

บทที่ 1

บทนำ



### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัญหาสำคัญประการหนึ่งของประเทศที่อยู่ในระยะการพัฒนา คือ การยกมาตรฐานการครองชีพของประชาชนให้ทัดเทียมกับความคาดหวัง ความต้องการ และการขยายตัวของประชากร การดำเนินงานของหน่วยราชการและธุรกิจ เอกชนยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้ลุล่วงไปได้ ในประเทศทางตะวันตกที่พัฒนาแล้ว กิจกรรมทางเศรษฐกิจ และสังคมหลายประการสามารถจัดทำได้ผลโดยหน่วยงาน เอกชน แต่ในประเทศที่อยู่ในระยะพัฒนานั้น มีข้อจำกัดในการดำเนินการโดย เอกชนหลายประการด้วยกัน เช่น การขาดแคลนเงินทุน บุคคลที่มีความสามารถในสาขาต่าง ๆ และโอกาสในการลงทุนซึ่งให้ผลตอบแทนในอัตราสูง ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้และจากการที่รัฐบาลของประเทศที่อยู่ในระยะการพัฒนา สำนึกถึงความรับผิดชอบของตนในการพัฒนาประเทศให้บรรลุตาม เป้าหมายอย่างรวดเร็ว จึงได้มีการจัดตั้งรัฐวิสาหกิจขึ้นมา เป็น เครื่องมือในการดำเนินการตามนโยบายต่าง ๆ ในลักษณะผสมผสานระหว่างหน่วยราชการและธุรกิจ เอกชน (1 : 79)

กิจการรัฐวิสาหกิจในปัจจุบันนี้ต่างได้รับความสนใจจากมหาชน เพิ่มขึ้นตามลำดับ ลักษณะของความสนใจได้ขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวางและแตกต่างไปจาก เดิม เป็นอันมาก ดังจะ เห็นได้ว่าแต่เดิมความสนใจจำกัดอยู่แต่เพียงประเด็นพื้นฐาน เช่น กำไร ขาดทุน เท่า นั้น แต่สภาพการณ์ในปัจจุบันมีความต้องการข้อมูลกว้างขวางขึ้น ดังนั้นมหาชนจึงสนใจที่จะได้ทราบถึงโครงสร้างการบริหารและสถานะอื่น ๆ ของรัฐวิสาหกิจด้วย นอกจากนี้การขยายตัวด้านการค้นคว้าวิจัย เพิ่มมากขึ้น ลักษณะของข้อมูลจึงมีรูปแบบ เปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการ จึงหมายความว่า นอกจากข้อมูลพื้นฐานแล้วมหาชนยังต้องการข้อมูล เชิงวิเคราะห์อีกด้วย (2 : 1)

รัฐบาลควรจะได้มีการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับ เรื่องความสำคัญ ความจำเป็นของ รัฐวิสาหกิจ ตลอดจนผลงานของแต่ละหน่วยงานต่อประชาชน โดยใช้สื่อมวลชนหลาย ๆ อย่างโดยไม่ปิดบัง จะสร้างศรัทธาแก่ประชาชนมากขึ้น (3 : 40) ฉะนั้นองค์การรัฐวิสาหกิจ หลายแห่ง จึงได้ดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เพื่อทำงาน เสริมสร้างเผยแพร่ และแก้ไขภาพพจน์ขององค์การรัฐวิสาหกิจนั้น ๆ

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การรัฐบาลที่สำคัญคือ การเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อให้เกิดความชัดเจน เกี่ยวกับกิจการขององค์การของรัฐ สามารถสนองความต้องการของประชาชน เมื่อประชาชนต้องการสอบถามข้อมูล และ/หรือ เกิดความไม่พอใจต่อสถาบันงาน ประชาสัมพันธ์จะมีส่วนช่วยฝ่ายปฏิบัติการโดยการนำ เสนอสภาพปัญหาของชุมชนให้กับฝ่ายปฏิบัติการได้ทราบและร่วมมือปฏิบัติงานกับหน่วยงานฝ่ายปฏิบัติการ เพื่อกระตุ้น เตือนให้พนักงานเกิดความระวังต่อการดำเนินงานกับมหาชน ดำเนินงานร่วมกับชุมชนหรือองค์การของชุมชน เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและกิจการขององค์การในรูปลักษณะต่าง ๆ และแสวงหาช่องทางดำเนินการรณรงค์เพื่อขอการสนับสนุนนโยบายและกิจกรรมขององค์การ กล่าวโดยสรุปคือ การให้ความรู้และข่าวสารแก่มหาชนและชุมชน เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและยอมรับบทบาทและกิจกรรมขององค์การ

งานประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่มีความสำคัญต่อหน่วยงานหรือสถาบันต่าง ๆ อย่างมาก การทำงานประชาสัมพันธ์จะดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานหรือสถาบันนั้น ๆ จะต้องมียุทธศาสตร์ที่มีความพร้อมทั้งด้าน โสเดทัศน์อุปกรณ์และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีความคิดสร้างสรรค์ในการสื่อความหมาย เพื่อให้สถาบัน เป็นที่รู้จักและได้รับความเข้าใจที่ดีจากมหาชน หน้าทีของหน่วยงานประชาสัมพันธ์จึง เป็นสื่อกลางในการติดต่อ เชื่อมโยงให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างองค์การ สถาบันกับกลุ่มประชาชนด้วยวิธีการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ

โดยเหตุที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่ติดต่อสื่อสาร จึงจำเป็นต้องอาศัย "โสเดทัศน์อุปกรณ์" เป็นเครื่องช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารและให้ความรู้ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน ถูกต้อง รวดเร็ว ในการใช้โสเดทัศน์อุปกรณ์ในงานประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องคำนึงด้วยว่า โสเดทัศน์อุปกรณ์นั้น จะช่วยดึงดูดความสนใจของประชาชนและทำให้ เข้าใจ

เรื่องราวได้ง่ายขึ้น เพียงใด และ เมื่อนำไสตทัศนูปกรณ์เข้ามาใช้แล้วจะทำให้ประชาชนมีความ  
 จำใน เรื่องนั้น หรือมีจินตภาพในเรื่องนั้นไปอีกนานหรือไม่ การจะใช้ไสตทัศนูปกรณ์เพื่อให้  
 บรรลุผลตามความต้องการนั้น เป็น เรื่องที่จะต้องทำความเข้าใจกับไสตทัศนูปกรณ์เหล่านั้นให้ดี  
 เสียก่อน โดยจะต้อง เรียนรู้ถึงธรรมชาติและหน้าที่ของไสตทัศนูปกรณ์แต่ละชนิดซึ่งมีความแตก  
 ต่างกัน จะต้องพิจารณาดูว่าจะใช้อย่างไรจึงจะเหมาะสม สามารถเข้ากับกลุ่มชน เป้าหมาย  
 ระดับต่าง ๆ อย่งได้ผล

ในปัจจุบันนี้ กิจการไสตทัศนศึกษาได้ เข้ามามีบทบาทสำคัญในประเทศไทย ทั้งในวง  
 ราชการ วงการศึกษา และวงการธุรกิจ ต่างก็นำเอาวิชาไสตทัศนศึกษาไปใช้เป็นประโยชน์  
 ในวงงานของตนอย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพ สำหรับในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจนั้นมักไม่  
 ค่อยนิยมก่อตั้ง เป็นหน่วยไสตทัศนศึกษา แต่ได้นำกิจการไสตทัศนศึกษาเข้าไป เป็นหน่วยหนึ่ง  
 ของแผนกประชาสัมพันธ์หรือแผนกโฆษณาแล้วแต่ นโยบายของผู้บริหารรัฐวิสาหกิจนั้น ๆ

จากบทบัญญัติทางกฎหมายที่ได้ नियามศัพท์รัฐวิสาหกิจมุ่งการ เป็น เจ้าของทุน เป็นหลัก  
 และทำให้ขอบข่ายของกิจการรัฐวิสาหกิจครอบคลุมสาขาทาง เศรษฐกิจหลายประเภท จึงได้  
 จัดกลุ่มประเภทของกิจการ 72 แห่ง ออกเป็น 6 ประเภท ทำให้มองเห็นชัดว่าถึงแม้จะเป็น  
 รัฐวิสาหกิจด้วยกันแต่โครงสร้างขององค์การแต่ละแห่งแตกต่างกันไป ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์  
 ที่จะศึกษาว่า ในความแตกต่างกันของโครงสร้างนั้น สถานภาพของไสตทัศนูปกรณ์ที่ใช้ใน  
 การประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจแต่ละกลุ่มมีส่วนที่ใกล้เคียงกัน เหมือนกันหรือแตกต่างกันมาก  
 น้อย เพียงใด ความต้องการในการใช้และลักษณะการใช้ไสตทัศนูปกรณ์ของหน่วยงานประชา-  
 สัมพันธ์ของแต่ละแห่งมีความ เหมือนกันและแตกต่างกันอย่างไร

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานภาพของไสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน  
 รัฐวิสาหกิจ
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้ไสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ  
 หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

๓. เพื่อศึกษาการใช้โสตทัศนูปกรณ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะสถานภาพ ลักษณะงาน ลักษณะของโสตทัศนูปกรณ์ที่มีใช้และผลิตขึ้นในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ในปัจจุบัน

2. งานประชาสัมพันธ์ในการศึกษาครั้งนี้ จะศึกษาเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์การรัฐวิสาหกิจ

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ทำการวิจัย กำหนดไว้โดยใช้หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ รวม 72 แห่ง

2. แผนนโยบายการบริหารงานของรัฐวิสาหกิจระหว่างปี พ.ศ. 2526-2527

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาในครั้งนี้จะเป็นแนวทาง เสนอแนะการใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย