด้าวเข้ามาประกอบอาชีพทั้งถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย จำนวนมาก ซึ่งประเด็นดังกล่าวนับเป็นปัจจัยในเชิงบวก เป็นโอกาสให้กรมประชาสัมพันธุ์มีบทบาทสำคัญในการเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจด้านการลงทุน และการสร้างความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มแรงงานต่างด้าวในเรื่องเกี่ยวกับกฎหมายและการปฏิบัติตามกรอบของทางราชการ และปัจจัยทางเศรษฐกิจดังกล่าว ยังส่งผลให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนมาขอใช้บริการสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธุ์ ตลอดจนทำให้เกิดการบูรณาการความร่วมมือในการจัดทำแผนประชาสัมพันธุ์เชิงรุกเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ประเด็นที่พบและส่งผลอย่างมากต่อกรมประชาสัมพันธุ์ คือ นโยบายด้านเศรษฐกิจของประเทศ การจัดทำงบประมาณสมดุลภายใน 5 ปี ส่งผลต่อการพิจารณางบประมาณด้านงบลงทุนเนื่องจากกรมประชาสัมพันธุ์มีเครื่องมืออุปกรณ์จำนวนมาก ที่มีราคาสูง และต้องจัดซื้อจากต่างประเทศ อีกทั้งการเสนอของบประมาณสำหรับซื้อทดแทนหรือซ่อมแซมต้องใช้หลักเกณฑ์เดียวกับหน่วยงานราชการทั่วไป จึงเป็นอุปสรรคต่อการได้รับงบประมาณอย่างเหมาะสม และการจัดทำงบประมาณสมดุลมักจะพิจารณาปรับลดงบลงทุนก่อนเป็นอันดับแรก จึงส่งผลต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารของกรมประชาสัมพันธุ์อย่างชัดเจน

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ จึงส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธุ์ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ และได้ส่งผลมาถึงภารกิจในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานด้านสื่อของกรมประชาสัมพันธุ์ ซึ่งต้องปรับเปลี่ยนไปตามสภาพทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

**ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม** จากการศึกษาพบว่า กรมประชาสัมพันธุ์ได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน เนื่องจากประเทศไทยก้าวสู่สังคมข่าวสาร มีการหลั่งไหลของข้อมูลข่าวสารจากทั่วโลกเข้า

สู่ประเทศไทยอย่างรวดเร็วประชาชนเปิดรับสื่อและมีส่วนร่วมในการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารมากขึ้น กรมประชาสัมพันธ์ต้องเร่งพัฒนาเทคนิคและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้น่าสนใจสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

นอกจากนี้หลักการแนวความคิดการปกครองระบอบประชาธิปไตย ประชาชนเรียกร้องสิทธิการมีส่วนร่วมในกิจการของรัฐอย่างกว้างขวางแพร่หลาย เกิดการแข่งขันการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และแข่งขันในการพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารในด้านต่างๆอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง รายการวิเคราะห์ข่าวได้รับความนิยมจากผู้ชมผู้ฟัง และนำไปสู่การสร้างกระแสทางสังคม จึงเป็นปัจจัยในเชิงบวก เป็นโอกาสให้กรมประชาสัมพันธ์ เพิ่มบทบาทการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐบาลกับประชาชนโดยสะท้อนปัญหาของประชาชนสู่รัฐบาล และนำเสนอข่าวสารแนวทางการทำงานของรัฐบาลไปสู่ประชาชนเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน และนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่เป็นประโยชน์แก่ทุกฝ่าย

นอกจากนี้ยังพบว่า อิทธิพลของวัฒนธรรมจากต่างประเทศ ที่หลั่งไหลเข้าสู่ประเทศไทยส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมพฤติกรรมของเยาวชนไทยเกิดการลอกเลียนแบบวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ จึงเป็นโอกาสของกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะสื่อสารมวลชนของรัฐมีหน้าที่ส่งเสริมและเผยแพร่ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขตลอดจนศิลปวัฒนธรรมศีลธรรมและค่านิยมที่ดี จึงมีบทบาทสำคัญในการนำเสนอข่าวสาร เพื่อส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมศีลธรรมและค่านิยมที่ดีแก่เด็กและเยาวชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อธำรงความเป็นไทยไว้ในจิตสำนึกของคนรุ่นใหม่

ดังนั้น ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม จึงส่งผลในเชิงบวกต่อกรมประชาสัมพันธ์ในการทำหน้าที่ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามสภาพการณ์ทางสังคม และวัฒนธรรมเป็นการส่งเสริมบทบาทด้านการเป็นหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ ในการร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมและศีลธรรมอันดีงามของประเทศ

**ปัจจัยด้านเทคโนโลยี** การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ จากการศึกษาพบว่า ได้คำนึงถึงปัจจัยด้านเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดการบริหารสมัยใหม่ ที่ให้ความสำคัญต่อเทคโนโลยี เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะด้านการสื่อสารและสื่อสารมวลชน มีความหลากหลายของสื่อและรูปแบบการสื่อสาร ที่เปลี่ยนแปลงไปจากการสื่อสารทางเดียวถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก (Mass Communication) เป็นการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม (Mass Individual) ประชาชนมีทางเลือกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารหลายทางมากขึ้น

สำหรับเทคโนโลยีที่กระทบต่อกรมประชาสัมพันธ์โดยตรง คือ การเปลี่ยนแปลงระบบการส่งสัญญาณจากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัล ทำให้สื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงจากการส่งสัญญาณภาคพื้นดินเป็นบริการแบบใหม่ทั้งทางสายและทางอินเทอร์เน็ต ธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกระจายเสียงและแพร่ภาพมีการปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อรองรับ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงระบบการกระจายเสียง และแพร่ภาพดังกล่าว เป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ซึ่งหลายๆประเทศรวมทั้งประเทศไทยจำเป็นต้องดำเนินการตามกรอบมติของเพื่อนสมาชิกอาเซียนภายในปี 2563 กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะหน่วยงานของรัฐซึ่งมีสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ในสังกัดจำนวนมาก จึงต้องพัฒนาการบริหารจัดการเทคโนโลยีการกระจายเสียงและแพร่ภาพ และระบบบริหารจัดการข้อมูลการประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ๆด้วย

จากปัจจัยด้านเทคโนโลยีดังกล่าว จึงมีผลต่อการให้บริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่สาธารณะของกรมประชาสัมพันธ์ ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ทันสมัยตามความต้องการของผู้บริโภคและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี จึงเป็นปัจจัยในเชิงบวก เป็นโอกาสของกรมประชาสัมพันธ์ในการพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์ให้พร้อมรองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ แต่ในขณะเดียวกันการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้การแข่งขันด้านสื่อสารมวลชน ทวีความรุนแรงขึ้น ภาคเอกชนสามารถตัดสินใจเลือกซื้อและปรับใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งมีราคาสูงเพื่อพัฒนารูปแบบการนำเสนอ และช่องทางการเผยแพร่ที่น่าสนใจมากกว่าภาครัฐ เพราะปัญหาอุปสรรคด้านงบประมาณ โดยเฉพาะกรมประชาสัมพันธ์ ที่ไม่สามารถหารายได้ด้วยตนเองได้ ต้องได้รับการจัดสรรงบประมาณจากรัฐ เพียงอย่างเดียว ผู้รับบริการข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ จึงมีแนวโน้มลดลงตามพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภาครัฐไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นปัจจัยเชิงลบตามที่ได้ศึกษาและพบว่า กรมประชาสัมพันธ์ ต้องเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนงบประมาณเพื่อพัฒนาการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ ที่ต้องใช้เทคโนโลยีที่มีราคาสูง

นอกจากนี้ประเด็นที่พบ เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร ซึ่งได้มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นลักษณะเครือข่ายขยายครอบคลุมเชื่อมโยงกันทั่วโลก ผู้รับสารกลายเป็นทั้งผู้ส่งสาร ช่องทางและพันธมิตรในการสื่อสาร ระบบอินเทอร์เน็ตทำให้การสื่อสารยุคปัจจุบันเป็นการสื่อสารสองทางด้วยตนเอง (Mass Individual) เช่น การติดตามทางเว็บบอร์ด เอสเอ็มเอส แชททูล์ม หรือโทรศัพท์มือถือตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐ แต่เป็นเอกชน และสื่อมวลชนต่างประเทศเริ่มมีอิทธิพล มีบทบาทข้ามพรมแดนเกิดสงครามสื่อ (Media War) สงครามข่าว (Information War) กรมประชาสัมพันธ์ จึงอาจจะไม่ใช่งานหลักด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของชาติอีกต่อไป เพราะหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐ ธุรกิจเอกชน และประชาชนต่างก็มีเครือข่ายวิธีการสื่อสารของตนเอง



ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยี นับว่ามีความสำคัญและมีผลกระทบอย่างมากต่อภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ และส่งผลถึงภารกิจของหน่วยงานของกรมประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาค ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆที่มีอยู่มากมาย ทั้งในและนอกพื้นที่

#### 4.4 การอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อศึกษาการบริหารจัดการภายในองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง และเพื่อศึกษาสภาพการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันที่ท้าทายต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ การอภิปรายผลการศึกษานี้แบ่งออกเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

##### 4.4.1 ผลการศึกษาวเคราะห์การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรม

#### ประชาสัมพันธ์

##### ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร

ผลการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นจากแบบสอบถาม และจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ที่กรมประชาสัมพันธ์ผลิตและเผยแพร่ มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วทันเหตุการณ์ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสื่ออื่นๆ กรมประชาสัมพันธ์ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆตามที่กรมประชาสัมพันธ์เห็นสมควร มีความเป็นอิสระโดยไม่เน้นข่าวตามนโยบายรัฐบาล หรือข่าวของทางราชการมากเกินไป ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆให้มีความหลากหลายรอบด้าน และเข้าถึงประชาชนในหลายๆกลุ่ม เนื้อหาข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง มีความชัดเจน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และต้องการให้เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร มีการใช้ภาษาที่ทันสมัยและเข้าใจง่าย ลดการใช้ภาษาราชการ

##### ด้านรูปแบบการนำเสนอ

ผลการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นจากแบบสอบถาม และการให้สัมภาษณ์ เกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ด้านรูปแบบการนำเสนอ ข้อมูลข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์ผลิตและเผยแพร่ ภาพรวมเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การนำเสนอข่าวสารของสื่อกรมประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ผู้ประกาศ ผู้ดำเนินรายการ พิธีกรรายการต่างๆต้องมีความรู้ความสามารถ ในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน กรมประชาสัมพันธ์ควรนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้มีรูปแบบที่ทันสมัย น่าติดตาม และต้องการให้

กรมประชาสัมพันธ์ นำเสนอข่าวสารโดยพาดหัวข่าวใช้ภาษาที่เข้าใจ เพื่อดึงดูดความสนใจให้มาติดตามข่าวสารจากกรมประชาสัมพันธ์

### ด้านช่องทางการเผยแพร่

ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็น จากแบบสอบถาม และการให้สัมภาษณ์ เกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ด้านช่องทางการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ภาพรวมเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ต้องการให้กรมประชาสัมพันธ์ พัฒนาสื่อที่มีอยู่ให้มีคุณภาพ เพื่อดึงดูด ผู้ชม ผู้ฟังให้มากขึ้น แม้ว่าสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ที่เป็น สื่อสารมวลชนที่มีมานาน ได้แก่ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ จะเป็นช่องทางที่มีคุณภาพเสียงชัดเจน และมี ภาพที่คมชัดอยู่ในระดับหนึ่งแล้วก็ตาม นอกจากนี้ยังต้องการให้กรมประชาสัมพันธ์เพิ่มช่องทางการเผยแพร่โดยใช้สื่อสมัยใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ก และการส่งข้อความให้มากขึ้น แม้จะมีความเห็นว่า กรมประชาสัมพันธ์มีช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารที่เพียงพอและครอบคลุมประชาชน ผู้รับสารอย่างกว้างขวาง อยู่ในระดับมากก็ตาม

ดังนั้นผลการศึกษาข้อมูลความคิดเห็น ทั้งจากแบบสอบถาม และจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านช่องทางการเผยแพร่ หรือ สื่อ พบว่า มีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีการสื่อสารที่ ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสาร ที่กรมประชาสัมพันธ์จะต้องนำมาใช้เพื่อให้การสื่อสารเกิดผลลัพธ์ แนวคิดด้านการสื่อสารมวลชนและแนวคิดเรื่องคุณค่าของข่าวสาร ที่เน้นด้านเนื้อหาต้องเป็นเรื่องที่ผู้รับสารสนใจเป็นเรื่องใกล้ตัว ต้องสดใหม่ เป็นข้อมูลที่ถูกต้อง รูปแบบต้องเข้าใจ และช่องทางการเผยแพร่เป็นอีกประเด็นที่ต้องนำมาพิจารณา คือความแตกต่างของสื่อ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ ย่อมมีผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะในยุคความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ทำให้เกิดสื่อใหม่ๆ มากมาย ผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้สัมภาษณ์ จึงมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยเห็นว่า นอกจากกรมประชาสัมพันธ์จะต้องพัฒนาสื่อที่มีอยู่ให้มีคุณภาพ เพื่อดึงดูด ผู้ชม ผู้ฟังให้มากขึ้นแล้ว กรมประชาสัมพันธ์ยังควรเพิ่มช่องทางการเผยแพร่โดยใช้สื่อสมัยใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ ยูทูบ ไลน์ เฟสบุ๊ก และการส่งข้อความ เพื่อให้ครอบคลุมประชาชนผู้รับสารอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และทำให้การสื่อสารเกิดผลลัพธ์มากยิ่งขึ้น

ส่วนประเด็นตัวผู้รับสารที่แตกต่างกันทั้งเพศ วัย การศึกษา และอาชีพ ตามแนวคิด



ด้านการสื่อสารมวลชน ก็ย่อมก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบโดยมีผลการศึกษาสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสารมวลชนเพียงด้านเดียว คือ ด้านเพศ ซึ่งแบ่งออกเป็น เพียง 2 กลุ่มคือ เพศชาย และหญิง ตามนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันตามนัยสำคัญทางสถิติ อธิบายได้ว่า เนื่องจากแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาความต้องการของผู้รับบริการข้อมูลข่าวสารจากกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ให้บริการสาธารณะ ในด้านการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน เพื่อประโยชน์ของประชาชนโดยรวม ประชาชนที่แม้จะมีความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ จึงมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่แตกต่างกัน คือ ต้องการให้กรมประชาสัมพันธ์มีการปรับเปลี่ยนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และช่องทางการเผยแพร่หรือสื่อ ให้มีความน่าสนใจ ตรงกับความชอบและความต้องการของประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสารให้กว้างขวางมากขึ้น เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล บรรลุเป้าหมาย ในการเป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ ที่ต้องตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้รับบริการ

ผลการศึกษาโดยสรุปพบว่า การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ตอบแบบสอบถาม และการศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และนักวิชาการของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือได้ให้ความสำคัญ และต้องการให้กรมประชาสัมพันธ์พัฒนาและปรับเปลี่ยนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และช่องทางการเผยแพร่หรือสื่อ ให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารมีความน่าสนใจ ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการข้อมูลข่าวสารที่มีความสนใจที่หลากหลายมากขึ้นตามสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และมีทางเลือกในการรับข่าวสารจากหลายช่องทางทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และมากที่สุดในทุกประเด็น

#### 4.4.2 ผลการศึกษาวิเคราะห์การบริหารจัดการภายในองค์การของกรม

**ประชาสัมพันธ์** ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ 2 วิธี ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ วิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน โดยพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่า ภารกิจการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์จะมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล มีผลมาจากการบริหารจัดการภายในองค์การของกรมประชาสัมพันธ์ ดังนี้

- (1) ด้านกลยุทธ์/นโยบายขององค์การ ผู้ให้สัมภาษณ์โดยส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า

กรมประชาสัมพันธ์ ต้องดำเนินงานเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาล ถือเป็นพันธกิจหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์มาตั้งแต่การก่อตั้งองค์กร จึงต้องนำเสนอเนื้อหาตามแนวทางที่กรมประชาสัมพันธ์กำหนด ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์ต้องนำเสนอเนื้อหาข่าวสาร เพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลตามภารกิจหลัก ทำให้ไม่สามารถคิดนอกกรอบ ไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาข่าวสารที่แปลกใหม่ได้ จึงเป็นผลมาจาก การกำหนดนโยบายขององค์กร ที่ระบุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร เรื่องของค่านิยมตลอดจนพันธกิจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ระบุถึงสิ่งที่องค์กรตั้งใจ และคาดว่าจะดำเนินการทั้งในเรื่องของผลผลิต สินค้า และบริการ เรื่องของตลาด จุดแข็ง และจุดอ่อน เปรียบเสมือนการกำหนดทิศทาง กำหนดโครงสร้างอำนาจหน้าที่ และกระบวนการทำงานอื่นๆ ดังนั้นนโยบายของกรมประชาสัมพันธ์จึงส่งผลกระทบต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ หากต้องการจะปรับเปลี่ยนเพื่อดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตอบสนองความต้องการของประชาชนในยุคท้าทายความเปลี่ยนแปลง ซึ่งที่ผ่านมากรมประชาสัมพันธ์ต้องกำหนดนโยบาย โดยไม่มีความเป็นอิสระ ต้องขึ้นอยู่กับรัฐบาล และมักจะถูกแทรกแซงโดยการเมือง แต่ละยุคสมัย ทำให้การกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินการ ไม่สามารถทำได้ หากต้องการจะปรับเปลี่ยนเพื่อดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตอบสนองความต้องการของประชาชนในยุคท้าทายความเปลี่ยนแปลง กรมประชาสัมพันธ์จึงต้องให้ความสำคัญในการกำหนดยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ ในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

