



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้วิเคราะห์ข้อมูลตามแบบสอบถามที่ได้จัดแจกและจัดส่งไปยังหัวหน้างานประชาสัมพันธ์หรือผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ รวม 72 แห่ง ได้รับคืนมา 67 ชุด คิดเป็นร้อยละ 93.06 ของจำนวนแบบสอบถามที่จัดแจกและจัดส่งไปทั้งหมด จากแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมด 67 ชุด ได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก 23 ชุด คิดเป็นร้อยละ 34.33 เนื่องจากไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ และไม่มีผู้รับผิดชอบงานด้านนี้โดยตรง คงเหลือแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 44 ชุด คิดเป็นร้อยละ 65.67 ของจำนวนแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอในรูปตารางและแปลความหมายประกอบในแต่ละตารางตามลำดับ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	36	81.82
หญิง	8	18.18
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงว่าหัวหน้างานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เป็นชายร้อยละ 81.82 เป็นหญิงร้อยละ 18.18

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของวุฒิการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

วุฒิการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาโท	4	9.09
ปริญญาตรี	23	52.28
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	16	36.36
ม. 6	1	2.27
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าหัวหน้างานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ มีวุฒิทางการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.28 รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 36.36 ได้รับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบ
สอบถาม

ประสบการณ์ในการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 ปี	10	22.73
3 - 5 ปี	8	18.18
6 - 10 ปี	15	34.09
11 ปีขึ้นไป	11	25.00
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ 6 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.09 รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 25.00 มีประสบการณ์ในการทำงานด้านนี้ 11 ปีขึ้นไป และร้อยละ 22.73 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์เพียง 1 - 2 ปี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของความรู้และประสบการณ์ทางโสตทัศนูปกรณ์ เพื่อใช้ในงาน
ประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความรู้และประสบการณ์	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาจากสถาบันการศึกษาโดยตรง	10	22.73
เคย เข้ารับการฝึกอบรม	17	38.63
มีความสนใจศึกษาจากตำราและ เอกสาร	14	31.82
สอบถามจากผู้มีความรู้และจากประสบการณ์ ในการทำงาน	3	6.82
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ได้รับความรู้และ
ประสบการณ์ทางโสตทัศนูปกรณ์ เพื่อใช้ในงานประชาสัมพันธ์ โดยเคย เข้ารับการฝึกอบรม
เป็นส่วนใหญ่ คิด เป็นร้อยละ 38.63 รองลงมา ร้อยละ 31.82 ได้รับความรู้โดยศึกษา
จากตำราและ เอกสาร มีอยู่เพียงร้อยละ 22.73 ได้รับความรู้โดยได้รับการศึกษาจาก
สถาบันการศึกษาโดยตรง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละในการกำหนดแผนงานด้านประชาสัมพันธ์

แผนงานประชาสัมพันธ์กำหนดโดย	จำนวน	ร้อยละ
ฝ่ายบริหารระดับสูงขององค์การ	18	40.91
หัวหน้างานประชาสัมพันธ์	14	31.82
ไม่เคยจัดแผนงานไว้ แต่ใช้การดำเนินงาน		
เฉพาะ เรื่องตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น	8	18.18
จากระดับล่าง เสนอผู้บริหารระดับสูง เพื่ออนุมัติ	4	9.09
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าการกำหนดแผนงานด้านประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ กำหนดโดยฝ่ายบริหารระดับสูงขององค์การ เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 40.91 รองลงมาร้อยละ 31.82 กำหนดโดยหัวหน้างานประชาสัมพันธ์ มีอยู่เพียงร้อยละ 9.09 เท่านั้นที่แผนงานกำหนดจากระดับล่าง เสนอผู้บริหารระดับสูง เพื่ออนุมัติ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของรัฐวิสาหกิจที่มีการจัดองค์การงานประชาสัมพันธ์

หน่วยงานประชาสัมพันธ์	จำนวน	ร้อยละ
มีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง	31	70.45
ไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง	13	29.55
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า การจัดองค์การงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 44 แห่ง มีจำนวน 30 แห่งที่มีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 70.45

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละ แสดงฐานะของประชาสัมพันธในรัฐวิสาหกิจที่มีหน่วยงาน
รับผิดชอบโดยตรง

ฐานะของหน่วยงานประชาสัมพันธ	จำนวน	ร้อยละ
กอง	8	25.80
ส่วน	1	3.23
แผนก	12	38.70
ฝ่าย	1	3.23
ศูนย์	2	6.45
งาน	5	16.13
หน่วย	1	3.23
ยังไม่ปรับฐานะ	1	3.23
รวม	31	100.00

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า รัฐวิสาหกิจที่มีหน่วยงานรับผิดชอบด้าน
ประชาสัมพันธโดยตรงส่วนมาก คิดเป็นร้อยละ 38.70 มีฐานะเป็น แผนก รองลงมา
มีฐานะเป็น กอง และงาน คิดเป็นร้อยละ 25.80 และ 16.13 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละแสดงการมอบหมายงานด้านประชาสัมพันธ์ในรัฐวิสาหกิจ
ที่ไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง

การมอบหมายงาน	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและมีใจรักงานด้านนี้	6	46.16
บริษัทโฆษณาจัดทำเป็นครั้งคราว	2	15.38
งานเผยแพร่	1	7.69
งานสารบรรณ	4	30.77
รวม	13	100.00

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า รัฐวิสาหกิจที่ไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบด้าน
ประชาสัมพันธ์โดยตรง ส่วนมากมอบหมายให้พนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและมีใจรักงาน
ด้านนี้ คิดเป็นร้อยละ 46.16 รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 30.77 มอบหมายให้งานสารบรรณ
รับไปดำเนินการมีอยู่เพียงร้อยละ 15.38 ที่ว่าจ้างบริษัทโฆษณาจัดทำเป็นครั้งคราว

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์

บุคลากรที่มี	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 คน	16	36.36
5 - 10 คน	17	38.64
11 - 15 คน	2	4.55
16 - 20 คน	3	6.82
มากกว่า 20 คน	4	9.09
มากกว่า 50 คน	1	2.27
มากกว่า 100 คน	1	2.27
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 9 จะเห็นว่า จำนวนบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ส่วนมากใช้บุคลากร 5-10 คน คิดเป็นร้อยละ 38.64 และมีจำนวนร้อยละ 2.27 เท่ากันที่มีบุคลากรมากกว่า 50 คนและ 100 คน

สำหรับหน่วยงานที่มีบุคลากรปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์มากกว่า 50 คน คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ และมากกว่า 100 คน คือ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของโสตทัศนูปกรณ์ประเภทสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์
ในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

สิ่งพิมพ์	ใช้		ไม่ใช้		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าว	40	90.91	4	9.09	44	100.00
วารสาร	28	63.64	16	36.36	44	100.00
รายงานประจำปี	26	59.09	18	40.91	44	100.00
แผ่นพับโฆษณา	30	68.18	14	31.82	44	100.00
โปสเตอร์	28	63.64	16	36.36	44	100.00
ใบปลิว	25	56.82	19	43.18	44	100.00
เอกสาร เฉพาะกิจ	31	70.45	13	29.55	44	100.00
ปฏิทิน	19	43.18	25	56.82	44	100.00

ตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าโสตทัศนูปกรณ์ประเภทสิ่งพิมพ์ที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์รัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ใช้คือ ข่าว คิดเป็นร้อยละ 90.91 รองลงมาคือ เอกสารเฉพาะกิจ ร้อยละ 70.45 สำหรับปฏิทิน เป็นสิ่งพิมพ์ที่ใช้กันน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 43.18

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของโสตทัศนูปกรณ์ประเภทวัสดุที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์
ในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

โสตทัศนวัสดุ	ใช่		ไม่ใช่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภาพยนตร์ 16 มม.	25	56.82	19	43.18	44	100.00
ภาพยนตร์ 8 มม.	3	6.82	41	93.18	44	100.00
สไลด์	33	75.00	11	25.00	44	100.00
ฟิล์มสตริป	5	11.36	39	88.64	44	100.00
แผ่นโปร่งใส	17	38.64	27	61.36	44	100.00
ภาพถ่าย	36	81.82	8	18.18	44	100.00
ภาพโฆษณา	27	61.36	17	38.64	44	100.00
แผ่นเสียง	13	29.55	31	70.45	44	100.00
ม้วน เทปบันทึกเสียง	21	47.73	23	52.27	44	100.00
ดรัม เทปบันทึกเสียง	32	72.73	12	27.27	44	100.00
ม้วน เทปบันทึกภาพ	16	36.36	28	63.64	44	100.00
แผ่นภูมิ	28	63.64	16	36.36	44	100.00
แผ่นสถิติ	24	54.55	20	45.45	44	100.00
แผ่นภาพ	23	52.27	21	47.73	44	100.00
แผนที่	22	50.00	22	50.00	44	100.00
ของแจก-ของที่ระลึก	19	43.18	25	56.82	44	100.00

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่าโสตทัศนูปกรณ์ประเภทวัสดุที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ คือ ภาพถ่าย คิดเป็นร้อยละ 81.82 รองลงมาคือ สไลด์ และดรัม เทปบันทึกเสียง คิดเป็นร้อยละ 75.00 และ 72.73 ตามลำดับ โสตทัศนวัสดุที่ใช้น้อยที่สุด คือ ภาพยนตร์ 8 มม.

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของ โสตทัศนูปกรณ์ประเภทอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์
ในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

อุปกรณ์	ใช้		ไม่ใช้		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องฉายภาพยนตร์ 16 มม.	25	56.82	19	43.18	44	100.00
เครื่องฉายภาพยนตร์ 8 มม.	2	4.55	42	95.45	44	100.00
จอภาพยนตร์	25	56.82	19	43.18	44	100.00
เครื่องฉายสไลด์	32	72.73	12	27.27	44	100.00
เครื่องฉายฟิล์มสตริป	5	11.36	39	88.64	44	100.00
เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ	17	38.64	27	61.36	44	100.00
เครื่องฉายภาพทึบแสง	4	9.09	40	90.91	44	100.00
เครื่องเล่นแผ่นเสียง	13	29.55	31	70.45	44	100.00
เครื่องบันทึกเสียงแบบม้วน	21	47.73	23	52.27	44	100.00
เครื่องบันทึกเสียงแบบดรัม	32	72.73	12	27.27	44	100.00
เครื่องเทปบันทึกภาพ	16	36.36	28	63.64	44	100.00
เครื่องรับวิทยุ	25	56.82	19	43.18	44	100.00
เครื่องรับโทรทัศน์	18	40.91	26	59.09	44	100.00
กล้องถ่ายรูป	40	90.91	4	9.09	44	100.00
ไมโครโฟน	38	86.36	6	13.64	44	100.00
เครื่องขยายเสียง	36	81.82	8	18.18	44	100.00
ห้องมิตลั้งอัดขยายภาพ	17	38.64	27	61.36	44	100.00
ห้องบันทึกเสียง	8	18.18	36	81.82	44	100.00
ห้องบันทึกเทปโทรทัศน์	4	9.09	40	90.91	44	100.00
ป้ายโฆษณากิจกรรม	30	68.18	14	31.82	44	100.00
แผงนิทรรศการ	24	54.55	20	45.45	44	100.00
กล้องถ่ายภาพยนตร์ 16 มม.	22	50.00	22	50.00	44	100.00

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่าอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน
รัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ คือ กล้องถ่ายรูป คิดเป็นร้อยละ 90.91 รองลงมาคือ ไมโครโฟน
และ เครื่องขยายเสียง คิดเป็นร้อยละ 86.36 และ 81.82 ตามลำดับ สำหรับอุปกรณ์
ที่มีใช้กัน เป็นส่วนน้อย คือ เครื่องฉายภาพยนตร์ 8 มม.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของโสตทัศนูปกรณ์ประเภทกิจกรรมที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์
ในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

กิจกรรม	ใช้		ไม่ใช้		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การจัดนิทรรศการ	22	50.00	22	50.00	44	100.00
การเผยแพร่ข่าวทางหนังสือพิมพ์	35	79.55	9	20.45	44	100.00
การจัดรายการวิทยุ	17	38.64	27	61.36	44	100.00
การจัดรายการโทรทัศน์	15	34.09	29	65.91	44	100.00
การเปิดให้สื่อมวลชน เข้าชมกิจการ	30	68.18	14	31.82	44	100.00
การเปิดให้หน่วยงาน นักศึกษาเข้าชมกิจการ	35	79.55	9	20.45	44	100.00
การจัดหน่วยประชาสัมพันธ์ เคลื่อนที่	12	27.27	32	72.73	44	100.00
การจัดเทศกาล	2	4.55	42	95.45	44	100.00
การบรรยายนอกสถานที่	18	40.91	26	59.09	44	100.00

จากตารางที่ 13 จะเห็นว่าโสตทัศนูปกรณ์ประเภทกิจกรรมที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ ส่วนมากคือ การเผยแพร่ข่าวทางหนังสือพิมพ์ และการเปิดให้หน่วยงานและนักศึกษาเข้าชมกิจการ จำนวน 35 แห่งเท่ากัน โดยคิดเป็นร้อยละ 79.55 รองลงมาคือ การเปิดให้สื่อมวลชนเข้าชมกิจการ คิดเป็นร้อยละ 68.18

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยความถี่ในการใช้โสตทัศนูปกรณ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์

โสตทัศนูปกรณ์	ความถี่ในการใช้ (ค่าเฉลี่ย)
ข่าว	3.50
วารสาร	2.86
รายงานประจำปี	1.00
แผ่นพับโฆษณา	1.90
โปสเตอร์	2.54
ใบปลิว	1.96
เอกสาร เฉพาะกิจ	1.94
ปฏิทิน	1.00

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า การใช้โสตทัศนูปกรณ์ประเภทสิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่ใช้ข่าวมากที่สุดคือ สัปดาห์ละครั้ง วารสารและโปสเตอร์มีการใช้เดือนละครั้ง ส่วนที่ใช้้น้อยที่สุดประมาณปีละครั้ง ได้แก่ รายงานประจำปีและปฏิทิน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยความถี่ในการใช้วัสดุทัศนอุปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทวัสดุ

วัสดุทัศนวัสดุ	ความถี่ในการใช้ (ค่าเฉลี่ย)
ภาพยนตร์ 16 มม.	3.60
ภาพยนตร์ 8 มม.	1.67
สไลด์	3.12
ฟิล์มสตริป	2.00
แผ่นโปร่งใส	4.41
ภาพถ่าย	3.56
ภาพโฆษณา	3.30
แผ่นเสียง	3.31
เทปบันทึกเสียงแบบม้วน	3.48
เทปบันทึกเสียงแบบคasset	3.75
เทปบันทึกภาพ	4.25
แผ่นภูมิ	2.61
แผ่นสถิติ	2.71
แผ่นภาพ	2.70
แผนที่	2.73
ของแจก-ของที่ระลึก	1.95

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าวัสดุทัศนวัสดุที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์มีการใช้มากที่สุดลำดับครั้ง ได้แก่ แผ่นโปร่งใส เทปบันทึกภาพ เทปบันทึกเสียงแบบคasset ภาพยนตร์ 16 มม. และภาพถ่าย วัสดุทัศนวัสดุที่ใช้น้อยที่สุดประมาณ 3 เดือนต่อครั้ง ได้แก่ ภาพยนตร์ 8 มม. ของแจก-ของที่ระลึก และฟิล์มสตริป

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยความถี่ในการใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทอุปกรณ์

โสตทัศนูปกรณ์	ความถี่ในการใช้ (ค่าเฉลี่ย)
เครื่องฉายภาพยนตร์ 16 มม.	2.84
เครื่องฉายภาพยนตร์ 8 มม.	2.00
จอภาพยนตร์	2.84
เครื่องฉายสไลด์	3.41
เครื่องฉายฟิล์มสตริป	2.40
เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ	4.41
เครื่องฉายภาพทึบแสง	3.00
เครื่องเล่นจานเสียง	3.31
เครื่องบันทึกเสียงแบบม้วน	3.48
เครื่องบันทึกเสียงแบบดิสก์	3.75
เครื่องเทปบันทึกภาพ	4.25
เครื่องรับวิทยุ	4.68
เครื่องรับโทรทัศน์	4.44
กล้องถ่ายรูป	4.23
ไมโครโฟน	3.89
เครื่องขยายเสียง	4.00
ห้องมิดล่างอัดขยายภาพ	4.03
ห้องบันทึกเสียง	4.63
ห้องบันทึกเทปโทรทัศน์	3.50
ป้ายโฆษณากิจกรรม	3.00
แผ่นนิทรรศการ	2.29
กล้องถ่ายภาพยนตร์ 16 มม.	2.18

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า การใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
ประเภทอุปกรณ์ มากที่สุดคือ มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง ได้แก่ เครื่องรับวิทยุ ห้องบันทึกเสียง
รองลงมาสัปดาห์ละครั้ง ได้แก่ เครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ เครื่องเทป-
บันทึกภาพ กล้องถ่ายรูป ส่วนโสตทัศนูปกรณ์ที่ใช้บ่อยที่สุดประมาณ 3 เดือนครั้ง คือ
เครื่องฉายภาพยนตร์ 8 มม. กล้องถ่ายภาพยนตร์ 16 มม. และแผงนิทรรศการ



ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยความถี่ในการใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทกิจกรรม

กิจกรรม	ความถี่ในการใช้ (ค่าเฉลี่ย)
การจัดนิทรรศการ	1.73
การเผยแพร่ข่าวทางหนังสือพิมพ์	3.74
การจัดรายการวิทยุ	3.53
การจัดรายการทางโทรทัศน์	3.00
การเปิดให้สื่อมวลชน เข้าชมกิจการ	1.87
การเปิดให้หน่วยงานนักศึกษา เข้าชมกิจการ	3.60
การจัดหน่วยประชาสัมพันธ์ เคลื่อนที่	2.58
การจัด เทศกาล	2.00
การบรรยายนอกสถานที่	2.56

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมที่จัดขึ้นในหน่วยงานประชาสัมพันธ์ สัปดาห์ละครั้ง ได้แก่ การเผยแพร่ข่าวทางหนังสือพิมพ์ การเปิดให้หน่วยงานนักศึกษา เข้าชมกิจการ การจัดรายการวิทยุ ส่วนกิจกรรมที่จัดขึ้นน้อยมากประมาณ 3 เดือนครั้ง ได้แก่ การจัดนิทรรศการ และการเปิดให้สื่อมวลชน เข้าชมกิจการ



ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของการวางแผนการผลิตทางด้านสิ่งพิมพ์และวัสดุ
การจัดทำหมวดหมู่อุปกรณ์และบริการด้านไอทีศูนย์ปรกรณ์ภายในองค์การ

การวางแผนการผลิต การจัดทำหมวดหมู่และบริการ	มี		ไม่มี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การวางแผนการผลิตทางด้าน						
สิ่งพิมพ์และ วัสดุ	28	63.64	16	36.36	44	100.00
การจัดทำหมวดหมู่อุปกรณ์						
เพื่อความสะดวกแก่การค้นหา	23	52.27	21	47.73	44	100.00
การบริการทางด้านไอทีศูนย์ปรกรณ์						
ภายในองค์การ	29	65.91	15	34.09	44	100.00

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า หน่วยงานประชาสัมพันธ์ในรัฐวิสาหกิจส่วนมาก มีการวางแผนการผลิตทางด้านสิ่งพิมพ์และ วัสดุ มีการจัดทำหมวดหมู่อุปกรณ์ เพื่อความสะดวกแก่การค้นหา และให้บริการทางด้านไอทีศูนย์ปรกรณ์ภายในองค์การ

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยความถี่ในการวางแผนการผลิตทางด้านสิ่งพิมพ์และโสตทัศนวัสดุ
การจัดหมวดหมู่อุปกรณ์และการบริการด้านโสตทัศนูปกรณ์ภายในองค์การ

การวางแผนการผลิต จัดหมวดหมู่และบริการ	ความถี่ในการใช้ (ค่าเฉลี่ย)
การวางแผนการผลิตทางด้านสิ่งพิมพ์ และโสตทัศนวัสดุ	2.79
การจัดทำหมวดหมู่อุปกรณ์ เพื่อ ความสะดวกแก่การค้นหา	1.83
การบริการทางด้านโสตทัศนูปกรณ์ ภายในองค์การ	3.41

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่
มีการวางแผนการผลิตทางด้านสิ่งพิมพ์และโสตทัศนวัสดุ และให้บริการทางด้านโสตทัศนูปกรณ์
ภายในองค์การ เดือนละครั้ง ส่วนการจัดทำหมวดหมู่เพื่อความสะดวกแก่การค้นหาประมาณ
3 เดือนครั้ง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านโสตทัศนูปกรณ์ภายในองค์การ

หน่วยงานที่รับผิดชอบ	จำนวน	ร้อยละ*
หน่วยงานฝึกอบรม	26	59.09
หน่วยงานประชาสัมพันธ์	28	63.64
หน่วยงานธุรการ	9	20.45
กองผลิตโสตทัศนูปกรณ์	2	4.55

*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบงานด้านโสตทัศนูปกรณ์ภายในองค์การ ส่วนใหญ่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 63.64 อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานฝึกอบรม ร้อยละ 59.09 หน่วยงานธุรการ ร้อยละ 20.45 และมีรัฐวิสาหกิจเพียง 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.55 ที่จัดให้โสตทัศนูปกรณ์อยู่ในกองผลิตโสตทัศนูปกรณ์โดยเฉพาะ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละแสดงระยะเวลาของการดำเนินงานตามแผนการผลิตทางด้านสิ่งพิมพ์และโสตทัศนวัสดุ

ระยะเวลาของการดำเนินงานตามแผน	จำนวน	ร้อยละ
ตลอดปี	12	27.27
6 เดือน	-	-
3 เดือน	2	4.55
ไม่แน่นอน	30	68.18
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 21 จะเห็นว่า หน่วยงานประชาสัมพันธ์ในรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 68.18 ใช้ระยะเวลาของการดำเนินงานตามแผนการผลิตทางด้านสิ่งพิมพ์ และโสตทัศนวัสดุไม่แน่นอน รองลงมาร้อยละ 27.27 ใช้เวลาดำเนินงานตามแผนตลอดปี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละแสดงงบประมาณในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์มาใช้ในการ
ดำเนินงาน

งบประมาณในการจัดหา	จำนวน	ร้อยละ*
ได้รับจัดสรรงบประมาณ เป็นรายปี	32	72.73
ขออนุมัติ เป็นครั้งคราวตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น	23	52.27
ได้รับความสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	7	15.91
ความช่วยเหลือจากองค์กรต่างประเทศ	4	9.09

*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 72.73 ได้รับจัดสรรงบประมาณ เป็นรายปี มีเพียงร้อยละ 15.91 และร้อยละ 9.09 ที่ได้รับความสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกและได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรต่างประเศตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ปฏิบัติงาน เกี่ยวข้องกับโสตทัศนูปกรณ์

บุคลากรที่ปฏิบัติงาน	จำนวน	ร้อยละ *
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	39	88.64
เจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์	30	68.18
ช่างอิเล็กทรอนิกส์	11	25.00

* คอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า บุคลากรที่ปฏิบัติงาน เกี่ยวข้องกับโสตทัศนูปกรณ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ คิด เป็นร้อยละ 88.64 เป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ รองลงมา ร้อยละ 68.18 เป็นเจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์ และร้อยละ 25.00 เป็นช่างอิเล็กทรอนิกส์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละแสดงการเก็บรักษาโสตทัศนูปกรณ์

การ เก็บรักษา	จำนวน	ร้อยละ
เก็บในสถานที่ที่จัดไว้และมีเจ้าหน้าที่ดูแลและบริการ	24	54.54
ไม่มีที่เก็บโดยเฉพาะ	13	29.55
เก็บไว้ที่พัสดุกลาง	2	4.56
เก็บไว้กับพนักงานผู้ใช้อุปกรณ์	5	11.35
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 24 จะเห็นว่า หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ คิด เป็นร้อยละ 54.54 เก็บรักษาโสตทัศนูปกรณ์ในสถานที่ที่จัดไว้และมีเจ้าหน้าที่ดูแลและบริการ และมีเพียงร้อยละ 4.56 ที่จัดเก็บไว้ที่พัสดุกลาง

ศูนย์วิทยพัชยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละแสดงการจัดซ่อมแซมและบำรุงรักษาโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ

การซ่อมแซมและบำรุงรักษา	จำนวน	ร้อยละ*
ส่งตรวจซ่อมตามอายุการใช้งาน	5	11.36
ส่งตรวจซ่อม เป็นประจำปี	-	-
ส่งตรวจซ่อม เมื่อ เสีย	38	86.36
ขึ้นอยู่กับงบประมาณการซ่อมบำรุง	5	11.36

*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า โสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์
 รัฐวิสาหกิจได้รับการซ่อมแซมโดยส่งตรวจซ่อม เมื่อ เสีย เป็นส่วนใหญ่ คิด เป็นร้อยละ 86.36
 ส่งตรวจซ่อมตามอายุการใช้งานและขึ้นอยู่กับงบประมาณการซ่อมบำรุง เป็นส่วนน้อย คิด เป็น-
 ร้อยละ 11.36 เท่ากัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละของการจัดซื้อวัสดุเพิ่มเติม เช่น फिल्म, สไลด์, อุปกรณ์ในการออกแบบ

การจัดซื้อวัสดุเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ*
จัดซื้อได้ทันทีที่ต้องการใช้งาน	38	86.36
เสนอรายการและจำนวนที่ต้องการใช้เพื่อ ขออนุมัติจัดซื้อ เป็นรายปี	7	15.91
เสนอรายการและขออนุมัติจัดซื้อทุก 6 เดือน	3	6.82

* คอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 26 จะเห็นว่า หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ มีความคล่องตัวในการจัดซื้อวัสดุเพิ่มเติม เช่น फिल्म, สไลด์, อุปกรณ์ในการออกแบบ โดยส่วนใหญ่จัดซื้อได้ทันทีที่ต้องการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 86.36 การเสนอรายการและจำนวนที่ต้องการใช้เพื่อขออนุมัติจัดซื้อเป็นรายปี หรือจัดซื้อทุก 6 เดือนมีเป็นส่วนน้อย คิดเป็นร้อยละ 15.91 และร้อยละ 6.82 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27 จำนวนและร้อยละแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับความจำเป็นในการใช้สารสนเทศ
 ทัศนูปกรณ์ในงานประชาสัมพันธ์

ความจำเป็นในการใช้	จำนวน	ร้อยละ
มาก	40	90.91
ปานกลาง	4	9.09
น้อย	-	-
ไม่จำเป็น	-	-
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 27 จะเห็นว่า หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ในรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่
 คิด เป็นร้อยละ 90.91 เห็นว่ามีความจำเป็นต้องใช้สารสนเทศทัศนูปกรณ์ในงานประชาสัมพันธ์มาก
 และส่วนน้อยร้อยละ 9.09 เห็นว่าสารสนเทศทัศนูปกรณ์ เป็นสิ่งจำเป็นปานกลาง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 จำนวนและร้อยละแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับความจำเป็นในการจัดตั้งหน่วยงาน
โสตทัศนอุปกรณ์ขึ้นมาโดยเฉพาะ

ความจำเป็นในการจัดตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
มาก	28	63.64
ปานกลาง	15	34.09
น้อย	1	2.27
ไม่จำเป็น	-	-
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 28 จะเห็นว่า หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ในรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ส่วนใหญ่ คิด เป็นร้อยละ 63.64 ได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นในการจัดตั้งหน่วยงานโสต-
ทัศนอุปกรณ์ขึ้นมาโดยเฉพาะ รองลงมา ร้อยละ 34.09 เห็นว่ามีความจำเป็นปานกลาง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 จำนวนและร้อยละแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับลักษณะการจัดตั้งหน่วยโสต-
ทัศนูปกรณ์ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์

ลักษณะการจัดตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
เป็นหน่วยงาน เอกเทศ	11	25.00
จัดรวมไว้ในงานประชาสัมพันธ์	33	75.00
จัดรวมไว้ในงานพัสดุ	-	-
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจ
ส่วนมากมีความคิด เห็นว่าควรจัดโสตทัศนูปกรณ์รวมไว้ในงานประชาสัมพันธ์ คิด เป็นร้อยละ
75.00 ส่วนน้อยคิดว่าควรจัด เป็นหน่วยงาน เอกเทศร้อยละ 25.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 จำนวนและร้อยละแสดงระดับความรู้ของ เจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์ที่หน่วยงาน
ต้องการ

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ*
ปริญญาที่ตรงกับสายงาน	25	56.82
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่ตรงกับสายงาน	22	50.00
ผ่านการอบรม เกี่ยวกับโสตทัศนูปกรณ์	3	6.82

* คอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่าระดับความรู้ของ เจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์ที่
หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจต้องการให้มาปฏิบัติงาน ส่วนมาก คิด เป็นร้อยละ
56.82 ต้องการผู้ที่มีความรู้ระดับปริญญาที่ตรงกับสายงาน และรองลงมา ร้อยละ 50.00
ต้องการผู้ที่มีความรู้ระดับประกาศนียบัตรชั้นสูงที่ตรงกับสายงาน และส่วนน้อยมีเพียงร้อยละ
6.82 ที่ต้องการ เพียงผู้ที่ผ่านการอบรม เกี่ยวกับโสตทัศนูปกรณ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละแสดงประสมการณ์ในการทำงานของเจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์
ที่หน่วยงานต้องการ

ประสมการณ์ในการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่จำเป็นขอให้มีความรู้ด้านนี้ก็เพียงพอแล้ว	5	11.36
อย่างน้อย 1 ปี	23	52.28
2 ปีขึ้นไป	16	36.36
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 31 จะเห็นว่า หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจส่วนมาก
คิด เป็นร้อยละ 52.28 ต้องการผู้ที่มีประสมการณ์ในการทำงานด้านโสตทัศนูปกรณ์อย่างน้อย
1 ปี รองลงมา ร้อยละ 36.36 ต้องการผู้ที่มีประสมการณ์ 2 ปีขึ้นไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 จำนวนและร้อยละของ เจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์ที่ เหมาะสมกับงานประชาสัมพันธ์

จำนวนบุคลากรที่ เหมาะสม	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	16	36.37
2 - 5 คน	18	40.91
6 - 10 คน	5	11.36
10 คนขึ้นไป	5	11.36
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 32 จะเห็นว่า หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ มีความต้องการ เจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์มาปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 2 - 5 คน เป็นส่วนมาก คิด เป็นร้อยละ 40.91 รองลงมา ร้อยละ 36.37 มีความต้องการ เพียง 1 คน สำหรับความต้องการจำนวน 6 - 10 คน และจำนวน 10 คนขึ้นไป มีเป็นส่วน น้อย ร้อยละ 11.36 เท่านั้น

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 จำนวนและร้อยละแสดงความต้องการใช้วัสดุอุปกรณ์เพิ่มเติมนอกเหนือจากที่มีใช้อยู่แล้ว

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อุปกรณ์ผลิตรายการโทรทัศน์	18	39.54
อุปกรณ์ในการผลิตและฉายภาพยนตร์ขนาด 16 มิลลิเมตร	6	13.95
กล้องถ่ายรูปและเลนส์ประกอบชนิดต่าง ๆ	6	13.95
เครื่องฉายสไลด์	6	13.95
เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ	2	4.65
เครื่องบันทึกเสียงและเครื่องขยายเสียง	2	4.65
ห้องบันทึกเสียง	2	4.65
ห้องล้างอัดขยายภาพ	1	2.33
ทุนจำลองชนิดเคลื่อนที่	1	2.33
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 33 จะเห็นว่า หน่วยงานประชาสัมพันธ์รัฐวิสาหกิจต้องการใช้วัสดุอุปกรณ์เพิ่มเติม เป็นอันดับแรก คือ อุปกรณ์ผลิตรายการโทรทัศน์ รองลงมาคือ อุปกรณ์ในการผลิตและฉายภาพยนตร์ขนาด 16 มิลลิเมตร กล้องถ่ายรูปและเลนส์ประกอบชนิดต่าง ๆ และ เครื่องฉายสไลด์ มีความต้องการเท่า ๆ กัน

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยหลัก เกณฑ์ในการพิจารณา เลือกใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

หลัก เกณฑ์ในการพิจารณา เลือกใช้โสตทัศนูปกรณ์	ค่าเฉลี่ย
เลือกใช้ให้ตรงกับจุดมุ่งหมายและ เนื้อหา	3.80
สามารถสื่อความหมายได้โดยง่าย	3.80
เลือกใช้วัสดุและอุปกรณ์ที่สร้างความจดจำ	3.25
เลือกใช้ให้ เหมาะกับข้อจำกัดของ เวลา	3.57
เลือกใช้ให้ เหมาะสมโดย เน้นในด้านความสวยงาม	3.18
พิจารณาเลือกใช้ในการแก้ปัญหาความ เข้าใจผิด	3.41

จากตารางที่ 34 จะเห็นว่า การเลือกใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
 สิ่งที่พิจารณามากที่สุดใกล้เคียงกัน คือ การเลือกใช้ให้ตรงกับจุดมุ่งหมายและ เนื้อหา สามารถ
 สื่อความหมายได้โดยง่าย และเลือกใช้ให้ เหมาะกับข้อจำกัดของ เวลา

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ยในด้านปัญหาและอุปสรรคในการใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

ปัญหาและอุปสรรคในการใช้โสตทัศนูปกรณ์	ค่าเฉลี่ย
ผู้บริหารไม่เห็นความสำคัญของงานโสตทัศนูปกรณ์	2.95
ขาดงบประมาณในการจัดซื้อและบำรุงรักษา	3.23
หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ขาดอำนาจในการตัดสินใจ	3.23
ระบบงานมีขั้นตอนมากทำให้การปฏิบัติงานล่าช้า	3.27
ขาดบุคลากรที่มีความสามารถ เฉพาะ	3.61
สถานที่ในการผลิตงานโสตทัศนูปกรณ์	3.54
อุปกรณ์ที่ใช้ไม่เพียงพอกับความต้องการ	3.54
ไม่พอใจในคุณภาพของงานบางอย่างที่ผลิตขึ้น	2.77
เครื่องมือที่มีอยู่ล้าสมัย	2.98

จากตารางที่ 35 จะเห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ การขาดบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะ ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ในการผลิตงานโสตทัศนูปกรณ์ และอุปกรณ์ที่ใช้ไม่เพียงพอกับความต้องการ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36 จำนวนและร้อยละของการประเมินผลการใช้วัสดุอุปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

การประเมินผล	จำนวน	ร้อยละ
ประเมินผลทันทีหลังการใช้	14	31.82
ประเมินผลทุก 6 เดือน	3	6.82
ไม่เคยทำการประเมินผล	27	61.36
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 36 จะเห็นว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยทำการประเมินผลการใช้วัสดุอุปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 61.36 ประเมินผลทันทีหลังการใช้ ร้อยละ 31.82

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 37 จำนวนและร้อยละแสดงความคิดเห็นในการดำเนินงานด้านโสตทัศนูปกรณ์
ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่ผู้ตอบแบบสอบถามสังกัด

ความคิดเห็นในการดำเนินงานด้านโสตทัศนูปกรณ์	จำนวน	ร้อยละ
เหมาะสม	12	27.27
ไม่เหมาะสม	32	72.73
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 37 จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เสนอความคิดเห็นในการดำเนินงานด้านโสตทัศนูปกรณ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในปัจจุบันส่วนใหญ่เห็นว่ายังไม่เหมาะสม ร้อยละ 72.73 ผู้ที่เห็นว่าหน่วยงานของงานเหมาะสมแล้วมีเพียงร้อยละ 27.27

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่ายังไม่เหมาะสม เสนอความคิดเห็นว่า เป็นเพราะยังขาดบุคลากรทางด้านโสตทัศนูปกรณ์ และมีความต้องการโสตทัศนูปกรณ์เพิ่มขึ้นทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 จำนวนและร้อยละแสดงข้อ เสนอแนะ เกี่ยวกับโครงการในการใช้โสตทัศนูปกรณ์
สนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ในอนาคต

ข้อ เสนอแนะ เกี่ยวกับโครงการในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สไลด์- เทป ที่มีประโยชน์ทางการศึกษา และ เผยแพร่ผลงานขององค์การ ออกสู่มวลชนให้มากที่สุด	5	11.36
จัดตั้งหน่วย โสตทัศนูปกรณ์ขึ้น โดยเฉพาะในหน่วยงาน ประชาสัมพันธ์ เพื่อความสะดวกและประหยัด	4	9.09
ควรจัดซื้อ โสตทัศนูปกรณ์ให้พร้อมมูลและมีคุณภาพ	4	9.09
จัดบริการในการให้ยืมหรือ เช่าหรือแลกเปลี่ยนวัสดุระหว่าง หน่วยงานรัฐวิสาหกิจด้วยกัน หรือรัฐวิสาหกิจกับบุคคลภายนอก	3	6.82
ควรจัดหาบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาที่ เหมาะสม	3	6.82
จัดให้มีการฝึกอบรมความรู้ทางด้าน โสตทัศนูปกรณ์กับผู้ปฏิบัติ งานประชาสัมพันธ์ทุกคนของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ	2	4.55
ผู้บริหารควรให้ความสนใจและความสำคัญเกี่ยวกับการปฏิบัติ งาน เพื่อก่อให้เกิด เอกภาพ ในการทำงาน	1	2.27
รวม	22	50.00

จากตารางที่ 38 จะ เห็นว่ามีผู้ให้ข้อ เสนอแนะ เกี่ยวกับโครงการในการใช้โสต-
ทัศนูปกรณ์สนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ในอนาคตเพียง 22 คน คิด เป็นร้อยละ 50.00 ของผู้-
ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และในจำนวนนี้ เห็นว่าควรดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์
ภาพยนตร์ สไลด์- เทป ที่มีประโยชน์ทางการศึกษา และ เผยแพร่ผลงานขององค์การออกสู่
มวลชนให้มากที่สุด รองลงไปคือ การจัดตั้งหน่วยโสตทัศนูปกรณ์ขึ้น โดยเฉพาะในหน่วยงาน
ประชาสัมพันธ์ เพื่อความสะดวกและประหยัด และควรจัดซื้อโสตทัศนูปกรณ์ให้พร้อมมูลและมี
คุณภาพ

การสัมภาษณ์และสังเกตการณ์

นอกจากการวิจัยโดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์แล้ว ผู้วิจัยยังได้สัมภาษณ์และสังเกตการณ์การใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ โดยสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประเภทของกิจการรัฐวิสาหกิจ 3 กลุ่ม ๆ ละ 1 องค์กร ดังนี้

1. ประเภทสาธารณูปโภค ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ นายสุพิน มีญญามาก หัวหน้ากองประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั่ว ๆ ไป ได้ทราบว่า การวางแผนงานกำหนดโดย หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ มีการแบ่งแยกส่วนงานไว้ เฉพาะในด้านโสตทัศนูปกรณ์ โดยมีฐานะ เป็นกอง ขึ้นตรงกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ เทศ ซึ่งมีบุคลากรรวมกันทั้งฝ่ายมากกว่า 100 คน กองโสตทัศนูปกรณ์จะให้บริการแก่ทุกหน่วยงานในองค์กร และสนองนโยบายงานประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนใหญ่ มีการใช้โสตทัศนูปกรณ์ประเภทวัสดุและอุปกรณ์โดย เฉลี่ยสัปดาห์ละครั้ง มีการมอบหมายงานตามความสามารถ เฉพาะของบุคลากร เช่น นักวิชาการโสตทัศนูปกรณ์ก็มีหน้าที่ในการ เขียนบทวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพียงอย่างเดียวแล้วส่งให้เจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์รับไปผลิต มีเจ้าหน้าที่ประสานงานคอยติดตามงาน มีการจัดหมวดหมู่ของวัสดุและอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์อย่างมีระบบ ระเบียบ การปฏิบัติงานจึง เป็นลักษณะ เชื่อมโยงกัน ฉะนั้นปัญหาในการปฏิบัติงานจึงมีน้อยมาก

2. ประเภทอุตสาหกรรม ได้แก่ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย นายพงศ์พิศม์ เสถียรปภิรณกร หัวหน้ากองงานโสตทัศนูปกรณ์ ได้ให้ข้อมูลที่น่าสนใจ เกี่ยวกับงานโสตทัศนูปกรณ์ของการปิโตรเลียมว่า หน่วยงานนี้สังกัดอยู่กับศูนย์ประชาสัมพันธ์ มีบุคลากร 40 คน มีอุปกรณ์โสตทัศน เกือบทุกประเภทในครอบครอง การปฏิบัติงานมีความคล่องตัวสูง การวางแผนงาน เริ่มจากระดับล่าง เสนอระดับสูง เพื่อขอความเห็นชอบ การใช้โสตทัศนูปกรณ์ประเภท วัสดุและอุปกรณ์ มีความถี่ในการใช้สูง โดยมีการใช้เกือบทุกวันของสัปดาห์ นอกจากนี้ยังให้ บริการด้านโสตทัศน เกณฑ์หน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กรด้วย เหตุที่องค์กรนี้ได้ เล็ง เห็นประโยชน์ของการใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นอย่างมาก จึงมีทั้งหน่วยงานภายนอก และองค์กรต่างประเทศให้การสนับสนุนและอนุเคราะห์จัดมอบวัสดุและอุปกรณ์มาให้ใช้งาน อีกส่วนหนึ่ง

๓. ประเภทสถาบันการเงิน ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้ขอสัมภาษณ์ นายสุระ สุนากร พนักงานควบคุมงานประชาสัมพันธ์ สรุปใจความได้ว่า โสตทัศนูปกรณ์ อยู่ในความรับผิดชอบของแผนกประชาสัมพันธ์ มีเครื่องมือโสตทัศนูปกรณ์ที่ติด เทียมกับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่มีองค์การงานประชาสัมพันธ์ขนาดกลาง โดยใช้โสตทัศนูปกรณ์ประเภทวีสดู และอุปกรณ์เฉลี่ยสัปดาห์ละครั้ง ทั้ง ๆ ที่มีบุคลากรเพียง ๓ คน หากได้รับบุคลากรมากขึ้น กว่านี้จะช่วยให้งานโสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย ขยาย ตัวกว้างขวางขึ้น

จากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมาสรุป เป็นตาราง เพื่อ เปรียบเทียบงานโสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของทั้ง ๓ องค์การ ดังนี้

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 39 แสดงข้อมูล เปรียบเทียบงาน โสดทัศนูปกรณ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การมิโคร เลียมแห่งประเทศไทย และธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ได้จากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์

งาน โสดทัศนูปกรณ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์	ประเภท สาธารณูปโภค การไฟฟ้าฝ่ายผลิต แห่งประเทศไทย	ประเภท อุตสาหกรรม การมิโคร เลียม แห่งประเทศไทย	ประเภท สถาบันการเงิน ธนาคารแห่ง ประเทศไทย
การวางแผนงานประชาสัมพันธ์	หัวหน้างาน ประชาสัมพันธ์	ระดับล่าง เสนอ ระดับสูง	ระดับล่าง เสนอ ระดับสูง
การจัดองค์กรงาน โสดทัศนูปกรณ์	กอง โสดทัศนูป- กรณ์ขึ้นตรงกับ ฝ่ายประชาสัมพันธ์	กองงาน โสดทัศนูป กรณ์ขึ้นตรงกับศูนย์ ประชาสัมพันธ์	รวมอยู่ในแผนก ประชาสัมพันธ์
จำนวนบุคลากรที่ปฏิบัติงาน เกี่ยวข้องกับการใช้ โสด- ทัศนูปกรณ์ เพื่อการประชา- สัมพันธ์	มากกว่า 100 คน	40 คน	3 คน
ความถี่ เฉลี่ย ในการใช้ โสด- ทัศนูปกรณ์ เพื่อการประชา- สัมพันธ์	สัปดาห์ละครั้ง	มากกว่าหนึ่งครั้ง ต่อสัปดาห์	สัปดาห์ละครั้ง

จากตารางที่ 39 จะเห็นได้ว่า องค์กรทั้ง 3 แห่งแม้จะดำเนินกิจการต่างประ-
เภทกัน แต่การให้ความสำคัญต่องาน โสดทัศนูปกรณ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์อยู่ในลักษณะที่เหมือน
กัน คือ มีการนำเอา โสดทัศนูปกรณ์รวมเข้าไว้ในงานประชาสัมพันธ์ ต่างกันที่จำนวนบุคลากร
และการจัดฐานะของงาน ซึ่งเป็นไปตามขนาดของกิจการและการให้บริการต่อสาธารณชน
สำหรับการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ เริ่มจากระดับล่าง เสนอระดับสูง เป็นส่วนใหญ่ มีการ
ไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่ผู้บริหารระดับกลาง เป็นผู้กำหนดแผนงาน ด้านความถี่ เฉลี่ย
ในการใช้ โสดทัศนูปกรณ์การมิโคร เลียมแห่งประเทศไทย มีการใช้ โสดทัศนูปกรณ์ประเภทวัสดุ
และอุปกรณ์อยู่ในปริมาณค่อนข้างสูง โดยมีการใช้มากกว่าหนึ่งครั้งต่อสัปดาห์