



บทที่ 5

สรุปการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การศึกษาสถานภาพ ความต้องการ และการใช้สารสนเทศ
ในงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสถานภาพของสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้สารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ
3. เพื่อศึกษาการใช้สารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดประชากรจากหัวหน้างานประชาสัมพันธ์หรือผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งกำลังปฏิบัติงานอยู่ปัจจุบัน จากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจทั้งหมด 72 แห่ง แห่งละ 1 คน รวม 72 คน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ โดยสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรของกิจการรัฐวิสาหกิจ 3 กลุ่ม กลุ่มละ 1 องค์การ องค์การละ 1 คน รวม 3 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้สร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจสถานภาพ ความต้องการ การใช้สารสนเทศเพื่องานประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบสอบถามแบบ เลือกตอบ แบบมาตราส่วนประเมินค่า และแบบสอบถามปลายเปิด ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามโดยตรงด้วยตนเองและบางส่วนจัดส่งทางไปรษณีย์ จำนวนรวมทั้งสิ้น 72 ชุด ได้รับคืน 67 ชุด คิดเป็นร้อยละ

93.06 ของแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมด จำนวนแบบสอบถามที่ได้รับคืน 67 ชุดนี้ เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ 44 ชุด คิดเป็นร้อยละ 65.67 และแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์เนื่องจากไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์และไม่มีผู้รับผิดชอบงานด้านนี้โดยตรง 23 ชุด คิดเป็นร้อยละ 34.33 ของจำนวนแบบสอบถามที่ได้รับคืน นอกจากนี้ยังได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 3 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. คิดเป็นร้อยละ สำหรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรายละเอียดส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปของงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจที่สังกัดอยู่ สถานภาพ ความต้องการการใช้ และ การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์
2. คิดค่าเฉลี่ยน้ำหนักสำหรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเภทของโซเชียลมีเดีย ความถี่ในการใช้ การพิจารณาเลือกใช้ ปัญหาและอุปสรรคในการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์

สรุปผลการวิจัย

1. สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม หัวหน้างานประชาสัมพันธ์หรือผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เป็นเพศชาย ร้อยละ 81.82 กว่าครึ่งหนึ่งมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี ทุกคนมีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 34.09 มีประสบการณ์ 6 - 10 ปี ซึ่งส่วนมากจะได้รับประสบการณ์จากการเข้ารับการฝึกอบรม
2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจ ในการกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์จะกระทำโดยผู้บริหารระดับสูงขององค์กรมากที่สุด ส่วนงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นมักจะมีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง ซึ่งส่วนใหญ่มีฐานะ เป็นแผนก สำหรับงานที่ไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบก็มีการมอบหมายให้พนักงานที่มีคุณสมบัติ เหมาะสมและมีใจรักงานด้านนี้ และบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ในแต่ละองค์กร ส่วนใหญ่มีจำนวนประมาณ 5 -

3. สถานภาพทางไสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ไสตทัศนูปกรณ์ประเภทสิ่งพิมพ์ที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ใช้ได้แก่ ข่าว ประเภทวัสดุได้แก่ ภาพถ่ายประเภทอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด คือ กล้องถ่ายรูป ประเภทกิจกรรมมัก เป็นการเผยแพร่ข่าวทางหนังสือพิมพ์

สำหรับความถี่ในการใช้ไสตทัศนูปกรณ์ประเภทสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ข่าว ประเภทวัสดุ ได้แก่ แผ่นโปร่งใส ซึ่งทั้ง 2 ประเภทนี้มีค่าเฉลี่ยในการใช้สัปดาห์ละครั้ง ส่วนประเภทอุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องรับวิทยุ มีการใช้มากที่สุดคือ มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง และประเภทกิจกรรมก็ได้จัดให้มีการเผยแพร่ข่าวทางหนังสือพิมพ์มากที่สุด คือ สัปดาห์ละครั้ง

มีการวางแผนการผลิตทางด้านสิ่งพิมพ์และไสตทัศนวัสดุและมีการให้บริการทางด้านไสตทัศนูปกรณ์ภายในองค์การ เดือนละครั้ง ส่วนการจัดหมวดหมู่อุปกรณ์เพื่อการค้นหาและบริการ ได้จัดดำเนินการประมาณ 3 เดือนต่อครั้ง

หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านไสตทัศนูปกรณ์กว่าครึ่งหนึ่ง เป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์และหน่วยงานฝึกอบรม และมีระยะเวลาในการดำเนินงานตามแผนการผลิตทางด้านสิ่งพิมพ์และไสตทัศนวัสดุไม่แน่นอน ส่วนมากจะได้รับงบประมาณเป็นรายปี หากมีกิจกรรมเกิดขึ้นอาจขออนุมัติ เป็นครั้งคราวได้ ทางด้านบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ส่วนมาก เป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ รองลงมา เป็น เจ้าหน้าที่ไสตทัศนูปกรณ์โดยตรง มีการจัดเก็บรักษาที่ดีมีเจ้าหน้าที่ดูแลและให้บริการ หากเกิดการชำรุดเสียหายก็จะดำเนินการซ่อมแซม ส่วนการจัดซื้อมักจะทำได้ตามที่หากมีความต้องการ

4. ความต้องการการใช้ไสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์เกือบทั้งหมด เห็นความจำเป็นในการใช้ไสตทัศนูปกรณ์ และส่วนมาก เห็นว่าควรมีการจัดตั้งหน่วยงานด้านนี้ขึ้นโดยเฉพาะ และจัดให้อยู่ในงานประชาสัมพันธ์

เกี่ยวกับบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถามประมาณครึ่งหนึ่ง เห็นว่า เจ้าหน้าที่ควรเป็นผู้ที่มีความรู้ขั้นปริญญาที่ตรงกับสายงาน ส่วนอีกครึ่งหนึ่ง เห็นว่าควร เป็นผู้สำเร็จประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่ตรงกับสายงาน แต่อย่างไรก็ตามส่วนใหญ่ยัง เห็นว่าควรมีประสบการณ์อย่างน้อย 1 ปีด้วย ส่วนเรื่องของจำนวนที่เหมาะสมควรจะประมาณ 2 - 5 คน

สิ่งที่ต้องการ เพิ่ม เติม นอก เหนือ จาก โสตทัศนูปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน
ก็ได้แก่ อุปกรณ์สำหรับผลิตรายการโทรทัศน์

5. การใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สิ่งที่ควรพิจารณาในการเลือกใช้
คือ เลือกให้ตรงกับจุดมุ่งหมาย เนื้อหาสาระ และสามารถสื่อความหมายได้โดยง่าย ส่วน
ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้โสตทัศนูปกรณ์มากที่สุด คือ การขาดบุคลากรที่มีความ
สามารถและปัญหาทางด้านสถานที่ในการผลิตงานโสตทัศนูปกรณ์ ส่วนด้านการประ เหมินผลนั้น
กว่าครึ่งหนึ่งไม่เคยทำการประ เหมินผลการใช้เลย

6. ความคิด เห็นและข้อ เสนอแนะ ในปัจจุบันงานโสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
ที่มีในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจยังไม่เหมาะสม เนื่องมาจากปัญหาและอุปสรรคทางด้าน
บุคลากรดังที่กล่าวแล้วในข้อ 5 และยังมีความต้องการโสตทัศนูปกรณ์เพิ่มขึ้นจากที่มีอยู่เดิม
นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม เพียงครึ่งหนึ่งได้ให้ข้อ เสนอแนะ เกี่ยวกับโครงการโสตทัศนูปกรณ์
ที่ควรจะดำ เนินการในอนาคตที่แตกต่างกันออกไป พอสรุปได้ส่วนมาก คือ ควรมีการผลิตรายการ
การโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สไลด์-เทป ที่มีประโยชน์ทางการศึกษาและ เผยแพร่ผลงานของ
องค์การออกสู่มวลชนให้มากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลสรุปการวิจัยที่กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัย เห็นว่า

1. การศึกษาสถานภาพ ความต้องการ และการใช้โสตทัศนูปกรณ์ เพื่อการ
ประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เป็นประโยชน์ต่องานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน
รัฐวิสาหกิจต่าง ๆ พอสมควร ในอันที่จะนำผลของการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการ เสนอ เพื่อจัด
ให้มีการใช้โสตทัศนูปกรณ์ การวางแผนการผลิต การพิจารณาจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ที่มีประโยชน์
และใช้งานได้คุ้มค่า การจัด เก็บบำรุงรักษาและซ่อมแซมวัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนการจัดหาบุคลากร
ที่เหมาะสมกับลักษณะงาน

2. โสตทัศนูปกรณ์ที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ในรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ใช้คือ ข่าวดู
ภาพถ่าย กล้องถ่ายรูป และการเผยแพร่ข่าวทางหนังสือพิมพ์ แตกต่างไปจากการวิจัยของ

