



สรุป อภิปรายผลและ เสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงสถานภาพการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาชนบทระดับจังหวัดในประเทศไทย และศึกษาเปรียบเทียบสถานภาพการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาชนบทในเขตพื้นที่ทั้ง 4 ภาค ในแต่ละลักษณะงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับผิดชอบ ซึ่งได้แก่

- งานด้านการบริหาร, การปกครอง
- งานด้านการพัฒนา
- งานด้านการศึกษา
- งานด้านสาธารณสุข
- งานด้านการเกษตร
- งานด้านประชาสัมพันธ์

รวมทั้งศึกษาเปรียบเทียบตามแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติกับสถานภาพการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาที่ปฏิบัติอยู่ในประเทศไทย

จากผลการวิจัยนี้สามารถสรุปได้แต่ละประเด็นเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลจากคณะกรรมการพัฒนาจังหวัด
2. ข้อมูลซึ่งจำแนกตามลักษณะงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับผิดชอบ
3. ข้อมูลซึ่งจำแนกตามเขตพื้นที่ภาคต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยแต่ละส่วนนั้นจะวิเคราะห์สรุปผลตามแนวนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของคณะกรรมการพัฒนาจังหวัด

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 349 คน โดยเฉลี่ยมีอายุประมาณ 42 ปี ซึ่งช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 50-59 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวนมากถึง 324 คน คิดเป็นร้อยละ 92.8 เป็นเพศหญิงเพียง 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 สำหรับระดับการศึกษาของคณะกรรมการพัฒนาจังหวัด

ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท และสาขาวิชาที่จบ เป็นสาขาวิชาทางด้านการเมือง การปกครอง เป็นส่วนมาก มีเพียงส่วนน้อยที่สุดที่จบสาขาวิชาทางด้านวารสารศาสตร์หรือนิติศาสตร์ สำหรับพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์แล้วปรากฏว่าส่วนใหญ่คณะกรรมการพัฒนาจังหวัดละ 1 คน เข้ารับการฝึกอบรมความรู้เพิ่มเติมด้านการประชาสัมพันธ์บ้างโอกาส และมีความรู้พอที่จะ เป็นวิทยากรฝึกฝนด้านประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานบ้างโอกาสเป็นส่วนใหญ่เช่นกัน

สำหรับสายการปฏิบัติงานส่วนใหญ่ ไม่ค่อยเปลี่ยนสายงาน จึงมีความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานของตนเองพอสมควร สามารถให้รายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับการปฏิบัติงานภายในหน่วยงานได้อย่างถูกต้องพอสมควร จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในตำแหน่งปัจจุบันโดยเฉลี่ยนานประมาณ 6 ปี ซึ่งช่วงอายุราชการสำหรับตำแหน่งปัจจุบันที่พบมากที่สุดคือ 1-10 ปี

เมื่อจำแนกตามลักษณะงาน ปรากฏว่า หน่วยงานที่มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับคืนมามากที่สุด คือหน่วยงานพัฒนาการจังหวัด รองลงมาคือ หน่วยงานประชาสัมพันธ์จังหวัดและหน่วยงานศึกษาธิการจังหวัด ตามลำดับ สำหรับหน่วยงานที่มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับคืนมาน้อยที่สุดคือ หน่วยงานเกษตรจังหวัด สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามในทุกหน่วยงานส่วนใหญ่ เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 50-59 ปี เหมือนกันในทุกหน่วยงาน

สำหรับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกหน่วยงาน มีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามในหน่วยงานศึกษาธิการจังหวัด และหน่วยงานสาธารณสุขมีระดับการศึกษาระดับปริญญาเอกมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในหน่วยงานอื่น

โดยสาขาวิชาที่จบการศึกษาส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกหน่วยงานจะจบการศึกษาตรงตามสายงานของหน่วยงานตนเอง กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามในหน่วยงานพัฒนาการจังหวัดส่วนใหญ่จบการศึกษาด้านสังคมศาสตร์ ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามในหน่วยงานศึกษาธิการจังหวัดส่วนใหญ่จบการศึกษาสาขาวิชาด้านการศึกษา การบริหารการศึกษา สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามในหน่วยงานสาธารณสุขจังหวัด ส่วนใหญ่จบการศึกษาด้านการแพทย์และสาธารณสุข สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามในหน่วยงานเกษตรจังหวัด ส่วนใหญ่จะจบการศึกษาด้านการเกษตรหรือสัตวแพทย์ และเป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในหน่วยงานประชาสัมพันธ์จังหวัด ส่วนใหญ่จบการศึกษาด้านการช่างอิเล็กทรอนิกส์ และทางด้านการศึกษา

เมื่อจําแนกตามเขตพื้นที่ภาคต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏว่า จากแบบสอบถามทั้งหมด 349 คน เป็นผู้ตอบแบบสอบถามใน 4 ภาค ปรากฏว่าทั้ง 4 ภาคมีสัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามใกล้เคียงกันมาก โดยภาคที่ตอบแบบสอบถามกลับคืนมามากที่สุด คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 59.9 ของแบบสอบถามที่ส่งไปในภาคนี้ สำหรับภาคที่ตอบแบบสอบถามกลับคืนมาน้อยที่สุด คือ ภาคใต้ มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 ของแบบสอบถามที่ส่งไปในภาคนี้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีปัญหาอุปสรรคในระหว่างการส่งแบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้เกิดภัยธรรมชาติขึ้นในภาคใต้ จึงทำให้เกิดความติดขัดในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามการวิจัยด้วย

สำหรับด้านการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามในภาคเหนือและภาคใต้ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามในภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาโท กล่าวโดยสรุปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาค ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี สำหรับสาขาวิชาที่จบส่วนใหญ่เป็นทางด้าน การเมืองการปกครอง

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคส่วนใหญ่ แม้จะ ไม่มีความรู้โดยตรงทางสายวารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ แต่ส่วนใหญ่จะ เคยเข้ารับการฝึกอบรมเพิ่มเติมความรู้ทางด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น โดยผู้ตอบแบบสอบถามในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์มากที่สุด

ทางด้านอายุของผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคส่วนใหญ่ช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 50-59 ปี มีอายุโดยเฉลี่ยประมาณ 42 ปี ทั้งนี้เพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งระดับหัวหน้าส่วนราชการ จึงมีอายุค่อนข้างสูงพอสมควร สำหรับเพศของผู้ตอบแบบสอบถามทุกภาคจะ เหมือนกันคือส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

สถานภาพการดำเนินการประชาสัมพันธ์

1. ด้านระดับความสำคัญของฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา

โดยภาพรวมแล้วปรากฏว่า ฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาของคณะกรรมการพัฒนาจังหวัด ได้รับความสำคัญพอสมควร กล่าวคือ มีการจัดให้มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งฝ่ายประชาสัมพันธ์ได้รับโอกาสเข้าร่วมประชุมโดยการพัฒนา

เป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ ผู้บังคับบัญชาภายในหน่วยงานได้สังเกตเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ มีการจัดส่ง เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เข้ารับการฝึกอบรมเพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เป็นบางโอกาสเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือ ส่งไปอบรมเพิ่มเติมความรู้เป็นประจํา และเป็นส่วนน้อยเท่านั้นที่ไม่เคยส่งไปอบรมเพิ่มเติมความรู้เลย

หากพิจารณาตามแผนพัฒนาบุคลากรในแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติแล้วจะ เห็นได้ว่าค่อนข้าง เป็นไปตามที่แผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติมุ่งหวังไว้ กล่าวคือ ให้ความสำคัญสนับสนุนการฝึกอบรม เพื่อเพิ่มพูนทักษะ ความเข้าใจและสร้างทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงาน (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ 2530 : 46)

เมื่อจําแนกตามลักษณะงาน ผลการวิจัยปรากฏว่า ภายในหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสำคัญต่อฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาพอสมควร โดยจะ เห็นได้ว่าในทุกหน่วยงานจัดให้มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา และ เมื่อมีการประชุมเกี่ยวกับโครงการพัฒนานั้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนามักจะได้รับโอกาสในการเข้าร่วมการประชุม นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกหน่วยงานมักจะจัดส่ง เจ้าหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาภายในหน่วยงาน เข้ารับการอบรมเพิ่มเติมความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์มาจัดอบรมเพิ่มความรู้แก่เจ้าหน้าที่ภายในหน่วยงานด้วย จะ เห็นได้ว่าภายในหน่วยงานทุกหน่วยงานได้มีการให้ความสำคัญต่อฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาในหน่วยงานตนเอง เป็นไปในลักษณะที่สอดคล้องกับแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่วางแผนด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อการพัฒนาไว้ประการหนึ่งว่า ให้หน่วยงานของรัฐในระดับกระทรวง ทบวง กรม จังหวัด อำเภอ ตำบล และหมู่บ้าน มีองค์การบริหารส่วนประชาสัมพันธ์เพื่อปฏิบัติและประสานการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามแนวทางที่กำหนดและประสานการประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามวิธีการที่กำหนดไว้ (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 2530 : 32)

เมื่อจําแนกตามเขตพื้นที่ภาคต่าง ๆ ปรากฏว่า โดยทั่วไปแล้วส่วนใหญ่ได้มีการให้ความสำคัญต่อฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาพอสมควร ดังจะ เห็นได้จากผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาค ส่วนใหญ่แล้วจะ จัดให้มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาและ เมื่อมีการประชุมโครงการพัฒนา เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนามีโอกาสเข้าร่วมการประชุมเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งมีการส่งเสริมความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา โดยการเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์มาฝึกอบรมเพิ่มความรู้แก่เจ้า

หน้าที่และมีการส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ไปรับการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ตามโครงการฝึกอบรมต่าง ๆ ค้ำยเหมือนกันในผู้ตอบแบบสอบถามของทุกภาค

จากผลการวิจัยข้างต้น จะเห็นว่าสอดคล้องกับแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาในแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยมีนโยบายและมาตรการไว้ดังนี้ ให้หน่วยงานของรัฐในระดับกระทรวง ทบวง กรม จังหวัด อำเภอ ตำบล เมืองครผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เพื่อปฏิบัติและประสานการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามแนวทางที่กำหนด และให้การประสานการประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามวิธีการที่กำหนดไว้ (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 2531 : 32)

2. ค้ำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา

ส่วนใหญ่นโยบายการประชาสัมพันธ์ที่ระบุไว้เป็นลาลักษณ์อักษรเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา รองลงมาคือ มีนโยบายการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นที่เข้าใจกันเอง แต่ไม่ระบุเป็นลาลักษณ์อักษร โดยส่วนใหญ่นักกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์คือหน่วยงานเจ้าของโครงการพัฒนานั้น ๆ รองลงมาคือ ฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาเป็นผู้กำหนดนโยบายประชาสัมพันธ์เอง

สำหรับแผนการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาส่วนใหญ่นักวางแผนไว้บางโครงการพัฒนา รองลงมาคือ มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในทุกโครงการพัฒนา โดยข้อมูลในการวางแผนส่วนใหญ่เป็นข้อมูลจากการคาดคะเน ประมาณการของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เอง รองลงมาคือ การใช้ข้อมูลจากการค้นคว้าแผนงานประชาสัมพันธ์ในอดีต และเป็นส่วนน้อยที่สุดที่วางแผนประชาสัมพันธ์โดยยึดแผนจากกระทรวง กรมต้นสังกัด โดยที่แผนส่วนใหญ่ที่วางไว้ไม่สามารถนำไปปฏิบัติจริงได้อย่างมาก รองลงมาคือ ใช้ปฏิบัติจริงได้เพียงบางส่วนเท่านั้น ทั้งนี้เพราะสาเหตุส่วนใหญ่คือ

1. เจ้าหน้าที่, บุคลากรที่ปฏิบัติงานค้ำนประชาสัมพันธ์มีไม่เพียงพอ
2. ขาดงบประมาณในการปฏิบัติงานตามแผนประชาสัมพันธ์ที่วางไว้
3. แผนที่วางไว้ไม่สามารถนำไปปฏิบัติจริงกับสภาพพื้นที่เป้าหมายได้

เมื่อจําแนกตามลักษณะงาน ปรากฏว่าส่วนใหญ่มีนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ ด้วยกันทั้งสิ้น ทั้งที่เป็นลายลักษณ์อักษรและที่ไม่ระบุไว้ เป็นลายลักษณ์อักษร เพียงเป็นที่เข้าใจกันเอง ระหว่างผู้ปฏิบัติงานภายในหน่วยงาน โดยส่วนใหญแล้วในทุกหน่วยงาน เช่นกันจะให้เจ้าของ โครงการพัฒนานั้น ๆ เป็นผู้กำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาของตนเอง และจะมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาในบางโครงการเท่านั้น โดยใช้อัตราการคาดคะเน ประมาณการของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เอง ในการวางแผนประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนานั้น จากผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติเลย กล่าวคือ ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2529 ได้กำหนดให้หน่วยงานของรัฐทั้งราชการ ส่วนภูมิภาคและราชการส่วนท้องถิ่นจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาต่าง ๆ แล้วเสนอ คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เพื่อให้ความเห็นชอบ กับ คูแล ประสานงาน ในการจัดทำแผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานนั้นให้สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ รวมทั้ง เร่งรัดให้หน่วยงานนั้นปฏิบัติตามแผนที่ได้จัดทำไว้ (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ 2530 : 43-47)