(2) ด้านโครงสร้างองค์กรภาครัฐ กฎ ระเบียบของทางราชการ จากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และนักวิชาการของกรมประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้ศึกษาจากเอกสารการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2554 – 2559 ซึ่งได้ระบุถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กรระบบราชการของกรมประชาสัมพันธ์ พบปัญหาทั้งปัญหาอัตรากำลังที่ไม่สอดคล้องกับภารกิจ และปัญหาด้านการใช้จ่ายงบประมาณที่มีไม่เพียงพอ มีขั้นตอนและต้องใช้เวลา ในการจัดซื้อโดยเฉพาะอุปกรณ์ด้านการกระจายเสียง และแพร่ภาพที่ล่าช้า และชำรุดเนื่องจากใช้งานมาเป็นเวลานาน ต้องดำเนินการตามระเบียบของทางราชการ ต้องมีการจัดทำแผนเพื่อขอใช้งบประมาณล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 1 ปี และจากการศึกษาระเบียบการเดินทางไปราชการพบว่า กรมประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการโดยใช้ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการเบิกค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการ ซึ่งมีรายละเอียดและขั้นตอนต่างๆ ทั้งนี้จากความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ระบุว่าก่อนการเดินทางไปปฏิบัติงานนอกพื้นที่ต้องจัดทำหนังสือขออนุมัติเดินทางไปราชการ ซึ่งต้องผ่านการนำเสนอตามสายการบังคับบัญชาที่มีไม่ต่ำกว่า 2 ชั้นขึ้นไป ส่งผลกระทบต่อการเดินทางไปปฏิบัติภารกิจเร่งด่วนด้านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ที่ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับสื่อภาคเอกชน

ดังนั้นผลการศึกษา จึงสอดคล้องกับแนวคิดโครงสร้างองค์การภาครัฐ ที่นักวิชาการ วิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นรูปแบบที่ไม่มีประสิทธิภาพ โดยเห็นว่าโครงสร้างระบบราชการ ส่งผลต่อการ เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการผลิตข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากการดำเนินการต้องเป็นไปตามโครงสร้าง มีสายการบังคับบัญชา ไม่มีอิสระในการตัดสินใจทำ ให้ขาดความคล่องตัวในการทำหน้าที่สื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ทำให้กระบวนการผลิตและเผยแพร่ ล่าช้า ไม่สะดวก ไม่ทันเหตุการณ์ เพราะต้องยึดตามกฎระเบียบต่างๆมากมายในทุกๆเรื่อง ทุกขั้นตอน อีกทั้งยังประสบปัญหาขาดอัตรากำลังซึ่งต้องเป็นไปตามโครงสร้างระบบราชการ ทั้งนี้จากการศึกษา ประวัติความเป็นมาของกรมประชาสัมพันธ์พบว่า ตั้งแต่ก่อตั้ง เมื่อปี 2476 เป็นต้นมา แม้จะมีการ ปรับเปลี่ยนโครงสร้าง แต่ก็ก็เป็นเพียงการเพิ่มขยายหน่วยงานให้มีโครงสร้างที่ใหญ่ขึ้น แต่ยังคงเป็น โครงสร้างระบบราชการ พันธกิจ และวิสัยทัศน์ยังคงเหมือนเดิม

(3) ด้านกระบวนการทำงาน ในประเด็นด้านการจัดสรรงบประมาณ จากการศึกษา โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารและนักวิชาการของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่า กรมประชาสัมพันธ์เป็น หน่วยงานสื่อ ที่มีโครงสร้างระบบราชการ ไม่สามารถหารายได้ด้วยตนเอง โดยจะได้รับงบประมาณ สนับสนุนเป็นรายปี ซึ่งมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับภารกิจงานที่ต้องทำ และการใช้จ่ายงบประมาณก็ยังคง อยู่ภายใต้กฎ ระเบียบของทางราชการ ซึ่งเมื่อต้องนำมาใช้กับงานสื่อที่ต้องการความรวดเร็ว คล่องตัว จึงไม่สอดคล้องกัน นอกจากนี้ กระบวนการทำงานโดยเฉพาะหน่วยงานที่มีหน้าที่ผลิตข่าวและผลิตสื่อ ที่เผยแพร่ ยังคงปฏิบัติงานที่มีขั้นตอนกระบวนการในระบบราชการ จึงล่าช้าเนื่องจากไม่มีการ ปรับเปลี่ยนแต่อย่างใด ดังนั้น กระบวนการทำงานด้านการจัดสรรงบประมาณ การใช้จ่ายงบประมาณ และกระบวนการทำงานด้านการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นระบบราชการที่ล่าช้า จึงเป็น ปัญหาอุปสรรค และส่งผลต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคท้าทายความ เปลี่ยนแปลงของกรมประชาสัมพันธ์

(4) ด้านรางวัล/ค่าตอบแทน/เงินเดือนสิ่งเหล่านี้มีผลเป็นแรงจูงใจต่อการปฏิบัติงาน จากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และนักวิชาการของกรมประชาสัมพันธ์พบว่า ปัจจุบันกรม ประชาสัมพันธ์ยังไม่มีระบบการจูงใจบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน เนื่องจากเงินเดือนตามระบบราชการมี อัตราที่น้อยกว่า หน่วยงานด้านสื่ออื่นๆ และบุคลากรที่ทำงานมีจำนวนมาก แต่ค่าตอบแทน และ รางวัลมีจำกัด ทำให้คนที่ไม่ได้รับรางวัล ขาดขวัญ กำลังใจ และส่งผลถึงการไม่สามารถรักษาบุคลากร ที่มีคุณภาพไว้ได้ เมื่อหน่วยงานสื่ออื่นๆให้ค่าตอบแทนที่มากกว่า ทั้งนี้จากการศึกษารวบรวมข้อมูล ด้านผู้ประกาศข่าว และผู้สื่อข่าวของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ พบว่า ตั้งแต่ปี 2551- 2554 มีผู้ประกาศข่าวจำนวน 17 คน และผู้สื่อข่าวจำนวน 9 คน ลาออกเพื่อไป ทำงานในหน่วยงานสื่อภาคเอกชน ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ช่อง 7 โมเดิร์นไนน์ทีวี วอยซ์ทีวี

สปริงส์นิวส์ ทีเอ็นเอ็น ไทยรัฐทีวี ไบรท์ทีวี และCSR TV นอกจากนี้การลาออกของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถของกรมประชาสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าว ยังเกิดขึ้นในหน่วยงานของกรมประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาคอีกด้วย

ดังนั้น นโยบายด้านรางวัล/ค่าตอบแทน/เงินเดือน ของกรมประชาสัมพันธ์ที่เป็นไปตามระบบราชการ ทำให้ไม่จูงใจคนที่มีความรู้ความสามารถ และไม่สามารถรักษาคนเก่งไว้ได้ อีกทั้งไม่สามารถจูงใจคนที่มีความรู้ความสามารถให้เข้ามาทำงานได้อีกด้วย เนื่องจากเห็นว่า ไม่มีรางวัลจูงใจ และเป็นหน่วยงานที่ล้าสมัย ส่วนคนที่ปฏิบัติงานอยู่แล้ว เมื่อไม่มีสิ่งจูงใจ ไม่มีแรงกระตุ้น ก็ทำให้ไม่มีความกระตือรือร้น และไม่ทุ่มเทการทำงานให้กับหน่วยงาน ปัญหาอุปสรรคดังกล่าว จึงส่งผลกระทบต่อ การดำเนินการเพื่อพัฒนาการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคท้าทายความเปลี่ยนแปลงของกรมประชาสัมพันธ์

(5) การบริหารทรัพยากรบุคคล จากการศึกษาพบว่า การที่กรมประชาสัมพันธ์มีโครงสร้างเป็นระบบราชการ การบริหารงานบุคคล ได้แก่ การสรรหา คัดเลือก การกำหนดบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน และกรอบอัตรากำลัง ปัจจุบันกรมประชาสัมพันธ์กำลังประสบปัญหาทั้งในเรื่องของการขาดแคลนอัตรากำลังไม่สอดคล้องกับปริมาณงาน นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่ง 60% มีความเห็นว่า การสอบบรรจุบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ ไม่นั้นเรื่องคุณสมบัติของผู้สมัคร ที่จบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ สาขาวิทยุกระจายเสียง หรือสาขาวิทยุโทรทัศน์โดยตรง ทำให้ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านนี้ พร้อมกับปัญหาเรื่องของรางวัล/ค่าตอบแทน และอัตราเงินเดือน ซึ่งเป็นไปตามโครงสร้างอัตราเงินเดือน/รางวัล/ค่าตอบแทน ในระบบราชการ 100% ทำให้ส่งผลกระทบต่อขวัญ กำลังใจ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพประสิทธิผลของงานตามภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ นโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคลมีความสำคัญอย่างมากต่อการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพ เนื่องจากสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลต่อการบริหารงานขององค์การ ที่ต้องปรับตัวเพื่อให้ทันต่อสภาพการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นนโยบายด้านกลยุทธ์ โครงสร้างองค์การ กระบวนการทำงาน ระบบการจ่ายรางวัล ค่าตอบแทน ล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับบุคลากรขององค์การทั้งสิ้น การบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะองค์การจะต้องปรับปรุงทักษะของกำลังคนเพื่อขับเคลื่อนองค์การ โดยเฉพาะองค์การในยุคโลกไร้พรมแดน การบริหารทรัพยากรบุคคล จึงต้องสร้างกลยุทธ์ใหม่ๆมีการบริหารกำลังคนให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง

ดังนั้น การที่กรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์การที่เป็นระบบราชการ ไม่มีการปรับเปลี่ยน เป็นองค์การที่ล้าสมัย ปัญหาด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล โดยเฉพาะการสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ อีกทั้งยังไม่สามารถจูงใจคนที่มีความรู้ความสามารถให้เข้ามาทำงานได้อีกด้วย เนื่องจากเห็นว่า ไม่มีรางวัลจูงใจ และเป็นหน่วยงานที่ล้าสมัย ส่วนคนที่ปฏิบัติงานอยู่แล้ว

เมื่อไม่มีสิ่งจูงใจ ไม่มีแรงกระตุ้น ก็ทำให้ไม่มีความกระตือรือร้น และไม่ทุ่มเทการทำงานให้กับหน่วยงาน จึงส่งผลต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคที่ความเปลี่ยนแปลงของกรมประชาสัมพันธ์

#### 4.4.3 ผลการศึกษาวิเคราะห์สภาพการณ์ภายนอกที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์

การศึกษาวเคราะห์สภาพการณ์ภายนอกที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ โดยศึกษาจากเอกสารแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. 2555 – 2559) ซึ่งจัดทำโดย สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ เมื่อเดือนกรกฎาคม 2554 พบว่า ปัจจัยด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งปัจจัยด้านเทคโนโลยี ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งความต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารของประชาชนที่มีความสนใจที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ตามความเปลี่ยนแปลงของสภาพการณ์ภายนอกด้านต่างๆดังกล่าว ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ มีความท้าทาย จะต้องดำเนินการผลิตข้อมูลข่าวสารทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบในการนำเสนอ และพัฒนา ด้านช่องทางการเผยแพร่หรือสื่อ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับข่าวสารที่มีความหลากหลายดังกล่าว และเพื่อให้สามารถแข่งขันกับสื่ออื่นๆที่มีอยู่มากมายในปัจจุบัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารสมัยใหม่ที่ระบุว่า การปรับเปลี่ยนการดำเนินงานขององค์การ เพื่อให้องค์การประสบความสำเร็จมีปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ กลยุทธ์ (Strategy) สิ่งแวดล้อม (Environment) ซึ่งตัวแปรต่างๆในสิ่งแวดล้อมมักมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้ส่งผลกระทบต่อองค์การ ประกอบด้วยตัวแปรภายใน และตัวแปรภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัตถุประสงค์ เป็นต้น และอีก 3 ปัจจัย คือ เทคโนโลยี (Technology) ขนาดขององค์การ (Organization Size) และวงจรชีวิตขององค์การ (Organization Life Cycle) การศึกษาวเคราะห์สภาพการณ์ภายนอกของกรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี จึงมีความจำเป็นสำหรับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ และมีความสอดคล้องกับปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จขององค์การตามแนวคิดหลักการบริหารสมัยใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อปรับเปลี่ยนการดำเนินงานขององค์การให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ภายนอก ส่งผลถึงการดำเนินงานขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผล



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐเพียงหน่วยงานเดียว ที่มีระบบการบริหารเป็นระบบราชการ 100% มีประวัติการจัดตั้งที่ยาวนานมาตั้งแต่ ปี 2476 มีการปรับปรุง และขยายความรับผิดชอบ เพิ่มขึ้นทุกๆระยะ ตามความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ สภาพของสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และ วัฒนธรรม ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลในแต่ละสมัย จนถึงปัจจุบันเป็นยุคของการพัฒนาด้าน เทคโนโลยีการสื่อสารอย่างรวดเร็ว นอกจากสื่อของรัฐแล้วยังมีสื่อของภาคเอกชนที่เกิดขึ้นมากมาย ที่ ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน โดยสื่อต่างๆดังกล่าวแข่งขันกันนำเสนอ ข้อมูลข่าวสารในรูปแบบและเนื้อหาใหม่ๆ ผ่านเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของ ประชาชนที่มีความต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น

กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะองค์กรภาครัฐ หากไม่มีการปรับเปลี่ยน รวมทั้งปรับปรุง พัฒนาการดำเนินงานตามภารกิจ จะส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานไม่สอดคล้องกับสถานการณ์และ สภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในหลายๆด้าน ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และ เทคโนโลยี หรือแม้แต่ประชาชนผู้รับบริการข้อมูลข่าวสารก็มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการณ์ ความต้องการข่าวสารที่มีความแตกต่างหลากหลาย และมีช่องทางในการรับสารให้เลือกมากมายใน ปัจจุบัน ส่งผลไปถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผล การดำเนินงานตามนโยบายและยุทธศาสตร์ของ รัฐบาลที่รัฐบาลต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้าง ความรู้ความเข้าใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจในการมีส่วนร่วม ก็จะไม่บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมาย ที่ตั้งไว้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษา “เรื่องการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ทำ ทายของกรมประชาสัมพันธ์” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรม ประชาสัมพันธ์ เพื่อศึกษาสภาพการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันที่ทำทายต่อการดำเนินการผลิตและ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงานเพื่อผลิต และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ที่ต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลง ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาวิจัย โดยมีผลการศึกษาตามรายละเอียดในบทที่ 4 สรุปผล การศึกษา ดังนี้

##### 5.1.1 การศึกษาวิเคราะห์การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ ประชาชนผู้รับข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ตลอดจนจากการ สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มผู้บริหาร และนักวิชาการ ของกรมประชาสัมพันธ์ มีความเห็นไปในทิศทาง เดียวกันกัน คือ ต้องการให้กรมประชาสัมพันธ์ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้มีความน่าสนใจให้ มากขึ้น เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนผู้รับข่าวสาร จากเกณฑ์ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการ นำเสนอ และด้านช่องทางการเผยแพร่ ซึ่งผลการศึกษารวบรวมวิเคราะห์ความคิดเห็นจากผู้ตอบ แบบสอบถาม สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุค ความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ จากเกณฑ์ด้านเนื้อหาในภาพรวม มีความคิดเห็น ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.08 เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเด็น พบว่า ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 4 ประเด็น โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ กรมประชาสัมพันธ์ควรนำเสนอข้อมูล ข่าวสารที่รวดเร็วทันเหตุการณ์ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสื่ออื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.37 กรมประชาสัมพันธ์ ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆตามที่กรมประชาสัมพันธ์เห็นสมควร ค่าเฉลี่ย 4.36 กรม ประชาสัมพันธ์ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆให้มีความหลากหลาย ค่าเฉลี่ย 4.35 เนื้อหา ข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง มีความชัดเจน เพื่อสร้าง ความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.28

ความคิดเห็นมาก จำนวน 6 ประเด็น โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ กรมประชาสัมพันธ์ควรนำเสนอข่าวสารโดยใช้ภาษาที่ทันสมัยและเข้าใจง่าย ลดการใช้ภาษา ราชการ ค่าเฉลี่ย 4.07 กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ค่าเฉลี่ย 3.97 กรมประชาสัมพันธ์ควรมีอิสระในการคัดเลือกเรียบเรียงเนื้อหาข่าวที่เห็นสมควรโดยไม่ต้อง คำนึงถึงนโยบายรัฐบาล ค่าเฉลี่ย 3.96 เนื้อหาข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอมีความถูกต้อง ชัดเจนและเนื้อหาข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอมีความหลากหลายและครบถ้วนรอบด้าน มี ค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.82 ข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอใช้ภาษาที่ทันสมัยและเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ย 3.75

ความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุค ความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ จากเกณฑ์ด้านรูปแบบการนำเสนอในภาพรวมอยู่ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.18 เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเด็น พบว่า ความคิดเห็นมากที่สุด 2 ประเด็น โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ การนำเสนอข่าวสารของสื่อกรมประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ผู้ประกาศ ผู้ดำเนินรายการ พิธีกรรายการต่างๆต้องมีความรู้ความสามารถ ใน การสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.38 กรมประชาสัมพันธ์ควรนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มา ใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 4.37 ความคิดเห็นมาก จำนวน 4 ประเด็น โดยเรียงลำดับ



ตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ การพาดหัวข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ควรใช้ภาษาที่เข้าใจ ค่าเฉลี่ย 4.14 การนำเสนอข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์มีการพาดหัวข่าวให้เข้าใจเพื่อดึงดูดความสนใจ ค่าเฉลี่ย 4.10

ความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถามต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ จากเกณฑ์ด้านช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.21 เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเด็นพบว่า ความคิดเห็น มากที่สุด 2 ประเด็น โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ กรมประชาสัมพันธ์ควรพัฒนาสื่อที่มีอยู่ให้มีคุณภาพ เพื่อดึงดูด ผู้ชม ผู้ฟังให้มากขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.54 กรมประชาสัมพันธ์ควรเพิ่มช่องทางการเผยแพร่โดยใช้สื่อสมัยใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ก และการส่งข้อความให้มากขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.42 ความคิดเห็นมาก จำนวน 2 ประเด็น โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ สื่อของกรมประชาสัมพันธ์ที่เป็นสื่อสารมวลชนที่มีมานาน ได้แก่ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ เป็นช่องทางที่มีคุณภาพ เสียงชัดเจน ภาพคมชัด ค่าเฉลี่ย 4.04 กรมประชาสัมพันธ์มีช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารที่เพียงพอและครอบคลุมประชาชนผู้รับสารอย่างกว้างขวาง ค่าเฉลี่ย 3.86

ผลการศึกษาวิเคราะห์ความคิดเห็นจากแบบสอบถาม และจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนี้

#### **ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร**

ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นจากแบบสอบถาม และจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ที่กรมประชาสัมพันธ์ผลิตและเผยแพร่ มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วทันเหตุการณ์ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสื่ออื่นๆ กรมประชาสัมพันธ์ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆตามที่กรมประชาสัมพันธ์เห็นสมควร มีความเป็นอิสระโดยไม่เน้นข่าวตามนโยบายรัฐบาล หรือข่าวของทางราชการมากเกินไป ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆที่มีความหลากหลายรอบด้าน และเข้าถึงประชาชนในหลายๆกลุ่ม เนื้อหาข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง มีความชัดเจน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และต้องการให้เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร มีการใช้ภาษาที่ทันสมัยและเข้าใจง่าย ลดการใช้ภาษาราชการ

#### **ด้านรูปแบบการนำเสนอ**

ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นจากแบบสอบถาม และการให้สัมภาษณ์ เกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ด้านรูปแบบการนำเสนอ ข้อมูลข่าวสารที่กรม

ประชาสัมพันธ์ผลิตและเผยแพร่ ภาพรวมเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การนำเสนอข่าวสารของสื่อ  
กรมประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ผู้ประกาศ ผู้ดำเนินรายการ พิธีกรรายการต่างๆต้องม  
ความรู้ความสามารถ ในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน กรมประชาสัมพันธ์ควรนำโปรแกรม  
คอมพิวเตอร์มาใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้มีรูปแบบที่ทันสมัย น่าติดตาม และต้องการให้  
กรมประชาสัมพันธ์ นำเสนอข่าวสารโดยพาดหัวข่าวใช้ภาษาที่เข้าใจ เพื่อดึงดูดความสนใจให้มาติดตาม  
ข่าวสารจากกรมประชาสัมพันธ์

### ด้านช่องทางการเผยแพร่

ผลการศึกษาวิเคราะห์ ข้อมูลความคิดเห็นจากแบบสอบถาม และการให้สัมภาษณ์  
เชิงลึก เกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ด้านช่องทางการเผยแพร่  
ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ภาพรวมเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ต้องการให้กรม  
ประชาสัมพันธ์พัฒนาสื่อที่มีอยู่ให้มีคุณภาพ เพื่อดึงดูด ผู้ชม ผู้ฟังให้มากขึ้น แม้ว่าสื่อของกรม  
ประชาสัมพันธ์ที่เป็นสื่อสารมวลชนที่มีมานาน ได้แก่ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ จะเป็นช่องทางที่มีคุณภาพ  
เสียงชัดเจน และมีภาพที่คมชัดอยู่ในระดับหนึ่งแล้วก็ตาม นอกจากนี้ยังต้องการให้กรมประชาสัมพันธ์  
เพิ่มช่องทางการเผยแพร่โดยใช้สื่อสมัยใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ก และการส่งข้อความให้มากขึ้น  
แม้จะมีความเห็นว่า กรมประชาสัมพันธ์มีช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารที่เพียงพอและครอบคลุม  
ประชาชนผู้รับสารอย่างกว้างขวาง อยู่ในระดับมากก็ตาม

ดังนั้นจากผลการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นทั้งจากแบบสอบถามรวมทั้งความคิดเห็น  
จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทาย  
ของกรมประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ด้านรูปแบบการ  
นำเสนอ และด้านช่องทางการเผยแพร่ หรือ สื่อ พบว่า มีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ได้  
ศึกษาไว้ในบทที่ 2 ได้แก่ ทฤษฎีการสื่อสารที่ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และ  
ผู้รับสาร ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสาร ที่กรมประชาสัมพันธ์จะต้องนำมาใช้เพื่อให้การสื่อสารเกิดผล  
ลัพธ์ รวมทั้งแนวคิดด้านการสื่อสารมวลชนและแนวคิดเรื่องคุณค่าของข่าวสาร ที่เน้นด้านเนื้อหาต้อง  
เป็นเรื่องที่ผู้รับสารสนใจเป็นเรื่องใกล้ตัว ต้องสดใหม่ เป็นข้อมูลที่ถูกต้อง รูปแบบต้องเข้าใจ และ  
ช่องทางการเผยแพร่เป็นอีกประเด็นที่ต้องนำมาพิจารณา คือความแตกต่างของสื่อ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์  
สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ ย่อมมีผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะในยุคความเปลี่ยนแปลง  
ด้านเทคโนโลยี ทำให้เกิดสื่อใหม่ๆ มากมาย ผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้สัมภาษณ์ จึงมีความเห็นไป  
ในทิศทางเดียวกัน โดยเห็นว่า นอกจากกรมประชาสัมพันธ์จะต้องพัฒนาสื่อที่มีอยู่ให้มีคุณภาพ เพื่อดึง  
ดูด ผู้ชม ผู้ฟังให้มากขึ้นแล้ว กรมประชาสัมพันธ์ยังควรเพิ่มช่องทางการเผยแพร่โดยใช้สื่อสมัยใหม่

ได้แก่ เว็บไซต์ ยูทูป ไลน์ เฟสบุ๊ค และการส่งข้อความ เพื่อให้ครอบคลุมประชาชนผู้รับสารอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และทำให้การสื่อสารเกิดผลลัพธ์มากยิ่งขึ้น

ส่วนประเด็นตัวผู้รับสารที่แตกต่างกันทั้งเพศ วัย การศึกษา และอาชีพ ตามแนวคิดด้านการสื่อสารมวลชน ก็ย่อมก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบโดยมีผลการศึกษาสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสารมวลชนเพียงด้านเดียว คือ ด้านเพศ ซึ่งแบ่งออกเป็น เพียง 2 กลุ่มคือ เพศชาย และหญิง ตามนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันตามนัยสำคัญทางสถิติ อธิบายได้ว่า เนื่องจากแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาความต้องการของผู้รับบริการข้อมูลข่าวสารจากกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ให้บริการสาธารณะ ในด้านการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน เพื่อประโยชน์ของประชาชนโดยรวม ประชาชนที่แม้จะมีความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ จึงมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่แตกต่างกัน คือ ต้องการให้กรมประชาสัมพันธ์มีการปรับเปลี่ยนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และช่องทางการเผยแพร่หรือสื่อ ให้มีความน่าสนใจ ตรงกับความชอบและความต้องการของประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสารให้กว้างขวางมากขึ้น เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล บรรลุเป้าหมาย ในการเป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ ที่ต้องตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้รับบริการ

ผลการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และต้องการให้กรมประชาสัมพันธ์พัฒนาและปรับเปลี่ยนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และช่องทางการเผยแพร่หรือสื่อ ให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารมีความน่าสนใจ ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการข้อมูลข่าวสารที่มีความสนใจที่หลากหลายมากขึ้น ตามสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และมีทางเลือกในการรับข่าวสารจากหลายช่องทางทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และมากที่สุดในระดับต่างๆ

5.1.2 การศึกษาวิเคราะห์ การบริหารจัดการภายในองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์ จากการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กลุ่มผู้บริหารและนักวิชาการของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่า การบริหารจัดการภายในองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์ ที่มีโครงสร้างและการบริหารงานเป็นระบบราชการ 100% โดยใช้กรอบการศึกษาตามแนวคิดทฤษฎีองค์การตัวแบบดวงดาว (Star Model) ซึ่งระบุว่า การบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ต้องมีการพัฒนาองค์การในด้านอื่นๆ อย่างสมดุล ทั้งนี้จากผลการศึกษาการบริหารจัดการภายในองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์ พบปัญหาอุปสรรคหลายประการ และได้ส่งผลให้การผลิตและเผยแพร่ข้อมูล

ข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการอยู่ในขณะนี้ ยังขาดความน่าสนใจ ไม่ดึงดูดใจผู้รับสาร ทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และช่องทางการเผยแพร่ ที่ควรเพิ่มช่องทางและพัฒนาคุณภาพให้มากขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสื่ออื่นๆได้ โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