สุดคณิง เรือนใจมัน เมื่อปี 2517 เรื่องการใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
ของธนาคารพาณิชย์ในกรุง เทพมหานคร ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่ใช้ การจัดรายการวิทยุ โทรทัศน์
เอกสาร วารสาร และไปสเตอร์โฆษณา และต่างกับการวิจัยของ อารีย์ สังขพันธ์
เมื่อปี 2523 ซึ่งปรากฏผลว่า รูปภาพ หนังสือพิมพ์ วารสาร เอกสาร เล่ม ภาพยนตร์
สไลด์ รายการวิทยุ การจัดนิทรรศการและการบรรยาย เป็นโสตทัศนูปกรณ์ที่ใช้ในโครงการ
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นส่วนใหญ่

3. เนื่องจากชมรมประชาสัมพันธ์รัฐวิสาหกิจได้จัดการอบรมเชิงวิชาการ
เรื่อง การใช้โสตทัศนูปกรณ์ในงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ระหว่างวันที่
29-30 มีนาคม 2527 ณ ห้องประชุมการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นช่วงเวลา
ที่ผู้วิจัยกำลังทำการศึกษาข้อมูลขั้นพื้นฐาน ผู้วิจัยเห็นว่า เพื่อให้การ เก็บข้อมูล เป็นไปโดยรวดเร็ว
จึงได้รับออกแบบสอบถามเพื่อนำไปแจกในการอบรมดังกล่าว และจากการที่เร่งรีบ
ดังกล่าวจึงทำให้แบบสอบถามไม่รัดกุมและ เกิดความไม่สมบูรณ์ในการวิจัย ทำให้ประโยชน์
ที่ได้จากผลการวิจัยไม่ เต็มที่

ข้อ เสนอแนะ

1. หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ควรศึกษาลักษณะขององค์การและลักษณะงานประชา
สัมพันธ์ แล้วนำมาพิจารณาวางแผนงานประชาสัมพันธ์ไปตามแนวทางนั้น โดยคำนึงถึงความ
จำเป็นของโสตทัศนูปกรณ์ที่มีอยู่และความ เหมาะสมกับสภาพและขนาดขององค์การ มิใช่เพียง
เพื่อให้ทัด เทียมกับรัฐวิสาหกิจอื่น เท่านั้น หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ควรใช้พลังความคิดในการ
วางแผนสร้างสรรค์งาน และทำความเข้าใจกับงานในความรับผิดชอบ ไม่มุ่งหวังที่จะมีบุคลากร
ที่มีความสามารถ เฉพาะมาช่วยคิดช่วยทำ ซึ่งบางครั้งไม่สามารถแก้ปัญหาได้ เพราะงานบาง
ลักษณะต้อง เริ่มจากระดับบนไปสู่ระดับล่าง หากหัวหน้างานไม่มีความชำนาญอาจก่อให้เกิด
ปัญหาในการบริหารงานขึ้นได้ ผลที่ตามมาคือ ปัญหาที่กระทบกระ เทือนต่องานประชาสัมพันธ์
ขององค์การ

2. การกำหนดแผนการปฏิบัติงานใส่ดทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ควรเป็นแผนงานระยะยาวและกระทำอย่างต่อเนื่อง มีการติดตามผลและประเมินผลเป็นระยะทุก 6 เดือนหรือ 1 ปี ในการวางแผนนี้ควรกำหนดให้สอดคล้องกับงานประชาสัมพันธ์ที่จะขยายไปในอนาคต เช่น กำหนดแผนไว้ว่าใน 3 ปีข้างหน้าจะมีการประชาสัมพันธ์โดยการส่งกระจายเสียงทางสถานีวิทยุ เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงของหน่วยงานให้กว้างขวางออกไป ขณะเดียวกันก็สอดแทรกความรู้ให้กับประชาชนด้วย ซึ่งรายการเหล่านี้จะมีการออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์ ดังนั้น หัวหน้างานจึงควรพิจารณาถึงสถานที่ที่จะสามารถดัดแปลงเป็นห้องบันทึกเสียงและควบคุมเสียง และเตรียมการของงบประมาณในการจัดหาบุคลากร จัดซื้อใส่ดทัศนูปกรณ์ เพื่อให้รับกับงานในอีก 3 ปีที่กำหนดไว้

3. ผู้บริหารควรให้ความสนใจกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น และนำมาพิจารณาถึงความ เป็นไปได้ในการนำมาใช้ หรือ เสริมให้ เข้ากับการปฏิบัติงานของหน่วยงานของตน เพื่อให้ผลงานประชาสัมพันธ์ที่ผลิตออกมาทันสมัยและมีสิ่งจูงใจ ทั้งนี้ ความสนใจของผู้บริหารอาจสร้างขึ้นได้โดย เจ้าหน้าที่ใส่ดทัศนูปกรณ์ในระดับล่างควรมีความกระตือรือร้นที่จะค้นหาข้อมูลและนวัตกรรมที่เกิดขึ้น และใช้กลยุทธ์ในการนำเสนอข้อมูลเหล่านั้นให้ผู้บริหารพิจารณาเพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้บริหารระดับสูง

4. หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ ควร เป็นผู้ที่มีความรู้และความเข้าใจในประสิทธิภาพของ เครื่องมือใส่ดทัศนแต่ละประเภทและชนิด เพื่อที่จะสามารถนำมาใช้ให้ตรงกับลักษณะของงานประชาสัมพันธ์แต่ละชิ้นและใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเต็มที่

5. ควรนำ เครื่องมือใส่ดทัศนที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์คุ้มค่า การจัดซื้อใส่ดทัศนูปกรณ์ เพิ่ม เติมครบทุกชนิด เพื่อให้พร้อมมูลนั้นจะไม่ เป็นผลดีแต่อย่างใด หากผู้ปฏิบัติไม่สามารถนำคุณค่าที่มีอยู่ของแต่ละ เครื่องมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ หรือขาดบุคลากรที่มีคุณภาพในการปฏิบัติงาน เครื่องมือใส่ดทัศนแต่ละชนิดมีความสามารถต่าง ๆ กันไปมากมาย ผู้ใช้จำเป็นต้องศึกษาให้ละเอียดรอบคอบ เช่น เครื่องถ่ายแผ่นใส่บางรุ่น นอกจากจะถ่ายแผ่นใส่แบบต่าง ๆ ทั้งสีดำและสีอื่น ๆ อาจนำมาใช้ถ่าย เอกสารปรุกระดาษไข เคลือบพลาสติก เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้หน่วยงานควรนำมาใช้ให้ครบถ้วน และสิ่งที่ต้องการเพิ่ม เติมขึ้นนั้น ควร เป็นสิ่งที่จำเป็น และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้มาก เหมาะสมกับหน่วยงานและบุคลากร

ที่มีอยู่ มิใช่ต้องการ เพราะความทันสมัย กำลัง เป็นที่นิยม และ เทคโนโลยีเพียงด้านเดียว

6. ควรจัดให้มีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ไอศหัทศนุปรกรรม เพื่อ เสริมความรู้และ ประสบการณ์ โดยอาจจัดโครงการฝึกอบรม เป็นระยะ ๆ ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานสำหรับผู้ที่ไม่ได้ เรียนทางด้านนี้โดยตรง ไปจนถึงขั้นสูง เพื่อการนำไอศหัทศนุปรกรรมที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ให้ เกิดประโยชน์กับหน่วยงานของตน และได้รับแนวความคิดใหม่ ๆ ที่ก้าวหน้าและทันต่อ เหตุการณ์

7. ในการพิจารณาบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านนี้ เนื่องจากหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ถือว่าเป็นปาก เสียง และสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อองค์การ ดังนั้น ในการคัดเลือกบุคลากรควร เป็นบุคคลที่มีความคล่องตัวในการ เสนอแนวทางแก้ปัญหา เฉพาะหน้าในงานประชาสัมพันธ์ และรู้งานประชาสัมพันธ์ เป็นอย่างดี เพื่อก่อให้เกิดผลดีและทันต่อ เหตุการณ์ที่อาจ เป็นช่วงวิกฤต ในขณะนั้น

8. ควรดำ เนินการจัดสถานที่ให้ เป็นสัดส่วนไม่ปะปนกัน ทั้งทางด้านการผลิตและ การจัด เก็บ มีการแบ่งหมวดหมู่เพื่อจ่ายต่อการหยิบใช้และให้บริการ ทั้งนี้ไม่จำ เป็นต้อง เป็น บริเวณกว้างขวาง อาจแบ่งส่วนใดส่วนหนึ่งของพื้นที่ที่มีอยู่ แต่ควรคำนึงถึงความปลอดภัย การระบายอากาศ ความร้อน ฯลฯ ซึ่งจะช่วยยืดอายุการใช้งานของไอศหัทศนุปรกรรมนั้น ๆ ด้วย

ผลการวิจัยที่ได้จัดทำมานี้ เป็น เพียงการศึกษาด้านสถานภาพ ความต้องการ และ การใช้ไอศหัทศนุปรกรรมในงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจโดยทั่ว ๆ ไป เท่านั้น จึงสมควรที่รัฐวิสาหกิจแต่ละแห่งหรือผู้ที่สนใจในงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจจะได้ ดำ เนินการศึกษาวิจัยในด้านปริมาณการใช้ไอศหัทศนุปรกรรมและประสิทธิภาพของการใช้ ไอศหัทศนุปรกรรม เพื่อการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เพิ่ม เดิม อันจะก่อให้เกิดผล ประโยชน์ในการดำ เนินงานด้านประชาสัมพันธ์ต่อรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ยิ่งขึ้น