ดังจะเห็นได้ว่า แนวนโยบายการประชาสัมพันธ์ที่ดี แผนงานประชาสัมพันธ์ที่ดี ส่วนใหญ่แล้วงานด้านต่าง ๆ ข้างต้น จะจัดทำขึ้นเองภายในหน่วยงานตนเอง โดยอาศัยข้อมูลจากการคาดคะเนประมาณการเอาเองของผู้ปฏิบัติงานและเจ้าของโครงการพัฒนานั้น ๆ โดยไม่ผ่าน คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และไม่เกี่ยวข้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติได้กำหนดไว้เลย

เมื่อจําแนกตามเขตพื้นที่ภาคต่าง ๆ ผลการวิจัยปรากฏว่าผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคส่วนใหญ่มีนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ทั้งที่เป็นลายลักษณ์อักษรและที่ไม่ระบุไว้ เป็นลายลักษณ์อักษร โดยหน่วยงานเจ้าของโครงการพัฒนานั้น ๆ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาเป็นผู้กำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์เอง โดยใช้อัตราการคาดคะเนประมาณการของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เอง โดยที่แนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์นั้นไม่เกี่ยวข้องกับแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเลย

หากพิจารณาแผนการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาที่วางไว้นั้นตามทฤษฎีที่ว่า ด้วยโครงสร้างการวางแผน (STRUCTURAL PLANNING) ของ DR. JOHN MIDDLETON ที่ จําแนกโครงสร้างการวางแผนไว้ 4 ระดับคือ (UNESCO : 49-50)

1. การกำหนดนโยบายระดับชาติ
2. การวางแผนระดับชาติ
3. การวางแผนระดับหน่วยงานหรือสถาบันแห่งเดียว
4. การวางแผนระดับโครงการภายในหน่วยงานหรือสถาบัน

เมื่อพิจารณาจากแผนการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาประกอบตามแนวทฤษฎีว่า ด้วยโครงสร้างการวางแผนแล้วสามารถอธิบายได้ว่า การวางแผนการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาของผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคนั้นเป็นไปตามระดับที่ 4 คือ การวางแผนระดับโครงการภายในหน่วยงานหรือสถาบัน ซึ่งเป็นการวางแผนที่เกิดขึ้นภายในสถาบันหรือหน่วยงานแห่งเดียว โดยมีการวางแผนไว้เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติงานของโครงการเป็นการเฉพาะ

คำถามที่น่าสนใจนำไปสู่ปฏิบัติจริง ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคสามารถนำแผนที่วางไว้ไปปฏิบัติจริงได้เป็นอย่างมาก โดยมีบางส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคเหมือนกันที่ไม่สามารถนำแผนในบางส่วนไปปฏิบัติจริงได้ ทั้งนี้เพราะเหตุผลส่วนใหญ่คือ ขาดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้ ซึ่งจะสังเกตเห็นได้ว่าตามแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ไม่มีการระบุถึงเรื่องงบประมาณในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ไว้เลย ทั้งแหล่งเงินงบประมาณ สัดส่วนของเงินงบประมาณ ฯลฯ ในขณะที่เงินงบประมาณเป็นปัจจัยที่สำคัญของการดำเนินงานต่าง ๆ ของกระบวนการประชาสัมพันธ์

จากผลการวิจัยดังกล่าว เมื่อนำมาวิเคราะห์ตามทฤษฎีเกี่ยวกับระบบการวางแผน (SYSTEM THEORY) ซึ่งได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญในระบบการวางแผนการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ (บุญเลิศ ศุกดิลก, 2530 : 231-235) นั้น พบว่า นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนายังคงดำเนินการภายใต้ข้อจำกัดหรือการควบคุม ซึ่งได้แก่ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนานั้น ๆ รวมไปถึงแนวนโยบายของกระทรวง กรมต้นสังกัดนั่นเอง อย่างไรก็ตาม แม้ว่า คณะกรรมการพัฒนาจังหวัดซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาจะมาจากหลายกระทรวง ซึ่งมีลักษณะงานแตกต่างกันไป แต่ผลการวิจัยยังคงพบว่า แผนงานประชาสัมพันธ์ในโครงการพัฒนาของประเทศไทยนั้นยังมีลักษณะสอดคล้องกันค่อนข้างมาก ทั้งนี้รวมถึงกระบวนการวางแผน ซึ่งมีทั้งที่เป็นวิธีการดำเนินงานแบบเป็นแบบแผนแน่นอนเป็นลายลักษณ์อักษร และแผนการประชาสัมพันธ์ที่ไม่เป็นลายลักษณ์อักษรควบคู่กัน โดยส่วนใหญ่แล้วข้อมูลในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เป็นการคาดคะเนจากเจ้าหน้าที่เอง และการศึกษาจากแผนงานประชาสัมพันธ์ในอดีต ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานใช้ประสบ

การดำเนินการทำงานของตนเอง เป็นประโยชน์ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ประกอบกับโครงการพัฒนาส่วนใหญ่มักจะมีลักษณะโดยทั่วไปคล้าย ๆ กัน จึงสามารถนำแผนการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาในอดีตมาเป็นแนวในการวางแผนการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาต่อ ๆ ไปได้

หากพิจารณาแผนการประชาสัมพันธ์ของงานด้านทั้ง 6 นี้ ตามทฤษฎีเกี่ยวกับปกติของกระบวนการวางแผนและกระบวนการปฏิบัติตามแผนแล้ว มิติที่น่าสนใจคือ เรื่องความสมบูรณ์ของแผน จะเห็นได้ว่าแผนงานประชาสัมพันธ์ของงานด้านต่าง ๆ ส่วนใหญ่ยังขาดความสมบูรณ์ กล่าวคือ การวางแผนยังอาศัยการคาดคะเนประมาณการเองของเจ้าหน้าที่ ส่วนประกอบต่าง ๆ ของแผนจึงขาดข้อมูล รายละเอียดเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจทั้งในการวางแผน การกำหนดวิธีการปฏิบัติตามแผนและผลที่คาดว่าจะได้รับจากแผน แผนการประชาสัมพันธ์ของงานด้านการพัฒนา, ด้านการศึกษาธิการ, ด้านการสาธารณสุข, ด้านการเกษตร และด้านการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่จะนำไปใช้ปฏิบัติจริงได้เพียงบางส่วนเท่านั้น ซึ่งอธิบายได้จากสาเหตุที่มาจากการวางแผนที่ขาดความสมบูรณ์ 2 ประการคือ (อนันต์ เกตุวงศ์, 2526 : 158)

1. การขาดแคลนปัจจัยที่สำคัญของแผน ซึ่งได้แก่ งบประมาณ เวลา ตัวเลข ข้อมูล และตัวบุคคลผู้วางแผนและดำเนินการตามแผน
2. ลักษณะและส่วนประกอบของแผน ซึ่งได้แก่ ความยาก ความซับซ้อน ของแผนและลักษณะที่ต้องใช้ความรู้ทางเทคนิคการวางแผน

นอกจากนี้หากพิจารณาแผนการประชาสัมพันธ์ของลักษณะงานทั้ง 6 ด้านนี้ความมีขีดของกระบวนการวางแผนและกระบวนการปฏิบัติตามแผนตามมิติด้านเวลา จะเห็นได้ว่าแผนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหลักทั้ง หน่วยงานนี้ ยังไม่สอดคล้องกับมิติด้านเวลาของกระบวนการวางแผนและกระบวนการปฏิบัติตามแผนกล่าวคือ เป็นการปฏิบัติในช่วงเวลาสั้น ๆ กระทัดรัด ไม่มีเวลาในการเตรียมแผน (PREPARATION TIME) ขาดเวลาในการปฏิบัติกิจกรรมอยู่บางอย่างให้เสร็จก่อนการดำเนินการปฏิบัติกิจกรรมการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา และที่สำคัญแผนการประชาสัมพันธ์ของลักษณะงานทั้ง 6 ด้านนี้ ขาดเวลาในการตรวจสอบก่อนการวางแผนจริง (อนันต์ เกตุวงศ์, 2526 : 165) ทั้งนี้เหตุผลที่สำคัญประการหนึ่งอาจเป็นเพราะแต่ละหน่วยงานมีโครงการพัฒนามาก ขณะที่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนามีจำนวนจำกัดมาก การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการดำเนินการตามแผนจึงต้องกระทำอย่างเร่งรีบ รัดชั้นค่อนข้างเกินไป เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยดีมากที่สุดในเวลาที่มีจำกัดอยู่นั้น

3. คำถามเจ้าหน้าที่, บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา

ส่วนใหญ่มิ่เจ้าหน้าที่รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาเพียงคนเดียว ซึ่ง เป็นเจ้าหน้าที่ภายในหน่วยงานนั้นและมีงานประจำอยู่แล้ว แต่ได้รับการแต่งตั้งให้พัฒนาประชาสัมพันธ์โครงการเพิ่มเติมอีก ลักษณะการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาจึง เป็นงานมากกว่าการปฏิบัติงานโดยตำแหน่งหน้าที่ประจำ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาจึง ต้องรับผิดชอบทั้งงานในหน้าที่ประจำและงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาอีก การปฏิบัติงานจึงไม่ ค่อยเต็มที่เท่าที่ควร ทั้งด้านกำลังกายและ เวลาในการปฏิบัติงาน การดำเนินการประชาสัมพันธ์ โครงการพัฒนาจึงยังไม่สมบูรณ์เท่าที่ควรทางด้านเจ้าหน้าที่บุคลากรผู้ปฏิบัติงาน เพราะยังขาด ความคล่องตัว ขาดเอกภาพและอิสระในการดำเนินงาน โดยต้องรับผิดชอบและพะวงในงาน ประจำอีกด้วย (สุทิน ปัญญา มาก, 2526 : 28)

สำหรับปัญหาอุปสรรคด้านเจ้าหน้าที่บุคลากรของฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา ของคณะกรรมการพัฒนาจังหวัด ผลการวิจัยปรากฏว่า ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ขาดความรู้เกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานมีจำนวนไม่เพียงพอ และที่มีอยู่นั้นก็ต้องมีภาระรับผิดชอบหน้าที่ประจำอยู่แล้วด้วย

เมื่อจำแนกตามลักษณะงาน ปรากฏว่า ผลการวิจัยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามใน ทุกหน่วยงานต้องการให้เพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา เพราะ ที่มีอยู่นั้นเพียงคนเดียว ซึ่งต้องรับผิดชอบทั้งงานประชาสัมพันธ์และงานในหน้าที่ประจำอีกด้วย แต่ ยังไม่สามารถเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาได้ เพราะยังไม่มียอดราคาล้างตาม ระเบียบของหน่วยราชการประกอบกับผู้บริหารยังไม่ค่อยสนับสนุนเท่าที่ควร ซึ่งเมื่อศึกษาเปรียบ เทียบด้านบุคลากรการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหลักระดับจังหวัดทั้ง 6 หน่วยงานนี้กับแผน ประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ยังคงต้องดำเนินการอีกหลายประการจึงจะเป็นไปตามแนวทางของแผน ประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่ตั้งไว้ ตามที่แผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติวางมาตรการและแนวทางจะ ส่งเสริมให้หน่วยงานทางการประชาสัมพันธ์มีอัตราล้างเพียงพอโดยกำหนดเงื่อนไขให้ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ต้องมีภูมิหลังด้านวารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์และการประชาสัมพันธ์ให้มากพอสมควร และให้มีการฝึกอบรมบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ ให้มีการประสานงานและ ร่วมมือระหว่างหน่วยราชการกับภาคเอกชน และสถาบันทางการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อ พัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ (คณะกรรมการการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 2530 : 20-21) แต่จากผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกหน่วยงานส่วนใหญ่ยังมี

ปัญหาด้านบุคลากรไม่มีความรู้ ความสามารถทางด้านการประชาสัมพันธ์ ขาดทักษะในการใช้ เครื่องมือต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์และที่สาคัญอีกประการคือ ส่วนใหญ่ในทุกหน่วยงาน ทั้งหน่วยงาน พัฒนาการจังหวัด, หน่วยงานศึกษาธิการจังหวัด, หน่วยงานสาธารณสุขจังหวัด หน่วยงานเกษตร จังหวัด และประชาสัมพันธ์จังหวัดยังไม่มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาโดยตรง เลย ส่วนใหญ่เป็นลักษณะงานฝากให้กับเจ้าหน้าที่ภายในหน่วยงานนั้น ๆ ช่วยกันปฏิบัติเอง

เมื่อจําแนกตามเขตพื้นที่ภาคต่าง ๆ ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาค ส่วนใหญ่มีเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประจำอยู่แล้ว และต้องทํางานด้านการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาด้วย นอกจากนี้มีบางส่วนที่เป็นเอกชนที่ให้การสนับสนุนช่วยปฏิบัติการงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาให้ ซึ่งจะ เห็นได้ว่าไม่สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ กล่าวคือ จาก ผลการวิจัยจําแนก เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เพียงคนเดียวและต้องรับผิดชอบงานประจำ ด้วย ทําให้การปฏิบัติงานไม่คล่องตัวเท่าที่ควรในขณะที่แผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติจะส่งเสริมให้ หน่วยงานทางการประชาสัมพันธ์มีอัตราจ้าง เพียงพอ

นอกจากนี้ลักษณะ การปฏิบัติงานของ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาส่วนใหญ่จะ เป็นการปฏิบัติงานโดยที่ เจ้าหน้าที่หนึ่งคนรับผิดชอบงานทุกอย่างของฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการ พัฒนา เจ้าหน้าที่ทุกคนในฝ่ายประชาสัมพันธ์ต้องช่วยปฏิบัติหน้าที่ทุกอย่างของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่ง ไม่สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่วางแผนไว้ว่าให้มีการกําหนดอํานาจหน้าที่และ ความรับผิดชอบที่จะ ต้องปฏิบัติให้ชัดเจน โดยเฉพาะความสามารถในด้านวิธีการประชาสัมพันธ์และ การใช้อุปกรณ์อย่าง เหมาะสม (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 2530 : 35)

สำหรับทางด้านปัญหาอุปสรรคด้านเจ้าหน้าที่บุคลากรในการประชาสัมพันธ์โครงการ ซึ่ง เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานอย่างมาก สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคส่วนใหญ่คือ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานมีจํานวนไม่ เพียงพอและ เจ้าหน้าที่ขาดความรู้ในด้านการประชาสัมพันธ์ โดย ตรง ทําให้การปฏิบัติงานเป็นไปแบบลองผิดลองถูก ไม่ค่อยมีการสร้างสรรรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่แปลกใหม่ ในขณะที่แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระบุให้การรับผู้ เข้าทํางานในคํานาประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานต่าง ๆ ต้องมีภูมิหลัง ความรู้ทางด้านการประชาสัมพันธ์ และให้มีศูนย์ฝึกอบรมการ ประชาสัมพันธ์แห่งชาติเพื่อคํานาเนินการฝึกอบรมบุคลากรคํานาประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ และจัดให้ มีการประสานงานและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานราชการกับภาคเอกชน รวมทั้งสถาบันทาง ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 2530 : 35)

4. ด้านโสตทัศนูปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา

ผลการวิจัยปรากฏว่าส่วนใหญ่มิ เครื่องมือโสตทัศนูปกรณ์ใช้บ้างในการดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา เป็นส่วนน้อยเท่านั้นที่ไม่มี เครื่องมืออะไรเลยในการดำเนินงาน มีจำนวนเพียง 15 คน ร้อยละ 4.2 สำหรับเครื่องมือโสตทัศนูปกรณ์ที่มีใช้ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนามากที่สุด เรียงตามลำดับได้แก่

1. เครื่องพิมพ์ดีดภาษาไทย
2. กล้องถ่ายรูป
3. บอร์ด (ป้าย) นิทรรศการ
4. เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ
5. เครื่องขยายเสียง

สำหรับเครื่องมือโสตทัศนูปกรณ์ที่มีใช้ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาน้อยที่สุด เรียงตามลำดับ ได้แก่

1. ห้องมือ ล้างอัด ขยายภาพ
2. กล้องถ่ายภาพยนตร์
3. เครื่องฉายภาพยนตร์
4. ห้องบันทึกเสียง
5. เครื่องพิมพ์ขนาดเล็ก

ทางด้านปัญหาอุปสรรคด้านโสตทัศนูปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ ของฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาในคณะกรรมการพัฒนาจังหวัด ปรากฏว่าส่วนใหญ่มิ เครื่องมือไม่เพียงพอ และเครื่องมือที่มีใช้อยู่นั้นก็อยู่ในสภาพเก่าล้าสมัย หากต้องการใช้เครื่องมือบางอย่างที่จำเป็นก็ต้องเสียเวลาไปยืมจากหน่วยงานอื่น ๆ ซึ่งบางครั้งทำให้ล่าช้าปฏิบัติงานได้ไม่ทันการ

เมื่อจำแนกตามลักษณะงานผลการวิจัยปรากฏว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกลักษณะ จะขาดแคลนเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์จำนวนเครื่องมือโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ มีไม่เพียงพอ และที่มีอยู่ในสภาพเก่า ไม่มีคุณภาพ ต้องไปยืมจากหน่วยงานอื่นมาใช้ทำให้ล่าช้า ซึ่งไม่สอดคล้องตามแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่จะพัฒนา

ประสิทธิภาพของทรัพยากรด้านสื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐตามแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติได้กำหนดให้มีการจัดสรรงบประมาณหรือขอทุนด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อให้สามารถจัดหาอุปกรณ์ด้าน การประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นและเหมาะสมให้แก่หน่วยงานรัฐในระดับต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความคล่องตัว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมทั้งให้มีการจัดทำแผนการบำรุงรักษาเครื่องมือไว้ล่วงหน้าด้วย (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 2530 : 15) แต่จากผลการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถามในทุก หน่วยงานส่วนใหญ่มองประสบกับปัญหาด้านเครื่องมือสื่อดิจิทัลต่าง ๆ อย่างมาก กล่าวคือ เครื่องมือที่เกิดการชำรุดเสียหายต้องทิ้งไปเลย เพราะไม่มีงบประมาณในการซ่อมแซม หากผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องใช้เครื่องมือเหล่านั้นจริง ๆ ก็ต้องอาศัยเงินส่วนตัวในการซ่อมแซม บำรุงรักษาเองนอกจากนี้ก็มีบ้างครั้งแผนการประชาสัมพันธ์ไม่สามารถดำเนินการตามแผนได้ เพราะเครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่นั้นอยู่ในสภาพที่เก่าล้าสมัย ปฏิบัติงานตามแผนไม่คำสั่งผลกระทบให้ การดำเนินการประชาสัมพันธ์ไม่บรรลุเป้าหมาย เช่น ในแผนการประชาสัมพันธ์ระบุให้มีการจัดทำสไลด์เผยแพร่โครงการพัฒนาฯ แต่ปรากฏว่าเครื่องฉายสไลด์ไม่อยู่ในสภาพที่จะใช้งานได้ และไม่สะดวกในการยืมจากหน่วยงานอื่น การดำเนินการประชาสัมพันธ์จึงต้องเปลี่ยนมาใช้ภาพถ่าย ในการเผยแพร่โครงการพัฒนานั้นแทน ซึ่งมีผลต่อการกระตุ้นความสนใจของประชาชนเป้าหมายอย่างมาก เพราะโครงการพัฒนาของหน่วยงานหลักทั้ง 6 หน่วยงานนี้ส่วนใหญ่เป็นโครงการพัฒนา ที่เกี่ยวกับการพัฒนาความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพ ซึ่งต้องสร้างความสนใจ กระตุ้นเร้าให้ ประชาชนเกิดความตื่นตัวต่อโครงการพัฒนานั้น การเปลี่ยนแปลงเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ไม่เป็น ไปตามที่แผนระบุไว้ จึงมีผลต่อประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนานั้นด้วย

เมื่อจําแนกตามเขตพื้นที่ภาคต่าง ๆ ปรากฏว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคจะมี เครื่องมือต่าง ๆ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานนอกจากปัญหาทาง ปริมาณแล้ว ยังมีปัญหาด้านคุณภาพของเครื่องมืออยู่ในสภาพที่เก่ามากไม่มีคุณภาพ ที่อยู่ในสภาพเก่า มากจนชำรุดก็ไม่มีงบประมาณในการซ่อมแซม ม้ถ้าจำเป็นต้องใช้เครื่องมือเหล่านั้นจริง ๆ ก็ต้องอาศัยยืม จากหน่วยงานอื่นทำให้การปฏิบัติล่าช้าและไม่ได้ผลอย่างเต็มที่ จากผลการวิจัยข้างต้นนี้เป็นลักษณะ ที่ค่อนข้างสวนทางกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่วางไว้ โดยจะให้มีการพัฒนาสื่อการ ประชาสัมพันธ์มีการลงทุนจัดซื้อ เครื่องมือการสื่อสารให้เป็นไปตามแผนพัฒนาการสื่อสารของแผน พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 และจัดให้มีการจัดทำแผนการบำรุงรักษาเครื่องมือ ต่าง ๆ รวมทั้งสนับสนุนเจ้าหน้าที่เทคนิคและ เครื่องมือที่เหมาะสมมาใช้ในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ด้วย (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ 2530 : 33)

จากข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคส่วนใหญ่ ข้อเสนอแนะให้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทางการดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อความถูกต้องและสะดวกรวดเร็ว แต่จากสภาพความเป็นจริง ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคเป็นส่วนน้อยที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาจากผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคมีจำนวนเพียง 65 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 เท่านั้น

จากผลการวิจัยข้างต้นนี้ไม่สอดคล้องกับแผนพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์ในแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติตามแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาตินั้น ระบุให้มีการสนับสนุนให้หน่วยงานของรัฐนำเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่เหมาะสมมาใช้เพื่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ จัดทำแผนการบำรุงรักษาเครื่องมือสื่อสารไว้ล่วงหน้าดังนี้จะเห็นได้ว่าตามสภาพความจริงแล้ว เครื่องมือสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาของคณะกรรมการพัฒนาจังหวัด ยังไม่เป็นไปตามแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

5. ด้านการดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ ของฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา

จากผลการวิจัยปรากฏว่าในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์แต่ละโครงการพัฒนาจะปฏิบัติต่างกันไป กล่าวคือ กิจกรรมบางอย่างปฏิบัติกับทุกโครงการเหมือนกัน บางกิจกรรมปฏิบัติเฉพาะในบางโครงการ และบางกิจกรรมไม่ปฏิบัติเลยกับทุกโครงการพัฒนา ดังสรุปได้ดังนี้

กิจกรรมที่ปฏิบัติทุกโครงการ ส่วนใหญ่ได้แก่

1. การจัดทำรายงานประจำปี
2. การประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ
3. การให้บริการข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ
4. การวางแผนโครงการพัฒนา
5. การสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน

กิจกรรมรวมที่ปฏิบัติบ้างบางโครงการ ส่วนใหญ่ได้แก่

1. การจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่
2. การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับโครงการ

3. การเขียนข่าวแจกล้อมลชน
4. การจัดทำจดหมายเขียน
5. การจัดแถลงข่าวโครงการ

กิจกรรมที่ไม่ปฏิบัติเลยในทุกโครงการส่วนใหญ่ ได้แก่

1. การสำรวจประชาคม
2. การทำวิจัยเกี่ยวกับโครงการ
3. การประเมินผลการประชาสัมพันธ์
4. การจัดทำรายการโทรทัศน์
5. การผลิตสไลด์เผยแพร่

เมื่อจําแนกตามลักษณะงานปรากฏว่า จากกระบวนการประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล ขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และขั้นตอนการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2531 : 4) เมื่อศึกษาเปรียบเทียบจากผลการวิจัยจะ เห็นได้ว่า การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาของหน่วยงานหลักทั้ง 6 หน่วยงานนั้น ส่วนใหญ่ยังดำเนินการต่าง ๆ ไม่ครบกระบวนการประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ขั้นตอน ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล ส่วนใหญ่การดำเนินการดำเนินกิจกรรมของฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกลักษณะงานยัง ไม่มีการแสวงหาข้อมูลเพื่อการศึกษาการตัดสินใจประกอบการวางแผนประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพราะปัญหาส่วนใหญ่เนื่องมาจากการขาดเวลาในการดำเนินการแสวงหาข้อมูล ขาดความพร้อมด้านเจ้าหน้าที่บุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกหน่วยงานส่วนใหญ่ต้องการให้มีคณะทำงานเพื่อทำหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลทางการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ และ เมื่อศึกษาเปรียบเทียบจากแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติจะ เห็นได้ว่า สำหรับกิจกรรมในขั้นตอนการแสวงหาข้อมูลตามแผนการประชาสัมพันธ์นั้นได้วางมาตรฐานและแนวทางที่จะจัดตั้งศูนย์สารนิเทศแห่งชาติ (NATIONAL INFORMATION CENTRE) ซึ่งใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อหน่วยงานกลางทำหน้าที่รวบรวม ประมวล และให้บริการข่าวสารข้อมูลทางด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 2530 : 17) ตามมาตรการและแนวทางข้างต้นนี้จะ เห็นได้ว่าสอดคล้องกับความต้องการตามข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในทุกหน่วยงาน

ขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุก
ลักษณะงานส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยคำนึงถึงกิจกรรมด้านการวางแผนงานประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร ลักษณะ
การวางแผนยังไม่ค่อยต่อเนื่อง และการวางแผนยังไม่มีการระดมความคิดจากเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง
ข้อหลาย ๆ ฝ่ายเพื่อร่วมกันวางแผน การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มักจะเป็นการ
ประมาณการคาดคะเนของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเองเท่านั้น ขณะที่แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
ระบุให้หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ เพื่อเสนอคณะกรรมการประชาสัมพันธ์
แห่งชาติ เพื่ออภิบาลดูแลประสานงาน และให้ความเห็นชอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์
ของหน่วยงานของรัฐให้สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์
แห่งชาติ, 2530 : 45-47) แต่จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของ
ทุกหน่วยงานส่วนใหญ่เป็นการดำเนินการตามงานวางแผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อสถานการณ์เฉพาะหน้า
เท่านั้น ไม่ค่อยคำนึงถึงแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเท่าที่ควร

ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกลักษณะ
งานจะคำนึงถึงกิจกรรมด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในลักษณะของการให้บริการข่าวสาร การ
เขียนข่าวแจกเพื่อเสนอข่าวนั้นตามสื่อมวลชนต่าง ๆ มากกว่าการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ โดย
เฉพาะอย่างยิ่งสื่อประชาสัมพันธ์ที่ค่อนข้างใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายมาก ๆ นั้น จะไม่ค่อยคำนึงถึง
กิจกรรมนั้น เป็นต้นว่า การผลิตวีซีดีเผยแพร่, การผลิตสไลด์เผยแพร่, การจัดทำรายการโทรทัศน์
ซึ่งจะสังเกตเห็นได้ว่า กิจกรรมที่มีขั้นตอนการปฏิบัติที่ซับซ้อนกว่า ใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายมากกว่า
มักจะมีการปฏิบัติน้อยลงไป ในขณะที่กิจกรรมซึ่งขั้นตอนการปฏิบัติไม่สลับซับซ้อนมากนัก ใช้งบ
ประมาณน้อยกว่าเป็นกิจกรรมที่ได้รับการปฏิบัติมากกว่า เช่น การสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน,
การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับโครงการพัฒนา, การเขียนข่าวแจกสื่อมวลชน เป็นต้น

ปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกลักษณะงานได้รับอยู่นั้นได้แก่ การดำเนินงานกิจกรรม
ประชาสัมพันธ์ที่ซ้ำซากจำเจ ทำให้การยอมรับของประชาชนน้อยลงไป ความสนใจอยู่ใน
ระดับปานกลาง ยังไม่ค่อยให้ความสำคัญต่อสิ่งที่หน่วยงานได้ประชาสัมพันธ์มาเท่าที่ควร ข้อเสนอ
แนะทางด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามในทุกหน่วยงานส่วนใหญ่เสนอแนะ
ให้มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อมวลชนทุกแขนง ทุกรูปแบบ และต้องต่อเนื่องสม่ำเสมอจริงจัง ซึ่ง
เมื่อศึกษาเปรียบเทียบข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถามในทุกหน่วยงานแล้ว
ค่อนข้างสวนทางกับการดำเนินงานจริงของทุกหน่วยงาน

ขั้นตอนการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา
 ทุกลักษณะงานส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพราะขาดงบประมาณ
 การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์และขาดเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานทางการประชาสัมพันธ์
 ในลักษณะ เช่นที่อาจกล่าวได้ว่า การดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาของทุกหน่วยงานส่วน
 ใหญ่ยังอยู่ในลักษณะการสื่อสารทางเดียว ซึ่งตามลักษณะการประชาสัมพันธ์ที่สัมฤทธิ์ผลนั้น บุญเลิศ
 ศุภคิดลภ ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ที่สัมฤทธิ์ผลได้นั้นต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานการสื่อสารสองวิถี
 (TOW-WAY COMMUNICATION) ซึ่งเกิดขึ้นทั้งแนวนอนและแนวตั้ง (HORIZONTAL AND
 VERTICAL PROCESS) คือ ต้องเป็นการแสดงปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร และ
 ระหว่างฝ่ายบริหารกับฝ่ายปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (2529 : 220) จากผลการวิจัยในด้านการ
 ประเมินผลงานประชาสัมพันธ์จะเห็นได้ว่าไม่สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติตามแผน
 ได้วางมาตรการและแนวทางให้จัดตั้งศูนย์สารนิเทศแห่งชาติ (NATIONAL INFORMATION
 CENTRE) เพื่อเป็นหน่วยงานกลางที่รวบรวมน ประมวล ข้อมูลทางด้านการประชาสัมพันธ์
 ของรัฐ และจัดให้มีระบบติดตามและประเมินผลการกระจายข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์
 (MONITORING SYSTEM) ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ นอกจากนี้ยังกำหนดให้หน่วยงานของรัฐคิด
 ความประเมินผลงานการประชาสัมพันธ์ที่รับผิดชอบ เพื่อนำผลมาใช้ในการปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์
 ที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 2530 : 17,47)

เมื่อจำแนกตามเขตพื้นที่ภาคต่าง ๆ จากกระบวนการประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ขั้นตอน
 นั้น เมื่อศึกษาเปรียบเทียบกับการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ของฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาของ
 ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคส่วนใหญ่งานปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ยังไม่ครบทั้ง 4 ขั้นตอนของ
 กระบวนการประชาสัมพันธ์ สำหรับขั้นตอนแรกคือการแสวงหาข้อมูลนั้นไม่มีการปฏิบัติกิจกรรมมาโดย
 ในขั้นตอนนี้ ไม่ว่าจะโดยการสำรวจประชามติ การทวิวิจัยเกี่ยวกับโครงการหรือการประเมินผล
 การประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมา เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ต่อไป ส่วนขั้นตอนที่สอง
 คือ การวางแผนการประชาสัมพันธ์นั้นมีการปฏิบัติกิจกรรมบ้างพอสมควร โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์
 โครงการพัฒนาจะร่วมวางแผนโครงการด้วย ส่วนขั้นตอนที่สามคือ การดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้น
 จะเห็นได้ว่ากิจกรรมต่าง ๆ ของฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาที่ปฏิบัติในส่วนใหญ่งานอยู่ในขั้นตอน
 ที่สามนี้โดยส่วนใหญ่งานจะเป็นการให้บริการข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ และเป็นที่น่าสนใจได้ว่า
 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคจะไม่ค่อยมีกิจกรรมในขั้นตอนที่สี่ คือ การประเมินผลงาน
 ประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพราะเหตุผลส่วนใหญ่เนื่องจากการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาเป็นการ
 ปฏิบัติงานเฉพาะกิจในช่วงเวลาสั้น ๆ เท่านั้น จึงไม่ค่อยมีเวลาในการดำเนินการประเมินผลการ
 ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งโครงการพัฒนามีอยู่จำนวนมากด้วย หากจะมีการประเมินผลงาน

ประชาสัมพันธ์ก็เพียงบางโครงการเท่านั้น ซึ่งวิธีที่นิยมมากที่สุดคือ การตรวจเช็คข่าวจากสื่อมวลชน
เท่านั้น

จากผลการวิจัยนี้ หากพิจารณาตามแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ จะเห็นได้ว่ายังไม่ค่อยเป็นไปตามที่แนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติวางแนวทางไว้ กล่าวคือ จากแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ได้วางแผนงานจัดให้มีระบบติดตามและประเมินผลการกระจายข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (MONITORING SYSTEM) ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 2530 : 34)

จากการปฏิบัติงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาของคณะกรรมการพัฒนาจังหวัดใหม่เป็นไปตามลักษณะของกระบวนการประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอนนั้น เมื่อพิจารณาจากปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ของฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาของคณะกรรมการพัฒนาจังหวัดทั้งหมดแล้ว จะเห็นได้ชัดว่า การปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ยังอยู่ในขั้นตอนการวางแผนและขั้นตอนการดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ไม่มีการปฏิบัติกิจกรรมในขั้นตอนการแสวงหาข้อมูลและขั้นตอนการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์เลย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาที่เห็นได้ชัดที่สุดคือ ปัญหาทางด้านการยอมรับของประชาชน ส่วนใหญ่ยังมีปัญหาเรื่องรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ ไม่ค่อยเรียกร้องความสนใจของประชาชน ประชาชนไม่ค่อยสนใจในสิ่งที่ประชาสัมพันธ์ไป จึงทำให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาของคณะกรรมการพัฒนาจังหวัดมุ่งให้ความสำคัญกับการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ในขั้นตอนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ และสาเหตุอีกประการน่าจะมาจากปัญหาทางด้านงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยส่วนใหญ่แล้วคณะกรรมการพัฒนาจังหวัดมีเงินงบประมาณไม่เพียงพอในการปฏิบัติงานต้องเรียกแบ่งเงินมาจากส่วนต่าง ๆ ของโครงการหรือการใช้เงินจากการบริจาค การปฏิบัติงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาจึงไม่สามารถดำเนินการได้ครบกระบวนการประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ขั้นตอนตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. งานประชาสัมพันธ์โครงการส่วนใหญ่มักยังอยู่ในลักษณะงานฝากมากกว่างานอิสระ ยังไม่มีหน่วยงานเฉพาะที่มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเป็นเอกเทศ ดังนั้น ลักษณะการดำเนินงานจึงอยู่ในลักษณะการทำงานเฉพาะกิจเพื่อความอยู่รอดไปเท่านั้น ไม่ค่อยมีการปฏิบัติอย่างจริงจัง ไม่มีการเตรียมวางแผนไว้ล่วงหน้า หากพิจารณาทางด้านเจ้าหน้าที่บุคลากรผู้ปฏิบัติงานแล้วจะเห็นได้ว่า

ส่วนใหญ่มักเป็นเจ้าหน้าที่ซึ่งมีงานประจำอยู่แล้ว และไม่มีความรู้ทางการประชาสัมพันธ์โดยตรง การปฏิบัติงานอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์และเอาผิดเป็นครู (TRIAL AND ERROR) ซึ่งไม่จำเป็นผลดีต่อหน่วยงานนัก เพราะการเรียนรู้ด้วยวิธีนี้ย่อมต้องผ่านความผิดพลาดข้อบกพร่อง และใช้เวลานานกว่าจะทราบแนวทางที่ถูกต้องในการปฏิบัติงาน ซึ่งทำให้โครงการพัฒนาต้องเสี่ยงต่อความล้มเหลวและปัญหาต่าง ๆ อันจะเป็นผลกระทบต่อความสำเร็จของการพัฒนาที่เป็นได้ ดังนั้นควรจะมีการจัดตั้งฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาเป็นเอกเทศเพื่อปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาโดยเฉพาะ

2. เมื่อพิจารณาต้นทุนงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา ก็ได้รับการจัดสรรในวงเงินที่ต่ำมาก นอกจากนี้บางครั้งก็ไม่มีงบประมาณที่แน่นอน บางครั้งไม่ได้รับการจัดสรรเงินงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา โดยเฉพาะจึงต้องใช้วิธีการขอบริจาคเงินจากส่วนต่าง ๆ ของโครงการพัฒนานั้นมาดำเนินงาน และยังไปกว่านั้นบางที่ค่อนข้างอาศัยเงินส่วนตัวของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเองในการดำเนินงาน ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาจึงอยู่ในสภาพที่ตื้อค่อนข้างต่ำมาก ๆ จึงควรมีการจัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่ายเพื่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาอย่างเพียงพอและสม่ำเสมอ เพื่อให้การปฏิบัติงานคล่องตัวยิ่งขึ้น

3. หากพิจารณาทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนา ส่วนใหญ่ยังเป็นการเน้นหนักเฉพาะกิจกรรมต่าง ๆ ของการดำเนินงานเพียงขั้นต้นคนเดียว โดยปราศจากการวางแผนงานประชาสัมพันธ์บนพื้นฐานของข้อมูลที่ต้องการ ขาดการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์เพื่อศึกษาถึงปัญหาหรือข้อบกพร่องต่าง ๆ อันจะนำไปสู่การปรับปรุงดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ดีต่อไป การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาส่วนใหญ่จึงอยู่ในลักษณะที่ไม่เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Process) ขาดการรับรู้ปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสาร จึงขาดความร่วมมือจากประชาชน ดังนั้นควรปรับปรุงให้มีการดำเนินงานอย่างครบถ้วนทุกขั้นตอน ทั้งการวางแผนและการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาบรรลุผลยังกลุ่มประชาชนให้มากที่สุด

4. อุปสรรคทั้งหลายทั้งปวงดังกล่าวข้างต้นไม่สามารถขจัดได้ หากผู้บริหารปราศจากความเข้าใจ ไม่ให้ความสำคัญสนับสนุนเท่าที่ควร ถึงแม้ว่าจะมีแผนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เป็นแผนแม่บทในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาก็ตาม แต่ถ้าผู้บริหารไม่เห็นความสำคัญ ไม่มีการส่งเสริมค้ำจุนปัจจัยต่าง ๆ แล้ว แผนก็ยังคงเป็นแผนที่เขียนไว้เท่านั้น แต่ใน

ทางปฏิบัติจะ ไม่มีการนำไปใช้จริง เลย ดังนั้น ผู้บริหารทั้งในส่วนกลางและในส่วนภูมิภาคควรตระหนักถึงความสำเร็จของโครงการพัฒนาต่าง ๆ นั้นต้องมียอดประกอบต่าง ๆ เป็นปัจจัยในความสำเร็จ ซึ่งการประชาสัมพันธ์ก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะประสานความเข้าใจอันดีของประชาชนที่รับการพัฒนากับโครงการพัฒนานั้น ปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาจึงควรได้รับการสนับสนุนมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ทั้งด้านงบประมาณค่าใช้จ่าย ด้านวัสดุอุปกรณ์ และ เครื่องมือต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์โดยการพัฒนา

5. ในส่วนของความรู้ ความสามารถของเจ้าหน้าที่บุคลากรควรได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการประชาสัมพันธ์มากขึ้น อาจจัดให้มีการฝึกอบรมทางการประชาสัมพันธ์มากขึ้น โดยนิสิตสาขาวิทยาศาสตร์พัฒนาการน่าจะมีส่วนช่วยในการเผยแพร่ความรู้ทางการประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อเป็นการสร้างประโยชน์ต่อส่วนรวมและ เป็นการใช้ความรู้ในสาขาอย่างเต็มที่ มากกว่าการเรียนเฉพาะทฤษฎีในชั้นเรียนเท่านั้น หากการดำเนินงานต่าง ๆ ได้รับการสนับสนุนมากขึ้นแล้ว แนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่ต้องใช้คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิระดับประเทศมาร่วมกันร่างแนวทางก็คง ได้รับผลสำเร็จในเชิงปฏิบัติมากขึ้นเช่นกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาถึงสภาพการณ์ต่าง ๆ ของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาชนบทระดับจังหวัดอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติได้อย่างถูกต้องตรงตามสภาพความจริง เพื่อยังผลให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนเกิดประโยชน์มากที่สุด
2. ควรมีการศึกษาเจาะ เฉพาะในแต่ละเขตพื้นที่อย่างละเอียดโดยวิธีการสัมภาษณ์บุคคลคุยกับผู้ปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิด เพื่อทราบถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง และสามารถแก้ปัญหาหรืออุปสรรคนั้นมาปรับตามแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติได้ถูกต้อง
3. ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนในด้านการศึกษารวบรวมข้อมูลถึงสถานภาพการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาในประเทศไทยให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อทราบถึงสถานภาพของสภาพการณ์ปัจจุบัน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาด้านต่าง ๆ ของประเทศต่อไป รวมทั้งให้มีการเผยแพร่ผลการวิจัยนั้นด้วย
4. ควรมีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลทางการประชาสัมพันธ์เป็นสัดส่วนและสะดวกต่อการค้นคว้าเพิ่มเติม เพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการประชาสัมพันธ์และการสัมฤทธิ์ผลในทางปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต่อไป