**ด้านกลยุทธ์/นโยบายขององค์การ** กรมประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินงานเพื่อเป็นการตอบสนองนโยบายของรัฐบาล ถือเป็นพันธกิจหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์มาตั้งแต่การก่อตั้งองค์การ จึงต้องนำเสนอเนื้อหาตามแนวทางที่กรมประชาสัมพันธ์กำหนด ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์ต้องนำเสนอเนื้อหาข่าวสาร เพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลตามภารกิจหลักที่ต้องดำเนินการตามนโยบายรัฐบาลแต่ละยุคสมัย ไม่มีอิสระ และมักถูกแทรกแซงโดยฝ่ายการเมือง ทำให้ไม่สามารถคิดนอกกรอบ ไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาข่าวสารที่แปลกใหม่ได้ จึงเป็นผลมาจากการกำหนดนโยบายขององค์การ และการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ พันธกิจ ค่านิยม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกรมประชาสัมพันธ์ แต่กรมประชาสัมพันธ์ยังคงใช้แผนยุทธศาสตร์เดิม ปรับเปลี่ยนเล็กน้อย ส่วนใหญ่จะใช้แผนยุทธศาสตร์ ตลอดจนกลยุทธ์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมเดิมที่ไม่มีการปรับเปลี่ยน ที่ต้องตอบสนองนโยบายรัฐบาล และฝ่ายการเมือง ไม่มีอิสระ ซึ่งส่งผลถึงกระบวนการทำงานอื่นๆ จึงส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ หากต้องการจะปรับเปลี่ยนเพื่อดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตอบสนองความต้องการของประชาชนในยุคท้าทายความเปลี่ยนแปลง จึงขึ้นอยู่กับปรับเปลี่ยนในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ของกรมประชาสัมพันธ์

**ด้านโครงสร้างองค์การภาครัฐ กฎ ระเบียบของทางราชการ** ผลการศึกษาพบว่า การจัดโครงสร้างองค์การของกรมประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง เมื่อปี 2476 เป็นต้นมา แม้จะมีการเพิ่มขยายโครงสร้างเพื่อรองรับภารกิจที่เพิ่มมากขึ้น แต่โครงสร้างองค์การของกรมประชาสัมพันธ์ไม่มีการเปลี่ยนแปลงยังคงเป็นระบบราชการ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ พันธกิจ วิสัยทัศน์ ยังคงเหมือนเดิม ที่สืบเนื่องมาจากนโยบายที่ยังไม่มีการปรับเปลี่ยน ที่กำหนดให้ต้องตอบสนองนโยบายรัฐบาล โดยเฉพาะหน่วยงานที่ผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร ที่มักถูกกำกับและแทรกแซงโดยฝ่ายการเมือง ไม่มีอิสระ และกระบวนการผลิต การเขียนข่าว รูปแบบการนำเสนอ การเผยแพร่ และการผลิตสื่อ ที่ยังคงล้าสมัย ไม่มีความรวดเร็วทันเหตุการณ์ จึงสะท้อนถึงโครงสร้างที่เป็นระบบราชการของกรมประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน ดังนั้นผลการศึกษา จึงสอดคล้องกับแนวคิดโครงสร้างองค์การภาครัฐ ที่นักวิชาการวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นรูปแบบที่ไม่มีประสิทธิภาพ โครงสร้างระบบราชการของกรมประชาสัมพันธ์ ส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการผลิตข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากการดำเนินการต้องเป็นไปตามโครงสร้าง มีสายการบังคับบัญชา ไม่มีอิสระในการตัดสินใจทำให้ขาดความคล่องตัวในการทำหน้าที่สื่อของกรมประชาสัมพันธ์

ทำให้กระบวนการผลิตและเผยแพร่ล่าช้า ไม่มีความคล่องตัว ไม่ทันเหตุการณ์ เพราะต้องยึดตามกฎระเบียบต่างๆมากมายในทุกๆเรื่อง ทุกขั้นตอน จึงส่งผลต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ที่ต้องปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

**ด้านกระบวนการทำงาน** ในประเด็นด้านการจัดสรรงบประมาณ จากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารและนักวิชาการของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่า กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานสื่อ ที่มีโครงสร้างระบบราชการ ไม่สามารถหารายได้ด้วยตนเอง โดยจะได้รับงบประมาณสนับสนุนเป็นรายปี ซึ่งมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับภารกิจงานที่ต้องทำ และการใช้จ่ายงบประมาณก็ยังคงอยู่ภายใต้กฎ ระเบียบของทางราชการ ซึ่งเมื่อต้องนำมาใช้กับงานสื่อที่ต้องการความรวดเร็ว คล่องตัว จึงไม่สอดคล้องกัน นอกจากนี้ กระบวนการทำงานโดยเฉพาะหน่วยงานที่มีหน้าที่ผลิตข่าวสารและผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ ยังคงปฏิบัติงานที่มีขั้นตอนกระบวนการภายใต้ระบบราชการ จึงล่าช้าเนื่องจากไม่มีการปรับเปลี่ยนแต่อย่างใด ดังนั้น กระบวนการทำงานด้านการจัดสรรงบประมาณ การใช้จ่ายงบประมาณ และกระบวนการทำงานด้านการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นระบบราชการที่ล่าช้า จึงเป็นปัญหาอุปสรรคต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์

**ด้านรางวัล/ค่าตอบแทน/เงินเดือน** สิ่งเหล่านี้มีผลเป็นแรงจูงใจต่อการปฏิบัติงาน จากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์พบว่า ปัจจุบันกรมประชาสัมพันธ์ยังไม่มีระบบการจูงใจบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน เนื่องจากเงินเดือนตามระบบราชการมีอัตราที่น้อยกว่าหน่วยงานด้านสื่ออื่นๆ อีกทั้งค่าตอบแทน และรางวัลมีจำกัด ทำให้คนที่ไม่ได้รับรางวัล ขาดขวัญ กำลังใจ และส่งผลถึงการที่ไม่สามารถรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ มีความรู้ ความสามารถให้อยู่ปฏิบัติงานต่อไปได้ เนื่องจากหน่วยงานสื่ออื่นๆให้ค่าตอบแทนที่มากกว่า โดยจากการศึกษารวบรวมข้อมูลด้านผู้ประกาศข่าว และผู้สื่อข่าวของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ พบว่า ตั้งแต่ปี 2551- 2554 มีผู้ประกาศข่าวจำนวน 17 คน และผู้สื่อข่าวจำนวน 9 คน ลาออกเพื่อไปทำงานในหน่วยงานสื่อภาคเอกชน ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ช่อง 7 โมเดิร์นไนน์ทีวี วอยซ์ทีวี สปริงส์นิวส์ ทีเอ็นเอ็น ไทยรัฐทีวี ไบรท์ทีวี และCSR TV นอกจากนี้การลาออกของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถของกรมประชาสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าว ยังเกิดขึ้นในหน่วยงานของกรมประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาคอีกด้วย

ดังนั้น นโยบายด้านรางวัล/ค่าตอบแทน/เงินเดือน ของกรมประชาสัมพันธ์ที่เป็นไปตามระบบราชการ ทำให้ไม่จูงใจบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทำให้ไม่สามารถรักษาคนเก่งไว้ได้ อีกทั้งไม่สามารถจูงใจคนที่มีความรู้ความสามารถให้เข้ามาทำงานได้อีกด้วย เนื่องจากเห็นว่า ไม่มีรางวัล และค่าตอบแทนที่เหมาะสม



**ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล** จากการศึกษาพบว่า การที่กรมประชาสัมพันธ์มีโครงสร้างเป็นระบบราชการ การบริหารงานบุคคล ได้แก่ การสรรหา คัดเลือก การกำหนดบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน และกรอบอัตรากำลัง ปัจจุบันกรมประชาสัมพันธ์กำลังประสบปัญหาทั้งในเรื่องของการขาดแคลนอัตรากำลัง ไม่สอดคล้องกับปริมาณงาน นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่ง 60% มีความเห็นว่า การสอบบรรจุบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ ไม่เน้นเรื่องคุณสมบัติของผู้สมัคร ที่จบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ สาขาวิทยุกระจายเสียง หรือสาขาวิทยุโทรทัศน์โดยตรง ทำให้ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านนี้ พร้อมกับปัญหาเรื่องของรางวัล/ค่าตอบแทน และอัตราเงินเดือน ซึ่งเป็นไปตามโครงสร้างอัตราเงินเดือน/ รางวัล/ค่าตอบแทน ในระบบราชการ 100% ทำให้ส่งผลต่อขวัญ กำลังใจ ส่งผลต่อประสิทธิภาพประสิทธิผลของงาน ตามภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้นโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคลมีความสำคัญอย่างมากต่อการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพ เนื่องจากสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลต่อการบริหารงานขององค์การ ที่ต้องปรับตัวเพื่อให้ทันต่อสภาพการณ์เปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นนโยบายด้านกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร กระบวนการทำงาน ระบบการจ่ายรางวัล ค่าตอบแทน ล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับบุคลากรขององค์การทั้งสิ้น การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกรมประชาสัมพันธ์ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะองค์การจะต้องปรับปรุงทักษะของกำลังคนเพื่อขับเคลื่อนองค์การ โดยเฉพาะองค์การในยุคโลกไร้พรมแดน การบริหารทรัพยากรบุคคล จึงต้องสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ มีการบริหารกำลังคนให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง

ดังนั้นการที่กรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์การที่เป็นระบบราชการ ไม่มีการปรับเปลี่ยนปรับเปลี่ยนแต่อย่างใด จึงส่งผลให้เป็นองค์การที่ล้าสมัย ปัญหาด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล โดยเฉพาะการสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ อีกทั้งยังไม่สามารถจูงใจคนที่มีความรู้ความสามารถให้เข้ามาทำงานกับองค์การ เนื่องจากเห็นว่า ไม่มีรางวัลและค่าตอบแทนที่จูงใจ และเป็นหน่วยงานที่ล้าสมัย ส่วนคนที่ปฏิบัติงานอยู่แล้ว เมื่อไม่มีสิ่งจูงใจ ไม่มีแรงกระตุ้น ก็ทำให้ไม่มีความกระตือรือร้น และไม่ทุ่มเทในการทำงานให้กับองค์การอย่างเต็มที่ ซึ่งการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้รับข้อมูลข่าวสารดังกล่าว ต้องขับเคลื่อนด้วยทรัพยากรบุคคล เป็นสำคัญ ปัญหาด้านบุคลากรดังกล่าว จึงส่งผลต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์

5.1.3 การศึกษาวิเคราะห์สภาพการณ์ภายนอกที่ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ โดยศึกษาจากเอกสารแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. 2555 – 2559) ซึ่งจัดทำโดย สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ เมื่อเดือนกรกฎาคม 2554 พบว่า ปัจจัยด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม

รวมทั้งปัจจัยด้านเทคโนโลยี ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน อีกทั้งความต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารของประชาชนที่มีความสนใจที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น รวมทั้งความเปลี่ยนแปลงของสภาพการณ์ภายนอกด้านต่างๆดังกล่าว ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ มีความท้าทาย จะต้องดำเนินการผลิตข้อมูลข่าวสารทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบในการนำเสนอ และพัฒนาช่องทางในการเผยแพร่หรือสื่อ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับข่าวสารที่มีความหลากหลายดังกล่าว และเพื่อให้สามารถแข่งขันกับสื่ออื่นๆที่มีอยู่มากมายในปัจจุบัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารสมัยใหม่ที่ระบุว่า การปรับเปลี่ยนการดำเนินงานขององค์การ เพื่อให้องค์การประสบความสำเร็จ มีปัจจัย สำคัญ 5 ประการ ได้แก่ กลยุทธ์ (Strategy) สิ่งแวดล้อม(Environment) ซึ่งตัวแปรต่างๆในสิ่งแวดล้อมมักมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้ส่งผลกระทบต่อองค์การ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรภายใน และตัวแปรภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม เป็นต้น และอีก 3 ปัจจัย คือ เทคโนโลยี(Technology) ขนาดขององค์การ (Organization Size) และวงจรชีวิตขององค์การ(Organization Life Cycle) การศึกษาวิเคราะห์สภาพการณ์ภายนอกของกรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม วัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี จึงมีความจำเป็นสำหรับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ และมีความสอดคล้องกับปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จขององค์การตามแนวคิดหลักการการบริหารสมัยใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผล

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อศึกษาสภาพการณ์เปลี่ยนแปลงในปัจจุบันที่ท้าทายต่อการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงานเพื่อผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ที่ต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง ผลการศึกษาพบข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่ การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ อีกทั้งได้นำมาสู่ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับตัวของกรมประชาสัมพันธ์ ดังนี้

### 5.2.1 ในด้านของการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า กรมประชาสัมพันธ์และหน่วยงานด้านสื่อในสังกัด ควรปรับเปลี่ยนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่ท้าทาย โดยต้องคำนึงถึงทั้งด้านความต้องการของประชาชน ผู้รับข้อมูลข่าวสาร โดยนำทฤษฎีและแนวคิด ได้แก่ ทฤษฎีการ



สื่อสารที่ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสาร ที่กรมประชาสัมพันธ์จะต้องนำมาใช้เพื่อให้การสื่อสารเกิดผลลัพธ์ รวมทั้งแนวคิดด้านการสื่อสารมวลชน และแนวคิดเรื่องคุณค่าของข่าวสาร ที่เน้นด้านเนื้อหาต้องเป็นเรื่องที่ผู้รับสารสนใจเป็นเรื่องใกล้ตัว ต้องสดใหม่ เป็นข้อมูลที่ถูกต้อง รูปแบบต้องเร้าใจ และช่องทางการเผยแพร่เป็นอีกประเด็นที่ต้องนำมาพิจารณา รวมทั้งสภาพการณ์ภายนอกที่เปลี่ยนแปลง นำมาสู่ข้อเสนอแนะในทางปฏิบัติ ดังนี้

- (1) กรมประชาสัมพันธ์ควรมีอิสระในการคัดเลือกเรียบเรียงเนื้อหาข่าวสารตามที่เห็นสมควร
- (2) กรมประชาสัมพันธ์ควรเพิ่มการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ที่มีเนื้อหาทั่วไปให้มากขึ้น นอกเหนือจากเนื้อหาที่เป็นนโยบายรัฐบาล หรือการดำเนินงานของหน่วยงานราชการ
- (3) เพิ่มเนื้อหาหรือเหตุการณ์ เรื่องราวที่เกิดขึ้นในส่วนภูมิภาคให้มากขึ้น นอกเหนือ จากประเด็นหรือเหตุการณ์ในส่วนกลาง
- (4) เพิ่มเนื้อหาประเด็นในเชิงเจาะลึก การเกาะติดประเด็นที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดความสนใจให้ติดตามข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น
- (5) เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร ควรเน้นความสดใหม่ ทันสมัย ทันเหตุการณ์ เพื่อ สร้างความสนใจให้มากขึ้น
- (6) ควรเพิ่มเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่มีความใกล้ชิดกับประชาชน เป็นเรื่องใกล้ตัวและเกิดผลกระทบต่อประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสาร
- (7) ควรมีเนื้อหาที่หลากหลาย เพื่อสร้างความสนใจจากกลุ่มประชาชนในหลายๆกลุ่ม เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มผู้รับข่าวสารให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น
- (8) เพิ่มรูปแบบในการนำเสนอด้านความบันเทิงสนุกสนาน เพื่อให้มีสีสันดึงดูดความสนใจ
- (9) เพิ่มความน่าสนใจโดยใช้รูปแบบใหม่ๆผ่านความคิดสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีใหม่ๆเช่น กราฟฟิค อินโฟกราฟฟิค ในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่และน่าสนใจมากขึ้น
- (10) ควรพัฒนาสื่อที่มีอยู่ให้มีคุณภาพ มีความทันสมัยและก้าวหน้า เทคโนโลยีจะต้องพิจารณาช่องทางการเผยแพร่โดยให้ความสำคัญมากขึ้น ต้องมีการวิเคราะห์ผู้บริโภคประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสาร ต้องพิจารณาว่ากลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มชื่นชอบที่จะรับข้อมูลข่าวสารจากช่องทางใด เช่น บางกลุ่มชอบฟังวิทยุกระจายเสียง บางกลุ่มชอบรับชมโทรทัศน์ บางกลุ่มชอบรับ

ข้อมูลข่าวสารจากสื่อเอกสาร หรือจดหมายก็ยังสามารถใช้ได้ กรมประชาสัมพันธ์ควรพัฒนาการผลิต และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสมัยใหม่ให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ เพื่อขยายกลุ่ม ประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสารจากกรมประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ยูทูป ไลน์ เฟสบุ๊ก

(11) การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในยุคท้าทายความเปลี่ยนแปลง กรมประชาสัมพันธ์ ควรศึกษาวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่างๆ ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ เพื่อนำมาวางแผนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ให้ สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปให้มากที่สุด และส่งผลให้กรมประชาสัมพันธ์สามารถผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผลบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย

### 5.2.2 ในด้านการบริหารจัดการภายในองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์

(1) การบริหารจัดการภายในองค์กร ของกรมประชาสัมพันธ์ ควรมีการ กำหนดให้กลยุทธ์เป็นตัวตั้ง ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาองค์กร ซึ่งเป็นโอกาสดีสำหรับกรม ประชาสัมพันธ์ ในการดำเนินการเพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์ใหม่ ให้มีความสอดคล้องกับแผน ยุทธศาสตร์ชาติ ปี 2560 – 2564 ซึ่งมีเป้าหมายในการพัฒนาเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล และนำไอทีเข้า มาใช้ในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสดีสำหรับกรมประชาสัมพันธ์ ในการจัดทำ แผนยุทธศาสตร์ใหม่ ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติดังกล่าว รองรับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อปรับเปลี่ยนการทำงานให้ก้าวทันต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ และเทคโนโลยี ปรับเปลี่ยน องค์กรให้มีความทันสมัยเพื่อดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาร่วมงาน พัฒนาบุคลากรที่มีอยู่โดยการ ปรับเปลี่ยนทัศนคติคนรุ่นเก่าให้สามารถปฏิบัติงานรองรับความเปลี่ยนแปลง และสรรหาคณะคนรุ่นใหม่ เข้ามาปฏิบัติงานทดแทน ปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน โดยใช้หลักการทำงานเป็นทีม เพื่อให้เกิดความ คล่องตัวในการทำงาน และการดำเนินงานในเชิงรุก เช่น การปรับเปลี่ยนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารให้สอดคล้องกับเทคโนโลยี เช่น การใช้สื่อออนไลน์ การใช้ภาษาที่ง่าย ๆ ในการสื่อสาร เพื่อ ดึงดูดผู้รับข่าวสารที่เป็นคนรุ่นใหม่

(2) นอกจากนี้ เพื่อเป็นการรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต กรม ประชาสัมพันธ์ อาจกำหนดให้มีการทำการศึกษาเพื่อเป็นทางเลือก เพื่อให้องค์กรมีความคล่องตัวใน การทำงาน โดยการศึกษาแบบหน่วยงานของรัฐที่ให้บริการสาธารณะ ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อลดปัญหา อุปสรรคของหน่วยงานระบบราชการ เพื่อให้องค์กรมีความคล่องตัวในการทำงานในการผลิตและ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร มีความสามารถในการให้บริการผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ให้กับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อให้สามารถหารายได้เลี้ยงตัวเอง สามารถจ้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเข้ามาทำงาน และ

สามารถทำงานในเชิงรุก ซึ่งรูปแบบของหน่วยงานที่ควรนำมาศึกษา ได้แก่ 1) องค์การมหาชน 2) **หน่วยบริการรูปแบบพิเศษ (Service Delivery Unit : SDU)** เพื่อเป็นข้อเสนอแนะสำหรับกรมประชาสัมพันธ์ ในการศึกษาวิจัยความเหมาะสมและความเป็นไปได้ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่มีความท้าทายของกรมประชาสัมพันธ์ต่อไป



## รายการอ้างอิง

### หนังสือและบทความในหนังสือ

- อัมพร ชำรงลักษณ์ . *องค์การ:ทฤษฎี โครงสร้างและการออกแบบ* . กรุงเทพมหานคร:  
 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2556.
- เกรียงศักดิ์ เขียวยิ่ง . *การบริหารทรัพยากรมนุษย์* . กรุงเทพมหานคร :  
 บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด,2550.
- ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต . *คัมภีร์สร้าง “คนเก่ง” สู่อำนาจด้วย HR มืออาชีพ 1* : กรุงเทพมหานคร :  
 บริษัท แอสปีบุ๊ก พับลิชชิ่ง จำกัด,2556.
- กิริติ ยศยิ่งยง . *ขีดความสามารถ: Competency Based Approach* . กรุงเทพมหานคร :  
 บริษัท มิสเตอร์ก๊อปปี(ประเทศไทย) จำกัด , 2549.
- ธงชัย สันติวงษ์ . *องค์การและการจัดการ ทันสมัยยุคโลกาภิวัตน์* \_ กรุงเทพมหานคร :  
 โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด,2540.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ . *จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล* . กรุงเทพมหานคร :  
 บริษัทพิมพ์ดี จำกัด,2547.
- อารี เพชรมุด . *มนุษย์สัมพันธ์ในการทำงาน* . กรุงเทพมหานคร : เนติกุลการพิมพ์,2530
- ภักดี เมฆจำเริญ . *การบริหารการเปลี่ยนแปลง Managing Chang and Transition โดย Mike Beer 2551* : กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด,2551.
- เสนาะ ดิยาวาร์ . *หลักการบริหาร* . กรุงเทพมหานคร  
 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,พ.ศ.2551.
- ชวลิต ประภาวนนท์ .*องค์การและการจัดการ* .กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา,2539.
- บรรยงค์ ไตจินดา . *องค์การและการจัดการ* . กรุงเทพมหานคร : บริษัทรวมสาส์น(1977) จำกัด.
- ภรณ์(กิริติบุตร)มahananท์ ,คุณหญิง ดร. . *การประเมินประสิทธิผลขององค์การ* . กรุงเทพมหานคร:  
 O.S. Printing House Co.,Ltd.,2529
- กิติมา สุรสนธิ. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร. (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. คณะวารสารศาสตร์และ  
 สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ .

ศิริชัย ศิริกายะ, กาญจนา แก้วเทพ . *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน* . คณะวารสารศาสตร์และ  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ประมะ สตะเวทิน , *หลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 8* : กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์,  
2538.

พิศิษฐ์ ขวาลารวัช. ( และคนอื่นๆ ) , *การรายงานข่าวชั้นสูง, พิมพ์ครั้งที่ 5* : กรุงเทพมหานคร :  
โอเดียนสโตร์, 2549.

### Book

Wilber Schramm, *Channel and Audience in Handbook of Communication* (Chicago :  
Rand Menelly College Publishing Company, 1973)

Maxwell E” McComb and Lee B. Becker, *Using Communication Theory* New  
Jersey:prentice Hall, 1979.

### วิทยานิพนธ์

นุชจิรา โมระเสริฐ . “พฤติกรรมกำเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของ  
ประชาชนในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอย” วิทยานิพนธ์  
ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิชา  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

ชนภัทร ธีระพิริยะกุล . “พฤติกรรมกำเปิดรับข่าวสาร และความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแล  
กิจการที่ดี ของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)” ภาคนิพนธ์ คณะวารสาร  
ศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552.

กฤษณรัชช์ ทรัพย์ยิ่ง . “ปัจจัยที่เกื้อกูลต่อการบริหารโครงการศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์  
พระบรมราชินีนาถ” ภาคนิพนธ์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543

อารีย์ ชนะกิจการชัย . “การปรับโครงสร้างองค์การเพื่อรองรับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ : ศึกษากรณี  
การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย(ปตท.)” ภาคนิพนธ์ คณะรัฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

คณิต บุญพานิช . “ปัจจัยการบริหารการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทสืบสวนสอบสวนของ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี” ภาคนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

ภัทรา ลำเจียก . “แนวทางในการปรับปรุงรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษ ของสถานีวิทยุกระจายเสียง แห่งประเทศไทย” ภาคนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

มนัสชนก ปานปิ่น . “กลยุทธ์การบริหารองค์กรตามสถานการณ์เพื่อความอยู่รอดของบริษัทผลิต รายการสารคดีโทรทัศน์ไทย กรณีศึกษา บริษัท พาโนรามา ดอคคิวเม้นทารี จำกัด” ภาคนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

ปราณี บูรณะโสภณ . “ปัจจัยสนับสนุนการบริหารงานเพื่อพัฒนาองค์กรสื่อสารมวลชน สถานีวิทยุ โทรทัศน์แห่งประเทศไทย” ภาคนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551.

โชติรส สมบุญ . “กลยุทธ์การพัฒนางานข่าวในประเทศของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก” ภาคนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552

วัลย์พร วัฒนศิริบุญสิทธิ์ . “การบริหารการผลิตรายการครอบครัวเดียวกันของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย” ภาคนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551.

วนิตรา ตะเกาทอง . “ทิศทางการเติบโตของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลาง” ภาคนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554

### เอกสารอื่นๆ

สำนักพัฒนานโยบายและแผน กรมประชาสัมพันธ์ . เอกสารแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2555- พ.ศ. 2559, 2554

บำรุง สุขพรรณ . รายงานการวิจัย เรื่อง ศึกษาการนำเสนอข่าวและสาระน่ารู้ตามแนวยุทธศาสตร์การ พัฒนาสังคมแก้ไขปัญหาความยากจน และยกระดับคุณภาพชีวิต ทางสถานี วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของสำนักประชาสัมพันธ์เขต กรมประชาสัมพันธ์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

สุนทรี่ สุภาสงวน และคณะ . เอกสารหน่วยงานของรัฐที่มีไขส่วนราชการ:องค์การมหาชนและหน่วย บริการรูปแบบพิเศษ , สำนักงาน ก.พ.ร. , 2554.



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางณิชารี ภควัตชัย
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ.2504
ตำแหน่ง	ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดราชบุรี กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานกฤษฎมนตรี
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ.2559 : ผู้อำนวยการ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดราชบุรี พ.ศ.2558 : ผู้อำนวยการ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเพชรบุรี พ.ศ.2557 : ผู้อำนวยการ ส่วนข่าวและรายการภูมิภาค สำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 กาญจนบุรี พ.ศ.2555 : นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดราชบุรี พ.ศ.2547 : นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 กาญจนบุรี พ.ศ. 2542 : หัวหน้าฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดสงขลา พ.ศ.2540 : หัวหน้าฝ่ายข่าว สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดยะลา