

สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร

PUBLIC RELATION CIRCUMSTANCE OF DISTRICT OFFICE  
IN BANGKOK METROPOLITAN



ศิวพร ทรัพย์เจริญไชย

SIWAPORN SUBCHAROENCHAI

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต

จพ.  
๕๕๔๒๘  
๕๕๔๗

สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน 52441

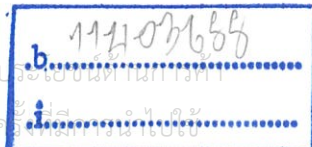
วัน,เดือน,ปี 14 ก.ย. 2547

พ.ศ. 2547

ISBN 974-9700-77-5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้ง



**PUBLIC RELATION CIRCUMSTANCE OF DISTRICT OFFICE  
IN BANGKOK METROPOLITAN**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF INDUSTRIAL EDUCATION IN VOCATIONAL ADMINISTRATION  
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

**2004**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ ISBN 974-9700-77-5 ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**COPYRIGHT 2004**

**SCHOOL OF GRADUATE STUDIES**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์               | สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขต<br>กรุงเทพมหานคร |
| นักศึกษา                        | นางสาวศิวพร ทรัพย์เจริญไชย                          |
| รหัสนักศึกษา                    | 42064138  |
| ปริญญา                          | ครุศาสตรบัณฑิต                                      |
| สาขาวิชา                        | การบริหารอาชีวศึกษา                                 |
| พ.ศ.                            | 2547  |
| อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์     | รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร ไชยะ                         |
| อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ ตั้งเจริญชัย            |

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านงบประมาณ เพื่อเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ตำแหน่ง วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 270 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม จำนวน 1 ฉบับ ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ และแบบมาตราส่วนประมาณค่า การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป SPSS/PC<sup>+</sup> โดยคิดร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบโดยสถิติ t-test

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านงบประมาณ

2. การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่ง ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ มีระดับการปฏิบัติแตกต่างกันในด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และการงบประมาณ เท่านั้น

3. การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีและต่ำกว่า กับผู้ที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับการปฏิบัติไม่แตกต่างกันทุกด้าน

4. การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 5 ปี กับผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป มีระดับการปฏิบัติแตกต่างกัน ในด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านงบประมาณ เท่านั้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>Thesis Title</b>        | Public Relation Circumstance of District Office in Bangkok Metropolitan |
| <b>Student</b>             | Miss Siwaporn Subcharoenchai  |
| <b>Student ID.</b>         | 42064138  |
| <b>Degree</b>              | Master of Industrial Education  |
| <b>Programme</b>           | Vocational Administration   |
| <b>Year</b>                | 2004  |
| <b>Thesis Advisor</b>      | Associate Professor Dr.Sompron Chaiya                                   |
| <b>Thesis Co - Advisor</b> | Assistant Associate Professor Dr.Ammat Tungjaroenchai                   |

## ABSTRACT

The Operation level of this research were to study and compared the opinion of directors and officers in the office of Bangkok district about public relation management classify by position, education and working experience in 6 aspects ; personnel management, office organizing, service, activity, tool and equipment supplied, and budgeting. The samples were 270 ; directors and officers in the office of Bangkok district

The research instrument was a questionnaire. The statistics for data analysis were percentage, mean, Standard Deviation and t-test. The data was analyzed by SPSS for Windows. The results of the research were following

1. The Operation level of directors and officers about public relation management as a whole was moderate. Order by mean descending were following ; office organizing, service, activity, tool and equipment supplied, personnel management and budgeting

2. The Operation level of directors and officers about public relation management classify by position were significant differences in personnel management, office organizing, activity, tool and equipment supplied, and budgeting.

3. The Operation level of directors and officers about public relation management classify by education were not significant differences all.

4. The Operation level of directors and officers about public relation management classify by working experience were significant differences in personnel management, office organizing, tool and equipment supplied, and budgeting.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาของ รศ. ดร. สมพร ไชยะ อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนให้ข้อคิด ให้กำลังใจ และติดตามผลงานการดำเนินการวิจัยมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

กราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อำนาจ ตั้งเจริญชัย อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำข้อคิดอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้

กราบขอบพระคุณคณาจารย์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทุกคน ที่ได้ให้ความรู้ ประสบการณ์ ความเมตตา ความห่วงใย และกำลังใจอย่างสม่ำเสมอ อันเป็นความประทับใจแก่ศิษย์เป็นอย่างยิ่ง

กราบขอบพระคุณ คุณพ่อ และ คุณแม่ ผู้เป็นที่เคารพรักยิ่ง รวมทั้งพี่น้องทุกคน ที่ได้ให้ความรัก ให้กำลังใจ ให้การสนับสนุน และช่วยเหลือทุกๆ ด้านตลอดมา

ขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคน ที่ไม่สามารถเอ่ยนามไว้ ณ ที่นี้ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยตลอดมา

คุณค่าและสารัตถประโยชน์อันพึงมีจากการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบเป็นกตัญญูกตเวทิตาบูชาคุณแก่บิดา มารดา คุณครู-อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

สิวพร ทรัพย์เจริญไชย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย.....                         | I    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....                      | III  |
| กิตติกรรมประกาศ.....                         | IV   |
| สารบัญ.....                                  | V    |
| สารบัญตาราง.....                             | VII  |
| สารบัญภาพ.....                               | XI   |
| บทที่ 1 บทนำ.....                            | 1    |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....      | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....             | 3    |
| 1.3 สมมติฐานการวิจัย.....                    | 3    |
| 1.4 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย.....      | 3    |
| 1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....                   | 4    |
| 1.6 ขอบเขตพื้นที่หรือสภาพทางภูมิศาสตร์.....  | 5    |
| 1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....   | 5    |
| บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 6    |
| 2.1 การประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร.....    | 6    |
| 2.2 การประชาสัมพันธ์.....                    | 9    |
| 2.3 สภาพประชาสัมพันธ์.....                   | 24   |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....              | 34   |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....             | 34   |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....          | 35   |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....                 | 37   |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....                  | 37   |
| 3.5 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล.....          | 38   |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....            | 39   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

|   | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... | 86   |
| 5.1 วัตถุประสงค์การวิจัย.....                       | 86   |
| 5.2 สมมติฐานการวิจัย.....                           | 86   |
| 5.3 วิธีดำเนินการวิจัย.....                         | 86   |
| 5.4 สรุปผลการวิจัย.....                             | 87   |
| 5.5 อภิปรายผลการวิจัย.....                          | 88   |
| 5.6 ข้อเสนอแนะ.....                                 | 105  |
| บรรณานุกรม.....                                     | 106  |
| ภาคผนวก.....  | 108  |
| ภาคผนวก ก.....                                      | 109  |
| ภาคผนวก ข.....                                      | 119  |
| ประวัติผู้เขียน.....                                | 129  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

| ตารางที่  | หน้า |
|---|------|
| 4.1 แสดงจำนวนและคำร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....  | 40   |
| 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่.....                        | 41   |
| 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดสำนักงาน.....                                | 42   |
| 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดบริการ.....                                  | 44   |
| 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดกิจกรรม.....                                 | 45   |
| 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ ..... | 47   |
| 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการงบประมาณ.....                                   | 49   |
| 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร.....                                     | 50   |
| 4.9 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่.....   | 51   |
| 4.10 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ด้านการจัดสำนักงาน.....          | 53   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่  | หน้า |
|---|------|
| 4.11 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ด้านการจัดบริการ.....                                  | 55   |
| 4.12 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ด้านการจัดกิจกรรม.....                                 | 56   |
| 4.13 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆ..... | 58   |
| 4.14 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ด้านการงบประมาณ.....                                   | 60   |
| 4.15 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ในภาพรวม.....  | 62   |
| 4.16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่.....                   | 63   |
| 4.17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการจัดสำนักงาน.....                           | 64   |
| 4.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการจัดบริการ.....                             | 66   |
| 4.19 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการจัดกิจกรรม.....                            | 67   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่   | หน้า |
|--|------|
| 4.20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการจัดสรรเครื่องมือ เครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ..... | 69   |
| 4.21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการงบประมาณ.....                                   | 71   |
| 4.22 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ในภาพรวม.....  | 72   |
| 4.23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการจัดกำลัง เจ้าหน้าที่.....               | 73   |
| 4.24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการจัด สำนักงาน.....                       | 74   |
| 4.25 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการจัด บริการ.....                         | 76   |
| 4.26 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการจัด กิจกรรม.....                        | 77   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่   | หน้า |
|--|------|
| 4.27 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการจัด จัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ..... | 79   |
| 4.28 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการ งบประมาณ.....                                     | 81   |
| 4.29 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ในภาพรวม.....   | 83   |
| 4.30 แสดงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร ในด้านต่างๆ.....   | 84   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

2.1 แสดงการแบ่งส่วนราชการของกองประชาสัมพันธ์.....7



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในหน่วยงานของภาครัฐบาลหรือภาคเอกชน สิ่งที่น่าจับได้ว่ามีสำคัญอย่างมากคือ เรื่องของการบริหารงาน วิธีการในการบริหารงานนั้นมีทฤษฎีอยู่หลายรูปแบบซึ่งมีทั้งศาสตร์และศิลป์ ไม่ว่าจะ เป็นทฤษฎีการบริหาร ทฤษฎีองค์การและการจัดการ และเทคนิควิธีการต่างๆ อีกหลายประการ ที่นำมาประยุกต์เพื่อใช้ในการบริหารงานทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน เช่น ด้านการจัดองค์การ ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการวางแผน ด้านการประสานงาน ด้านการประเมินผล และด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งในการบริหารงาน ซึ่งจัดได้ว่าเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ พร้อมกันในตนเอง กล่าวคือ การประชาสัมพันธ์ในแง่ลักษณะที่เป็นศาสตร์ ซึ่งศาสตร์ในที่นี้ หมายถึง วิทยาการ ความรู้ความเชื่อที่กำหนดไว้เป็นระบบระเบียบ (scientific) ที่ฟังเชื่อถือได้ และสามารถหมายถึง การประชาสัมพันธ์มีลักษณะของการดำเนินงานที่ต้องอาศัยความรู้ ความศึกษาค้นคว้าหาความจริงได้อย่างมีระบบแบบแผนและมีระบบ สำหรับด้านของศิลปะนั้น สามารถ รวมทั้งประสบการณ์และทักษะของแต่ละบุคคลเข้าร่วมประกอบด้วยเทคนิคการประชาสัมพันธ์บางอย่างเป็นเทคนิคหรือความสามารถเฉพาะตัว ดังนั้นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ทำการประชาสัมพันธ์ต้องนำทั้งศาสตร์และศิลป์มาใช้ควบคู่กันไปด้วย (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2529 : 27-28)

การประชาสัมพันธ์นับเป็นงานที่ละเอียดอ่อน นับตั้งแต่งานปลีกย่อยเล็ก ๆ น้อย ๆ จนถึงงานที่มีความสำคัญมาก อันได้แก่ การทำงานใกล้ชิดกับระดับนโยบายหรือฝ่ายบริหารขององค์กร สถาบัน แม้ว่า การประชาสัมพันธ์จะเป็นภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ แต่ผู้ที่ทำงานด้านนี้อย่างแท้จริงก็คือ นักประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่รับผิดชอบในด้านการประชาสัมพันธ์จึงต้องช่วยให้คำปรึกษา แนะนำ สืบรวจวิจัย วางแผนแก่ฝ่ายบริหารของหน่วยงาน และจะต้องทำงานกันอย่างใกล้ชิดกันโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักประชาสัมพันธ์ต้องชี้แจงอธิบายให้ผู้บริหารได้ทราบและมีความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีจิตสำนึกทางด้านการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง และใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์กรเพื่อให้องค์กรสถาบันบรรลุวัตถุประสงค์ตามความมุ่งหมายประสบความสำเร็จนั่นเอง (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2529 : 30-31)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับสำนักงานเขตซึ่งจัดได้ว่าเป็นหน่วยงานที่สำคัญหน่วยงานหนึ่งของภาครัฐบาลที่มีการจัดการบริการแก่ประชาชนและสังคม ดังนั้นในเรื่องของการเผยแพร่ข่าวสาร การชี้แจงข้อมูล การแก้ไขความเข้าใจผิด การประสานสัมพันธ์อันดีไม่ว่าจะเป็นภายในองค์กรหรือภายนอกองค์กรเองก็ตามมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการจัดการวางแผนเป็นอย่างดี สำหรับผู้ที่สามารถทำหน้าที่นี้ได้เป็นอย่างดี คือ นักประชาสัมพันธ์ หรือ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพราะสำนักงานเขตเป็นหน่วยงานที่ให้บริการแก่ประชาชนและสังคมที่ต้องการการสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่ดี มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ จะต้องเกิดจากการบริหารงานของหน่วยงาน ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์หน่วยงานจะเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรกับประชาชน

การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารของสถาบัน องค์กรหน่วยงานกับประชาชนหรือสังคม เพื่อเป็นการพัฒนาสร้างเสริมฟื้นฟูธำรงรักษาภาพพจน์สัมพันธภาพอันดีให้ได้รับการสนับสนุน รักใคร่ นับถือ นิยมยกย่อง เลื่อมใสศรัทธา ฯลฯ เช่นเดียวกับมนุษย์สัมพันธ์ของบุคคลหรือการปฏิบัติการทางจิตวิทยา ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการผสมผสานแนวทางการรู้สึกรู้ใจกันให้เกิดความร่วมมือสันทนุร่วมใจในการทำงานระหว่างสถาบัน หน่วยงาน บริษัทห้างร้านกับเจ้าหน้าที่ ประชาชนสังคมที่เกี่ยวข้องและแวดล้อมอยู่ การประชาสัมพันธ์จึงต้องพัฒนาและต่อสู้กันด้วยกระสุนของความคิด ความปรารถนาดีต่อกัน รวมทั้งศิลปและเทคโนโลยีทางการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันมั่นคงยั่งยืน (วิจิตร อาวะกุล, 2534 :1)

หากองค์กรหรือสถาบันได้จัดระบบการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือบริหารให้สอดคล้องกับการดำเนินการ และแผนการพัฒนาโครงการต่างๆ ขององค์กรแล้ว การพัฒนาองค์กรจะเป็นไปด้วยความราบรื่นและมีประสิทธิภาพสูง ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งของการบริหารงานเพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชน อันจะเป็นทางนำไปสู่ความร่วมมือและสันทนุกิจการของหน่วยงานให้ดำเนินไปด้วยความราบรื่นและบรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายขององค์กรที่ได้วางไว้ ซึ่งความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์นั้นต้องมีการปรับหรือทำความเข้าใจของหน่วยงานให้ตรงกับประชาชน ซึ่งบางครั้งความเข้าใจ ความหมายและความเข้าใจของหน่วยงานมักไม่ตรงกับความคิดความเข้าใจของประชาชน หรือประชาชนไม่ตรงกับหน่วยงาน จำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์ช่วยในการทำความเข้าใจ ซึ่งการดำเนินการประชาสัมพันธ์ อาจเริ่มจากการตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ การวางแผนทางการประชาสัมพันธ์ ดำเนินการจัดตั้งและเริ่มบทบาทการประชาสัมพันธ์ในองค์กรและพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ให้เอื้ออำนวยสอดคล้องต่อการดำเนินงานขององค์กรอย่างจริงจังยิ่งขึ้น และปัจจัยที่มีความสำคัญองงานประชาสัมพันธ์ คือประชาชนที่เราต้องเกี่ยวข้องกับหน่วยงานองค์กรไม่ว่าจะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับ "ประชาชน" ประชาชนก็สัมพันธ์แนบแน่นกับองค์กรหน่วยงานเช่นกัน (วิจิตร อาวะกุล, 2534 :37)

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นสาเหตุให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพราะสำนักงานเขตจัดได้ว่าเป็นองค์กรของรัฐที่มีการจัดการบริการแก่ประชาชนและชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วกรุงเทพมหานคร ซึ่งจำเป็นต้องมีการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ แก่ประชาชนในชุมชน และเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดการพัฒนาการจัดการประชาสัมพันธ์อย่างมีระบบและเป็น การประสานความร่วมมือกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ตามระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ใน 6 ด้าน คือ (1) การจัดทำล้งเจ้าหน้าที่ (2) การจัดสำนักงาน (3) การจัดบริการ (4) การจัดกิจกรรม (5) การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ (6) การงบประมาณ
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงาน

## 1.3 สมมุติฐานการวิจัย

1. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครที่มีตำแหน่งและระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ใน 6 ด้าน แตกต่างกัน
2. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกัน มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ใน 6 ด้าน แตกต่างกัน

## 1.4 ทฤษฎีหรือกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ยึดกรอบแนวความคิดของ อุทัย หิรัญโต (2520:20-21) ซึ่งกล่าวถึงการจัดการประชาสัมพันธ์ว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งในการบริหารงาน ซึ่งมีแนวทางในการจัดการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน 6 ด้าน คือ

1. การจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การจัดบริการ
4. การจัดกิจกรรม
5. การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ
6. การจัดงบประมาณ

## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ตามระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ และด้านการงบประมาณ

### 1.5.1 ประชากรและตัวอย่าง

#### 1.5.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต คือ ผู้บริหาร จำนวน 150 คน และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ จำนวน 150 คน

#### 1.5.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง

### 1.5.2 ตัวแปรที่ศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แยกพิจารณาตัวแปรที่ทำการศึกษา ดังนี้ คือ

#### 1.5.2.1 ตัวแปรต้น

1 ตำแหน่ง ได้แก่

1.1 ผู้บริหาร

1.2 เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์

2 ระดับการศึกษา

2.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

2.2 ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

3. ประสบการณ์ในการทำงาน

3.1 ต่ำกว่า 5 ปี

3.2 ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.2.2 ตัวแปรตาม คือ ระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครใน 6 ด้าน คือ

- 1 ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่
- 2 ด้านการจัดสำนักงาน
- 3 ด้านการจัดบริการ
- 4 ด้านการจัดกิจกรรม
- 5 ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ
- 6 ด้านการงบประมาณ

## 1.6 ขอบเขตพื้นที่หรือสภาพทางภูมิศาสตร์

การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 50 เขต

## 1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันและตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้จึงได้นิยามคำศัพท์ดังนี้ คือ

1. ผู้บริหาร หมายถึง ผู้อำนวยการสำนักงานเขต รองผู้อำนวยการเขตของฝ่ายปกครองและฝ่ายบริหารของแต่ละสำนักงานเขต
2. เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ หมายถึง เจ้าหน้าที่ภายในฝ่ายปกครอง ซึ่งมีหน้าที่ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตแต่ละเขต ๆ ละประมาณ 3 คน
3. สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขต หมายถึง การจัดให้มีเจ้าหน้าที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ได้แก่

3.1 การจัดกำลังเจ้าหน้าที่ หมายถึง การจัดให้มีเจ้าหน้าที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ การคัดเลือก การฝึกอบรม การจัดเจ้าหน้าที่ติดตามข่าวและประสานงานกับสื่อมวลชน ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์

3.2 การจัดสำนักงาน หมายถึง เน้นในเรื่องของการจัดให้มีหน่วยและสถานที่ติดต่อสอบถาม ระบบการติดต่อสื่อสารภายใน โครงสร้างการบริหารการประชาสัมพันธ์ นโยบายและแผนงานการประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การจัดบริการ หมายถึง เรื่องของการจัดบริการต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน เพื่อให้ความสะดวกและความประทับใจแก่ผู้มาติดต่อ เช่น เอกสารอ้างอิงต่างๆ การเผยแพร่ข่าวสาร แผ่นปลิว แผ่นภาพต่างๆ นอกจากนี้ควรมีการติดตั้งโทรศัพท์เพื่อติดต่อกับหน่วยงานอื่นๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์การอย่างเพียงพอ

3.4 การจัดกิจกรรม หมายถึง เรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ เช่น การจัดงานพบปะสังสรรค์ การจัดรายการเผยแพร่ข่าวสาร จุลสาร จดหมายข่าว แผ่นพับ ป้ายประกาศ นิทรรศการ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของส่วนราชการหรือองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.5 การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ หมายถึง มีการจัดหาและพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ เช่น กล้องถ่ายภาพยนตร์ กล้องถ่ายรูปฟิล์ม เทปบันทึกเสียง โทรทัศน์ พิมพ์ดีด เครื่องฉายสไลด์ แผ่นผัง แผนที่ เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องอัดสำเนา

3.6 การงบประมาณ หมายถึง เป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดทำแผนหรือโครงการประชาสัมพันธ์ การตั้งงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการหาแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 การประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร

2.2 สภาพการประชาสัมพันธ์

2.2.1 การจัดกำลังเจ้าหน้าที่

2.2.2 การจัดสำนักงาน

2.2.3 การจัดบริการ

2.2.4 การจัดกิจกรรม

2.2.5 การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ

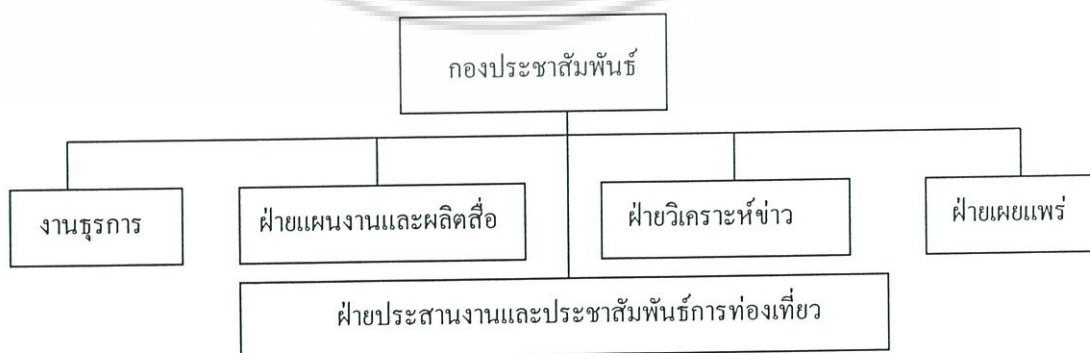
2.2.6 การจัดงบประมาณ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 การประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร

กองประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการวางแผนการประชาสัมพันธ์ การผลิตเอกสารและสื่อการประชาสัมพันธ์ต่างๆ เผยแพร่ต่อสื่อมวลชนทุกประเภท การรวบรวม วิเคราะห์ และชี้แจงข่าวเกี่ยวกับกรุงเทพมหานคร การสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงานของกรุงเทพมหานคร และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

การแบ่งส่วนราชการของกองประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 2.1 แสดงการแบ่งส่วนราชการของกองประชาสัมพันธ์ (เอกสารอัดสำเนา กอง

ประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร, ม.ป.ป.:1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**งานธุรการ** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานด้านสารบรรณและธุรการทั่วไป งานกร  
เจ้าหน้าที่ งานการเงินและงบประมาณ การบัญชีและพัสดุ การควบคุมดูแลสถานที่และ  
ยานพาหนะของกองประชาสัมพันธ์ และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

**ฝ่ายแผนงานและผลิตสื่อ** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการวางแผนประชาสัมพันธ์ของ  
กรุงเทพมหานครให้สอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร และนโยบายของผู้บริหาร  
กรุงเทพมหานคร การเรียบเรียงบทวิทัศน์ การจัดทำหนังสือรายงานประจำปีของ  
กรุงเทพมหานคร การออกแบบและควบคุมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การจัดทำจุลสาร  
กรุงเทพมหานคร การจัดอภิปรายปาฐกถาในรายการพิเศษกรุงเทพมหานคร การจัดนิทรรศการ  
เผยแพร่ผลงานของกรุงเทพมหานคร การจัดสัมมนา การจัดประชุมเชิงวิชาการด้านการ  
ประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร การจัดรายการสดและรายการพิเศษทางสถานีโทรทัศน์ การ  
ประสานงานกับภาคเอกชนในการวางรูปแบบการประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติงานเฉพาะกิจของ  
ผู้บริหารกรุงเทพมหานคร ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของ  
สำนัก สำนักงานเขต และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

**ฝ่ายวิเคราะห์ข่าว** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการรวบรวมและสรุปข่าวเกี่ยวกับ  
กรุงเทพมหานคร จากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ เสนอผู้บริหาร และส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง การ  
ชี้แจงข่าว สรุป และรวบรวมคำชี้แจงการร้องทุกข์เสนอผู้บริหารเพื่อชี้แจงสื่อมวลชน การสำรวจ  
ประชาคมติที่เกี่ยวกับการให้บริการของกรุงเทพมหานคร ตลอดจนเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารของ  
กรุงเทพมหานคร

**ฝ่ายเผยแพร่** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการแสวงหาข่าว และรวบรวมข่าวจากหน่วยงาน  
ต้นสังกัดกรุงเทพมหานคร การจัดทำเอกสารข่าวประจำวันเผยแพร่ให้สื่อมวลชนและประชาชน  
ผู้สนใจ การจัดให้มีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน การออกประชาสัมพันธ์ตามพื้นที่ต่างๆ ในเขต  
กรุงเทพมหานคร การถ่ายภาพนิ่ง ภาพสไลด์ วิดีทัศน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ  
กรุงเทพมหานคร การจัดรายการเพื่อเผยแพร่ข่าวสารของกรุงเทพมหานครทางสถานีวิทยุ และ  
สถานีโทรทัศน์ การจัดฉายภาพยนตร์ตามโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อการศึกษา

**ฝ่ายประสานงานและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการ  
ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน จัดทำแผน  
ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร จัดทำข้อมูลข่าวสารและบริการ  
ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร (เอกสารอัดสำเนา กองประชาสัมพันธ์  
สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. ม.ป.ป. :1-2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การประชาสัมพันธ์

ความหมายการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” ตามคำศัพท์นี้หมายถึง การมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับปวงชน ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2525 หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกันเมื่อขยายความแล้ว การประชาสัมพันธ์ คือ การดำเนินงานสื่อสาร (Communication) โดยติดต่อสื่อสารด้านความคิดเห็นและข่าวสารต่างๆ ภายในหน่วยงาน ภายนอกหน่วยงานและระหว่างหน่วยงาน รวมทั้งการติดต่อสื่อสารไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมายหรือประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจอันดีและความสำเร็จในงานของหน่วยงานนั้นๆ วาสนา จันทร์สว่าง (อ้างใน เตือนจิตต์ จิตต์อารี.2537 : 1)

เสรี วงษ์มณฑา (อ้างใน เตือนจิตต์ จิตต์อารี.2537 : 1) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่ากับสังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อย ๆ

วัฒนา พุทธางกูรานนท์ (2542 : 10) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจและให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้งานของสถาบันดำเนินไปด้วยดี โดยมีประชาคมดีเป็นแนวบรรทัดฐาน

วิจิตร อาวะกุล (2534 : 14) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ของหน่วยใด ๆ ก็คือ การสื่อสารความรู้สึกลงไปยังประชาชนเพื่อชักชวนให้ประชาชนร่วมมือ เห็นด้วยกับการดำเนินงานของสถาบัน หมายถึง ความรู้สึกที่ดีและประทับใจของประชาชน รวมทั้งการปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของประชาชนด้วย

สะอาด ตันสุภผล (อ้างใน พรทิพย์ วรกิจโกภาทร.2537 : 16) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจและให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมดีเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ยังมีชาวต่างชาติได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

Scott M. Cutlip และ Allen H. Center ให้ความหมายไว้ว่า เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน โดยให้ยอมรับการดำเนินธุรกิจของสถาบันและเป็นการสื่อสารสองทาง

John E. Marston กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ

สถาบันการประชาสัมพันธ์ (The Institute of Public Relations) ของประเทศอังกฤษได้ให้ความหมายของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ว่า เป็นความพยายามที่สุ่มรอบคอบ มีการวางแผนและมีการติดตามผลเพื่อเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์การกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย (พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร.2537 : 16)

พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร(2537 : 16-19) กล่าวว่า จากคำจำกัดความข้างต้นพอสรุปได้ว่า สิ่งที่เราเรียกว่าเป็นการประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องมีคุณลักษณะสำคัญดังนี้

1. เป็นการทำงานที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับประชาชน
2. เป็นการทำงานที่มีการวางแผนสุ่มรอบคอบ และมีการติดตามประเมินผล
3. เป็นการทำงานในรูปของการสื่อสารซึ่งเป็นการสื่อสารสองทาง และเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ
4. เป็นการทำงานที่ต้องการมีอิทธิพลทางความคิดและทัศนคติของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
5. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว

นอกจากนี้ เตือนจิตต์ จิตต์อารี (2537:2-3) ได้สรุปแนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า

1. การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ ต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ มีการดำเนินงานตามแผนและขั้นตอนอย่างเหมาะสม โดยมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมและมีได้มุ่งผลประโยชน์เฉพาะตนหรือหน่วยงาน องค์การสถาบันเพียงอย่างเดียว

2. การประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานอย่างต่อเนื่องในระยะยาว โดยหลักการทั่วไปแล้ว การขาดการรับรู้ข่าวสารเป็นระยะเวลาสั้น ๆ เป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดความเข้าใจไม่ดี ผิดพลาด คลาดเคลื่อนหรือมีผลทางลบต่อภาพพจน์ของสถาบันได้ ในบางกรณีการประชาสัมพันธ์อาจต้องเริ่มจากสิ่งที่เป็นนามธรรมแล้วพยายามทำให้ผลที่เห็นเป็นรูปธรรม ดังนั้นการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในระยะยาวจึงเป็นปัจจัยสำคัญของการประชาสัมพันธ์

3. การประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน ความสัมพันธ์นี้เป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง เพื่อให้ทราบความต้องการความคิดเห็นหรือเจตคติของกันและกัน หน้าที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของหน่วยงานหรือสถาบันก็คือ การวิเคราะห์วิจัยข่าวสารเกี่ยวกับความต้องการหรือกิจการต่าง ๆ ที่ถูกต้องและมีคุณค่าแก่ประชาชน

4. การประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติ จุดมุ่งหมายที่สำคัญประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างภาพพจน์ที่ดี (Image) เสริมสร้างความรู้สึกรักที่คิดที่ดี โน้มน้ำวจิตใจของปวงชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้มีทัศนคติที่ดีนั้นย่อมหมายถึง หน่วยงานพยายามส่งเสริมให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนมีความรู้สึกที่ดี และมีพฤติกรรมให้การสนับสนุนหรือความร่วมมือ นอกจากนี้แล้วยังต้องป้องกันความรู้สึกหรือเจตคติที่ไม่ดีต่อหน่วยงานด้วย

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น พอจะสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการหรือวิธีการที่องค์กรหรือสถาบันใช้เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจรวมถึงภาพพจน์และทัศนคติอันดีแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ยังผลให้เกิดความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน ซึ่งวิธีการต่างๆ ที่ใช้จะต้องมีการวางแผนและกระทำอย่างต่อเนื่องในรูปของการสื่อสาร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ให้องค์กรหรือสถาบันนั้นดำเนินงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุจุดมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ที่การประเมิน วิเคราะห์และชักจูงประชาคมติของกลุ่มประชาชน ซึ่งวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ
2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการได้ทราบถึง ทัศนคติ ประชาคมติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหาความยุ่งยากต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน
4. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ
5. เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน
6. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

จะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์นั้น กระทำขึ้นเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและป้องกันปัญหายุ่งยากต่างๆ รวมทั้งการขจัดปัญหาเหล่านั้นให้หมดสิ้นไปด้วย ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะสัมฤทธิ์ผลได้ ย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือของบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งฝ่ายบริหารขององค์กรสถาบัน (วิรัช ลภวิรัตนกุล.2540.151-152)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิจิตร อาวะกุล (2541:48) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ได้แก่

1. เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร
2. เพื่อสร้างความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธาจากประชาชน พนักงาน ฯลฯ
3. เพื่อป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิด คลาดเคลื่อน
4. เพื่อดำเนินการรักษาความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับกลุ่มต่าง ๆ ไม่ให้เสื่อมคลาย
5. เพื่อกระตุ้นเพิ่มพูนความสัมพันธ์ เพิ่มขวัญกำลังใจในหมู่ประชาชน พนักงาน หุ้นส่วน

ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มอยู่ตลอดเวลา

6. เพื่อให้บริการด้านสาธารณประโยชน์ ผลประโยชน์ ที่เป็นธรรมแก่สังคม
7. เพื่อสร้างความเชื่อถือไว้วางใจ เชื่อถือจากประชาชน ยืนยันความมั่นคงแก่พนักงานและประชาชน

ชม ภูมิภาค (2526:39) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ว่า

1. เพื่อสร้างความนิยม (Goodwill) คือการที่จะต้องแสดงออกให้ประชาชนเห็น เผยแพร่ให้ประชาชนรู้ ชี้แจงให้เข้าใจ นั่นคือ การประชาสัมพันธ์เป็น Words and deeds หมายความว่า การกระทำและอธิบายให้รู้ด้วย บางคนก็ว่าเป็นการประกอบกิจการและการรายงาน (Performance and Reporting = PR) คือ ต้องมีงานกระทำ ต้องมีผลงานจึงรายงาน ทั้งนี้เพื่อประชาชนเกิดความเลื่อมใสในงานนโยบาย เมื่อประชาชนเกิดความเลื่อมใสแล้วก็จะได้ให้การสนับสนุน

2. เพื่อป้องกันชื่อเสียง หมายความว่า เมื่อสร้างความนิยมขึ้นมาแล้วต้องรักษาต้องป้องกันเอาไว้ ต้องตรวจสอบหาข้อบกพร่องและปรับปรุงแก้ไขเสีย

3. เพื่อแก้ไข เมื่อประชาชนเกิดความเข้าใจผิดต้องแก้ไข การแก้ไขต้องแก้ไขที่ตัวสถาบันเองและแถลงแก้ไขกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ด้วยเหตุนี้การประชาสัมพันธ์จึงต้องมีการตรวจสอบประชมติและตรวจสอบประชมติและตรวจสอบภายในหน่วยงานด้วย เพื่อจะได้ดำเนินการแก้ไขเสียตั้งแต่ต้น

วิจิตร อาวะกุล (2534 : 48-52) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ว่า โดยทั่วไปมักจะแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. วัตถุประสงค์ทั่วไป (General Objective) ของการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้
  - 1.1 เพื่ออธิบายชี้แจง (explanation) เพื่อให้ประชาชนทราบเรื่องราวความเป็นจริง
  - 1.2 เพื่อเป็นการบอกกล่าว (to inform) เพื่อเป็นการแถลงข่าวเล่าเรื่องราวความเป็นไปให้ประชาชนทราบ
  - 1.3 เพื่อเผยแพร่แจ้งความ (publicity) ประกาศ (declaration)
  - 1.4 เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ (knowledge) เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ฯลฯ
  - 1.5 เพื่อให้เกิดความเข้าใจ (understanding) ในเรื่องที่ประชาชนยังเคลือบแคลงสงสัย

เอกสารยังขาดความรู้ความเข้าใจ ฯลฯ เพื่อเป็นการสื่อสารสัมพันธ์กันนั้น ไม่นอญูตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 เพื่อเป็นการให้การศึกษา (to educate) ให้ประชาชนเกิดความเฉลียวฉลาดเพื่อเป็นการยกระดับความรู้ความเข้าใจให้สูงขึ้น

1.7 เพื่อเป็นการจูงใจ (to persuade) เพื่อให้สนับสนุนการดำเนินงาน

1.8 เพื่อให้หน่วยงานได้บริการ (to service) ตระหนักในภาระหน้าที่และความถูกต้องบริการแก่สังคมได้ถูกต้องเหมาะสมตามความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

1.9 เพื่อให้เกิดความเชื่อถือไว้วางใจ (to belief) เพื่อจัดความเคลือบแคลงสงสัยเพื่อให้เกิดความราบรื่นของการดำเนินงานของหน่วยงาน

1.10 เพื่อให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใสศรัทธา (trust) ในสถาบันเรื่องของจริยธรรม ศีลธรรม ความถูกต้อง สำหรับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์ทั่วไปอาจจะเผยแพร่ในเรื่องของ นโยบาย วัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินงาน ความประพฤติปฏิบัติของหน่วยงาน รวมถึงผลงานและบริการต่าง ๆ ของหน่วยงานด้วย

2. วัตถุประสงค์เฉพาะงานหรือเฉพาะกิจ (Specific Objective) โดยทั่วไปมีดังนี้

2.1 เพื่อเป็นการก่อหรือสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ (constructive) เป็นการดำเนินการเพื่อเสริมสร้างสัมพันธ์ไมตรี แสวงหาความร่วมมือ ระหว่างสถาบันกับทุกคนที่เกี่ยวข้องทั้งบุคคลภายในและภายนอก

2.2 เพื่อเปิดเผยถึงคุณความดี ประโยชน์ กิจการ เพื่อให้ประชาชนเห็นประโยชน์ของหน่วยงาน เพื่อเรียกร้องความสนับสนุนร่วมมือในการดำเนินงานของหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง

2.3 เพื่อส่งเสริมและเพิ่มอิทธิพลในการชักจูงใจกลุ่มชน (influence the public thinking) ตลอดจนการเกลี้ยกล่อมชักจูงใจให้มวลชนเลื่อมใสศรัทธา

2.4 การป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิด (reputation) เกี่ยวกับชื่อเสียงมิให้ถูกทำลายเพื่อให้เกิดความเข้าใจดีทุกฝ่าย

2.5 เพื่อการสร้างเสริมเกียรติคุณ (good will) โดยพยายามสร้างความนิยมเลื่อมใสเชื่อถือศรัทธา สร้างคุณงามความดีเพื่อให้ความดีเป็นเกราะป้องกันความเสียหายของชื่อเสียงและให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อหน่วยงาน

2.6 เพื่อเป็นการธำรงรักษาความสัมพันธ์อันดี (maintain good relations) รักษาความรู้ความเข้าใจ รักษาความเป็นมิตรระหว่างหน่วยงานกับประชาชนในเรื่องของการดำเนินงาน โครงการ นโยบายให้เกิดความราบรื่นตลอดไป

3. วัตถุประสงค์เพื่อการบริหาร (Administrative Objective) ได้แก่

3.1 เพื่อเรียกร้องความร่วมมือร่วมใจ ความนิยมเลื่อมใส เชื่อถือศรัทธาจากผู้ร่วมงาน ประชาชน เพื่อจะได้แก้ไขปรับปรุงการบริหารและบริการแก่ชุมชนให้ดียิ่งขึ้น

3.2 เพื่อสร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพอันดี ระหว่างฝ่ายบริหารกับพนักงาน เจ้าหน้าที่

และประชาชน เพื่อส่งเสริมพัฒนาทัศนคติในการทำงานที่ดีและถูกต้อง ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 เพื่อพยายามที่จะลดความตึงเครียด ความขัดแย้ง ความไม่เข้าใจในบรรยากาศของการทำงาน เพื่อให้การบริหารงาน การบริการดำเนินไปด้วยความราบรื่น

3.4 เพื่อเป็นการให้ข่าวสาร ให้ความรู้ความเข้าใจแก่พนักงาน เพื่อจะได้มีความรู้ความเข้าใจในนโยบาย วัตถุประสงค์ และเรื่องราวต่าง ๆ ของหน่วยงาน

3.5 เพื่อพัฒนาและรักษาคุณภาพระดับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรให้ทั่วถึงอย่างมีประสิทธิภาพ การตอบสนองต่อความคิดเห็นและความรู้สึกในด้านต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน

3.6 เพื่อเป็นการผดุงรักษาไว้ซึ่งมาตรฐาน คุณภาพ จรรยาบรรณที่ดีต่อประชาชน

3.7 เพื่อพัฒนาให้เกิดความสำนึกว่าองค์กรเป็นศูนย์รวมของทุกคน

3.8 เพื่อเป็นการเสริมสร้างช่วยเหลือ แนะนำแก้ไข ปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาความสัมพันธ์เกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ และประชามติของบุคคลที่เกี่ยวข้อง

3.9 เพื่อแสวงหาช่องทาง ให้โอกาสแก่เจ้าหน้าที่หรือประชาชนได้เสนอแนะแสดงความคิดเห็นให้ฝ่ายบริหารทราบ เพื่อการแก้ไขปรับปรุงการบริการ

3.10 เพื่อการติดตามและประเมินการบริหารงานในแง่ของทศนคติ ความรู้สึกนึกคิดและประชามติของพนักงานและประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อทราบถึงอุปสรรคและแนวทางแก้ไขอันจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน

3.11 เพื่อพัฒนาการระมัดระวังภัยอันตรายต่างๆ อันเกิดจากกระแสประชามติ ความไม่พึงพอใจ ความไม่ยุติธรรมต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น

3.12 เพื่อให้สามารถมองหาทางเลือกในการดำเนินการ โดยการศึกษาและสำรวจประชามติ เพื่อให้หน่วยงานเกิดการพัฒนากิจการองค์การประชาสัมพันธ์

การจัดองค์การประชาสัมพันธ์จะเป็นในรูปแบบที่เหมือน ๆ กันหมด เพราะขึ้นอยู่กับนโยบายของฝ่ายบริหารและกิจกรรมขององค์การเป็นหลักสำคัญ ดังนั้นฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรจะใกล้ชิดผู้บริหารระดับสูง เพื่อรับนโยบายไปปฏิบัติได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ แต่บ่อยครั้งที่มีมักจะเกิดความขัดแย้งระหว่างฝ่ายบริหารกับหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่เรื่องที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์

ดังนั้นในการจัดองค์การของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารจึงควรมองเห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และฝ่ายประชาสัมพันธ์อาจจะจัดแบ่งงานเกี่ยวกับการให้บริการประชาชนงานด้านข่าวสาร งานด้านโฆษณาเผยแพร่ หรืองานด้านต่างๆ ตามความจำเป็นขององค์การ และแม้ว่าจะมีการจัดองค์การอย่างดีแล้วก็ตาม หากไม่ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณและกำลังคน

เอกสารแล้วก็ยากที่การดำเนินการจะราบรื่นยิ่งเพราะถ้าหากฝ่ายบริหารบอกว่าไม่สำคัญและไม่มีความสำคัญก็จะรำคาญไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นความยากลำบาก ดังนั้นจะให้องค์การเกิดประสิทธิภาพทุก ๆ ฝ่ายจึงควรให้ความสำคัญและร่วมมือกัน จะทำให้การจัดองค์การประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพอย่างแน่นอน (ชัยนันท์ นันทพันธ์.2521: 73-75)

ในการจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์ถือว่าเป็นวัตถุประสงค์หนึ่งในการจัดองค์การ ซึ่งกล่าวว่า วัตถุประสงค์ของหน่วยประชาสัมพันธ์คือ ให้ฝ่ายจัดการได้ทราบความคิดเห็นของสาธารณชน ซึ่งได้แก่

1. นำข่าวสารเกี่ยวกับทัศนคติและปฏิกิริยาของสาธารณชนแก่บุคคลที่อยู่ในหน่วยงานที่บริการสาธารณชนนั้น
2. ให้ฝ่ายจัดการได้ทราบแนวความคิดทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เพื่อให้ฝ่ายจัดการหลีกเลี่ยงผลร้ายของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของสาธารณชน
3. เสนอให้ฝ่ายจัดการพิจารณาด้านต่าง ๆ อันเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างกิจการและสาธารณชนเพื่อให้สามารถที่จะทำให้มีความสัมพันธ์
4. ศึกษาทัศนคติของสาธารณชน ด้วยการวิจัยประชามติ เพื่อให้ฝ่ายจัดการพิจารณาดำเนินการให้เกิดผลดีแก่หน่วยงาน

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า หน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์นั้นมีทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานแก่สาธารณชนและให้หน่วยงานรู้จักสาธารณชน เป็นการสร้างสายการสื่อสาร 2 ทาง กิจการต่าง ๆ ที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ทำบ่อย ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์สัมพันธ์เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ บริจาค ชุมชนสัมพันธ์ เอกสารการพิมพ์ การถ่ายภาพ การสื่อสารภายใน เป็นต้น (ชม ภูมิภาค .2526 : 121)

โครงสร้างของหน่วยงานประชาสัมพันธ์

สุพิน ปัญญาภ. (2530:286) กล่าวถึงการจัดโครงสร้างของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ว่าการจัดโครงสร้างในแต่ละองค์กรจะแตกต่างกันไปตามลักษณะงานหรือกิจกรรม และขึ้นอยู่กับขนาดขององค์กรว่ามีขนาดเล็กหรือใหญ่เพียงใด ซึ่งการจัดโครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์อาจจัดได้ 5 ลักษณะ ได้แก่

1. โครงสร้างแบบคณะกรรมการ เป็นคณะกรรมการที่มาจากผู้ทรงคุณวุฒิ มักทำหน้าที่กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์แก่องค์กร
2. โครงสร้างแบบที่ปรึกษา เป็นการจ้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ภายนอกมาเป็นที่ปรึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์หรือให้คำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหารขององค์กร
3. โครงสร้างตามหน้าที่ เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยม เพราะเป็นการกำหนดภาระหน้าที่ตามกิจกรรมของงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร เหมาะกับงานที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องและอาศัยความสามารถในระดับเท่าเทียมกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. โครงสร้างแบบเฉพาะกิจหรือแบบโครงการ เป็นรูปแบบที่กำหนดขึ้นสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เฉพาะเรื่องเฉพาะโครงการ เพื่อให้แล้วเสร็จไปในระยะเวลาหนึ่ง เหมาะกับหน่วยงานที่ต้องดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในหลายๆ วัตถุประสงค์

5. โครงสร้างแบบผสม เป็นการผสมผสานรูปแบบการจัดตามหน้าที่กับแบบเฉพาะกิจ โดยมีองค์การเป็นศูนย์กลางสนับสนุน  
หลักการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีหลักใหญ่ ๆ อยู่ 3 ประการ คือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ

การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงาน ตลอดจนความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ประชาชนและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ การบอกกล่าวชี้แจงเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มุ่งหมายไปในการแจ้งให้ทราบและดำเนินการให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชน รวมทั้งการเรียกร้องความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน ซึ่งการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้รับทราบ ย่อมเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อสถาบันในการได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน เพราะเมื่อเข้าใจอย่างถ่องแท้แล้วประชาชนย่อมเลื่อมใส ศรัทธาและให้การร่วมมือด้วย

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

การป้องกันความเข้าใจผิด ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน จึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน เกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้ นักประชาสัมพันธ์จึงต้องพยายามค้นหาสาเหตุที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบัน นักประชาสัมพันธ์ทุกคนจึงควรยึดหลัก การป้องกันความเข้าใจผิดที่จะเกิดขึ้นไว้ก่อน ดีกว่าจะต้องคอยตามแก้ไขในภายหลัง ซึ่งการแก้ไขความเข้าใจผิด มี 2 วิธีใหญ่ ๆ ได้แก่

2.1 การแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง คือ การออกคำแถลง ถ้อยแถลง แถลงการณ์ หรือประกาศ ชี้แจงแก้ความเข้าใจผิดไปยังกลุ่มประชาชน เพื่อให้ประชาชนทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องตามความเป็นจริง อย่างไรก็ตามการแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง ควรยึดหลักดังนี้

2.1.1 ต้องเป็นความเข้าใจผิดที่ปรากฏอย่างชัดเจน เช่น ปรากฏอยู่ทางหน้าหนังสือพิมพ์ หรือทางสื่อมวลชนอื่นๆ

2.1.2 เป็นการใช้ความจริงเข้าสู่ในการแถลงเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด ควรใช้เหตุผลและความจริงแสดงด้วยวิธีการตรงไปตรงมาอย่างบริสุทธิ์ใจ

2.1.3 คำชี้แจงหรือแถลงแก้ไขความเข้าใจผิด ต้องมีความกระชับรัดชัดเจน และมีน้ำหนัก

2.1.4 คำชี้แจงหรือแถลงแก้ไขความเข้าใจผิด ต้องมีหลักฐานและ

เอกสารแหล่งที่มาของคำแถลงเพื่อความเชื่อถือของประชาชนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.5 คำชี้แจงหรือแถลงแก้ไขความเข้าใจผิด จะต้องแก้ไขโดยรวดเร็ว  
ทันต่อเหตุการณ์

2.1.6 คำชี้แจงหรือแถลงแก้ไขความเข้าใจผิด จะต้องแก้ไขให้ตรงจุด ตรง  
ประเด็น เพื่อหักล้างความเข้าใจผิดหรือข่าวลือนั้นเสีย

2.2 การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อม มิใช่การ  
ออกประกาศชี้แจง หรือแถลงการณ์เหมือนวิธีแรก แต่เป็นการกระทำให้ประชาชนได้เห็นได้  
ประจักษ์แก่ตนเองเพื่อลบล้างความเข้าใจผิดหรือข่าวลือนั้นเสีย

### 3. การสำรวจประชามติ

เพราะองค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นจะต้องทราบ  
ถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน ที่เรียกว่า ประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่า  
ประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร การสำรวจวิจัยประชามติจึงเป็นสิ่งที่คู่กับการดำเนินงาน  
ประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพื่อจะได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ (วิรัช ลภีรัต-  
นกุล.2540 : 145-148)

วิจิตร อวาทกุล (2534 : 74-89) กล่าวว่า หลักการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ แบ่ง  
ออกเป็นดังนี้

1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ก่อนการดำเนินงานทุกชนิด
2. รู้และเข้าใจวัตถุประสงค์ นโยบายของหน่วยงาน
3. มีวัตถุประสงค์และเป้าหมาย
4. ศึกษาของฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
5. ให้หน่วยงานสร้างผลงานเพื่อเผยแพร่
6. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน
7. ศึกษาและเข้าใจความต้องการ ประเมินท่าที ความรู้สึก และทัศนคติของกลุ่มต่างๆ
8. ศึกษาสำรวจกระแสประชามติโดยทั่วถึง
9. ใช้ความคิดและความละเอียดอ่อน
10. ประกอบด้วยความรู้สึกนึกคิดที่ดี
11. ตั้งคำขวัญในการสร้างจุดสนใจ
12. ถือประโยชน์ส่วนรวมเหนือประโยชน์ส่วนตนหรือกลุ่ม
13. ยึดถือความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินการ
14. ดำเนินการด้วยความรับผิดชอบ
15. งานการประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของทุกคน
16. คิดใคร่ครวญก่อนเผยแพร่ข้อเท็จจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ปราศจากการกัณฑ์แก่สิ่งให้ร้ายป้ายสีหาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

18. เน้นการกระทำ ปฏิบัติ และบริการ
19. ตระหนักและดำเนินการในด้านมนุษยสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ
20. ควรอยู่เบื้องหลังการดำเนินการ
21. ให้หน่วยงานได้มีบทบาททางสังคม
22. ให้ความรู้ความเข้าใจ มีข้อมูลอย่างกว้างขวาง โน้มน้าวและจูงใจด้วยวิธีละมุนละไม
23. ดำเนินการเผยแพร่ให้กว้างขวาง
24. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้สัมพันธ์ต่อเนื่องกันไป
25. พร้อมทั้งจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง
26. ใช้วิธีสื่อสารสัมพันธ์แบบทางคู่หรือยูกลวิธี (Two-way Process)
27. ดำเนินการด้วยความหนักแน่นอดทน
28. ดำเนินการแบบง่าย ๆ และธรรมดา
29. อาศัยผู้ที่มีความสามารถช่วยในการประชาสัมพันธ์
30. หมั่นตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องของหน่วยงาน
31. ป้องกันไว้ดีกว่าแก้
32. ศึกษาและใช้ยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์
33. ยึดหลักและรักษาระยาบรรณของการประชาสัมพันธ์
34. มีความรู้ในเทคนิคและกลไกของการประชาสัมพันธ์
35. มีศิลปะและรสนิยมดี
36. การประชาสัมพันธ์เป็นทัพหลังของกิจการ

สุพิณ ปัญญามาก (2526 : 27-28) กล่าวว่าหลักการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีหลักสำคัญ 4 ประการ คือ

1. การประชาสัมพันธ์ ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องหยุดไม่ได้ และพยายามโดยไม่มีที่สิ้นสุด  
 เพิ่มตัวแปรที่สำคัญคือ ความรู้สึกนึกคิดหรือความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งเรียกว่า ประชาคมติ (Public Opinion) เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องรักษาความคิดเห็นที่สนับสนุนหน่วยงานไว้คงที่ตลอดไป

2. การประชาสัมพันธ์ ต้องกระทำอย่างมีแผน เป็นระบบ เป็นขั้นตอนมีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มประชาชนของหน่วยงานให้มากที่สุด โดยการทำงานนั้นต้องมีเอกภาพและสอดคล้องกันทุกขั้นตอน

3. การประชาสัมพันธ์ ต้องโน้มน้าวทัศนคติหรือความคิดเห็นของประชาชนให้สนับสนุนกิจการของหน่วยงาน

4. การประชาสัมพันธ์ ต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนให้เกิด

เอกสาร...  
 ความเข้าใจกันและไม่ขัดแย้งกัน กล่าวคือ ต้องเข้าใจความต้องการของชุมชนว่าต้องการอะไร มี  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทัศนคติอย่างไรบ้าง โดยเข้าไปปรับใช้หรือปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกับความต้องการนั้น

จากคำอธิบายดังกล่าวข้างต้น พอจะสรุปประเด็นสำคัญได้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่ต้องมีการวางแผนและกระทำอย่างต่อเนื่องหวังผลในระยะยาว โดยมุ่งที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติ เพื่อที่จะดำรงความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนไว้

ความรับผิดชอบของนักประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปความรับผิดชอบของนักประชาสัมพันธ์ตรงกับภาษาอังกฤษ 4 คำ ซึ่งรวมแล้วแปลว่าแข่งขัน RACE ซึ่งย่อมาจากคำเต็มว่า

R = Research แปลว่า การวิเคราะห์วิจัย

A = Action แปลว่า การกระทำหรือลงมือปฏิบัติตามที่ได้วิเคราะห์วิจัยมา

C = Communication แปลว่า การติดต่อสื่อสาร การเผยแพร่

E = Evaluation แปลว่า การประเมินผล การวัดผล

หมายความว่า ความรับผิดชอบของนักประชาสัมพันธ์ จะต้องวิเคราะห์วิจัยประชาคมติของประชาชนกลุ่มเป้าหมายว่ามีทัศนคติทำอย่างไรต่อสถาบัน เมื่อได้ข้อมูลแล้วหรือผลสรุปจากการวิเคราะห์แล้ว เริ่มปฏิบัติจัดทำประชาสัมพันธ์ด้วยการพิจารณาว่าจะทำข่าวอะไร ทำอย่างไร หลังจากนั้นก็ทำการสอบถาม หรือข่าวนั้นไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อ (Media) เมื่อจบขบวนการแล้วก็ทำการประเมินว่าที่ทำไปมีข้อบกพร่องอะไรบ้าง ผลที่ได้มาน้อยเพียงใด แต่ในปัจจุบันนี้ ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของนักประชาสัมพันธ์จะต้องทำคือ ให้คำแนะนำและเป็นที่ยอมรับ เพราะฉะนั้นนักประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นบุคคลที่ประกอบด้วยภูมิปัญญา ใช้สติมีความรอบรู้และรู้หลักการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะต้องให้คำปรึกษาและเป็นผู้แนะนำแก่ผู้บริหารในสิ่งที่ควรและไม่ควร ฉะนั้นจะต้องเติม Ad = Advise แปลว่า ให้คำปรึกษาหารือ ต่อท้ายคำว่า RACE เป็นคำใหม่ว่า RACE AD. (ระเด่น ทักษิณา.2526 : 112-113)

ภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์

Derriman (อ้างในวิรัช ลภีรัตนกุล .2526 :133) ได้อธิบายถึงงานภาระหน้าที่ที่สำคัญๆ ของนักประชาสัมพันธ์ว่ามีรวม 5 ประการด้วยกันคือ

1. หน้าที่ในการรายงานถึงแนวโน้มของประชาคมติให้ฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหารได้ทราบรวมทั้งเหตุการณ์ต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์การสถาบัน
2. หน้าที่ในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการในด้านนโยบายและการดำเนินงานขององค์การสถาบัน การสร้างความนิยมและการยอมรับจากประชาชนอันจะมีผลต่อการได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชนด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. หน้าที่ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ เข้าแก้ไขปัญหาหรือวิกฤติต่างๆ ที่อาจมีผลเสียหายต่อชื่อเสียงขององค์กร รวมทั้งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อดำรงไว้ซึ่งความนิยมจากประชาชน

4. หน้าที่ในการแพร่กระจายข่าวสารต่างๆ ขององค์กรสู่ประชาชนด้วยสื่อที่เหมาะสม

5. นักประชาสัมพันธ์เป็นตัวแทนขององค์กรสถาบัน เพื่อสร้างความประทับใจหรือความรู้สึกที่ดีงามต่อประชาชน หน้าที่ในการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชน การเขียนและการสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

บุญเกื้อ ควรหาเวช .(2542 : 59-60) กล่าวถึงหน้าที่หลัก 8 ประการของนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งคณะกรรมการการศึกษาของสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทยได้ประชุมเสนอไว้ดังนี้

1. การเขียน (Writing) ได้แก่ การเขียนรายงาน (Reports) กิจกรรมมีปัญหาทางการประชาสัมพันธ์อะไรบ้าง ประชาชนเข้าใจหรือไม่ มีวิธีการแก้ไขอย่างไร การออกข่าว (New Release) การเผยแพร่ (Publicity) มีวารสาร หนังสือ เอกสารเผยแพร่ บทความ วิทยุ โทรทัศน์ ปาฐกถา ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบทความทางเทคนิคอื่น ๆ เป็นต้น

2. การแก้ไขตัดแต่งข่าว ข้อความ (Editing) ก่อนการเผยแพร่สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ของสถาบัน เช่น วารสารภายในหน่วยงาน จดหมายเหตุด่วน รายงาน กรรมการที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานต้องได้รับการพิจารณาก่อนการแก้ไขให้เหมาะสมก่อนการเผยแพร่

3. การดำเนินงานสื่อสาร (Placement) ติดต่อบุคคลข่าวหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งวารสาร นิตยสาร การดำเนินการทำหนังสือพิมพ์ฉบับพิเศษ (Sunday Supplement) บรรณาธิการข่าวพาณิชย์ต่าง ๆ ตลอดจนการศึกษาและทราบถึงลักษณะของข่าวและความสนใจ จำนวนจำหน่าย ความสนใจ จำนวนจำหน่ายและประเภทของผู้อ่านหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับไว้เพื่อดำเนินการที่ถูกต้องเหมาะสมและได้ผลต่อไป

4. การส่งเสริมเผยแพร่ (Promotion) ได้แก่ การจัดงานดำเนินการในโอกาสพิเศษต่าง ๆ (Special Event) เช่น วันครบรอบ การจัดนิทรรศการ วันปีใหม่ ฯลฯ การจัดเลี้ยงแบบพบปะสื่อมวลชน (Press Parties) นิทรรศการทางวิชาการ การแสดงเผยแพร่ที่เป็นพิเศษ การจัดการประกวดให้รางวัลแก่ผู้มีเกียรติ รวมถึงเครื่องมือโสตทัศน เพื่อช่วยเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณของสถาบัน

5. ปาฐกถา (Speaking) การปรากฏตัวและกล่าวสุนทรพจน์กับกลุ่มต่าง ๆ โดยการเตรียมอย่างมีแผนการและจัดระเบียบอย่างเรียบร้อย เช่น สถานที่พูด แทนบรรยาย แสงเสียง ฯลฯ ที่เหมาะสม รวมทั้งการเตรียมคำพูดหรือสุนทรพจน์ที่สำคัญสำหรับหัวหน้าหรือผู้บริหาร

6. ผลิตและเผยแพร่ผลงาน (Production) ได้แก่ การมีความรู้เกี่ยวกับศิลปะ การวางรูปแบบผัง (Layout) ออกแบบเอกสารสิ่งพิมพ์ให้ดึงดูดความสนใจ รายงานฉบับพิเศษ การจัด

เอกสารรูปภาพและภาพข่าวไว้ความเคลื่อนไหวในหน่วยงานท่านโดยจัดที่แผงหรือผู้ประกาศซึ่งเคยทำเป็นคำ  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประจำ โดยการจัดเปลี่ยนไปตามโอกาส ไม่ควรติดภาพเก่าไว้นานเกิน 1 เดือน ควรมีการปรับปรุง และจัดใหม่อยู่เสมออย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

7. จัดทำรายการ (Programming) พิจารณาความถูกต้อง เป้าหมายของงานต่างๆ ให้คำแนะนำปรึกษาขั้นตอนแก่โครงการต่าง ๆ ในการชี้แจงแถลงข่าวถึงความก้าวหน้าหรือประชาสัมพันธ์ให้แก่โครงการ ชั้นนี้นับว่าเป็นขั้นสูงสุดของการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นจึงต้องการผู้มีความรู้ความเข้าใจสูงพอที่จะให้คำปรึกษาและแนะนำแก่ฝ่ายบริหารและในลักษณะที่ฝ่ายบริหารเชื่อถือและศรัทธา

8. การโฆษณาสถาบัน (Institutional Advertising) ได้แก่ การเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณ โดยการซื้อหน้าหนังสือพิมพ์หรือเวลาของวิทยุ โทรทัศน์ เป็นหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์โดยร่วมมือประสานงานกับฝ่ายโฆษณาอย่างใกล้ชิด ซึ่งนับว่าเป็นหน้าที่ของฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ร่วมกัน

คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

วัฒนา พุทธางกูรานนท์.(2542 : 237) ได้สรุปคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ ๆ ดังนี้

1. มีความรู้ความเข้าใจ ความสามารถในเรื่องกลไกการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี
  2. มีความรับผิดชอบต่องานประชาสัมพันธ์ ไม่หลีกเลี่ยงเมื่อเกิดวิกฤตการณ์อันมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับจุดมุ่งหมาย นโยบาย ตลอดจนเสถียรภาพของหน่วยงาน
  3. มีความสามารถวางแผนให้คำแนะนำในการดำเนินนโยบายประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับนโยบายของหน่วยงาน
  4. มีความคิดริเริ่ม ตัดสินใจได้ฉับพลันและถูกต้องเป็นส่วนมาก
  5. มีความรู้ความเข้าใจลักษณะงาน สภาพแวดล้อม ตลอดจนบุคคลทุกระดับของหน่วยงานและสังคม
  6. มีความสามารถเข้าใจในการใช้เทคนิคในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการเขียนข่าว บทความ สุนทรพจน์ แถลงการณ์ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ
  7. มีมนุษยสัมพันธ์ดีเข้ากับผู้อื่นได้ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานได้เสมอ
- นอกจากนี้ ระเบิดน ทักษิณา. (2526 : 103-106) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ไว้ 10 ประการ ได้แก่

1. เป็นผู้ที่พร้อมที่จะพูดคุยหรือคบกับคนทั่วไป คือ การเป็นผู้มองโลกในแง่ดีเสมอ พยายามมองหาจุดดีของคน ไม่กล่าวถึงปมด้อยหรือจุดบกพร่องของเขา
2. เป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ คือ การเป็นผู้ที่ไม่ถือตัว ไม่วางตัวสูงจนเกินไป
3. เป็นผู้ที่มีความเสมอต้นเสมอปลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ 4. เป็นผู้ที่มีความอดทนและหลีกเลี่ยงการโต้แย้งเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. เป็นผู้ที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์ต่าง ๆ ได้ดี คือเป็นผู้ที่ปฏิภาณไหวพริบ และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

6. เป็นผู้ที่ภักดีต่อสถาบันที่เราทำงานอยู่

7. เป็นผู้ที่มีความรู้ด้านประชาสัมพันธ์และความรู้รอบตัวอย่างกว้างขวาง

8. เป็นผู้ที่พูดเป็น ต้องมีความรู้ด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวิทยา ฯลฯ

9. เป็นผู้มีระบบและมีแบบแผน

10. เป็นผู้มีความรับผิดชอบ

จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

วัฒนา พุทธางกูรานนท์ (2542 :43-45) สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย ได้วางหลักมาตรฐานของวิชาชีพการประชาสัมพันธ์เพื่อให้การบริการในระดับที่ดีแก่ประชาชน และเป็นที่ยอมรับนับถือกันโดยทั่วไป ได้แก่

1. นักประชาสัมพันธ์มีหน้าที่โดยชอบธรรม ในการที่จะติดต่อโดยตรงไปตรงมา
2. นักประชาสัมพันธ์ควรจะใช้วิชาชีพของตน เพื่อสวัสดิภาพและความผาสุกของประชาชน
3. นักประชาสัมพันธ์มีหน้าที่โดยตรงที่จะให้ข้อเท็จจริง ซื่อสัตย์ ยุติธรรมและมีเหตุผล
4. จงระลึกเสมอว่า “ลูกค้าของเรานั้นเป็นฝ่ายถูกเสมอ” อย่าสร้างความขัดแย้งหรือเป็นปรปักษ์กับลูกค้า นายจ้างและประชาชนทั่วไป
5. นักประชาสัมพันธ์จะต้องปกป้องผลประโยชน์ ไม่เปิดเผยความลับที่ร่วมกับนายจ้างและลูกค้าทั้งอดีตและปัจจุบัน
6. ในฐานะที่นักประชาสัมพันธ์เป็นแกนกลางของการดำเนินการติดต่อสื่อสารกับประชาชน
7. นักประชาสัมพันธ์ไม่ควรบิดเบือน ถ้าเอียงในการเผยแพร่ข่าวสาร หรือจงใจที่จะช่วยปกปิดความผิดที่มีผลเสียต่อผลประโยชน์ของมวลชน
8. การดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องเตรียมพร้อมอยู่เสมอ
9. ทำงานอย่างตรงไปตรงมา ดำเนินนโยบายอย่างอิสระ
10. ไม่จงใจทำลายชื่อเสียงของวิชาชีพการประชาสัมพันธ์
11. นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความเคารพต่อสิทธิของบุคคลและคณะ
12. ไม่รับค่านายหน้าหรือค่าตอบแทนใดๆ จากบุคคลใดบุคคลหนึ่ง
13. เมื่องานประสบความสำเร็จ นักประชาสัมพันธ์ต้องไม่เรียกร้องสิ่งมีค่าหรือค่าธรรมนิยมใดๆ มากไปกว่าที่ได้ทำสัญญากันไว้กับลูกค้าและผู้ว่าจ้าง
14. นักประชาสัมพันธ์พึงถือความเสมอภาคในหน้าที่และความรับผิดชอบของเพื่อนสมาชิก

เอกสารในกรณีที่ต้องปฏิบัติกรร่วมกันจะต้องสร้างความขัดแย้งหรือให้ร้ายกัน ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

15. เมื่อใดก็ตามที่ได้ทราบว่าการรับจ้างดำเนินงานกับองค์กรใดองค์กรหนึ่ง ก่อให้เกิดปัญหาหรือเป็นการทำลายหลักจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์ ให้ยุติการปฏิบัติการกับองค์กรนั้นโดยทันที

16. ในกรณีที่เพื่อนสมาชิกกระทำการผิดหลักจรรยาบรรณ นักประชาสัมพันธ์ผู้ถูกระบุให้เป็นพยานจะต้องไปปรากฏตัว นอกเสียจากว่ามีเหตุผลสมควรและคณะกรรมการสมาคมเห็นชอบด้วย

17. นักประชาสัมพันธ์จะต้องให้ความร่วมมือกับเพื่อนสมาชิกร่วมอาชีพเดียวกัน ในอันที่จะผลุงและรักษาไว้ซึ่งจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

ปัญหาของนักประชาสัมพันธ์

สำหรับการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย แนวความคิดต่างๆ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนัก แต่ในช่วงระยะเวลา 40 ปีที่ผ่านมา การประชาสัมพันธ์ได้พัฒนาบทบาทขึ้นมาก แต่กระนั้นก็ยังมีความปัญหาและอุปสรรคบางประการ ได้แก่

1. มีการใช้การประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางหลายรูปแบบ เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการแก้ปัญหาและการรณรงค์ส่งเสริมในแต่ละกรณี เป็นเหตุให้เกิดความสับสน ไขว้เขวกันระหว่างการประชาสัมพันธ์และการอื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงหรือคล้ายคลึงกัน เช่น การสารสนเทศ การโฆษณา เป็นต้น

2. ในด้านเชิงปฏิบัติ ปัญหาความเข้าใจผิดเกี่ยวกับแนวคิดและการปฏิบัติงานทางการประชาสัมพันธ์ คือ คนทั่วไปมักเข้าใจว่าใครๆ ก็สามารถทำงานด้านประชาสัมพันธ์ได้ สามารถประกอบอาชีพการประชาสัมพันธ์โดยไม่ได้เรียนหรืออบรมได้

3. บุคลากรที่ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ยังขาดความสามารถในการทำงาน เช่น ขาดทักษะในการวิจัย ขาดความคิดสร้างสรรค์ ขาดความรับผิดชอบ เป็นต้น

4. งานประชาสัมพันธ์ของไทยยังอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้อาจจะเพราะผู้บริหารมองไม่เห็นความสำคัญ จึงทำให้การประชาสัมพันธ์ขาดประสิทธิภาพ

5. ผลกระทบด้านอัตราการจ้างงานและการขยายตัวของหน่วยงานและการขยายตัวของชุมชน เมื่อเกิดการขยายตัวเพิ่มขึ้นทำให้ต้องทำการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจจะทำให้ขาดประสิทธิภาพได้

6. ผลกระทบทางคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีทางการสื่อสารในยุคปัจจุบันมีผลต่อการประชาสัมพันธ์ การเติบโตทางเทคโนโลยีมีผลผลักดันให้การประชาสัมพันธ์มีความซับซ้อน มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น ผู้ทำการประชาสัมพันธ์ที่ขาดความสามารถทางด้านเทคโนโลยีจะทำให้การทำงานล่าช้า และไม่เกิดประสิทธิภาพ

7. ความคาดหวังที่ไม่ถูกต้องในการประชาสัมพันธ์ (เดือนจิตต์ จิตต์อารี.2537 : 9-11)

สะอาด ดัณศุภผล(2507:387) ได้กล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ไว้

เอกสารดังนี้ เอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ประชาชนที่เกี่ยวข้องหรือประชาชนทั่วไปไม่ให้การสนับสนุนหรือเห็นชอบต่อนโยบาย การดำเนินงานหรือท่าทีของสถาบัน
2. กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องหรือประชาชนทั่วไปมีท่าทีหรือแสดงปฏิกิริยาขัดแย้งหรือ ต่อต้านนโยบาย กิจกรรมหรือท่าทีของสถาบัน
3. กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องหรือประชาชนทั่วไป เกิดความเข้าใจผิดอันเป็นอันตรายต่อ นโยบาย กิจกรรมหรือท่าทีของสถาบัน
4. เมื่อการโฆษณาเผยแพร่ข่าวสารของทางราชการไปสู่ประชาชนที่เกี่ยวข้องหรือ ประชาชนทั่วไป มีลักษณะที่ขาดแคลนข่าวสารหรือไม่เพียงพอ หรือขาดตกบกพร่อง

### สภาพประชาสัมพันธ์

หลักในการจัดการประชาสัมพันธ์ที่ใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัย ซึ่งยึดหลักการ ประชาสัมพันธ์ของ อุทัย หิรัญโต (2520:20-21) ได้กล่าวถึงหลักการประชาสัมพันธ์ว่าประกอบไป ด้วยหลักสำคัญ 6 ประการได้แก่

1. การจัดทำล้งเจ้าหน้าที่ ประกอบไปด้วยเจ้าหน้าที่ทุกคนที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การคัดเลือก การฝึกอบรม การจัดเจ้าหน้าที่ติดตามข่าวและ ประสานงานกับสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ดังนั้น ผู้ที่มีบทบาทในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์โดยตรงจะแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

- 1.1 ผู้อำนวยการหรือหัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์ (Public Relations Director) ควรจะมีคุณสมบัติดังนี้

- 1) มีความรู้ความเข้าใจในจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี
- 2) มีความเข้าใจในลักษณะงานประชาสัมพันธ์ที่จะมีผลต่อสถาบัน
- 3) มีมนุษยสัมพันธ์ สามารถปรับตัวให้เข้ากับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้
- 4) เข้าใจสื่อต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์
- 5) มีทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อและสามารถผลิตรายการเพื่อเผยแพร่ทาง สื่อมวลชนเช่น หนังสือพิมพ์ และวิทยุได้
- 6) มีความสามารถในการบริหารงานให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้อย่างมี ประสิทธิภาพ
- 7) มีความรอบรู้และมีระดับความรู้พื้นฐานสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทฤษฎีของผู้บริหารว่าด้วยเรื่องการประชาสัมพันธ์

เสรี วงษ์มณฑา (2540 : 38-39) กล่าวว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นงานการบริหาร เป็นบทบาทที่จะต้องอยู่ในหน้าที่ตามสายงานมิใช่หน้าที่ของฝ่ายที่ปรึกษา ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจด้วย ดังนั้นผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความคิดในเรื่องทฤษฎีของผู้บริหารว่าด้วยเรื่องการประชาสัมพันธ์ (Management Theory of Public Relation) ซึ่งทฤษฎีของผู้บริหารว่าด้วยเรื่องการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

1. ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อม
2. ผู้บริหารจะต้องทำงานอยู่ภายในกรอบขององค์กรเพื่อป้องกันไม่ให้องค์กรเกิดปัญหา
3. ผู้บริหารจะต้องคิดในเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างยุทธศาสตร์เชิงบวกตลอดเวลา หมายถึง มีภาพพจน์ที่ดีในสายตาของประชาชนและบุคคลทั่วไปด้วย การเข้าไปมีส่วนในการช่วยเหลือสังคม และผู้นำด้านความคิดของสังคมจะทำให้องค์กรได้รับการกล่าวถึงในแง่ดี ซึ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นบรรยากาศเชิงบวกทั้งสิ้น
4. ผู้บริหารต้องพร้อมที่จะวัดผลการทำงานในด้านการสร้างภาพพจน์ คือ พร้อมที่จะวัดผลว่าสิ่งที่ทำลงไปนั้นถูกต้องหรือไม่ สามารถเปลี่ยนแปลงความคิดของประชาชนได้หรือไม่ ใช้งบประมาณอย่างถูกต้องและคุ้มค่าหรือไม่

1.2 ผู้ร่วมงาน (Staff) ควรจะเป็นผู้ที่มีความสามารถเฉพาะตรงกับส่วนประกอบย่อยของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่จะต้องปฏิบัติ มีความรับผิดชอบและมีคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์อย่างครบถ้วน ซึ่งถ้าพิจารณาแบ่งตามหน้าที่แล้วสามารถแบ่งได้ 4 ประเภทคือ

1) เจ้าหน้าที่บริการ ได้แก่ ช่างภาพ ช่างศิลปะ ช่างอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งคอยให้บริการด้านถ่ายรูปออกแบบเขียนภาพ ฉายภาพยนตร์ สไลด์ ติดตั้งควบคุมเครื่องขยายเสียง เป็นต้น

2) เจ้าหน้าที่รวบรวมข่าวสาร ได้แก่ บรรณารักษ์ นักค้นคว้าวิจัย เจ้าหน้าที่ตัดข่าวหนังสือพิมพ์ และรวบรวมภาพถ่ายไว้เพื่ออ้างอิงและใช้ประกอบการเขียนข่าว

3) เจ้าหน้าที่ด้านโฆษณาและเผยแพร่ ได้แก่ ผู้เรียบเรียงเอกสารซึ่งทำหน้าที่เขียนข่าว บทความ สารคดีเพื่อโฆษณาเผยแพร่ไปลงในหนังสือพิมพ์นิตยสารตลอดจนวารสารต่าง ๆ รวมทั้งออกอากาศวิทยุ โทรทัศน์ เจ้าหน้าที่ผลิตสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ปาฐกถาที่ออกไปกับรถข่าวสารเคลื่อนที่ ผู้ต้อนรับและบรรยายสรุปเวลามีแขกมาเยี่ยมชมหน่วยงาน เป็นต้น

4) เจ้าหน้าที่เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โดยตรง ได้แก่ ผู้ที่ให้คำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร วางแผนดำเนินการทางด้านการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งอำนวยความสะดวกในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานดำเนินไปตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสรี วงษ์มณฑา (2542 :246-247) กล่าวว่า ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นการวางแผน หรือการใช้ความพยายามที่ต่อเนื่องของฝ่ายจัดการที่จะปรับปรุงระดับความสามารถของพนักงาน และการทำงานขององค์กร โดยอาศัยโปรแกรมการฝึกอบรม การพัฒนาจิตสำนึกในการ ประชาสัมพันธ์ และการให้การศึกษาเพื่อสร้างความเข้าใจ

ผู้ที่ทำงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องเสนอแนะการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วย ซึ่งการ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรพิจารณาประเด็นของบุคลิกภาพที่ดี การพัฒนามนุษย์สัมพันธ์ สำหรับการ พัฒนาบุคลากรให้เชื่อในงานประชาสัมพันธ์และทำตัวเป็นนักประชาสัมพันธ์ จะต้องให้ พนักงานมีความเข้าใจในความสำคัญของภาพพจน์ และยินดีที่จะทำหน้าที่เป็นพนักงาน ประชาสัมพันธ์ นั่นคือ รู้จักที่จะเผยแพร่เรื่องราวที่ดีงามของบริษัทหรือองค์กรให้ผู้อื่นทราบ ทำงานให้มีประสิทธิภาพและพร้อมที่จะให้บริการที่ดี รวมถึงหลีกเลี่ยงการพุดถึงบริษัทในเรื่องที่ไม่ ดีกับบุคคลภายนอก สิ่งนี้เป็นสิ่งที่ฝ่ายบริหารและฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่จะต้องสร้างความเข้าใจและ ความรู้สึกที่ชัดเจนว่าพนักงานทุกคนต้องทำตัวเป็นพนักงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทหรือองค์กร ด้วย

2. การจัดสำนักงาน เป็นเรื่องของการจัดให้มีหน่วยและสถานที่ติดต่อสอบถามระบบการ ติดต่อสื่อสารภายใน โครงสร้างการบริหารการประชาสัมพันธ์ นโยบายและแผนงานการ ประชาสัมพันธ์ ซึ่งการจัดสำนักงาน มีหลักที่ควรยึดถือปฏิบัติดังนี้

- 2.1 การตั้งโต๊ะทำงานต้องเป็นไปตามสายงานตามลำดับไม่ย้อนไปย้อนมา
- 2.2 โต๊ะทำงานควรหันหน้าทางเดียวกัน และหันเข้าหาผู้มาติดต่อ โดยให้เจ้าหน้าที่ ชั้นผู้น้อยนั่งแถวหน้า หัวหน้างานอยู่แถวหลัง
- 2.3 งานที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันใช้เครื่องมืออุปกรณ์ด้วยกันให้อยู่ใกล้ๆ กัน
- 2.4 งานที่ส่งเสียงดังควรให้อยู่ห่างจากงานที่ต้องใช้ความคิด
- 2.5 ห้องทำงานต้องมีแสงสว่างเพียงพอมีอากาศถ่ายเทได้ดี
- 2.6 ควรทำเคาน์เตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่บริการผู้มาติดต่องานเพื่อความสะดวกและ สวยงาม
- 2.7 งานที่มีประชาชนมาติดต่อเป็นประจำควรให้อยู่ใกล้ทางเข้าออก และมี สถานที่เพียงพอ
- 2.8 การตั้งตู้เก็บเอกสาร จะต้องไม่เกะกะและสะดวกในการปิดเปิด
- 2.9 โต๊ะเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ หรือ ติดต่อสอบถาม ควรอยู่ในที่เห็นได้เด่นชัด เป็นด่านแรกสำหรับผู้มาติดต่อ

เนตร์พัฒนา ขาววิราช (2542 :1) กล่าวถึงความหมายของสำนักงานว่า หมายถึง สถานที่ที่ ใช้สำหรับปฏิบัติงานในด้านเอกสาร หนังสือหรือข้อมูลข่าวสาร สำนักงานถือเป็นเสมือนหัวใจ เอกสารและมันสมองของการบริหารงานต่างๆ ไปในวงราชการ นอกชนและรัฐวิสาหกิจ สำนักงานเป็นคร่ำ ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศูนย์รวมของการบริหารงานด้านต่างๆ เช่น งานสารบรรณ งานบัญชี บทบาทหน้าที่หลักของสำนักงานคือ การให้บริการแก่หน่วยงานอื่น ทุกองค์การมีความจำเป็นที่จะต้องมีส่วนงานเพื่ออำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ แก่บุคคลภายในและภายนอกองค์การ

George R. Terry (อ้างในเนตร์พัฒนา ยาวีราช .2542 : 1) กล่าวว่า สำนักงาน คือ การดำเนินงานกับข้อมูลให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด โดยอาศัยปัจจัยต่างๆ ได้แก่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ และระบบต่างๆ เข้าด้วยกัน โดยอาศัยหลักการจัดการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวกและการสั่งการ การประสานงานและการควบคุมงาน เพื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์การนั้น

ปรีชา จำปารัตน์ (อ้างในสุรัสวดี ราชกุลชัย .2542 :5) กล่าวถึงความหมายของสำนักงานว่า แต่เดิมเป็นงานประเภทที่ให้บริการด้านธุรการแก่หน่วยงานหลักขององค์การเท่านั้น เช่น งานสารบรรณ งานสถานที่ งานจัดยานพาหนะ หรืองานจัดซื้อ เป็นต้น ปัจจุบันเป็นการทำงานของหน่วยงานกลางคอยช่วยผู้บริหารระดับสูงในการวางแผนวินิจัยสั่งการ ควบคุมงาน และให้บริการพื้นฐานต่างๆ โดยนำเทคนิคสมัยใหม่ เช่น ระบบสำนักงานอัตโนมัติ (Office Automation : OA) และการควบคุมคุณภาพ (Quality Control : QC) เข้ามาช่วย

ลักษณะของสำนักงาน

ยอร์จ อาร์ เทอรี (อ้างในศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ สมชาย หิรัญกิตติ.มปป. :4-5) ได้อธิบายลักษณะของสำนักงานไว้ดังนี้

1. หน้าที่ให้ความสะดวก (Facilitating Function) เป็นงานที่ให้ความสะดวกหรือสนับสนุนผลงานให้สูงขึ้น และมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ตัวอย่างงานที่ให้ความสะดวก ได้แก่ การปรับปรุงงานสำนักงาน การจัดระบบการทำงานให้ง่ายขึ้น การใช้อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานให้มีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ วิธีการปรับปรุงและการติดตามผลงาน

2. งานที่ให้บริการ (A Service Work) เป็นงานที่ช่วยปฏิบัติให้บริการ หรือช่วยเสริมงานหลักอื่นๆ ของสำนักงาน ตัวอย่างลักษณะงานที่ให้บริการ ได้แก่ งานประชาสัมพันธ์ งานบริการงานต้อนรับ งานรับส่งจดหมาย เป็นต้น

3. ปริมาณของสำนักงานขึ้นอยู่กับองค์ประกอบภายนอกของสำนักงาน ตัวอย่างเช่น จำนวนจดหมายที่สำนักงานได้รับจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจำนวนของลูกค้า

4. งานสำนักงานมีส่วนก่อให้เกิดผลกำไรแก่ธุรกิจทางอ้อม เพราะงานสำนักงานเป็นงานที่ให้บริการแก่หน่วยงานอื่นในสำนักงานจึงถือได้ว่ามีส่วนในการสร้างกำไรให้แก่ธุรกิจทางอ้อม

5. ลักษณะส่วนใหญ่ของงานสำนักงาน ประกอบด้วย งานพิมพ์ งานเขียน จดหมายโต้ตอบ งานคิดคำนวณ งานออกแบบและวางแผน

6. งานสำนักงาน มีลักษณะเป็นงานเอกสาร (Paper Work) ซึ่งมีกระจายอยู่ทุกหน่วยงาน

เอกสารของบริษัที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. งานสำนักงานเป็นงานที่ต้องใช้คุณภาพส่วนบุคคลในการปฏิบัติงาน เช่น ต้องการความเรียบร้อย สะอาด สวยงาม ประณีตละเอียดถี่ถ้วน ความแม่นยำ ดังนั้นจึงมีลักษณะและแนวโน้มที่จะใช้สตรีทำงานในสำนักงานมากขึ้น เนื่องจากสตรีส่วนใหญ่มีลักษณะอุปนิสัยเหมาะสมที่จะทำงานนี้ได้ดี

ลักษณะโดยตรงของงานสำนักงาน จึงเป็นการให้บริการแก่หน่วยงานอื่นๆ ทั้งในรูป การประสานงาน การช่วยเหลือในการหาข้อมูล เก็บข้อมูล ฯลฯ เพื่อให้หน่วยงานต่างๆ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงถือว่าการบริการ (service) เป็นวัตถุประสงค์หลักในการบริหาร ดังนั้นจึงไม่สามารถคำนวณกำไรที่เกิดขึ้นจากงานสำนักงาน เพราะการบริการขึ้นอยู่กับขนาดขององค์กร ปัจจัยภายนอก เช่น จำนวนลูกค้า จำนวนยอดขาย จำนวนคำสั่งของ จำนวนจดหมายติดต่อ เป็นต้น นอกจากนั้นยังเป็นงานซิดเขียนหรืองานเกี่ยวกับเอกสาร งานหนังสือ ซึ่งยากแก่การคำนวณผลกำไร ทำนองเดียวกันอาจมีผู้บริหารบางคนคิดว่างานสำนักงานมีเพียงค่าใช้จ่าย ไม่มีรายได้กลับมาให้เห็น และไม่คอยเห็นความสำคัญของสำนักงาน แท้จริงแล้วแม้หน่วยงานนี้จะมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นมากก็ตาม แต่ต้องพิจารณาผลงานที่เกิดขึ้นกับองค์กรว่า ถ้าหน่วยงานอื่นทำงานได้ดีขึ้น ผลกำไรมากขึ้นก็เพราะความช่วยเหลือของงานสำนักงาน จึงพอจะกล่าวได้ว่า งานสำนักงานมีความสำคัญเช่นกัน

วัตถุประสงค์ของการจัดสำนักงาน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ สมชาย หิรัญกิตติ.มปป. :64-65)

1. ทำให้สำนักงานอยู่ในสภาพที่เป็นระเบียบและสะอาด
2. มีการรวมกลุ่มงานที่มีลักษณะเหมือนกัน หรือคล้ายกันเข้ามารวมอยู่ในบริเวณเดียวกัน เพื่อสะดวกในการควบคุมดูแล และสั่งการ รวมทั้งป้องกันเสียงรบกวน โดยการกั้นห้องตามความจำเป็น หรือจัดกลุ่มงานให้ห่างไกลกัน
3. มีการกำหนดสายทางเดินของงานให้คล่องตัวมากยิ่งขึ้น ส่วนใหญ่กำหนดเป็นเส้นตรง
4. มีการจำกัดช่องทางเดินให้สะดวกปราศจากสิ่งกีดขวาง จัดโต๊ะทำงาน ตามลักษณะการเคลื่อนไหวของงานโดยลดความซับซ้อน ยุ่งยาก และพื้นที่นั่งของพนักงานไม่อยู่ชิดกันมากเกินไป ผู้เอกสารต้องจัดวางเป็นระเบียบไม่เกะกะสิ้นเปลืองเนื้อที่สำหรับงานอื่น
5. มีเครื่องมือเครื่องใช้อยู่ใกล้ผู้ใช้ ซึ่งสามารถหยิบมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว จัดสิ่งที่ไม่จำเป็นออกไป ลดระยะทางของสายการปฏิบัติงานให้น้อยลง
6. มีระบบการถ่ายเทอากาศ แสงสว่าง สี อุณหภูมิในห้องทำงานที่เหมาะสม และจัดสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องทุนแรง เครื่องสุขภัณฑ์อย่างเพียงพอ ตลอดจนมีสภาพแวดล้อมที่ดีต่อการปฏิบัติงาน
7. มีการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ในสำนักงาน และวัสดุสิ่งของเครื่องมือเครื่องใช้สำนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. เพื่อให้บุคลากรภายในสำนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด หรือจงใจให้บุคลากรทุกระดับทำงานอย่างเต็มที่

9. มีระบบการรักษาความปลอดภัยแก่พนักงานอย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ลักษณะงานสำนักงานอย่างหนึ่งคือ การบริการแก่ผู้มาติดต่อ ในองค์การขนาดใหญ่ การต้อนรับเป็นหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ และในกิจการขนาดเล็กเป็นหน้าที่ของเลขานุการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ สมชาย หิรัญกิติ.มปป. :220)

3. การจัดบริการ เป็นเรื่องของการจัดบริการต่าง ๆ ภายในหน่วยงานเพื่อให้ความสะดวกและประทับใจแก่ผู้มาติดต่อ เช่น เอกสารอ้างอิงต่าง ๆ สถิติข้อมูลทุกชนิดขององค์การ แผนงานหรือโครงการผลงานที่กำลังทำหรือทำเสร็จแล้ว การเผยแพร่ข่าวสาร แผ่นปลิว แผ่นภาพต่าง ๆ และควรจะได้มีห้องล้างอัด ขยายภาพของหน่วยงานเอง นอกจากนี้ ควรจะมีการติดตั้งโทรศัพท์เพื่อติดต่อกับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์การอย่างเพียงพอ

4. การจัดกิจกรรม เป็นเรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ เช่น การจัดงานพบปะสังสรรค์ การจัดรายการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ในด้านต่างๆ ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การจัดทำวารสาร จุลสาร จดหมายข่าว แผ่นพับ ป้ายประกาศ นิทรรศการ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของส่วนราชการหรือองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เนตร์พัฒนา ขาววิราช (2542 : 15) กล่าวว่า งานประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารต่อมวลชนต่างๆ เช่น การนำเสนอข่าวสารต่างๆ ได้แก่ การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ การแนะนำบริการใหม่ การทดลองค้นคว้าวิจัยสิ่งใหม่ๆ สิ่งเหล่านี้ผู้ปฏิบัติงานต้องให้ความสำคัญต่อสื่อมวลชน ศึกษาวิธีการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนต่างๆ เพราะการประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อมวลชนต่างๆ มีอิทธิพลมาก ควรเสริมสร้างสัมพันธภาพอันดีต่อสื่อมวลชน การใช้ข่าวสารเขียนข้อความเพื่อการสื่อความหมายที่ถูกต้องและชัดเจน นอกจากนี้งานประชาสัมพันธ์ในด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อให้เป็นที่รู้จักและเผยแพร่ชื่อเสียงของหน่วยงานให้บุคคลทั่วไปได้ทราบ การจัดกิจกรรมพิเศษอาจเป็นกิจกรรมที่ช่วยเหลือสังคม การรณรงค์ในเรื่องต่างๆ ที่สอดคล้องและสนับสนุนกับความต้องการของสังคม สิ่งเหล่านี้จะช่วยหน่วยงานเป็นที่รู้จักกันทั่วไป และยังสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงานอีกด้วย

5. การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องอาศัยอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้เป็นส่วนมาก เครื่องมือเครื่องใช้ที่จำเป็นควรจะมีกล้องถ่ายภาพยนตร์ กล้องถ่ายรูป ฟิล์ม เทปบันทึกเสียง โทรทัศน์ พิมพ์ดีด เครื่องฉายสไลด์ แผ่นผัง แผนภูมิ แผนที่ เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องอัดสำเนา ตลอดจนรถยนต์ เป็นต้น นอกจากนี้อุปกรณ์สำนักงานก็ต้องจัดสรรให้เพียงพอ เช่น กระดาษ ดินสอ ซองจดหมาย คลิป ที่เย็บกระดาษ กาว สก๊อตเทป กระดาษป้ายและชอล์ค เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสรี วงษ์มณฑา (2542 :176) กล่าวว่า การใช้วัตถุอุปกรณ์ (Artifacts) ในการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ในสำนักงานขององค์กรนั้น จะมีผลต่อภาพพจน์ขององค์กร การที่ผู้คนจะมององค์กรอย่างไร จะมีทำที่ความรู้สึกอย่างไรกับองค์กรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับข้าวของเครื่องใช้ในสำนักงานนั้นด้วย

6. การจัดงบประมาณ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดทำแผน หรือ โครงการประชาสัมพันธ์ การตั้งงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ การหาแหล่งเงินทุนสนับสนุน การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์จะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับขนาดและโครงการของแต่ละองค์กร หรือแล้วแต่การมองเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ โดยปกติทั่วไป องค์กรธุรกิจหรือบริษัท ห้างร้านต่าง ๆ จะจัดสรรเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์ประมาณ 25% ของรายจ่ายทั้งหมด ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การจัดสรรงบประมาณนี้ นอกจากจะจัดสรรเฉพาะกิจกรรมของหน่วยงานแล้ว ยังต้องรวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานอื่นด้วย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยดังต่อไปนี้

รพีพล ยูวะนิคม (2537 : 143-168) ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า

1. นโยบายและการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของกองประชาสัมพันธ์ สำนักงานในประเทศไทย 22 แห่ง และสำนักงานต่างประเทศ 17 แห่ง มีลักษณะคล้ายกันคือ มีนโยบายหลักในการวางแผน แผนมีทั้งระยะสั้นและระยะยาว มีการกำหนดรายละเอียดของแผนอย่างชัดเจน แต่ไม่มีการประเมินผลโดยตรง

2. ด้านโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองประชาสัมพันธ์สำนักงานใหญ่มีการแบ่งส่วนอย่างชัดเจน และแบ่งหน้าที่รับผิดชอบตามความชำนาญของบุคลากร แต่สำนักงานในประเทศไทยและสำนักงานต่างประเทศส่วนใหญ่ไม่มีการแบ่งส่วนเนื่องจากไม่มีฝ่ายประชาสัมพันธ์โดยตรงจึงอาศัยการทำงานร่วมกัน ผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยส่วนใหญ่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายและบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์

3. ส่วนอุปสรรคและปัญหาในการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น สำนักงานใหญ่ สำนักงานในประเทศไทยและสำนักงานต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีอุปสรรคและปัญหาด้านบุคลากรและงบประมาณไม่เพียงพอ

สุเทพ เดชะชีพ (2532 : 89-128) ศึกษาเรื่อง คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร ผลการวิจัยพบว่า

ผู้บริหารองค์กรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ไม่เคยผ่านงานด้านประชาสัมพันธ์ แผนประชาสัมพันธ์ที่วางไว้ถูกนำมาใช้บ้าง ถึงใช้อย่างมากในบางองค์กร ผู้บริหารเห็นว่า การ

เอกสารประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญ และมีต้องการคุณสมบัติและการปฏิบัติหน้าที่ไม่แตกต่างกัน ตัวแปรค่าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มีความสัมพันธ์ในการกำหนดความแตกต่างของภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ คือ ประสิทธิภาพการทำงานของผู้บริหาร การเข้ารับการฝึกอบรมของผู้บริหาร การศึกษาจากตำรา เอกสารของผู้บริหาร การมีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ การมีแผนงานประชาสัมพันธ์ การนำแผนมาใช้ปฏิบัติ ฐานะงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร

แนวโน้มในอนาคตทางด้านงานประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น มีการเพิ่มจำนวนบุคลากรเกือบทุกองค์กร มีการขยายหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการเพิ่มจำนวนโสตทัศนอุปกรณ์ งบประมาณ กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์จะขยายตัวมากขึ้นและแนวโน้มผู้บริหารส่วนใหญ่ต้องการผู้ที่สำเร็จการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์ หรือวารสารศาสตร์โดยตรงเข้ามาทำงานด้านการประชาสัมพันธ์

รัตนกร ทองสำราญ (2540 : 132-170) ทำการศึกษา การวิเคราะห์แนวโน้มนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ผลการวิจัยพบว่า

ต้องมีการปรับปรุงทบทวนแนวโน้มนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540-2544 ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ที่ได้มีการปรับแล้ว แผนการศึกษาชาติ นโยบายของรัฐบาล กฎหมายรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2540 ตลอดจนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เป็นจริง และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทั้งนี้ต้องเน้นการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน การประสานงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง รวมทั้งการกำหนดตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรม

สำหรับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของหน่วยงานต่าง ๆ ในการนำแนวโน้มนโยบาย ไปสู่การปฏิบัติ คือ ปัจจัยภายใน (บุคลากร การประสานงานและงบประมาณ) ปัจจัยภายนอก (รัฐบาลและงบประมาณ) และลักษณะการดำเนินงาน

กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะสำนักงานเลขาธิการกรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ สมควรพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในสายงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เป็นที่เชื่อถือและยอมรับจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

สุกัลยา บุญยบัณฑูร (2541 :154-176) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการฉลากประหยัดไฟ ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโครงการฉลากประหยัดไฟไฟฟ้า ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติ เกี่ยวกับการประหยัดไฟ / ฉลากประหยัดไฟ
2. ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักหรือได้รับข่าวสารของโครงการฉลากประหยัดไฟจากสื่อมวลชนมากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุ ส่วนสื่อที่สามารถสร้างความเข้าใจได้มากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือ สื่อวิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ประหยัดไฟคือ สื่อโทรทัศน์ รองลงมาเป็นสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. พฤติกรรมการเลือกซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้ามีความสัมพันธ์แบบผกผันกับทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟ / ฉลากประหยัดไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฉลากประหยัดไฟฟ้า

4.1 มิติด้านการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ ความเข้าใจ พบว่าสื่อมวลชนกับสื่อเฉพาะกิจมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคล โดยสื่อมวลชนให้ความรู้ได้ดีในเรื่องฉลากประหยัดไฟฟ้าในระดับการระลึกถึง รวบรวมสาระสำคัญได้ และการนำไปใช้ได้ ในขณะที่สื่อเฉพาะกิจมีประสิทธิภาพในการให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการประหยัดไฟอยู่ในระดับปานกลาง

4.2 มิติด้านการเผยแพร่ทัศนคติโดยรวมเกี่ยวกับการประหยัดไฟ/ฉลากประหยัดไฟฟ้า พบว่ามีประสิทธิภาพในระดับสูง แต่เป็นทัศนคติด้านความรู้ และด้านอารมณ์เป็นส่วนใหญ่ ส่วนทัศนคติด้านการปฏิบัติไม่เปลี่ยนแปลง

4.3 มิติด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้หันมาใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีฉลากประหยัดไฟมีประสิทธิภาพในระดับที่ต่ำมาก

อรอุบล ภูบัวเฟื่อน (2532 :165-190) ศึกษาเรื่อง การศึกษาการวางแผนการประชาสัมพันธ์และสถานภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจ ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

ธุรกิจทุกประเภทมีการจัดฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานอิสระขึ้นตรงกับผู้บริหารกิจการ และมีงานประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องมาโดยตลอด โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์มีส่วนกำหนดนโยบายทางด้านประชาสัมพันธ์และช่วยส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจเป็นอย่างมาก ส่วนใหญ่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ไม่ได้มีการแบ่งการทำงานเป็นส่วนอย่างเด่นชัด มีการทำงานร่วมกันหมด และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์สามารถทำงานได้ทุกหน้าที่ ไม่ได้มีหน้าที่เฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง

ในด้านนโยบายและการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ปรากฏว่ามีวัตถุประสงค์สอดคล้องกันคือ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของหน่วยงาน และสนับสนุนงานทางด้านการตลาดโดยนโยบายประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งผู้บริหารกิจการเป็นผู้กำหนด ส่วนปัจจัยที่ควบคุมการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่คือ นโยบายและเป้าหมายของหน่วยงาน รองลงมาคือ ความต้องการของตลาด เป้าหมายและการแข่งขัน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอนคือ ขั้นการแสวงหาข้อมูล ส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลจากการวางแผนครั้งก่อนที่ใกล้เคียงกัน ขั้นการวางแผนก็มีบ้างตามโอกาสส่วนใหญ่เป็นแผนระยะสั้นและระยะยาวร่วมกัน ขั้นการปฏิบัติงานส่วนใหญ่ทำตามแผนจริงทุกครั้ง ส่วนขั้นการประเมินผลจริงบางครั้งเท่านั้น เพราะขาดแคลนเจ้าหน้าที่ในการประเมินผลและขาดงบประมาณ

ปัญหาและอุปสรรคของงานประชาสัมพันธ์ คือ ปัญหาขาดแคลนบุคลากรทางด้านประชาสัมพันธ์ ปัญหาผู้บริหารกิจการไม่ได้ให้ความสำคัญ และงบประมาณไม่เพียงพอ ส่วนปัจจัย

เอกสารสนับสนุนความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์คือ ผู้บริหารกิจการต้องให้ความสำคัญและเข้าใจในคำว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทบาทของการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี รองลงมาคือ มีงบประมาณเพียงพอและมีการ  
ประสานงานด้วยความร่วมมืออันดีจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้เป็นการศึกษาในด้านการจัดทำแจ้งเจ้าหน้าที่ การจัดสำนักงาน การจัดบริการ การจัดกิจกรรม การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านงบประมาณ โดยสอบถามจากผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้ คือ

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากร

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

##### 3.2.1 การสร้างเครื่องมือ

##### 3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

#### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต โดยแยกประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ผู้บริหาร ได้แก่ ผู้อำนวยการเขต ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขต จำนวน 50 เขต เขตละ 3 คน จำนวน 150 คน

2. เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต เขตละ 3 คน รวมจำนวนประชากร 150 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้แยกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของประชากร คือ กลุ่มผู้บริหาร ประกอบด้วย

1. ผู้บริหาร ได้แก่ ผู้อำนวยการเขต และผู้ช่วยผู้อำนวยการเขต สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต จำนวน 150 คน ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง ซึ่งปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต จำนวน 150 คน ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง เป็นแบบสอบถามรวม 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำแหน่ง วุฒิกการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามระดับการปฏิบัติ เกี่ยวกับสภาพการจัดการประชาสัมพันธ์ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ด้าน ดังนี้

- |   |       |    |     |
|---|-------|----|-----|
| 1. ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่                  | จำนวน | 4  | ข้อ |
| 2. ด้านการจัดสำนักงาน                               | จำนวน | 8  | ข้อ |
| 3. ด้านการจัดการบริการ                              | จำนวน | 5  | ข้อ |
| 4. ด้านการจัดกิจกรรม                                | จำนวน | 10 | ข้อ |
| 5. ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ | จำนวน | 6  | ข้อ |
| 6. ด้านงบประมาณ                                     | จำนวน | 5  | ข้อ |

เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) จำนวน 38 ข้อ ในการประเมินได้แบ่งการประเมินออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดค่าแต่ละระดับ ดังนี้

- |   |         |                   |
|---|---------|-------------------|
| 5 | หมายถึง | ปฏิบัติมากที่สุด  |
| 4 | หมายถึง | ปฏิบัติมาก        |
| 3 | หมายถึง | ปฏิบัติปานกลาง    |
| 2 | หมายถึง | ปฏิบัติน้อย       |
| 1 | หมายถึง | ปฏิบัติน้อยที่สุด |

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบได้เสนอแนะความคิดเห็นเพิ่มเติม

#### 3.2.1 การสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์ โดยใช้กรอบแนวความคิดของ อุทัย หิรัญโต ในแนวทางการจัดการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน 6 ด้าน คือ ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดการบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำแหน่งหน้าที่ในงานปัจจุบัน วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 ผู้วิจัยศึกษาแนวความคิดจากทฤษฎี หรือกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย โดยการค้นคว้าจากตำราเอกสาร ผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดเป็นแนวทางและกำหนดแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการจัดงบประมาณ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อตรวจสอบแนะนำและปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษา รวม 5 คน

- |                         |              |  |
|-------------------------|--------------|--|
| 1. ว่าที่ร้อยตรีเสวตชัย | ทรัพย์บุญมี  | ผู้อำนวยการเขตคลองสามวา                      |
| 2. นายจักรินทร์         | มานะสันต์    | ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขตลาดกระบัง               |
| 3. นางวิไลวรรณ          | แก้วเอียด    | หัวหน้าฝ่ายปกครองสำนักงานเขตลาดกระบัง        |
| 4. นางนิสากร            | แย้มแสง      | อดีตอาจารย์ใหญ่โรงเรียนวัดสุขใจ เขตคลองสามวา |
| 5. อาจารย์สุดา          | ดำรงโภคภัณฑ์ | อาจารย์ทางด้านสถิติโรงเรียนพรตพิทยพยัต       |

5. นำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิให้ข้อเสนอแนะ ปรีกษาอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์และผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อพิจารณาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมก่อนนำไปทดลองใช้ต่อไป

### 3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. หลังจากแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว เพื่อให้แบบสอบถามชุดนี้มีความเชื่อมั่น (Reliability) สำหรับการวิจัย ผู้วิจัยจึงนำไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ในสำนักงานเขตปริมณฑล ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วไปหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีของ Cronbach ที่เรียกว่า “สัมประสิทธิ์อัลฟา” ( $\alpha$ -Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมของแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร เท่ากับ .99 ดังนี้ ด้านการจัดอัตราค่าตั้งเจ้าหน้าที่ .96 ด้านการจัดสำนักงาน .97 ด้านการจัดบริการ .96 ด้านการจัดกิจกรรม .97 ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ .97 ด้านการจัดงบประมาณ .96

จากค่าความเชื่อมั่นทั้งภาพรวมและรายด้านข้างต้น มีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่าที่กำหนดไว้ ( $\alpha = .90$ ) แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่น สามารถที่จะนำไปเก็บข้อมูลได้

3. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้มาปรับปรุงแก้ไข แล้วทำเป็นฉบับสมบูรณ์เพื่อเก็บข้อมูลต่อไป

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. บันทึกเสนอขออนุญาตงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ออกหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามถึงสำนักปลัดกรุงเทพมหานคร เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลจากผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ดังที่ได้กำหนดไว้

2. นำหนังสือเสนอต่อสำนักปลัดกรุงเทพมหานคร เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบเพื่อออกหนังสือขอความร่วมมือไปยังสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้กำหนดไว้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลต่อไป

3. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามพร้อมหนังสืออนุญาตให้เก็บข้อมูล ให้ผู้อำนวยการเขตสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง

4. การรวบรวมแบบสอบถาม ผู้วิจัยกำหนดรหัสของแบบสอบถาม ติดตามทางโทรศัพท์ และเดินทางไปรับคืนด้วยตนเอง หลังจากที่ได้ส่งมอบให้ 1 สัปดาห์ และถ้ายังไม่ได้รับแบบสอบถาม ผู้วิจัยติดตามขอรับแบบสอบถามใหม่ภายใน 1 สัปดาห์

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบจำนวน และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ที่ได้รับคืนมาทั้งหมด คัดเลือกเฉพาะที่มีความสมบูรณ์

2. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC<sup>+</sup> (Statistical Package for Social Sciences Personal

3. ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่และร้อยละ

4. ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้ วิเคราะห์ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ การหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยทำเป็นรายข้อ เฉพาะด้าน และรวมทุกด้าน แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางพร้อมคำบรรยายประกอบ

5. ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่และร้อยละ

6. เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

4.50 - 5.00 หมายถึง ปฏิบัติมากที่สุด

3.50 - 4.49 หมายถึง ปฏิบัติมาก

2.50 - 3.49 หมายถึง ปฏิบัติปานกลาง

1.50 - 2.49 หมายถึง ปฏิบัติน้อย

1.00 - 1.49 หมายถึง ปฏิบัติน้อยที่สุด

7. เปรียบเทียบระดับการปฏิบัติเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC<sup>+</sup> (Statistical Package for Social Sciences Personal Computer Plus) วิเคราะห์ด้วยสถิติ t-test กำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ  $*P \leq .05$  โดยทำเป็นรายข้อ เฉพาะด้าน และรวมทุกด้าน แล้วนำเสนอในรูปแบบของตาราง พร้อมคำบรรยายประกอบ

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. ค่า t-test

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร ตามระดับการปฏิบัติของผู้บริหารคือ ผู้อำนวยการเขตและ ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขต และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ใน 6 ด้าน คือ ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และ อุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ รวม 50 เขต

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ SPSS/PC<sup>+</sup> (Statistical Package for the Social Sciences/Personal Computer Plus)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอในรูปของตาราง และบรรยายตารางการเปรียบเทียบค่าสถิติต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่และค่าร้อยละ ดังตารางที่ 4.1

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ เสนอผลด้วยค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ จำแนกตามตำแหน่ง วุฒิการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงาน ทดสอบความแตกต่างด้วยค่า t-test

ตอนที่ 4 สรุปผลแบบสอบถามปลายเปิด โดยใช้วิธีเรียงแต่ละด้านตามลำดับความสำคัญของความถี่

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.1** แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม |                                       | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------|---------------------------------------|-------|--------|
| 1. ตำแหน่ง                     | ผู้บริหาร                             | 135   | 50.0   |
|                                | เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประจำสัมพันธ์ | 135   | 50.0   |
|                                | รวม                                   | 270   | 100.00 |
| 2. วุฒิการศึกษา                | ต่ำกว่าปริญญาตรี                      | 49    | 18.10  |
|                                | ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี          | 221   | 81.90  |
|                                | รวม                                   | 270   | 100.00 |
| 3. ประสบการณ์ในการทำงาน        | ต่ำกว่า 5 ปี                          | 56    | 20.70  |
|                                | ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป                   | 214   | 79.30  |
|                                | รวม                                   | 270   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่าข้อมูลทั่วไปผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

ตำแหน่ง พบว่า เป็นผู้บริหาร จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ส่วนเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประจำสัมพันธ์ มีจำนวน 135คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

วุฒิการศึกษา พบว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประจำสัมพันธ์ มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 81.90 ส่วนผู้ที่มีวุฒិการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็น ร้อยละ 18.10

ประสบการณ์ในการทำงาน พบว่าผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประจำสัมพันธ์ มีประสบการณ์ในการทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 ส่วนผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 79.30

**ตอนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการจัดทำแจ้งเจ้าหน้าที่ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ ดังตารางที่ 4.2-4.8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่

| ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่   | ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์<br>n = 270 |      | ระดับการปฏิบัติ | ลำดับที่ |
|--|--|------|-----------------|----------|
|  | $\bar{X}$  | S.D. |                 |          |
| 1. จัดเจ้าหน้าที่เพื่อให้บริการติดต่อ สอบถามแก่บุคคลทั้งภายในและภายนอก                       | 3.42   | .92  | ปานกลาง         | 3        |
| 2. จัดให้มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์            | 3.12   | .91  | ปานกลาง         | 4        |
| 3. จัดเจ้าหน้าที่ให้ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน                                    | 3.48   | .95  | ปานกลาง         | 2        |
| 4. จัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพื่อทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารหรือประสานงานกับสื่อมวลชนทุกประเภท | 3.50   | .91  | มาก             | 1        |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.38   | .71  | ปานกลาง         | -        |

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ข้อที่ 4 จัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพื่อทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารหรือประสานงานกับสื่อมวลชนทุกประเภท ค่าเฉลี่ย 3.50

ค่าเฉลี่ยต่ำสุดสองลำดับคือ ข้อที่ 2 จัดให้มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.12 และข้อที่ 1 จัดเจ้าหน้าที่เพื่อให้บริการติดต่อ สอบถามแก่บุคคลทั้งภายในและภายนอก ค่าเฉลี่ย 3.42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดสำนักงาน

| ด้านการจัดสำนักงาน  | ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่<br>ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์<br>n =270 |      | ระดับ<br>การปฏิบัติ | ลำดับที่ |
|---|---|------|---------------------|----------|
|   | $\bar{X}$   | S.D. |                     |          |
| 1. การติดต่อสื่อสารภายในสำนักงาน มีความสะดวกรวดเร็ว                           | 3.65  | .87  | มาก                 | 2        |
| 2. การจัดเคาน์เตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ ให้บริการแก่ผู้มาติดต่องานเพื่อความสะดวก | 3.67  | .94  | มาก                 | 1        |
| 3. ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีส่วนร่วมในการวางแผน                            | 3.36  | .90  | ปานกลาง             | 7        |
| 4. ดำเนินการวางแผนและนโยบาย การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน                       | 3.48  | .88  | ปานกลาง             | 4        |
| 5. แผนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ได้นำไปใช้ในการปฏิบัติงาน                   | 3.47  | .83  | ปานกลาง             | 5        |
| 6. งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน มีลักษณะเป็นงานที่กระทำอย่างต่อเนื่อง          | 3.60  | .87  | มาก                 | 3        |
| 7. งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน มีลักษณะเป็นงานที่กระทำแบบ เฉพาะกิจ/ชั่วคราว   | 3.41  | .94  | ปานกลาง             | 6        |
| 8. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ มีการ กำหนดการประเมินผลการประชาสัมพันธ์          | 3.22  | .97  | ปานกลาง             | 8        |
| ค่าเฉลี่ยรวม  | 3.48  | .59  | ปานกลาง             | -        |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดสำนักงาน มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ ข้อที่ 2 การจัดเคาน์เตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ให้บริการแก่ผู้มาติดต่องานเพื่อความสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.67 ข้อที่ 1 การติดต่อสื่อสารภายในสำนักงานมีความสะดวกรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 3.65 และข้อที่ 6 งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมีลักษณะเป็นงานที่กระทำอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.60

และค่าเฉลี่ยต่ำสุดสามลำดับคือ ข้อที่ 8 การวางแผนงานประชาสัมพันธ์มีการกำหนดการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.22 ข้อที่ 3 ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีส่วนร่วมในการวางแผน ค่าเฉลี่ย 3.36 และข้อที่ 7 งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมีลักษณะเป็นงานที่กระทำแบบเฉพาะกิจ / ชั่วคราว ค่าเฉลี่ย 3.41



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดบริการ

| ด้านการจัดบริการ  | ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์<br>n = 270 |      | ระดับการปฏิบัติ | ลำดับที่ |
|---|--|------|-----------------|----------|
|   | $\bar{X}$  | S.D. |                 |          |
| 1. การเผยแพร่ผลงาน หรือโครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายในทราบ  | 3.56   | .92  | มาก             | 2        |
| 2. การเผยแพร่ผลงาน หรือโครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายนอกทราบ | 3.59   | .91  | มาก             | 1        |
| 3. การจัดทำสถิติข้อมูลของหน่วยงานเพื่อเผยแพร่                             | 3.23   | .92  | ปานกลาง         | 5        |
| 4. การจัดระบบอินเทอร์เน็ตเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร            | 3.30   | .99  | ปานกลาง         | 4        |
| 5. การจัดเอกสาร หรือความรู้ต่างๆไว้บริการแก่ประชาชน                       | 3.54   | .92  | มาก             | 3        |
| ค่าเฉลี่ยรวม  | 3.44   | .69  | ปานกลาง         | -        |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดสองลำดับแรก คือ ข้อที่ 2 การเผยแพร่ผลงานหรือโครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายนอกทราบ ค่าเฉลี่ย 3.59 และข้อที่ 1 การเผยแพร่ผลงานหรือโครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายในทราบ ค่าเฉลี่ย 3.56

และค่าเฉลี่ยต่ำสุดสองลำดับคือ ข้อที่ 3 การจัดทำสถิติข้อมูลของหน่วยงานเพื่อเผยแพร่ ค่าเฉลี่ย 3.23 และข้อที่ 4 การจัดระบบอินเทอร์เน็ตเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ค่าเฉลี่ย 3.30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดกิจกรรม

| ด้านการจัดกิจกรรม  | ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์<br>n = 270 |      | ระดับการปฏิบัติ | ลำดับที่ |
|--|--|------|-----------------|----------|
|  | $\bar{X}$  | S.D. |                 |          |
| 1. การจัดทำแผ่นพับ (Folder) หรือหนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlet) เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน | 3.68   | .91  | มาก             | 3        |
| 2. การติดประกาศข่าวสารบนป้ายประกาศเป็นปัจจุบัน   | 3.87   | .90  | มาก             | 1        |
| 3. การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวของหน่วยงานเกี่ยวกับการดำเนินงาน โดยผ่านสื่อมวลชน           | 3.74   | .97  | มาก             | 2        |
| 4. การจัดสัมมนาให้แก่บุคคลภายนอก   | 3.11   | 1.05 | ปานกลาง         | 10       |
| 5. การให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของหน่วยงาน                                     | 3.31   | .90  | ปานกลาง         | 8        |
| 6. การร่วมมือระหว่างหน่วยงานและองค์กร ต่าง ๆ ในการจัดให้ความรู้แก่ประชาชน                    | 3.36   | .86  | ปานกลาง         | 4        |
| 7. การจัดทำเอกสารข่าวประจำวันเพื่อเผยแพร่แก่บุคคลภายนอก                                      | 3.33   | .95  | ปานกลาง         | 6        |
| 8. การจัดทำวารสาร/จุลสาร เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและผลงานเป็นประจำ                                | 3.14   | .92  | ปานกลาง         | 9        |
| 9. การจัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนสังคมเพื่อสาธารณประโยชน์                                  | 3.35   | .84  | ปานกลาง         | 5        |
| 10. การจัดทำประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่เพื่อให้ข่าวสารแก่ประชาชน                                 | 3.32   | .91  | ปานกลาง         | 7        |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.41   | .60  | ปานกลาง         | -        |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ ข้อที่ 2 การติดประกาศข่าวสารบนป้ายประกาศเป็นปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 3.87 ข้อที่ 3 การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวของหน่วยงานเกี่ยวกับการดำเนินงานโดยผ่านสื่อมวลชน ค่าเฉลี่ย 3.74 และข้อที่ 1 การจัดทำแผ่นพับ (Foder) หรือหนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlet) เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน ค่าเฉลี่ย 3.68

และค่าเฉลี่ยต่ำสุดสามลำดับคือ ข้อที่ 4 การจัดสัมมนาให้แก่บุคคลภายนอก ค่าเฉลี่ย 3.11 ข้อที่ 8 การจัดทำวารสาร/จุลสาร เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและผลงานเป็นประจำ ค่าเฉลี่ย 3.14 และข้อที่ 5 การให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของหน่วยงาน ค่าเฉลี่ย 3.31



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ

| ด้านการจัดเครื่องมือเครื่องใช้<br>และอุปกรณ์ต่างๆ   | ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่<br>ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์<br>n = 270 |            | ระดับ<br>การปฏิบัติ | ลำดับที่ |
|---|--|------------|---------------------|----------|
|   | $\bar{X}$  | S.D.       |                     |          |
| 1. เครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์<br>ต่างๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์<br>ความทันสมัยและมีความพร้อม<br>ในการใช้งาน | 3.32   | .98        | ปานกลาง             | 1        |
| 2. วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้<br>ในการประชาสัมพันธ์มีอย่างเพียงพอ  | 3.23   | .97        | ปานกลาง             | 3        |
| 3. ภายในหน่วยงานประชาสัมพันธ์<br>มีการนำเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการ<br>การวิเคราะห์ข้อมูล                        | 3.17   | .99        | ปานกลาง             | 6        |
| 4. การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ<br>อินเทอร์เน็ต มาใช้ในการ<br>ประชาสัมพันธ์  | 3.18   | 1.01       | ปานกลาง             | 5        |
| 5. การพัฒนาเครื่องมือ เครื่องใช้ในการ<br>ติดต่อสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพใน<br>การใช้งาน                           | 3.20   | .86        | ปานกลาง             | 4        |
| 6. การทะนุบำรุงรักษาเครื่องมือ<br>เครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการ<br>ประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ<br>อยู่เสมอ   | 3.29   | .94        | ปานกลาง             | 2        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>3.21</b>  | <b>.77</b> | <b>ปานกลาง</b>      | <b>-</b> |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ ข้อที่ 1 เครื่องมือเครื่องใช้และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความทันสมัยและมีความพร้อมในการใช้งาน ค่าเฉลี่ย 3.32 ข้อที่ 6 การทะนุบำรุงรักษาเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ ค่าเฉลี่ย 3.29 และข้อที่ 2 วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.23

และค่าเฉลี่ยต่ำสุดสามลำดับคือ ข้อที่ 3 ภายในหน่วยงานประชาสัมพันธ์มีการนำเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย 3.17 ข้อที่ 4 การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ อินเทอร์เน็ต มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.18 และข้อที่ 5 การพัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้ในการติดต่อสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งาน ค่าเฉลี่ย 3.20



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการงบประมาณ

| ด้านการงบประมาณ   | ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์<br>n = 270 |      | ระดับการปฏิบัติ | ลำดับที่ |
|---|--|------|-----------------|----------|
|   | $\bar{X}$  | S.D. |                 |          |
| 1. งบประมาณที่ใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพียงพอต่อความต้องการ                                   | 2.96   | .87  | ปานกลาง         | 2        |
| 2. แผนงาน / โครงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้รับการสนับสนุนงบประมาณ                                | 2.97   | .85  | ปานกลาง         | 1        |
| 3. การจัดสรรงบประมาณสำหรับอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์                           | 2.86   | .84  | ปานกลาง         | 4        |
| 4. การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมหรือตรงกับสถานะการณ์ปัจจุบัน                 | 2.88   | .83  | ปานกลาง         | 3        |
| 5. การจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน อาทิ การบริจาค หรือ การจัดกิจกรรมพิเศษ | 2.48   | .81  | ปานกลาง         | 5        |
| ค่าเฉลี่ยรวม  | 2.90   | .69  | ปานกลาง         | -        |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการงบประมาณ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดสองลำดับแรก คือ ข้อที่ 2 แผนงาน/โครงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้รับการสนับสนุนงบประมาณ ค่าเฉลี่ย 2.96 และข้อที่ 1 งบประมาณที่ใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพียงพอต่อความต้องการ ค่าเฉลี่ย 2.96

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และค่าเฉลี่ยต่ำสุดสองลำดับ คือ ข้อที่ 5 การจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน อาทิ การบริจาค หรือการจัดกิจกรรมพิเศษ ค่าเฉลี่ย 2.48 และข้อที่ 3 การจัดสรรงบประมาณสำหรับอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 2.86

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปฏิบัติ และลำดับที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม

| สภาพการประชาสัมพันธ์                            | ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์<br>n = 270 |      | ระดับการปฏิบัติ | ลำดับที่ |
|---|--|------|-----------------|----------|
|   | $\bar{X}$  | S.D. |                 |          |
| 1. การจัดทำคำสั่งเจ้าหน้าที                     | 3.38   | .71  | ปานกลาง         | 4        |
| 2. การจัดสำนักงาน                               | 3.48   | .59  | ปานกลาง         | 1        |
| 3. การจัดบริการ                                 | 3.44   | .69  | ปานกลาง         | 2        |
| 4. การจัดกิจกรรม                                | 3.41   | .60  | ปานกลาง         | 3        |
| 5. การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ | 3.21   | .77  | ปานกลาง         | 5        |
| 6. การงบประมาณ                                  | 2.90   | .69  | ปานกลาง         | 6        |
| ค่าเฉลี่ยรวม                                    | 3.32   | .52  | ปานกลาง         | -        |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพ การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง (3.32)

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ด้านการจัดสำนักงาน ค่าเฉลี่ย 3.48 ด้านการจัดบริการ ค่าเฉลี่ย 3.44 ด้านการจัดกิจกรรม ค่าเฉลี่ย 3.41 ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ย 3.38 ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.21 และด้านการงบประมาณ ค่าเฉลี่ย 2.90

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตอนที่ 3** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ จำแนกตามตำแหน่ง วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน ทดสอบความแตกต่างด้วยค่า t-test ดังตารางที่ 4.9 – 4.29

**ตารางที่ 4.9** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่

| ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่   | ผู้บริหาร<br>n = 135 |            | เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน<br>ด้านประชาสัมพันธ์<br>n = 135 |            | t            |
|--|----------------------|------------|---|------------|--------------|
|  | $\bar{x}$            | S.D.       | $\bar{x}$   | S.D.       |              |
| 1. จัดเจ้าหน้าที่เพื่อให้บริการติดต่อ สอบถามแก่บุคคลทั้งภายในและภายนอก                       | 3.57                 | 1.00       | 3.27  | .80        | 2.56*        |
| 2. จัดให้มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์           | 3.28                 | .98        | 2.97  | .80        | 2.74*        |
| 3. จัดเจ้าหน้าที่ให้ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน                                    | 3.59                 | .94        | 3.37  | .94        | 1.85         |
| 4. จัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพื่อทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารหรือประสานงานกับสื่อมวลชนทุกประเภท | 3.54                 | .89        | 3.47  | .93        | .64          |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.49</b>          | <b>.75</b> | <b>3.26</b>   | <b>.64</b> | <b>2.52*</b> |

\* $P \leq .05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ตำแหน่งด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 1 จัดเจ้าหน้าที่เพื่อให้บริการติดต่อสอบถามแก่บุคคล ทั้งภายในและภายนอก และข้อที่ 2 จัดให้มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ด้านการจัดสำนักงาน

| ด้านการจัดสำนักงาน   | ผู้บริหาร<br>n = 135 |      | เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน<br>ด้านประชาสัมพันธ์<br>n = 135 |      | t     |
|--|----------------------|------|---|------|-------|
|  | $\bar{x}$            | S.D. | $\bar{x}$   | S.D. |       |
| 1. การติดต่อสื่อสารภายในสำนักงานมีความสะดวกรวดเร็ว                           | 3.82                 | .84  | 3.48  | .88  | 3.07* |
| 2. การจัดเคาน์เตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ให้บริการแก่ผู้มาติดต่องานเพื่อความสะดวก | 3.88                 | .92  | 3.46  | .92  | 3.57* |
| 3. ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีส่วนร่วมในการวางแผน                           | 3.48                 | .90  | 3.24  | .89  | 2.09* |
| 4. ดำเนินการวางแผนและนโยบายการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน                       | 3.55                 | .88  | 3.41  | .88  | 1.24  |
| 5. แผนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้นำไปใช้ในการปฏิบัติงาน                   | 3.53                 | .85  | 3.41  | .80  | 1.17  |
| 6. งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมีลักษณะเป็นงานที่กระทำอย่างต่อเนื่อง          | 3.68                 | .92  | 3.53  | .82  | 1.26  |
| 7. งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมีลักษณะเป็นงานที่กระทำแบบเฉพาะกิจ/ชั่วคราว    | 3.43                 | 1.03 | 3.38  | .85  | .41   |
| 8. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์มีการกำหนดการประเมินผลการทำงานประชาสัมพันธ์      | 3.29                 | 1.00 | 3.14  | .95  | 1.19  |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.58                 | .60  | 3.38  | .57  | 2.64* |

\*P ≤ .05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ตำแหน่งด้านการจัดสำนักงาน โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 1 การติดต่อสื่อสารภายในสำนักงานมีความสะดวก รวดเร็ว ข้อที่ 2 การจัดเคาน์เตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ให้บริการแก่ผู้มาติดต่องานเพื่อความสะดวก และ ข้อที่ 3 ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีส่วนร่วมในการวางแผน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ด้านการจัดบริการ

| ด้านการจัดบริการ   | ผู้บริหาร<br>n = 135 |      | เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน<br>ด้านประชาสัมพันธ์<br>n = 135 |      | t     |
|--|----------------------|------|---|------|-------|
|  | $\bar{x}$            | S.D. | $\bar{x}$   | S.D. |       |
| 1. การเผยแพร่ผลงาน หรือโครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายในทราบ   | 3.58                 | .92  | 3.50  | .93  | .69   |
| 2. การเผยแพร่ผลงาน หรือ โครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายนอกทราบ | 3.73                 | .83  | 3.45  | .98  | 2.42* |
| 3. การจัดทำสถิติข้อมูลของหน่วยงานเพื่อเผยแพร่                              | 3.22                 | .92  | 3.25  | .93  | -.28  |
| 4. การจัดระบบอินเทอร์เน็ตเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร             | 3.42                 | .98  | 3.18  | .99  | 1.84  |
| 5. การจัดเอกสาร หรือความรู้ต่างๆ ไว้บริการแก่ประชาชน                       | 3.64                 | .92  | 3.43  | .91  | 1.75  |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.51                 | .66  | 3.36  | .71  | 1.74  |

\* $P \leq .05$

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งด้านการจัดบริการ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 2 การเผยแพร่ผลงานหรือโครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายนอกทราบ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ด้านการจัดกิจกรรม

| ด้านการจัดกิจกรรม  | ผู้บริหาร<br>n = 135 |      | เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน<br>ด้านประชาสัมพันธ์<br>n = 135 |      | t     |
|--|----------------------|------|---|------|-------|
|  | $\bar{x}$            | S.D. | $\bar{x}$   | S.D. |       |
| 1. การจัดทำแผ่นพับ (Folder) หรือหนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlet) เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน | 3.76                 | .87  | 3.59  | .94  | 1.42  |
| 2. การตีพิมพ์ข่าวสารบนป้ายประกาศเป็นปัจจุบัน   | 3.97                 | .88  | 3.78  | .91  | 1.65  |
| 3. การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวของหน่วยงานเกี่ยวกับการดำเนินงานโดยผ่านสื่อมวลชน            | 3.91                 | .96  | 3.58  | .95  | 2.70* |
| 4. การจัดสัมมนาให้แก่บุคคลภายนอก   | 3.26                 | 1.07 | 2.97  | 1.01 | 2.16* |
| 5. การให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของหน่วยงาน                                     | 3.45                 | .98  | 3.18  | .81  | 2.37* |
| 6. การร่วมมือระหว่างหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ในการจัดให้ความรู้แก่ประชาชน                     | 3.42                 | .87  | 3.20  | .84  | 1.97* |
| 7. การจัดทำเอกสารข่าวประจำวันเพื่อเผยแพร่แก่บุคคลภายนอก                                      | 3.41                 | .96  | 3.25  | .94  | 1.29  |
| 8. การจัดทำวารสาร/จุลสารเพื่อเผยแพร่ข่าวสารและผลงานเป็นประจำ                                 | 3.22                 | .95  | 3.06  | .89  | 1.33  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

| ด้านการจัดกิจกรรม  | ผู้บริหาร<br>n = 135 |      | เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน<br>ด้านประชาสัมพันธ์<br>n = 135 |      | t     |
|--|----------------------|------|---|------|-------|
|  | $\bar{x}$            | S.D. | $\bar{x}$   | S.D. |       |
| 9. การจัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุน<br>สังคมเพื่อสาธารณประโยชน์  | 3.50                 | .85  | 3.21  | .80  | 2.74* |
| 10. การจัดทำประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่<br>เพื่อให้ข่าวสารแก่ประชาชน | 3.46                 | .96  | 3.23  | .86  | 1.41  |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.52                 | .62  | 3.30  | .57  | 2.91* |

\* $P \leq .05$ 

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ตำแหน่งด้านการจัดกิจกรรม โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 3 การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน เกี่ยวกับการดำเนินงานโดยผ่านสื่อมวลชน ข้อที่ 4 การจัดสัมมนาให้แก่บุคคลภายนอก ข้อที่ 5 การให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของหน่วยงาน ข้อที่ 6 การร่วมมือระหว่าง หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ในการจัดให้ความรู้แก่ประชาชน และข้อที่ 9 การจัดกิจกรรมส่งเสริม และสนับสนุนสังคมเพื่อสาธารณประโยชน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.13** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของ  
ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการ  
ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ด้าน  
การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ

| ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้<br>และอุปกรณ์ต่าง ๆ  | ผู้บริหาร<br>n = 135 |            | เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน<br>ด้านประชาสัมพันธ์<br>n = 135 |            | t            |
|--|----------------------|------------|---|------------|--------------|
|  | $\bar{x}$            | S.D.       | $\bar{x}$   | S.D.       |              |
| 1. เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ<br>ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความ<br>ทันสมัยและมีความพร้อมในการ<br>ใช้งาน | 3.57                 | .97        | 3.08  | .94        | 4.00*        |
| 2. วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการ<br>ประชาสัมพันธ์มีอย่างเพียงพอ   | 3.33                 | .99        | 3.08  | .93        | 2.08*        |
| 3. ภายในหน่วยงานประชาสัมพันธ์มีการ<br>นำเครื่อง คอมพิวเตอร์มาใช้ในการ<br>วิเคราะห์ข้อมูล                         | 3.30                 | 1.02       | 3.04  | .95        | 2.03*        |
| 4. การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ<br>อินเทอร์เน็ต มาใช้ในการประชาสัมพันธ์   | 3.43                 | .83        | 2.98  | .82        | 4.29*        |
| 5. การพัฒนาเครื่องมือ เครื่องใช้ในการ<br>ติดต่อสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพ<br>ในการใช้งาน                          | 3.43                 | .83        | 2.98  | .82        | 4.29*        |
| 6. การทะนุบำรุงรักษาเครื่อง มือเครื่องใช้<br>และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ         | 3.46                 | .91        | 3.12  | .95        | 2.84*        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.41</b>          | <b>.75</b> | <b>3.01</b>   | <b>.73</b> | <b>4.09*</b> |

$P \leq .05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ตำแหน่งด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันที่ระดับ .05 ทุกข้อ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.14** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ด้านการงบประมาณ

| ด้านการงบประมาณ   | ผู้บริหาร<br>n = 135 |            | เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน<br>ด้านประชาสัมพันธ์<br>n = 135 |            | t            |
|---|----------------------|------------|---|------------|--------------|
|   | $\bar{x}$            | S.D.       | $\bar{x}$   | S.D.       |              |
| 1. งบประมาณที่ใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพียงพอต่อความต้องการ                                   | 3.03                 | .85        | 2.88  | .88        | 1.34         |
| 2. แผนงาน/โครงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้รับการสนับสนุนงบประมาณ                                  | 3.03                 | .81        | 2.91  | .89        | 1.13         |
| 3. การจัดสรรงบประมาณสำหรับอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์                             | 3.02                 | .78        | 2.73  | .88        | 2.64*        |
| 4. การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมหรือตรงกับสภาวะการณ์ปัจจุบัน                  | 3.00                 | .82        | 2.75  | .83        | 2.34*        |
| 5. การจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน อาทิ การบริจาค หรือ การจัดกิจกรรมพิเศษ | 2.68                 | .75        | 2.78  | .70        | 3.75*        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>3.03</b>          | <b>.66</b> | <b>2.78</b>   | <b>.70</b> | <b>2.88*</b> |

\* $P \leq .05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ตำแหน่งด้านการงบประมาณ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 3 การจัดสรรงบประมาณสำหรับอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์ ข้อที่ 4 การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความ เหมาะสมหรือตรงกับสภาวะการณ์ปัจจุบัน และข้อที่ 5 การจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน อาทิ การบริจาค หรือการจัดกิจกรรมพิเศษ แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งในภาพรวม

| สภาพการประชาสัมพันธ์                                    | ผู้บริหาร<br>n = 135 |      | เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน<br>ด้านประชาสัมพันธ์<br>n = 135 |      | t     |
|---|----------------------|------|--|------|-------|
|   | $\bar{x}$            | S.D. | $\bar{x}$  | S.D. |       |
| 1. ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่                           | 3.49                 | .75  | 3.26   | .64  | 2.52* |
| 2. ด้านการจัดสำนักงาน                                   | 3.58                 | .60  | 3.38   | .57  | 2.64* |
| 3. ด้านการจัดบริการ                                     | 3.51                 | .66  | 3.36   | .71  | 1.74  |
| 4. ด้านการจัดกิจกรรม                                    | 3.52                 | .62  | 3.30   | .57  | 2.91* |
| 5. ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้<br>และอุปกรณ์ต่างๆ | 3.41                 | .75  | 3.01   | .73  | 4.09* |
| 6. ด้านการงบประมาณ                                      | 3.03                 | .66  | 2.78   | .70  | 2.88* |
| ค่าเฉลี่ยรวม  | 3.44                 | .54  | 3.20   | .48  | 3.59* |

\* $P \leq .05$

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการจัดการบริการ ไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่

| ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่   | ต่ำกว่าปริญญาตรี<br>n = 49 |      | ปริญญาตรีและ<br>สูงกว่าปริญญาตรี<br>n = 221 |      | t     |
|--|----------------------------|------|---|------|-------|
|  | $\bar{x}$                  | S.D. | $\bar{x}$                                   | S.D. |       |
| 1. จัดเจ้าหน้าที่เพื่อให้บริการติดต่อสอบถามแก่บุคคลทั้งภายในและภายนอก                        | 3.21                       | .91  | 3.45  | .91  | -1.45 |
| 2. จัดให้มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์            | 2.97                       | .76  | 3.15  | .93  | -1.23 |
| 3. จัดเจ้าหน้าที่ให้ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน                                    | 3.26                       | .93  | 3.51  | .95  | -1.43 |
| 4. จัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพื่อทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารหรือประสานงานกับสื่อมวลชนทุกประเภท | 3.47                       | .93  | 3.51  | .90  | -0.23 |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.22                       | .65  | 3.40  | .71  | -1.35 |

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ไม่มีข้อแตกต่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการจัดสำนักงาน

| ด้านการจัดสำนักงาน   | ต่ำกว่าปริญญาตรี<br>n = 49 |            | ปริญญาตรีและ<br>สูงกว่าปริญญาตรี<br>n = 221 |            | t            |
|--|----------------------------|------------|---|------------|--------------|
|  | $\bar{x}$                  | S.D.       | $\bar{x}$                                   | S.D.       |              |
| 1. การติดต่อสื่อสารภายในสำนักงานมีความสะดวกรวดเร็ว                           | 3.50                       | .96        | 3.67  | .86        | -1.04        |
| 2. การจัดเคาน์เตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ให้บริการแก่ผู้มาติดต่องานเพื่อความสะดวก | 3.29                       | 1.00       | 3.73  | .92        | -2.54*       |
| 3. ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีส่วนร่วมในการวางแผน                           | 3.15                       | .89        | 3.40  | .90        | -1.51        |
| 4. ดำเนินการวางแผนและนโยบายการประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงาน                      | 3.35                       | .92        | 3.50  | .88        | -.90         |
| 5. แผนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้นำไปใช้ใน การปฏิบัติงาน                  | 3.44                       | .86        | 3.48  | .82        | -.22         |
| 6. งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมีลักษณะเป็นงาน ที่กระทำอย่างต่อเนื่อง         | 3.47                       | .83        | 3.63  | .88        | -.22         |
| 7. งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมีลักษณะเป็นงานที่ กระทำแบบเฉพาะกิจ/ชั่วคราว   | 3.24                       | .92        | 3.44  | .94        | -1.15        |
| 8. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์มีการกำหนดการประเมินผลการประชาสัมพันธ์           | 3.12                       | .66        | 3.23  | .98        | -.63         |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.31</b>                | <b>.66</b> | <b>3.50</b>                                 | <b>.58</b> | <b>-1.71</b> |

\* $P \leq .05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม วุฒิการศึกษา ด้านการจัดสำนักงาน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 2 การจัดเคาน์เตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ให้บริการแก่ผู้มาติดต่องานเพื่อความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการจัดบริการ

| ด้านการจัดบริการ   | ต่ำกว่าปริญญาตรี<br>n = 49 |      | ปริญญาตรีและ<br>สูงกว่าปริญญาตรี<br>n = 221 |      | t     |
|--|----------------------------|------|---|------|-------|
|  | $\bar{x}$                  | S.D. | $\bar{x}$                                   | S.D. |       |
| 1. การเผยแพร่ผลงาน หรือ โครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายในทราบ  | 3.50                       | .93  | 3.55  | .92  | -2.28 |
| 2. การเผยแพร่ผลงาน หรือ โครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายนอกทราบ | 3.44                       | .94  | 3.62  | .93  | -1.03 |
| 3. การจัดทำสถิติข้อมูลของหน่วยงานเพื่อเผยแพร่                              | 3.15                       | .99  | 3.25  | .91  | -.58  |
| 4. การจัดระบบอินเทอร์เน็ตเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร             | 3.03                       | 1.00 | 3.34  | .98  | -1.73 |
| 5. การจัดเอกสาร หรือความรู้ต่างๆ ไว้บริการแก่ประชาชน                       | 3.38                       | 1.10 | 3.56  | .89  | -1.05 |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.30                       | .82  | 3.46  | .66  | 1.28  |

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการจัดบริการ โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ไม่มีข้อแตกต่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการจัดกิจกรรม

| ด้านการจัดกิจกรรม  | ต่ำกว่าปริญญาตรี<br>n = 49 |      | ปริญญาตรีและ<br>สูงกว่าปริญญาตรี<br>n = 221 |      | t     |
|--|----------------------------|------|---|------|-------|
|  | $\bar{x}$                  | S.D. | $\bar{x}$                                   | S.D. |       |
| 1. การจัดทำแผ่นพับ (Folder) หรือหนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlet) เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน | 3.62                       | 1.04 | 3.68  | .88  | -0.39 |
| 2. การตีพิมพ์ข่าวสารบนป้ายประกาศเป็นปัจจุบัน   | 3.94                       | .95  | 3.86  | .89  | .49   |
| 3. การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวของหน่วยงานเกี่ยวกับการดำเนินงานโดยผ่านสื่อมวลชน            | 3.56                       | 1.05 | 3.77  | .95  | -1.19 |
| 4. การจัดสัมมนาให้แก่บุคคลภายนอก   | 3.15                       | .93  | 3.11  | 1.07 | .20   |
| 5. การให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของหน่วยงาน                                     | 3.24                       | .82  | 3.33  | .92  | -0.53 |
| 6. การร่วมมือระหว่างหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ในการจัดให้ความรู้แก่ประชาชน                     | 3.26                       | .90  | 3.32  | .85  | -0.32 |
| 7. การจัดทำเอกสารข่าวประจำวันเพื่อเผยแพร่แก่บุคคลภายนอก                                      | 3.15                       | .86  | 3.36  | .96  | -1.21 |
| 8. การจัดทำวารสาร/จุลสารเพื่อเผยแพร่ข่าวสารและผลงานเป็นประจำ                                 | 3.03                       | .90  | 3.16  | .92  | -0.73 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

| ด้านการจัดกิจกรรม  | ต่ำกว่าปริญญาตรี<br>n = 49 |      | ปริญญาตรีและ<br>สูงกว่าปริญญาตรี<br>n = 221 |      | t      |
|--|----------------------------|------|---|------|--------|
|  | $\bar{x}$                  | S.D. | $\bar{x}$                                   | S.D. |        |
| 9. การจัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุน<br>สังคมเพื่อสาธารณประโยชน์  | 3.00                       | .85  | 3.41  | .82  | -2.70* |
| 10. การจัดทำประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่<br>เพื่อให้ข่าวสารแก่ประชาชน | 3.09                       | 1.00 | 3.35  | .90  | -1.57  |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.30                       | .66  | 3.43  | .59  | -1.16  |

\* $p \leq .05$ 

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม วุฒิการศึกษา ด้านการจัดกิจกรรม โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 9 การจัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนสังคมเพื่อ สาธารณประโยชน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.20** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของ  
ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์  
ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการจัดสรร  
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ

| ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้<br>และอุปกรณ์ต่าง ๆ  | ต่ำกว่าปริญญาตรี<br>n = 49 |            | ปริญญาตรีและ<br>สูงกว่าปริญญาตรี<br>n = 221 |            | t           |
|--|----------------------------|------------|---|------------|-------------|
|  | $\bar{x}$                  | S.D.       | $\bar{x}$                                   | S.D.       |             |
| 1. เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ<br>ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความ<br>ทันสมัยและมีความพร้อมในการ<br>ใช้งาน | 3.00                       | .89        | 3.37  | .99        | -2.23*      |
| 2. วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการ<br>ประชาสัมพันธ์มีอย่างเพียงพอ   | 3.15                       | .82        | 3.21  | .99        | -.42        |
| 3. ภายในหน่วยงานประชาสัมพันธ์มีการ<br>นำเครื่อง คอมพิวเตอร์มาใช้ในการ<br>วิเคราะห์ข้อมูล                         | 3.12                       | .81        | 3.18  | 1.02       | -.39        |
| 4. การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ<br>อินเทอร์เน็ต มาใช้ในการประชา-<br>สัมพันธ์                                      | 2.94                       | .81        | 3.22  | 1.03       | -1.76       |
| 5. การพัฒนาเครื่องมือ เครื่องใช้ในการ<br>ติดต่อสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพ<br>ในการใช้งาน                          | 3.09                       | .79        | 3.22  | .87        | -.85        |
| 6. การทะนุบำรุงรักษาเครื่อง มือเครื่องใช้<br>และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการประชา<br>สัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ     | 3.35                       | .98        | 3.28  | .94        | .43         |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.05</b>                | <b>.64</b> | <b>3.24</b>                                 | <b>.78</b> | <b>1.28</b> |

\* $P \leq .05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ระดับการปฏิบัติผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม วุฒิการศึกษา ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่ง ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 1 เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์มีความทันสมัยและมีความพร้อมในการใช้งาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการงบประมาณ

| ด้านการงบประมาณ   | ต่ำกว่าปริญญาตรี<br>n = 49 |      | ปริญญาตรีและ<br>สูงกว่าปริญญาตรี<br>n = 221 |      | t    |
|---|----------------------------|------|---|------|------|
|   | $\bar{x}$                  | S.D. | $\bar{x}$                                   | S.D. |      |
| 1. งบประมาณที่ใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพียงพอต่อความต้องการ                                   | 2.97                       | .90  | 2.96  | .86  | .08  |
| 2. แผนงาน/โครงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้รับ การสนับสนุนงบประมาณ                                 | 2.91                       | .75  | 2.98  | .87  | -.43 |
| 3. การจัดสรรงบประมาณสำหรับอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์                             | 2.85                       | .78  | 2.88  | .85  | -.16 |
| 4. การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมหรือตรงกับสถานะการณ์ปัจจุบัน                  | 2.94                       | .85  | 2.86  | .83  | .49  |
| 5. การจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน อาทิ การบริจาค หรือ การจัดกิจกรรมพิเศษ | 2.35                       | .92  | 2.50  | .79  | -1.0 |
| ค่าเฉลี่ยรวม  | 2.89                       | .69  | 2.91  | .69  | -0.1 |

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้านการงบประมาณ โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ไม่มีข้อแตกต่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.22 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา ในภาพรวม

| สภาพการประชาสัมพันธ์                                    | ต่ำกว่าปริญญาตรี<br>n = 49 |      | ปริญญาตรีและ<br>สูงกว่าปริญญาตรี<br>n = 221 |      | t     |
|---|----------------------------|------|---|------|-------|
|   | $\bar{x}$                  | S.D. | $\bar{x}$                                   | S.D. |       |
| 1. ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่                           | 3.22                       | .65  | 3.40  | .71  | -1.35 |
| 2. ด้านการจัดสำนักงาน                                   | 3.31                       | .66  | 3.50  | .58  | -1.71 |
| 3. ด้านการจัดบริการ                                     | 3.30                       | .82  | 3.46  | .66  | -1.28 |
| 4. ด้านการจัดกิจกรรม                                    | 3.30                       | .66  | 3.43  | .59  | -1.16 |
| 5. ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้<br>และอุปกรณ์ต่างๆ | 3.05                       | .64  | 3.24  | .78  | -1.28 |
| 6. ด้านการงบประมาณ                                      | 2.89                       | .69  | 2.91  | .69  | -.10  |
| ค่าเฉลี่ยรวม  | 3.20                       | .56  | 3.34  | .51  | -1.44 |

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ไม่มีด้านที่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่

| ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่   | ต่ำกว่า 5 ปี<br>n = 56 |      | ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป<br>n = 214 |      | t      |
|--|------------------------|------|-------------------------------|------|--------|
|  | $\bar{x}$              | S.D. | $\bar{x}$                     | S.D. |        |
| 1. จัดเจ้าหน้าที่เพื่อให้บริการติดต่อสอบถามแก่บุคคลทั้งภายในและภายนอก                        | 3.20                   | .98  | 3.46                          | .90  | -1.70  |
| 2. จัดให้มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์            | 2.78                   | .82  | 3.20                          | .91  | -2.70* |
| 3. จัดเจ้าหน้าที่ให้ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน                                    | 3.07                   | .82  | 3.56                          | .95  | -3.38* |
| 4. จัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพื่อทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารหรือประสานงานกับสื่อมวลชนทุกประเภท | 3.39                   | 1.00 | 3.53                          | .89  | -.88   |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.10                   | .68  | 3.43                          | .70  | -2.72* |

\* $P \leq .05$

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 3 จัดเจ้าหน้าที่ให้ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน และข้อที่ 2 จัดให้มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของ  
ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของ  
สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน  
ด้านการจัดสำนักงาน

| ด้านการจัดสำนักงาน   | ต่ำกว่า 5 ปี<br>n = 56 |            | ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป<br>n = 214 |            | t             |
|--|------------------------|------------|--------------------------------|------------|---------------|
|  | $\bar{x}$              | S.D.       | $\bar{x}$                      | S.D.       |               |
| 1. การติดต่อสื่อสารภายในสำนักงานมีความสะดวกรวดเร็ว                           | 3.37                   | .89        | 3.70                           | .86        | -2.27*        |
| 2. การจัดเคาน์เตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ให้บริการแก่ผู้มาติดต่องานเพื่อความสะดวก | 3.29                   | 1.03       | 3.75                           | .91        | -2.85*        |
| 3. ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีส่วนร่วมในการวางแผน                           | 3.07                   | .98        | 3.42                           | .87        | -2.28*        |
| 4. ดำเนินการวางแผนและนโยบายการประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงาน                      | 3.17                   | .92        | 3.54                           | .86        | -2.48*        |
| 5. แผนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้นำไปใช้ใน การปฏิบัติงาน                  | 3.34                   | .79        | 3.50                           | .83        | -1.09         |
| 6. งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมีลักษณะเป็นงาน ที่กระทำอย่างต่อเนื่อง         | 3.44                   | .90        | 3.64                           | .86        | -1.33         |
| 7. งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมีลักษณะเป็นงานที่ กระทำแบบเฉพาะกิจ/ชั่วคราว   | 3.34                   | .85        | 3.42                           | .96        | -.49          |
| 8. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์มีการกำหนดการประเมินผลการประชาสัมพันธ์           | 3.12                   | 1.10       | 3.24                           | .95        | -.68          |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.26</b>            | <b>.60</b> | <b>3.52</b>                    | <b>.58</b> | <b>-2.54*</b> |

\* $P \leq .05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านการจัดสำนักงาน โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 2 การจัดเคาน์เตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ให้บริการแก่ผู้มา ติดต่องานเพื่อความสะดวก ข้อที่ 4 ดำเนินการวางแผนและนโยบายการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยงาน ข้อที่ 3 ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีส่วนร่วมในการวางแผน และข้อที่ 1 การ ติดต่อสื่อสารภายในสำนักงานมีความสะดวกรวดเร็ว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการจัดบริการ

| ด้านการจัดบริการ   | ต่ำกว่า 5 ปี<br>n = 56 |      | ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป<br>n = 214 |      | t      |
|--|------------------------|------|--------------------------------|------|--------|
|  | $\bar{x}$              | S.D. | $\bar{x}$                      | S.D. |        |
| 1. การเผยแพร่ผลงาน หรือโครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายในทราบ   | 3.44                   | 1.00 | 3.56                           | .91  | -0.78  |
| 2. การเผยแพร่ผลงาน หรือ โครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายนอกทราบ | 3.49                   | 1.00 | 3.61                           | .90  | -0.79  |
| 3. การจัดทำสถิติข้อมูลของหน่วยงานเพื่อเผยแพร่                              | 3.10                   | .92  | 3.26                           | .92  | -1.03  |
| 4. การจัดระบบอินเทอร์เน็ตเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร             | 3.00                   | .97  | 3.36                           | .98  | -2.15* |
| 5. การจัดเอกสาร หรือความรู้ต่างๆ ไว้บริการแก่ประชาชน                       | 3.37                   | .99  | 3.57                           | .91  | -1.30  |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.27                   | .72  | 3.47                           | .68  | -1.66  |

\* $P \leq .05$

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการจัดบริการ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 4 การจัดระบบอินเทอร์เน็ตเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.26 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของ  
ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนัก  
งานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการจัด  
กิจกรรม

| ด้านการจัดกิจกรรม   | ต่ำกว่า 5 ปี<br>n = 56 |      | ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป<br>n = 214 |      | t      |
|---|------------------------|------|--------------------------------|------|--------|
|   | $\bar{x}$              | S.D. | $\bar{x}$                      | S.D. |        |
| 1. การจัดทำแผ่นพับ (Folder) หรือ<br>หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlet)<br>เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน | 3.54                   | .90  | 3.70                           | .91  | -1.07  |
| 2. การตีพิมพ์ข่าวสารบนป้าย<br>ประกาศเป็นปัจจุบัน  | 3.85                   | .88  | 3.87                           | .90  | -.13   |
| 3. การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหว<br>ของหน่วยงานเกี่ยวกับการดำเนินงาน<br>โดยผ่านสื่อมวลชน           | 3.41                   | 1.02 | 3.81                           | 1.06 | -2.39* |
| 4. การจัดสัมมนาให้แก่บุคคลภายนอก  | 3.00                   | 1.00 | 3.14                           | 1.06 | -.75   |
| 5. การให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมในการ<br>จัดกิจกรรมของหน่วยงาน  | 3.10                   | .80  | 3.36                           | .92  | -1.82  |
| 6. การร่วมมือระหว่างหน่วยงานและ<br>องค์กรต่าง ๆ ในการจัดให้ความรู้แก่<br>ประชาชน                    | 3.29                   | .84  | 3.31                           | .86  | -.12   |
| 7. การจัดทำเอกสารข่าวประจำวันเพื่อ<br>เผยแพร่แก่บุคคลภายนอก   | 3.20                   | .84  | 3.36                           | .97  | -.99   |
| 8. การจัดทำวารสาร/จุลสารเพื่อเผยแพร่<br>ข่าวสารและผลงานเป็นประจำ                                    | 2.95                   | .89  | 3.18                           | .92  | -1.42  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

| ด้านการจัดกิจกรรม  | ต่ำกว่า 5 ปี<br>n = 56 |      | ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป<br>n = 214 |      | t     |
|--|------------------------|------|-------------------------------|------|-------|
|  | $\bar{x}$              | S.D. | $\bar{x}$                     | S.D. |       |
| 9. การจัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุน<br>สังคมเพื่อสาธารณประโยชน์  | 3.22                   | .69  | 3.38                          | .86  | -1.13 |
| 10. การจัดทำประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่<br>เพื่อให้ข่าวสารแก่ประชาชน | 3.20                   | .95  | 3.34                          | .91  | -.93  |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.27                   | .54  | 3.44                          | .61  | -1.62 |

\* $p \leq .05$ 

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการจัดกิจกรรม โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 3 การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวของหน่วยงานเกี่ยวกับการดำเนินงานโดยผ่านสื่อมวลชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.27 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ

| ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้<br>และอุปกรณ์ต่างๆ   | ต่ำกว่า 5 ปี<br>n = 56 |            | ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป<br>n = 214 |            | t             |
|--|------------------------|------------|-------------------------------|------------|---------------|
|  | $\bar{x}$              | S.D.       | $\bar{x}$                     | S.D.       |               |
| 1. เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ<br>ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความ<br>ทันสมัยและมีความพร้อมในการ<br>ใช้งาน | 3.02                   | .96        | 3.38                          | .98        | -2.13*        |
| 2. วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการ<br>ประชาสัมพันธ์มีอย่างเพียงพอ   | 3.10                   | .97        | 3.23                          | .97        | -.77          |
| 3. ภายในหน่วยงานประชาสัมพันธ์มีการ<br>นำเครื่อง คอมพิวเตอร์มาใช้ในการ<br>วิเคราะห์ข้อมูล                         | 3.12                   | .95        | 3.18                          | 1.00       | -.34          |
| 4. การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ<br>อินเทอร์เน็ต มาใช้ในการประชาสัมพันธ์   | 2.76                   | .99        | 3.27                          | .99        | -2.99*        |
| 5. การพัฒนาเครื่องมือ เครื่องใช้ในการ<br>ติดต่อสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพ<br>ในการใช้งาน                          | 2.95                   | .89        | 3.26                          | .84        | -2.09*        |
| 6. การทะนุบำรุงรักษาเครื่อง มือเครื่องใช้<br>และอุปกรณ์ต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ          | 3.00                   | 1.07       | 3.35                          | .91        | -2.15*        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>2.99</b>            | <b>.79</b> | <b>3.26</b>                   | <b>.75</b> | <b>-2.07*</b> |

\* $P \leq .05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 4 การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ อินเทอร์เน็ตมาใช้ ในการประชาสัมพันธ์ ข้อที่ 6 การทะนุบำรุงรักษาเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ ในการ ประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ ข้อที่ 1 เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์มีความทันสมัยและมีความพร้อมในการใช้งาน และข้อที่ 4 การพัฒนาเครื่อง เครื่องใช้ในการติดต่อสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.28 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการงบประมาณ

| ด้านการงบประมาณ   | ต่ำกว่า 5 ปี<br>n = 56 |      | ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป<br>n = 214 |      | t      |
|---|------------------------|------|--------------------------------|------|--------|
|   | $\bar{x}$              | S.D. | $\bar{x}$                      | S.D. |        |
| 1. งบประมาณที่ใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพียงพอต่อความต้องการ                                   | 2.80                   | .98  | 2.99                           | .84  | -1.24  |
| 2. แผนงาน/โครงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้รับ การสนับสนุนงบประมาณ                                 | 2.85                   | .88  | 2.99                           | .84  | -.96   |
| 3. การจัดสรรงบประมาณสำหรับอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์                             | 2.63                   | .89  | 2.92                           | .82  | -2.03* |
| 4. การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมหรือตรงกับสภาวะการณปัจจุบัน                   | 2.71                   | .90  | 2.91                           | .82  | 1.41   |
| 5. การจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน อาทิ การบริจาค หรือ การจัดกิจกรรมพิเศษ | 2.22                   | .91  | 2.54                           | .78  | -2.30* |
| ค่าเฉลี่ยรวม  | 2.70                   | .76  | 2.95                           | .67  | -2.08* |

\* $P \leq .05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านการจัดงบประมาณ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 5 การจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงาน อาทิ การบริจาค หรือ การจัดกิจกรรมพิเศษ และข้อที่ 3 การจัดสรรงบประมาณ สำหรับอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.29 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ในภาพรวม

| สภาพการประชาสัมพันธ์                                    | ต่ำกว่า 5 ปี<br>n = 56 |      | ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป<br>n = 214 |      | t      |
|---|------------------------|------|--------------------------------|------|--------|
|   | $\bar{x}$              | S.D. | $\bar{x}$                      | S.D. |        |
| 1. ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่                           | 3.10                   | .68  | 3.43                           | .70  | -2.72* |
| 2. ด้านการจัดสำนักงาน                                   | 3.26                   | .60  | 3.52                           | .58  | -2.54* |
| 3. ด้านการจัดบริการ                                     | 3.27                   | .72  | 3.47                           | .68  | -1.66  |
| 4. ด้านการจัดกิจกรรม                                    | 3.27                   | .54  | 3.44                           | .61  | -1.62  |
| 5. ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้<br>และอุปกรณ์ต่างๆ | 2.99                   | .79  | 3.26                           | .75  | -2.07* |
| 6. ด้านการงบประมาณ                                      | 2.70                   | .76  | 2.95                           | .67  | -2.08* |
| ค่าเฉลี่ยรวม  | 3.12                   | .46  | 3.36                           | .53  | -2.61* |

\* $P \leq .05$

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการงบประมาณ และด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการจัดบริการและด้านการจัดกิจกรรม ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติมในแต่ละด้านเรียงตามลำดับความสำคัญ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ จำนวน 270 คน เรียงลำดับจากจำนวนมากไปหาน้อย ผลสรุปดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.30 แสดงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร ในด้านต่างๆ

| สภาพการประชาสัมพันธ์  | ความถี่ |
|---|---------|
| <b>1. ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่</b>                        |         |
| 1. ส่งเสริมให้มีการจัดอบรมแก่ผู้ปฏิบัติงาน                  | 15      |
| 2. อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานมีจำนวนน้อย            | 6       |
| 3. คุณวุฒิไม่ตรงตามตำแหน่ง                                  | 3       |
| 4. การประสานงานของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน                  | 2       |
| <b>2. ด้านการจัดสำนักงาน</b>                                |         |
| 1. จัดสำนักงานให้มีรูปแบบมากขึ้น                            | 8       |
| 2. เพิ่มระบบการติดต่อประสานงานเพื่อความสะดวก                | 6       |
| 3. จัดสถานที่เพื่อจัดเก็บวัสดุอุปกรณ์                       | 3       |
| 4. จัดเจ้าหน้าที่เพื่อตอบข้อซักถามของผู้มาติดต่องาน         | 2       |
| <b>3. ด้านการจัดบริการ</b>                                  |         |
| 1. ขาดเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร                      | 8       |
| 2. ควรจัดบริการให้มีความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น             | 4       |
| 3. ควรเน้นบริการในหลายรูปแบบ เช่น แผ่นพับ , โบปลิว เป็นต้น  | 3       |
| 4. ขาดระบบฐานข้อมูลในการจัดการประชาสัมพันธ์                 | 1       |
| <b>4. ด้านการจัดกิจกรรม</b>                                 |         |
| 1. ควรเน้นการจัดกิจกรรมแบบต่อเนื่อง                         | 3       |
| 2. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ | 3       |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

| สภาพการประชาสัมพันธ์                                      | ความถี่ |
|---|---------|
| 3. ผู้ปฏิบัติงานควรมีส่วนในการร่วมวางแผนนโยบาย            | 2       |
| 4. ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เด่นชัด | 1       |
| 5. ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ       |         |
| 1. ขาดอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสมัย               | 4       |
| 2. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้มีจำนวนจำกัด                         | 1       |
| 6. ด้านการงบประมาณ  |         |
| 1. งบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีจำนวนจำกัด           | 3       |
| 2. ขาดงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก                   | 2       |
| 3. ควรจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนด้านงบประมาณ                 | 2       |
| 4. เน้นให้ผู้บริหารจัดสรรงบเพื่อการทำสื่อประชาสัมพันธ์    | 1       |

จากตาราง 4.30 พบว่า ข้อเสนอแนะของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร มีผู้ให้ข้อเสนอแนะมากที่สุดคือ ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการจัดสำนักงาน มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ จัดสำนักงานให้มีรูปแบบมากยิ่งขึ้น และด้านการจัดบริการ มีผู้ให้ข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ ขาดเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร และด้านการจัดกิจกรรม มีผู้ให้ข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ การจัดกิจกรรมแบบต่อเนื่อง ส่งเสริมการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ และด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ มีผู้ให้ข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ ขาดอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสมัย และด้านการงบประมาณ มีผู้ให้ข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ งบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีจำนวนจำกัด

## บทที่ 5

# สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสรุปผลการวิจัย ตามลำดับดังนี้

### 5.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ตามระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ใน 6 ด้าน คือ ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

### 5.2 สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีตำแหน่งและระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ใน 6 ด้าน แตกต่างกัน
2. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกัน มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ใน 6 ด้าน แตกต่างกัน

### 5.3 วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต ประกอบด้วยกลุ่มผู้บริหาร จำนวน 150 คน และกลุ่มเจ้าหน้าที่ จำนวน 150 คน รวมกลุ่มตัวอย่าง 300 คน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำแหน่ง วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครใน 6 ด้าน คือ ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือขึ้น โดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ผู้ควบคุมการวิจัย แล้วนำไปขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ และทดลองใช้กับผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ในพื้นที่เขตปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนนทบุรี และจังหวัดปทุมธานี จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นด้วยวิธีการของ Cronbach ที่เรียกว่า “สัมประสิทธิ์อัลฟา” ( $\alpha$ -Coefficient) ปรากฏว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความเชื่อมั่น เท่ากับ .90

3. การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์พร้อมสอคของติดแสตมป์ถึงตัวผู้วิจัยไปยังสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต รวม 300 ฉบับ ได้รับคืน 270 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 90.00

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยการหาค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปของตารางพร้อมกับการบรรยายประกอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลที่เป็นระดับการปฏิบัติ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชากร 2 กลุ่ม วิเคราะห์ด้วยค่า t-test โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC<sup>+</sup> (Statistical Package for the Social Sciences Personal Computer Plus)

## 5.4 สรุปผลการวิจัย

### 5.4.1 สรุปผลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ตำแหน่ง ผู้บริหาร จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

2. วุฒิการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 81.90

3. ประสบการณ์ในการทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ

20.70 ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 79.30 อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตอนที่ 2** ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการให้บริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

**ตอนที่ 3** การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ที่มีตำแหน่งต่างกัน มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ แตกต่างกัน และด้านการให้บริการไม่แตกต่าง

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกันทุกด้าน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกัน มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ แตกต่างกัน ด้านการให้บริการ และด้านการจัดกิจกรรม ไม่แตกต่าง

## 5.5 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร 6 ด้าน คือ ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการให้บริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ อภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.5.1 ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ มีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ได้มีการกำหนดให้เจ้าหน้าที่เพื่อให้บริการติดต่อสอบถามแก่บุคคลทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ทำให้ได้รับทราบข่าวสารข้อมูลที่จำเป็นของหน่วยงานอย่างชัดเจน และส่งผลให้หน่วยงานภายนอกสามารถติดต่อประสานงานได้อย่างสะดวก สอดคล้องกับ วัฒนา พุทธางกูรานนท์ (2542:10) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการอันมีแผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไปอันที่จะสร้างหรือรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน และสอดคล้องกับ วิจิตร อวาทกุล (2534 : 14) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานใดๆ คือ การสื่อสารความรู้สึกไปยังประชาชนเพื่อชักชวนให้ประชาชนร่วมมือ เห็นด้วยกับการดำเนินงานของสถาบัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร 6 ด้าน เรียงลำดับดังนี้ ด้านการจัดสำนักงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ อภิปรายผลตามค่าเฉลี่ย ดังนี้

ด้านการจัดสำนักงาน ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมของด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ในการจัดการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้มีการวางแผนหรือกำหนดนโยบายต่างๆ ของการประชาสัมพันธ์หน่วยงานไว้แล้ว จึงทำให้งานประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ ขอรจ อาร์ เทอรี (อ้างในศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ สมชาย หิรัญกิตติมปป : 4-5) กล่าวว่า การให้บริการแก่หน่วยงานอื่นๆ ทั้งในรูปการประสานงาน การช่วยเหลือในการหาข้อมูล ทั้งนี้เพื่อให้หน่วยงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับ John E. Marston (อ้างในพรทิพย์ วรกิจ โภคาทร.2537 : 16) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการจัดเจ้าหน้าที่สำหรับเจ้าหน้าที่ให้บริการแก่ผู้มาติดต่องานเพื่อความสะดวก ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เห็นว่า งานของสำนักงานเขตล้วนแต่เป็นงานด้านการบริการแก่ประชาชนหรือหน่วยงานต่างๆ ดังนั้นการจัดให้มีเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์อำนวยความสะดวก

เอกสารแก่ผู้ที่มาติดต่องานถือเป็นหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ด้วย ดังที่ เนตรพัฒนา ยาวีราช

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2542 : 1) กล่าวว่า การให้บริการแก่หน่วยงานอื่น ทุกองค์การมีความจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ เพื่ออำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ แก่บุคคลภายในและภายนอกองค์การ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เห็นว่า ควรจะทำการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานนั้นๆ ว่าประสบความสำเร็จตามแผนงานที่กำหนดไว้หรือไม่ สอดคล้องกับ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2537 : 16) กล่าวว่า การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ว่า เป็นความพยายามที่สุขุมรอบคอบ มีการวางแผนและมีการติดตามผลเพื่อเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์การกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

ด้านการจัดการบริการ ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมของด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เพราะว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์มีการให้บริการด้านข่าวสาร ข้อมูล หรือมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการต่างๆ ของหน่วยงาน สอดคล้องกับ วัฒนา พุทธางกูรานนท์ (2542:10) กล่าวว่า การดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องเตรียมความพร้อมอยู่เสมอ และสอดคล้องกับ วาสนา จันทร์สว่าง (อ้างใน เตือนจิตต์ จิตต์อารี.2537 : 1)การประชาสัมพันธ์ คือ การดำเนินงานสื่อสาร (Communication) โดยติดต่อสื่อสารด้านความคิดเห็นและข่าวสารต่างๆ ภายในหน่วยงาน ภายนอกหน่วยงานและระหว่างหน่วยงาน รวมทั้งการติดต่อสื่อสารไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมายหรือประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจอันดีและความสำเร็จในงานของหน่วยงานนั้นๆ

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเผยแพร่ผลงานหรือโครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายนอกทราบ ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เห็นว่า งานประชาสัมพันธ์นั้นนอกจากจะเป็นงานที่ต้องประชาสัมพันธ์ด้านของข้อมูลข่าวสาร หรือเผยแพร่ผลงานต่างๆ ของหน่วยงานให้ทุกคนภายในหน่วยงานทราบแล้ว ยังต้องทำการเผยแพร่ผลงานหรือโครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายนอกรับทราบด้วย ทั้งนี้เพราะจะทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานและบุคคลภายนอก สอดคล้องกับ เตือนจิตต์ จิตต์อารี (2537 : 2-3) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างสัมพันธ์กับประชาชน เพื่อให้ทราบความต้องการ ความคิดเห็นหรือเจตคติของกันและกัน ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การจัดทำสถิติข้อมูลของหน่วยงานเพื่อเผยแพร่ ทั้งนี้เพราะ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ให้ความสำคัญกับการจัดทำสถิติข้อมูลของหน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อที่จะได้ใช้ในการปรับปรุงงานในครั้งต่อไป สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2540:38-39) กล่าวว่า การวางแผนการดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์ รวมทั้งให้งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานดำเนินไปตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการจัดกิจกรรม ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมของด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เพราะว่า ผู้บริหารได้มีนโยบายให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ร่วมกันจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ วิจิตร อวาทกุล (2534:48-52) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เฉพาะงานหรือเฉพาะกิจ เป็นการก่อหรือสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ (constructive) เป็นการดำเนินการเพื่อเสริมสร้างสัมพันธ์ไมตรี แสวงหาความร่วมมือ ระหว่างสถาบันกับทุกคนที่เกี่ยวข้องทั้งบุคคลภายในและภายนอก และสอดคล้องกับ บุญเกื้อ ควรหาเวช (2542 : 59-60) กล่าวว่า การส่งเสริมเผยแพร่ (Promotion) ได้แก่ การจัดงานดำเนินการในโอกาสพิเศษต่าง ๆ (Special Event) เช่น วันครบรอบ การจัดนิทรรศการ วันปีใหม่ ฯลฯ การจัดเลี้ยงแบบพบปะสื่อมวลชน (Press Parties) นิทรรศการทางวิชาการ การแสดงเผยแพร่ที่เป็นพิเศษ การจัดการประกวดให้รางวัลแก่ผู้มีเกียรติ รวมถึงเครื่องมือโสตทัศน เพื่อช่วยเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณของสถาบัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การคิดประกาศข่าวสารบนป้ายประกาศ เป็นปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ มีการทำประชาสัมพันธ์ข่าวสารของหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บุคคลทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานทราบ สอดคล้องกับ วัฒนา พุทธางกูรานนท์ (2542 :43-45) กล่าวว่า การดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องเตรียมพร้อมอยู่เสมอ และสอดคล้องกับ สุพิน ปัญญามาก (2530 : 286) การประชาสัมพันธ์มีหลักใหญ่ คือ การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและผลงานความเคลื่อนไหวขององค์การ สถาบัน ให้ประชาชนได้ทราบ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การจัดสัมมนาให้แก่บุคคลภายนอก ทั้งนี้เพราะส่วนใหญ่ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เห็นว่าหน่วยงานไม่มีนโยบายที่เด่นชัดเกี่ยวกับการจัดสัมมนาให้แก่บุคคลภายนอก สอดคล้องกับ สุพิน ปัญญามาก (2526:27-28) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ ต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนให้เกิดความเข้าใจกันและไม่ขัดแย้งกัน กล่าวคือ ต้องเข้าใจความต้องการของชุมชนว่าต้องการอะไร มีทัศนคติอย่างไรบ้าง โดยเข้าไปปรับใช้หรือปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกับความต้องการนั้น

ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมของด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เพราะว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เห็นว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงาน ฉะนั้นจะต้องทำควบคู่ไปกับการบริหารด้านอื่นๆ ด้วย สอดคล้องกับ สุพิน ปัญญามาก (2526 : 27-28) กล่าวว่า การเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาสัมพันธ์ต้องกระทำอย่างมีแผน เป็นระบบมีการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนให้มากที่สุด โดยการทำงานนั้นต้องมีเอกภาพและสอดคล้องกันทุกขั้นตอน และสอดคล้องกับ วัฒนา พุทธางกูรานนท์ (2542 : 10) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไปในอันที่จะสร้างหรือรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจและให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้งานของสถาบันดำเนินไปด้วยดี โดยมีประชามติเป็นแนวบรรทัดฐาน

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เพื่อทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารหรือประสานงานกับสื่อมวลชนทุกประเภท ทั้งนี้เพราะ ผู้บริหารเห็นว่า การทำการเผยแพร่ข่าวสารกับสื่อมวลชน จะทำให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จเพิ่มมากขึ้น ดังที่ Derriman (วิรัช ลภีรัตนกุล 2526 : 133) กล่าวว่า หน้าที่ในการแพร่กระจายข่าวสารต่างๆ ขององค์การสู่ประชาชนด้วยสื่อที่เหมาะสม นักประชาสัมพันธ์เป็นตัวแทนขององค์การสถาบัน เพื่อสร้างความประทับใจหรือความรู้สึกที่ดีงามต่อประชาชน หน้าที่ในการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชน การเขียนและการสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ จัดให้มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน จะทำให้เกิดทักษะและความชำนาญในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 246-247) กล่าวว่า ผู้ที่ทำงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องเสนอแนะการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วย ซึ่งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรพิจารณาประเด็นของบุคลิกภาพที่ดี การพัฒนามนุษย์สัมพันธ์ สำหรับการพัฒนาบุคลากรให้เชื่อในงานประชาสัมพันธ์และทำตัวเป็นนักประชาสัมพันธ์ จะต้องให้พนักงานมีความเข้าใจในความสำคัญของภาพพจน์

การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมของด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เพราะว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เห็นว่า อุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงเครื่องมือเครื่องใช้ นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 176) กล่าวว่า การใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ในสำนักงานขององค์กรจะมีผลต่อภาพพจน์ขององค์กร การที่ผู้คนจะมององค์กรอย่างไร จะมีเท่าที่ความรู้สึกอย่างไรกับองค์กรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับข่าวของเครื่องใช้ในสำนักงานนั้นด้วย และสอดคล้องกับ Derriman (อ้างในวิรัช ลภีรัตนกุล .2526 :133) กล่าวว่า นักประชาสัมพันธ์เป็นตัวแทนขององค์การสถาบัน เพื่อสร้างความประทับใจหรือความรู้สึกที่ดีงามต่อประชาชน หน้าที่ในการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชน การเขียนและการสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ มีความทันสมัยและมีความพร้อมในการใช้งาน ทั้งนี้เพราะว่า ผู้บริหารมีนโยบายที่เห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่า อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่มีความทันสมัยและมีความพร้อมนั้น จะสามารถทำให้การประชาสัมพันธ์บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ สอดคล้องกับ สุเทพ เดชะชีพ (2532:89-128) กล่าวว่า แนวโน้มในอนาคตทางด้านงานประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น มีการเพิ่มจำนวนบุคลากรเกือบทุกองค์กร มีการขยายหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการเพิ่มจำนวนโสตทัศนอุปกรณ์ งบประมาณ กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์จะขยายตัวมากขึ้น ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ภายในหน่วยงานประชาสัมพันธ์มีการนำเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้เพราะว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เห็นว่า การนำเอาเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลงานประชาสัมพันธ์ มีความจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคปัจจุบัน และสอดคล้องกับ เตือนจิตต์ จิตต์อารี (2537 : 9-11) กล่าวว่า ผลกระทบทางคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีทางการสื่อสารในยุคปัจจุบันมีผลต่อการประชาสัมพันธ์ การเติบโตทางเทคโนโลยีมีผลผลักดันให้การประชาสัมพันธ์มีความซับซ้อน มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น ผู้ทำการประชาสัมพันธ์ที่ขาดความสามารถทางด้านเทคโนโลยีจะทำให้การทำงานล่าช้า และไม่เกิดประสิทธิภาพ

ด้านการงบประมาณ ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมของด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เพราะว่าผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เห็นว่าสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2540:38-39) กล่าวว่า ผู้บริหารต้องพร้อมที่จะวัดผลการทำงานในด้านการสร้างภาพพจน์ คือ พร้อมที่จะวัดผลว่าสิ่งที่ทำลงไปนั้นถูกต้องหรือไม่ สามารถเปลี่ยนแปลงความคิดของประชาชนได้หรือไม่ ใช้งบประมาณอย่างถูกต้องและคุ้มค่าหรือไม่ และสอดคล้องกับ ชัยนันท์ นันทพันธ์ (2521: 73-75) กล่าวว่า ในการจัดองค์การของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารจึงควรมองเห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และฝ่ายประชาสัมพันธ์อาจจะจัดแบ่งงานเกี่ยวกับการให้บริการประชาชน งานด้านข่าวสาร งานด้านโฆษณาเผยแพร่ หรืองานด้านต่างๆ ตามความจำเป็นขององค์การ และแม้ว่าจะมีการจัดองค์การอย่างดีแล้วก็ตาม หากไม่ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณและกำลังคนแล้วก็ยากที่การดำเนินการจะราบรื่น เพราะถ้าหากฝ่ายบริหารบอกว่าไม่สำคัญและไม่มีผลงานก็จะเป็นความยากลำบาก ดังนั้นจะให้องค์การเกิดประสิทธิภาพทุก ๆ ฝ่ายจึงควรให้ความสำคัญและร่วมมือกัน จะทำให้การจัดองค์การประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพอย่างแน่นอน

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แผนงานหรือโครงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้รับการสนับสนุนงบประมาณ ทั้งนี้เพราะว่า ผู้บริหารมีนโยบายสนับสนุนด้านไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งบประมาณให้ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ได้นำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ ดังที่ สุเทพ เดชะชีพ (2532:89-128) กล่าวว่า แนวโน้มในอนาคตทางด้านงานประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น มีการเพิ่มจำนวนบุคลากรเกือบทุกองค์กร มีการขยายหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการเพิ่มจำนวนโสตทัศนูปกรณ์ งบประมาณ กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์จะขยายตัวมากขึ้นและแนวโน้มผู้บริหารส่วนใหญ่ต้องการผู้ที่สำเร็จการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์ หรือวารสารศาสตร์โดยตรงเข้ามาทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน อาทิ การบริจาคหรือจัดกิจกรรมพิเศษ ทั้งนี้เพราะว่า ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เห็นว่า ต้องการงบประมาณเพื่อมาสนับสนุนงานทางด้านประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ดังที่ เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 176) กล่าวว่า การจัดงบประมาณ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดทำแผน หรือโครงการประชาสัมพันธ์ การตั้งงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ การหาแหล่งเงินทุนสนับสนุน การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์จะมากขึ้นอยู่กับขนาดและโครงการของแต่ละองค์กร หรือแล้วแต่การมองเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ โดยปกติทั่วไป องค์กรธุรกิจหรือบริษัทห้างร้านต่าง ๆ จะจัดสรรเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์ประมาณ 25% ของรายจ่ายทั้งหมด ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การจัดสรรงบประมาณนั้นนอกจากจะจัดสรรเฉพาะกิจกรรมของหน่วยงานแล้ว ยังต้องรวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานอื่นด้วย

5.5.2 ผลการเปรียบเทียบระดับการของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่ง

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร 6 ด้าน ในภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้บริหารเห็นว่า การนำเทคโนโลยีอันทันสมัยมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ สามารถทำให้การประชาสัมพันธ์มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย แต่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เห็นว่า สำนักงานเขตกรุงเทพมหานครขาดอุปกรณ์อันทันสมัยที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สำหรับปัจจุบัน จึงทำให้การประชาสัมพันธ์มีความล่าช้า สอดคล้องกับ ยอร์จ อาร์ เทอริ (อ้างในศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ สมชาย หิรัญกิตติ.มปป. :4-5) กล่าวว่า หน้าที่ให้ความสะดวก (Facilitating Function) เป็นงานที่ให้ความสะดวกหรือสนับสนุนผลงานให้สูงขึ้น และมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ตัวอย่างงานที่ให้ความสะดวก ได้แก่ การปรับปรุงงานสำนักงาน การจัดระบบการทำงานให้ง่ายขึ้น การใช้อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานให้มีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ วิธีการปรับปรุงและการติดตามผลงาน และสอดคล้องกับ George R.Terry (อ้างในเนตร์พัฒนา ยาวีราช 2542 : 1) กล่าวว่า การดำเนินงานกับข้อมูลให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด

เอกสารนี้โดยอาศัยปัจจัยต่างๆ ได้แก่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ และ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบต่างๆ เข้าด้วยกัน โดยอาศัยหลักการจัดการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การบริหารงานบุคคล การอำนวยการและการสั่งการ การประสานงานและการควบคุมงาน เพื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์การนั้น

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดบริการไม่แตกต่างกัน และนอกนั้นแตกต่างกัน

ด้านการจัดบริการ พบว่า ระดับการปฏิบัติโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ได้มีการเผยแพร่ผลงานหรือโครงการประชาสัมพันธ์ที่แล้วเสร็จให้บุคคลภายในทราบ ทำให้ได้รับทราบข้อมูลต่างๆ ของหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอด้วยดี ซึ่งทำให้ทุกคนได้รับทราบความเคลื่อนไหวของหน่วยงานในด้านต่างๆ สอดคล้องกับ วิจิตร อาวะกุล (2534 : 14 ) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ของหน่วยใด ๆ ก็คือ การสื่อสารความรู้สึกไปยังประชาชนเพื่อชักชวนให้ประชาชนร่วมมือ เห็นด้วยกับการดำเนินงานของสถาบัน หมายถึง ความรู้สึกที่ดีและประทับใจของประชาชน รวมทั้งการปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของประชาชนด้วย และสอดคล้องกับ เตือนจิตต์ จิตต์อารี (2537:2-3) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการหรือวิธีการที่องค์กรหรือสถาบันใช้เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจรวมถึงภาพพจน์และทัศนคติอันดีแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ยังผลให้เกิดความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน ซึ่งวิธีการต่างๆ ที่ใช้จะต้องมีการวางแผนและกระทำอย่างต่อเนื่องในรูปของการสื่อสาร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ให้องค์กรหรือสถาบันนั้นดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุจุดมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย

ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ พบว่า ระดับการปฏิบัติในภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหาร เห็นว่า การจัดให้มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ นั้นอาจไม่ใช่ปัจจัยหลักในการทำการประชาสัมพันธ์ แต่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เห็นว่า ทางสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครมิได้เห็นถึงความสำคัญของการฝึกอบรมต่อเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน เพราะขาดการวางแผนและขาดงบประมาณในการดำเนินงาน สอดคล้องกับ เตือนจิตต์ จิตต์อารี (2537:9-11) กล่าวว่า งานประชาสัมพันธ์ของไทยยังอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารมองไม่เห็นความสำคัญ จึงทำให้การประชาสัมพันธ์ขาดประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับ ระเด่น ทักษิณา (2526 :112-113) กล่าวว่า นี้ ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของนักประชาสัมพันธ์จะต้องทำคือ ให้คำแนะนำและเป็นທີ່ปรึกษา เพราะฉะนั้นนักประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นบุคคลที่ประกอบด้วยภูมิปัญญา ใช้สติมีความรอบรู้และรู้หลักการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะต้องให้คำปรึกษาและเป็นผู้แนะนำแก่ผู้บริหารในสิ่งที่ควรและไม่ควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการจัดสำนักงาน พบว่า ระดับการปฏิบัติในภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะผู้บริหารเห็นว่า การจัดสำนักงานที่ดีนั้นควรจะมีการวางแผนที่ดี เพื่อส่งเสริมให้งานประชาสัมพันธ์นั้นลุล่วงไปด้วยดี แต่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เห็นว่า การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์นั้นเจ้าหน้าที่ควรมีส่วนร่วมในการวางแผนในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (อ้างใน เตือนจิตต์ จิตต์อารี.2537 : 1) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยกระทำการที่ดีมีคุณค่ากับสังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อย ๆ และสอดคล้องกับ รัตนากร ทองสำราญ (2540 : 132-170) กล่าวว่า ต้องมีการปรับปรุงทบทวนแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540-2544 ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ที่ได้มีการปรับแล้ว แผนการศึกษาชาติ นโยบายของรัฐบาล กฎหมายรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2540 ตลอดจนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เป็นจริง และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทั้งนี้ต้องเน้นการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน การประสานงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง รวมทั้งการกำหนดตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรม

ด้านการจัดกิจกรรม พบว่า ระดับการปฏิบัติในภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะ ผู้บริหารเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวของหน่วยงานเกี่ยวกับการดำเนินงานโดยผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต จะทำให้ได้รับทราบข่าวสารหรือกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงานโดยทั่วกัน แต่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เห็นว่า การดำเนินงานเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของหน่วยงานโดยผ่านสื่อมวลชนนั้น สามารถทำการประชาสัมพันธ์ได้หลายวิธี แต่จะต้องคำนึงถึงงบประมาณในการจ่ายสำหรับการประชาสัมพันธ์ว่า ควรจะได้รับผลคุ้มค่าเป็นที่น่าพอใจ สอดคล้องกับ รพีพล ชูระนิยม (2537:147-168) กล่าวว่า อุปสรรคและปัญหาในการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่มีอุปสรรคและปัญหาในด้านบุคลากรและงบประมาณไม่เพียงพอ และสอดคล้องกับ รัตนากร ทองสำราญ (2540 : 132-170) กล่าวว่า สำหรับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของหน่วยงานต่างๆ ในการนำแนวนโยบาย ไปสู่การปฏิบัติคือ ปัจจัยภายใน (บุคลากร การประสานงานและงบประมาณ) ปัจจัยภายนอก (รัฐบาลและงบประมาณ) และลักษณะการดำเนินงาน

ด้านการจัดเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ พบว่า ระดับการปฏิบัติในภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้บริหารเห็นว่า ประสิทธิภาพของเครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับงานประชาสัมพันธ์ยังมีประสิทธิภาพที่ดีใช้งานได้เป็นอย่างดี แต่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เห็นว่า การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์จะทำให้การ  
 เอกสารประชาสัมพันธ์ เห็นว่า การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์จะทำให้การ  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาสัมพันธืรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ เตือนจิตต์ จิตต์อารี (2537: 9-11) กล่าวว่า ผลกระทบทางคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีทางการสื่อสารในยุคปัจจุบันมีผลต่อการประชาสัมพันธื การเติบโตทางเทคโนโลยีมีผลผลักดันให้การประชาสัมพันธืมีความซับซ้อน มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น ผู้ทำการประชาสัมพันธืที่ขาดความสามารถทางด้านเทคโนโลยีจะทำให้งานล่าช้า และไม่เกิดประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ สมชาย หิริญกิตติ (มปป. :64 -65) กล่าวว่า เพื่อให้บุคลากรภายในสำนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด หรือจูงใจให้บุคลากรทุกระดับทำงานอย่างเต็มที่

ด้านการงบประมาณ พบว่า ระดับการปฏิบัติในภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารเห็นว่า งบประมาณหรือเงินทุนที่จะใช้ในการประชาสัมพันธืนั้น มีอย่างเพียงพอต่องานประชาสัมพันธื แต่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธื เห็นว่า งบประมาณที่ได้รับมาไม่เพียงพอต่อความต้องการในการจัดการประชาสัมพันธื จึงทำให้งานประชาสัมพันธืของหน่วยงานขาดประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ สุเทพ เดชะชีพ (2532:89-128) กล่าวว่า แนวโน้มในอนาคตทางด้านงานประชาสัมพันธื การประชาสัมพันธืจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น มีการเพิ่มจำนวนบุคลากรเกือบทุกองค์กร มีการขยายหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการเพิ่มจำนวนโสตทัศนูปกรณ์ งบประมาณ กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธืจะขยายตัวมากขึ้นและแนวโน้มผู้บริหารส่วนใหญ่ต้องการผู้ที่สำเร็จการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์ หรือวารสารศาสตร์โดยตรงเข้ามาทำงานด้านการประชาสัมพันธื และสอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2540 : 38-39) กล่าวว่า ผู้บริหารต้องพร้อมที่จะวัดผลการทำงานในด้านการสร้างภาพพจน์ คือ พร้อมที่จะวัดผลว่าสิ่งที่ทำลงไปนั้นถูกต้องหรือไม่ สามารถเปลี่ยนแปลงความคิดของประชาชนได้หรือไม่ ใช้งบประมาณอย่างถูกต้องและคุ้มค่าหรือไม่

5.5.3 ผลการเปรียบเทียบตามระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธื เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธืของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธื เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธืของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร 6 ด้าน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี และผู้ที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่า การประชาสัมพันธืของหน่วยงานต้องปฏิบัติงานภายใต้แผนงานที่กำหนดไว้ และได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณอย่างเพียงพอ สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (อ้างใน เตือนจิตต์ จิตต์อารี.2537 : 1) กล่าวว่า การประชาสัมพันธืเป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่ากับสังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน

หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนผลงานด้านต่างๆ ของหน่วยงาน นับเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับ วิรัช ลภีรัตนกุล (2540 : 151-152) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์นั้น กระทำขึ้นเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ ประชาชน เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและป้องกันปัญหาต่างๆ รวมทั้งการขจัดปัญหาเหล่านั้น ให้หมดสิ้นไปด้วย ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะสัมฤทธิ์ผลได้ ย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือของบุคคล หลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งฝ่ายบริหารขององค์การสถาบัน และสอดคล้องกับ วิจิตร อาวะกุล (2534 : 48-52) กล่าวว่า เพื่อเป็นการเสริมสร้างช่วยเหลือ แนะนำแก้ไข ปรับปรุงการดำเนินงาน ของหน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาความสัมพันธ์เกี่ยวกับความรู้สึคนึกคิด ทศนคติ และ ประชามติของบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ด้านการจัดกิจกรรม พบว่า ระดับการปฏิบัติโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี และผู้ที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เห็น ว่า การจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ประชาชนหรือ หน่วยงานภายนอก ให้ความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ได้มากขึ้น ซึ่งจะทำให้การประชาสัมพันธ์ กิจกรรมนั้นๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ วิวัฒนา พุทธางกูรานนท์ (2542 : 10) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำต่อเนื่องกัน ไปในอันที่จะสร้างหรือรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันกับกลุ่ม ประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจและให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้งาน ของสถาบันดำเนินไปด้วยดี โดยมีประชามติเป็นแนวบรรทัดฐาน และสอดคล้องกับ วิรัช ลภีรัตน- กุล (2540 : 145-148) กล่าวว่า การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงาน ตลอดจนความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ประชาชนและกลุ่ม ประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ การบอกกล่าวชี้แจงเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มุ่งหมายไปใน ด้านการแจ้งให้ทราบ และด้านการให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชน รวมทั้งการเรียกร้องความ สนับสนุนร่วมมือจากประชาชน ซึ่งการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้รับทราบ ย่อมเป็นสิ่งที ี่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อสถาบันในด้านการได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน เพราะเมื่อ เข้าใจอย่างถ่องแท้แล้ว ประชาชนย่อมเลื่อมใส ศรัทธาและให้การร่วมมือด้วย

ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ พบว่า ระดับการปฏิบัติโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะผู้ที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี และผู้ที่มีวุฒิ การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่า การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อให้มีความ พร้อมในการใช้งาน หรือการนำอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ที่ทันสมัยมาใช้ในการปฏิบัติงาน จะทำให้การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานเกิดประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ เตือนจิตต์ จิตต์อารี (2537:9-11) กล่าวว่า ผลกระทบทางคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีทางการสื่อสารในยุคปัจจุบันมีผล ต่อการประชาสัมพันธ์ การเติบโตทางเทคโนโลยีมีผลผลักดันให้การประชาสัมพันธ์มีความซับซ้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ในเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น ผู้ทำการประชาสัมพันธ์ที่ขาดความสามารถทางด้านเทคโนโลยีจะทำให้การทำงานล่าช้า และไม่เกิดประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542 :176) กล่าวว่า การใช้วัสดุอุปกรณ์ (Artifacts) ในการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ในสำนักงานขององค์กรนั้น จะมีผลต่อภาพพจน์ขององค์กร การที่ผู้คนจะมององค์กรอย่างไร จะมีท่าทีความรู้สึกอย่างไรกับองค์กรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับข่าวของเครื่องใช้ในสำนักงานนั้นด้วย

ด้านการงบประมาณ พบว่า ระดับการปฏิบัติโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เห็นว่า งบประมาณเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ไม่ได้รับการจัดสรรอย่างเพียงพอ ทำให้ไม่สามารถทำการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน สอดคล้องกับ รัตนากร ทองสำราญ (2540 : 132-170) กล่าวว่า สำหรับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของหน่วยงานต่าง ๆ ในการนำแผนนโยบาย ไปสู่การปฏิบัติคือ ปัจจัยภายใน (บุคลากร การประสานงานและงบประมาณ) ปัจจัยภายนอก (รัฐบาลและงบประมาณ) และลักษณะการดำเนินงาน และสอดคล้องกับ สุพิน ปัญญาภัก (2526 : 27-28) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ต้องกระทำอย่างมีแผน เป็นระบบ เป็นขั้นตอนมีการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนของหน่วยงานให้มากที่สุด โดยการทำงานนั้นต้องมีเอกภาพและสอดคล้องกันทุกขั้นตอน

5.5.4 ผลการเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทการดำเนินงาน

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร 6 ด้าน ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 5 ปี เห็นว่า การเผยแพร่ผลงานหรือโครงการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอกได้รับทราบนั้นจะต้องใช้ระบบอินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว แต่ผู้ที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป เห็นว่า การประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดทำแผ่นพับหรือหนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงานก็เพียงพอแล้ว สอดคล้องกับ ชม ภูมิภาค (2526: 12) กล่าวว่า หน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์นั้นมิท้งให้ความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานแก่สาธารณชนและให้หน่วยงานรู้จักสาธารณชน เป็นการสร้างสายการสื่อสาร 2 ทาง กิจกรรมต่าง ๆ ที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ทำบ่อย ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์สัมพันธ์เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ บริจาค ชุมชนสัมพันธ์ เอกสารการพิมพ์ การถ่ายภาพ การสื่อสารภายใน และ เสรี วงษ์มณฑา (2542:176) กล่าวว่า การใช้วัสดุอุปกรณ์ (Artifacts) ในการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ในสำนักงานขององค์กรนั้น จะมีผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อภาพพจน์ขององค์กร การที่ผู้คนจะมององค์กรอย่างไร จะมีท่าทีความรู้สึกอย่างไรกับองค์กรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับข่าวของเครื่องใช้ในสำนักงานนั้นด้วย

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดบริการ และด้านการจัดกิจกรรมไม่แตกต่างกัน และนอกนั้นแตกต่างกัน

ด้านการจัดบริการ พบว่า ระดับการปฏิบัติโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้ที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 5 ปี และตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป เห็นว่า การสำรวจประชามติของประชาชน เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานนั้น มีความสำคัญทำให้ได้รับทราบความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับ วิรัช ลภีรัตนกุล (2540:145-148) กล่าวว่า การดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นจะต้องทราบถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน ที่เรียกว่า ประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร การสำรวจวิจัยประชามติจึงเป็นสิ่งที่คู่กับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพื่อจะได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับ สุพิน ปัญญามาก (2526 : 27-28) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องหยุดไม่ได้ และพยายามโดยไม่มีที่สิ้นสุด เพิ่มตัวแปรที่สำคัญคือ ความรู้สึกนึกคิดหรือความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งเรียกว่า ประชามติ (Public Opinion) เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องรักษาความคิดเห็นที่สนับสนุนหน่วยงานให้คงที่ตลอดไป

ด้านการจัดกิจกรรม พบว่า ระดับการปฏิบัติโดยรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 5 ปี และตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป เห็นว่า การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวของหน่วยงานเกี่ยวกับการดำเนินงาน โดยผ่านสื่อมวลชน ทำให้หน่วยงานภายนอกได้รับทราบข่าวสาร และเข้าใจสภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงาน สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (อ้างใน เตือนจิตต์ จิตต์อารี.2537 : 1) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่ากับสังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อย ๆ และสอดคล้องกับ เตือนจิตต์ จิตต์อารี (2537:2-3) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติ จุคมุ่งหมายที่สำคัญประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างภาพพจน์ที่ดี (Image) เสริมสร้างความรู้สึกนึกคิดที่ดี โน้มน้าวจิตใจของปวงชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้มีทัศนคติที่ดีนั้น ย่อมหมายถึง หน่วยงานพยายามส่งเสริมให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนมีความรู้สึกที่ดี และมีพฤติกรรมให้การสนับสนุนหรือความร่วมมือ นอกจากนี้แล้วยังต้อง

ป้องกันความรู้สึกหรือเจตคติที่ไม่ดีต่อหน่วยงานด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ พบว่า สภาพการประชาสัมพันธ์โดยรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้ที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 5 ปี เห็นว่า การจัดให้มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จะทำให้สามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้องมีประสิทธิภาพ แต่ผู้ที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป เห็นว่า ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้านประกอบกัน เช่น เครื่องมืออุปกรณ์ งบประมาณ บุคลากร และนโยบายของหน่วยงาน สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542 :246-247) กล่าวว่า ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นการวางแผนหรือการใช้ความพยายามที่ต่อเนื่องของฝ่ายจัดการที่จะปรับปรุงระดับความสามารถของพนักงานและการทำงานขององค์กร โดยอาศัยโปรแกรมการฝึกอบรม การพัฒนาจิตสำนึกในการประชาสัมพันธ์ และการให้การศึกษาเพื่อสร้างความเข้าใจ และสอดคล้องกับ ชัยนันท์ นันทพันธ์ (2521: 73-75) กล่าวว่า การจัดองค์การของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารจึงควรมองเห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และฝ่ายประชาสัมพันธ์อาจจะจัดแบ่งงานเกี่ยวกับการให้บริการประชาชน งานด้านข่าวสาร งานด้านโฆษณาเผยแพร่ หรืองานด้านต่างๆ ตามความจำเป็นขององค์กร และแม้ว่าจะมีการจัดองค์การอย่างดีแล้วก็ตาม หากไม่ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณและกำลังคนแล้วก็ยากที่การดำเนินการจะราบรื่น เพราะถ้าหากฝ่ายบริหารบอกว่าไม่สำคัญและไม่แสดงผลงานก็จะเกิดความยากลำบาก ดังนั้นจะให้องค์การเกิดประสิทธิภาพทุก ๆ ฝ่ายจึงควรให้ความสำคัญและร่วมมือกัน จะทำให้การจัดองค์การประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพ

ด้านการจัดสำนักงาน พบว่า สภาพการประชาสัมพันธ์โดยรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 5 ปี เห็นว่า การติดต่อสื่อสารภายในสำนักงานมีความสะดวกรวดเร็ว ทำให้หน่วยงานอื่นสามารถทราบข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ชัดเจน และเป็นปัจจุบัน แต่ผู้ที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป เห็นว่า การติดต่อสื่อสารภายในมีขั้นตอนปฏิบัติตามระเบียบแบบแผนของทางราชการ ทำให้เกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2537 : 16-19) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่มีการวางแผน สุขุมรอบคอบ และมีการติดตามประเมินผล และสอดคล้องกับ สุพิน ปัญญา (2526 : 27-28) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ ต้องกระทำอย่างมีแผน เป็นระบบ เป็นขั้นตอนมีการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนของหน่วยงานให้มากที่สุด โดยการทำงานนั้นต้องมีเอกภาพและสอดคล้องกันทุกขั้นตอน

ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ พบว่า ระดับการปฏิบัติโดยรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 5 ปี เห็นว่า ในการทำงานประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบันนั้น จำเป็นต้องมีเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ ต้องมีความทันสมัยเหมาะสมกับการใช้งานปัจจุบัน และทันต่อเทคโนโลยี แต่ผู้ที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป เห็นว่า เทคโนโลยีที่ทันสมัยนั้น จำเป็นต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมาก แต่ทางสำนักงานเขต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรุงเทพมหานครมีงบประมาณจำกัด สอดคล้องกับ ปรีชา จำปารัตน์ (อ้างในสุรัสวดี ราชกุลชัย .2542 :5) กล่าวว่า ปัจจุบันเป็นการทำงานของหน่วยงานกลางคอยช่วยผู้บริหารระดับสูงในการวางแผนวินิจฉัยสั่งการ ควบคุมงาน และให้บริการพื้นฐานต่างๆ โดยนำเทคนิคสมัยใหม่ เช่น ระบบสำนักงานอัตโนมัติ (Office Automation : OA) และการควบคุมคุณภาพ (Quality Control : QC) เข้ามาช่วย และสอดคล้องกับ เตือนจิตต์ จิตต์อารี (2537 : 9-11) กล่าวว่า ผลกระทบทางคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีทางการสื่อสารในยุคปัจจุบันมีผลต่อการประชาสัมพันธ์ การเติบโตทางเทคโนโลยีมีผลผลักดันให้การประชาสัมพันธ์มีความซับซ้อน มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น ผู้ทำการประชาสัมพันธ์ที่ขาดความสามารถทางด้านเทคโนโลยีจะทำให้การทำงานล่าช้า และไม่เกิดประสิทธิภาพ

ด้านการงบประมาณ พบว่า ระดับการปฏิบัติโดยรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้ที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 5 ปี เห็นว่า การจัดสรรงบประมาณสำหรับการจัดซื้ออุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์ ทางสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ควรได้มีการวางแผน โดยมีการประชุมร่วมกันระหว่างผู้ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบ และผู้บริหาร แต่ผู้ที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป เห็นว่า การจัดทำแผนเพื่อการจัดซื้อเครื่องมืออุปกรณ์ทางด้านงานประชาสัมพันธ์ ควรเป็นหน้าที่เฉพาะของผู้บริหารเท่านั้น เพราะสามารถตัดสินใจได้ทันที สอดคล้องกับ อรุณดา ภูบัวเพ็ญ (2532 :165-190) กล่าวว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอนคือ ขั้นการแสวงหาข้อมูล ส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลจากการวางแผนครั้งก่อนที่ใกล้เคียงกัน ขั้นการวางแผนก็มีบ้างตามโอกาสส่วนใหญ่เป็นแผนระยะสั้นและระยะยาวร่วมกัน ขั้นการปฏิบัติงานส่วนใหญ่ทำตามแผนจริงทุกครั้ง ส่วนขั้นการประเมินผลจริงบางครั้งเท่านั้น เพราะขาดแคลนเจ้าหน้าที่ในการประเมินผลและขาดงบประมาณ และสอดคล้องกับ สะอาด ต้นศุภผล (อ้างในพรทิพย์ วรกิจโกคาทร 2537 : 16) กล่าวว่า ว่า การประชาสัมพันธ์คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจและให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.6 ข้อเสนอแนะ

### 5.6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ผู้วิจัยได้สรุปเป็นข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 5.6.1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านการงบประมาณ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านการงบประมาณ จากผลการวิจัยพบว่า สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านนี้อยู่ในลำดับที่ 6 จะเห็นได้ว่าการจัดสรรงบประมาณยังมีจำนวนจำกัด และขาดงบประมาณมาสนับสนุนการจัดการด้านประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อหาทุนสนับสนุนด้านงบประมาณเพื่อใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หรือการระดมหาแหล่งเงินทุนต่างๆ เพื่อนำมาสนับสนุนงานด้านประชาสัมพันธ์ ย่อมทำให้งานด้านประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ จากผลการวิจัยพบว่า สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านนี้อยู่ในลำดับที่ 5 จะเห็นได้ว่าด้านเครื่องมือเครื่องใช้ตลอดจากอุปกรณ์ต่างๆ สำหรับใช้ในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ยังมีจำนวนจำกัด ขาดการนำอุปกรณ์ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ ซึ่งส่งผลให้งานด้านประชาสัมพันธ์ขาดประสิทธิภาพ ดังนั้นการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ก็จะทำให้งานประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ จากผลการวิจัยพบว่า สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านนี้อยู่ในลำดับที่ 4 จะเห็นได้ว่า ต้องส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมให้แก่ผู้ปฏิบัติงานทางด้านประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์มีจำนวนไม่เพียงพอ และยังขาดประสบการณ์ในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นผู้บริหารควรส่งเสริมให้มีการจัดการฝึกอบรมแก่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อให้งานนั้นเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ด้านการจัดกิจกรรม จากผลการวิจัยพบว่า สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านนี้อยู่ในลำดับที่ 3 จะเห็นได้ว่าควรจัดกิจกรรมที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับหน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์กับชุมชน และควรเน้นการจัดกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง จะทำให้ภาพลักษณ์ของหน่วยงานดี และเกิดความร่วมมือร่วมใจระหว่างชุมชนและหน่วยงาน ทำให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. ด้านการจัดบริการ จากผลการวิจัยพบว่า สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านนี้อยู่ในลำดับที่ 2 จะเห็นได้ว่าควรเน้นการจัดบริการที่รวดเร็ว และสะดวกแก่ผู้ที่มาติดต่อหน่วยงาน รวมถึงให้ความสำคัญในด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆ อาทิ แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น ทั้งนี้การเน้นในเรื่องของการจัดการบริการให้ประทับใจแก่ผู้ที่มาติดต่อหน่วยงาน ย่อมทำให้การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

6. ด้านการจัดสำนักงาน จากการวิจัยพบว่า สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ด้านนี้อยู่ในลำดับที่ 1 จะเห็นได้ว่าควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่เพื่อตอบข้อซักถามของผู้ที่มาติดต่อหน่วยงาน และเพื่อให้ระบบการติดต่อประสานงานเพิ่มความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้การจัดสำนักงานให้เป็นเอกเทศมากยิ่งขึ้น จะทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

#### 5.6.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรมีการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้

1. ควรศึกษาวิจัยในเรื่อง การจัดงบประมาณเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร
2. ควรศึกษาวิจัยในเรื่อง การส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครกับชุมชน
3. ควรศึกษาวิจัยในเรื่อง บทบาทของผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เพื่อการให้บริการแก่ชุมชนในเขตกรุงเทพมหานคร

## บรรณานุกรม

- ชม ภูมิภาค. 2526. หลักการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเนนสโตร์.
- ชัยนันท์ นันทพันธ์. 2521. ประชาสัมพันธ์ให้ได้ผล. กรุงเทพฯ : เอช-เอน การพิมพ์.
- เตือนจิตต์ จิตต์อารี. 2537. การวิจัยการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2537. องค์การและการบริหาร. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- บุญเกื้อ ควรวาเวช. 2542. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด.
- พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร. 2537. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รพีพล ยูวะนิคม. 2537. การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ระเด่น ทักษิณา และ อุดมศักดิ์ เวชราภรณ์. 2526. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มปท.
- รัตนกร ทองสำราญ. 2540. การวิเคราะห์แนวโน้มนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัฒนา พุทธางกูรานนท์. 2542. การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิจิตร อวาทกุล. 2522. การประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- วิจิตร อวาทกุล. 2534. การประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- วิจิตร อวาทกุล. 2541. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2526. นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2529. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2540. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมยศ นาวิการ. 2540. การบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สามัคคีสาร จำกัด.
- สะอาด ต้นสุภผล. 2507. การประชาสัมพันธ์ของนักบริหาร คู่มือการเข้าถึงประชาชนของ

เอกสารนี้เป็น**กระทรวงมหาดไทย**. พระนครวังโรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่นนั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เสนาะ ดิยาวี. 2543. หลักการบริหาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2540. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : A-N การพิมพ์.
- สุกัลยา บุญยบัณฑูร. 2541. ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการลดการประหยัดไฟ.  
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน สาขาวิชาการศึกษา  
มวลชน. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพิน ปัญญาภัก. 2526. การวางแผนประชาสัมพันธ์โครงการ. กรุงเทพฯ : อักษรไทย.
- สุพิน ปัญญาภัก. 2530. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจ การวางแผนงานประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : อักษรไทย.
- สุเทพ เดชะชีพ. 2532. คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร. วิทยานิพนธ์  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตรพัฒนาการ. กรุงเทพฯ :  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรอุบล ภูบัวเฟื่อน. 2532. การศึกษาการวางแผนการประชาสัมพันธ์ และสถานภาพการดำเนินการ  
การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐกิจในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหา  
บัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ. กรุงเทพฯ : จุฬ  
าลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุทัย หิรัญโต. 2520. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โอเคียนสโตร์.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก  
หนังสือราชการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำสั่งคณะกรรมการอุดมศึกษา  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ที่ 173 /2544

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการควบคุมและคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและ  
เค้าโครงวิทยานิพนธ์ ของนางสาวสิวพร ทรัพย์เจริญไชย

เพื่อให้การเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ของ นางสาวสิวพร ทรัพย์เจริญไชย เป็นไปด้วยความเรียบร้อย  
และมีประสิทธิภาพจึงแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อควบคุมและพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์  
ดังต่อไปนี้

1. คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

|             |              |                          |
|-------------|--------------|--------------------------|
| รศ.ดร.สมพร  | ไชยะ         | ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์     |
| ผศ.ดร.อำนาจ | ตั้งเจริญชัย | ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม |

2. คณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

|                 |                |               |
|-----------------|----------------|---------------|
| ผศ.ดร.เนาวรัตน์ | วิไลหามย์      | ประธานกรรมการ |
| รศ.ดร.สมพร      | ไชยะ           | กรรมการ       |
| รศ.ดร.ปรีชาพร   | วงศ์ถนุสรโรจน์ | กรรมการ       |
| ดร.ณรงค์        | พิมพ์สาร       | กรรมการ       |
| ผศ.ดร.อำนาจ     | ตั้งเจริญชัย   | กรรมการ       |

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๖๖ เมษายน พ.ศ. 2544

( รองศาสตราจารย์ รวีวรรณ ชินะตระกูล )

กตเบติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๕๖/๒๕๔๔



ประกาศบัณฑิตวิทยาลัย  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
เรื่อง ผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ขอประกาศรายชื่อหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ หลักสูตรครุศาสตร์ อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา ที่ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการดังนี้

นางสาวศิวพร ททรัพย์เจริญไชย รหัสประจำตัว 42064138 ให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร (PUBLIC RELATION CIRCUMSTANCE OF DISTRICT OFFICE IN BANGKOK METROPOLITAN)" โดยมี รศ.ดร.สมพร ไชยะ เป็น อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.อำนาจ ตั้งเจริญชัย เป็นอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม

ซึ่งได้รับอนุมัติเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2544

ทั้งนี้ให้นักศึกษาค้นคว้าและเขียนวิทยานิพนธ์ โดยปรึกษากับอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ให้เสร็จสิ้นภายในเวลาที่กำหนดในระเบียบของบัณฑิตวิทยาลัย

ประกาศ ณ วันที่ 16 สิงหาคม พ.ศ.2544

(รศ.ดร.บุญวัฒน์ อัดชู)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ทม 1504 / 3414

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

สิงหาคม 2544

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ว่าที่ร้อยตรีเสวตชัย ทรัพย์บุญมี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวศิวพร ทรัพย์เจริญไชย นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารเอเชียศึกษา  
จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ”

คณะกรรมการอุดมศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัยเกี่ยวกับแบบสอบถาม ดังที่แนบมา  
พร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้ทราบถึงข้อมูลของ  
นางสาวศิวพร ทรัพย์เจริญไชย มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ  
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

( นายณรงค์ พิมสาร )

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
โทร.327-1199 / 737-3000 ต่อ 3692  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ออกทั้งหมดให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
โทรสาร.3269040



ที่ ทม 1504 / 3414

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

สิงหาคม 2544

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน นายจักรินทร์ มานะสันต์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวศิวพร ทรัพย์เจริญไชย นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา  
จะหาวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ”

คณะกรรมการอุดมศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัยเกี่ยวกับแบบสอบถาม ดังที่แนบมา  
พร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้การเก็บข้อมูลของ  
นางสาวศิวพร ทรัพย์เจริญไชย มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ  
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

( นายณรงค์ พิมสาร )

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

โทร.327-1199, 737-3000 ต่อ 3692

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โทรสาร.3269040



ที่ ทม 1504 / 3414

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

สิงหาคม 2544

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน นางสาววิไลวรรณ แก้วเอียด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวศิวพร ทรัพย์เจริญไชย นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารอชีวศึกษาศาสตร์  
จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามรถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัยเกี่ยวกับแบบสอบถาม ดังที่แนบมา  
พร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้การเก็บข้อมูลของ  
นางสาวศิวพร ทรัพย์เจริญไชย มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ  
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

( นายณรงค์ พิมสาร )

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

เอกสารแนบบัณฑิตศึกษา ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

โทร 327-1199, 737-3000 ต่อ 3692 ไม่ควรนำเอกสารไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โทรสาร.3269040



ที่ ทม 1504 / 3414

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

สิงหาคม 2544

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน นางนิสากร แยมแสง

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวสิวพร ทรัพย์เจริญไชย นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ  
จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร "

คณะกรรมการอุดมศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัยเกี่ยวกับแบบสอบถาม ดังที่แนบมา  
พร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้การเก็บข้อมูลของ  
นางสาวสิวพร ทรัพย์เจริญไชย มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ  
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

( นายณรงค์ ทิมสาร )

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

โทร.327-1199, 737-3000 ต่อ 3692

ไม่ว่ากรณีใดๆ ก็ตามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โทรสาร.3269040



ที่ ทม 1504 / 3414

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

สิงหาคม 2544

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์สุดา คำรงโกภักดิ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวศิวพร ทรัพย์เจริญไชย นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารเอเชียศึกษา  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เรื่อง “ สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ”

คณะกรรมการอุดมศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว  
เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัยเกี่ยวกับแบบสอบถาม ดังที่แนบมา  
พร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้การเก็บข้อมูลของ  
นางสาวศิวพร ทรัพย์เจริญไชย มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ  
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

( นายณรงค์ พิมสาร )

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

โทร.327-1199, 737-3000 ต่อ 3692

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โทรสาร.3269040



ที่ ทม 1504 / 0125

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๕๐ มกราคม 2545

เรื่อง ขอความร่วมมือให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

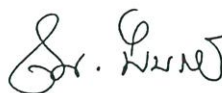
เรียน ปลัดกรุงเทพมหานคร

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
1. คำโครงการวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 เล่ม
  2. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและคำโครงการวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
  3. รายชื่อสำนักงานเขตที่ต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวศิวพร ทรัพย์เจริญไชย นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร ” และได้รับอนุมัติหัวข้อและคำโครงการวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2544 ในกรณีทำวิจัยเรื่องนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยโดยใช้แบบทดสอบภายในสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร สังกัดหน่วยงานของท่าน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นักศึกษาทำการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยภายในสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดหน่วยงานของท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่าน มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ



( นายณรงค์ พิมสาร )

รองคณบดี ฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยงานจัดศึกษา

เอกสารที่ 327-1999-737-3000 ต่อ 3692 รับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 โทรสาร 3269040 อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ทม 1504 / 0125

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

/๑ มกราคม 2545

เรื่อง ขอบความร่วมมือให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ

ด้วย นางสาวศิวพร ทรัพย์เจริญไชย นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร” และได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2544 ในกรณีทำวิจัยเรื่องนี้นักศึกษาจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยโดยใช้แบบทดสอบภายในหน่วยงานของท่าน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นักศึกษาทำการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยภายในหน่วยงานของท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่าน มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

( นายณรงค์ พิมสาร )

รองคณบดี ฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

ทางฝ่ายบัณฑิตศึกษา

โทร. 327-1199 , 737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 3269040

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบสอบถาม

## สภาพการจัดการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร

## คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 3 ตอน

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในการจัดการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ การจัดสำนักงาน การจัดบริการ การจัดกิจกรรม การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ และด้านงบประมาณ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด

2. ในการตอบแบบสอบถามทั้ง 3 ตอน ขอความกรุณาท่านตอบทุกข้อ และตอบตามสภาพความเป็นจริง

3. คำตอบของท่านจะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านและสำนักงานเขตแต่อย่างใด ซึ่งผู้วิจัยจะรักษาไว้เป็นความลับ เพราะจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้ไปใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวศิวพร ทรัพย์เจริญไชย)

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการบริหารอาชีวศึกษา  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 1

## แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลง ( ) ที่ตรงกับสภาพของท่าน

## 1. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง

## 2. ระดับการศึกษา

( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี

( ) ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

## 3. ตำแหน่งหน้าที่ในการปฏิบัติงานของท่าน

( ) ผู้บริหาร (ผู้อำนวยการเขต, ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขต)

( ) ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์

## 4. ประสบการณ์ในการทำงาน

( ) ต่ำกว่า 5 ปี

( ) ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 2

## คำถามเกี่ยวกับสภาพการจัดการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร

**คำชี้แจง** โปรดพิจารณาข้อความเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตของท่านในแต่ละข้อ แล้วกาเครื่องหมาย ✓ เพื่อแสดงระดับการประเมินทางด้านขวามือที่ตรงกับความคิดเห็นท้ายแบบสอบถามนี้

- 5 หมายถึง ปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด  
 4 หมายถึง ปฏิบัติอยู่ในระดับมาก  
 3 หมายถึง ปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง  
 2 หมายถึง ปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย  
 1 หมายถึง ปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด

| ลำดับข้อ | การจัดการประชาสัมพันธ์   | ระดับปฏิบัติ   |   |   |   |   |
|----------|--|--|---|---|---|---|
|          |  | 5  | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1.       | การจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่  |  |   |   |   |   |
|          | จัดเจ้าหน้าที่ให้บริการติดต่อสอบถามแก่บุคคลทั้งภายในและภายนอก                              |  |   |   |   |   |
|          | 2.   | จัดให้มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ |   |   |   |   |
|          | 3.   | จัดเจ้าหน้าที่ให้ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน                         |   |   |   |   |
| 4.       | จัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพื่อทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสาร หรือประสานงานกับสื่อมวลชนทุกประเภท |  |   |   |   |   |
| 1.       | <b>การจัดสำนักงาน</b>  |  |   |   |   |   |
|          | การติดต่อสื่อสารภายในสำนักงานมีความสะดวกรวดเร็ว  |  |   |   |   |   |
|          | 2.   | การจัดเคาน์เตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ให้บริการแก่ผู้มาติดต่องานเพื่อความสะดวก      |   |   |   |   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ลำดับข้อ            | การจัดการประชาสัมพันธ์   | ระดับปฏิบัติ |   |   |   |   |
|---------------------|--|--------------|---|---|---|---|
|                     |  | 5            | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 3.                  | ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีส่วนร่วมในการวางแผน                                  |              |   |   |   |   |
| 4.                  | ดำเนินการวางแผนและนโยบายการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน                              |              |   |   |   |   |
| 5.                  | แผนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้นำไปใช้ในการปฏิบัติงาน                          |              |   |   |   |   |
| 6.                  | งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน มีลักษณะเป็นงานที่กระทำอย่างต่อเนื่อง                |              |   |   |   |   |
| 7.                  | งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน มีลักษณะเป็นงานที่กระทำแบบเฉพาะกิจ/ชั่วคราว          |              |   |   |   |   |
| 8.                  | การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดการประเมินผลการประชาสัมพันธ์                 |              |   |   |   |   |
| <b>การจัดบริการ</b> |  |              |   |   |   |   |
| 1.                  | การเผยแพร่ผลงาน หรือ โครงการประชาสัมพันธ์ที่เสร็จเรียบร้อยแล้วให้บุคคลภายในทราบ  |              |   |   |   |   |
| 2.                  | การเผยแพร่ผลงาน หรือ โครงการประชาสัมพันธ์ที่เสร็จเรียบร้อยแล้วให้บุคคลภายนอกทราบ |              |   |   |   |   |
| 3.                  | การจัดทำสถิติข้อมูลของหน่วยงานเพื่อเผยแพร่                                       |              |   |   |   |   |
| 4.                  | การจัดระบบอินเทอร์เน็ตเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร                      |              |   |   |   |   |
| 5.                  | การจัดเอกสาร หรือความรู้ต่างๆ ไว้บริการแก่ประชาชน                                |              |   |   |   |   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ลำดับข้อ | การจัดการประชาสัมพันธ์  | ระดับปฏิบัติ |   |   |   |   |
|----------|---|--------------|---|---|---|---|
|          |   | 5            | 4 | 3 | 2 | 1 |
|          | <b>การจัดกิจกรรม</b>  |              |   |   |   |   |
| 1.       | การจัดทำแผ่นพับ (Folder) หรือหนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlet) เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน |              |   |   |   |   |
| 2.       | การตีประกาศข่าวสารบนป้ายประกาศเป็นปัจจุบัน  |              |   |   |   |   |
| 3.       | การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน เกี่ยวกับการดำเนินงาน โดยผ่านสื่อมวลชน          |              |   |   |   |   |
| 4.       | การจัดสัมมนาให้แก่บุคคลภายนอก   |              |   |   |   |   |
| 5.       | การให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของ หน่วยงาน                                    |              |   |   |   |   |
| 6.       | การร่วมมือระหว่างหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ในการ จัดให้ความรู้แก่ประชาชน                    |              |   |   |   |   |
| 7.       | การจัดทำเอกสารข่าวประจำวันเพื่อเผยแพร่แก่ บุคคลภายนอก                                     |              |   |   |   |   |
| 8.       | การจัดทำวารสาร/จุลสาร เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและ ผลงานเป็นประจำ                               |              |   |   |   |   |
| 9.       | การจัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนสังคมเพื่อ สาธารณประโยชน์                                 |              |   |   |   |   |
| 10.      | การจัดทำประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เพื่อให้ข่าวสารแก่ ประชาชน                                |              |   |   |   |   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ลำดับข้อ | การจัดการประชาสัมพันธ์  | ระดับปฏิบัติ |   |   |   |   |
|----------|---|--------------|---|---|---|---|
|          |   | 5            | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1.       | การจัดสรรเครื่องมือ เครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ<br>เครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการ<br>ประชาสัมพันธ์มีความทันสมัยและมีความพร้อมในการ<br>ใช้งาน |              |   |   |   |   |
| 2.       | วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มี<br>อย่างเพียงพอ   |              |   |   |   |   |
| 3.       | ภายในหน่วยงานประชาสัมพันธ์ มีการนำเครื่อง<br>คอมพิวเตอร์มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล   |              |   |   |   |   |
| 4.       | การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ อินเทอร์เน็ต มาใช้ใน<br>การประชาสัมพันธ์  |              |   |   |   |   |
| 5.       | การพัฒนาเครื่องมือ เครื่องใช้ในการติดต่อสื่อสารให้<br>เกิดประสิทธิภาพในการใช้งาน  |              |   |   |   |   |
| 6.       | การทะนุบำรุงรักษาเครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์<br>ต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ  |              |   |   |   |   |
| 1.       | <b>การจัดงบประมาณ</b><br>งบประมาณที่ใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์<br>เพียงพอต่อความต้องการ   |              |   |   |   |   |
| 2.       | แผนงาน / โครงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้รับ<br>การสนับสนุนงบประมาณ   |              |   |   |   |   |
| 3.       | การจัดสรรงบประมาณสำหรับอุปกรณ์ เครื่องมือ<br>เครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์   |              |   |   |   |   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ลำดับข้อ | การจัดการประชาสัมพันธ์   | ระดับปฏิบัติ |   |   |   |   |
|----------|--|--------------|---|---|---|---|
|          |  | 5            | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4.       | การจัดงบประมาณ<br>การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีความ<br>เหมาะสมหรือตรงกับสถานะการณ์ปัจจุบัน   |              |   |   |   |   |
|          |  |              |   |   |   |   |
| 5.       | การจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ของ<br>หน่วยงาน อาทิ การบริจาค หรือ การจัดกิจกรรม<br>พิเศษ |              |   |   |   |   |
|          |  |              |   |   |   |   |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3  
แบบสอบถามปลายเปิด

คำชี้แจง ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขต  
กรุงเทพมหานคร

ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่.....

.....  
.....  
.....

ด้านการจัดสำนักงาน.....

.....  
.....  
.....

ด้านการจัดบริการ.....

.....  
.....  
.....

ด้านการจัดกิจกรรม.....

.....  
.....  
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ.....

.....  
.....  
.....  
.....

ด้านงบประมาณ.....

.....  
.....  
.....  
.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

|                     |  |
|---------------------|--|
| ชื่อ-สกุล           | นางสาวศิวพร ทรัพย์เจริญไชย   |
| วัน เดือน ปีเกิด    | วันที่ 12 เมษายน 2518  |
| สถานที่เกิด         | จังหวัดกรุงเทพมหานคร   |
| สถานที่อยู่ปัจจุบัน | 448 หมู่ 1 แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จ. กรุงเทพมหานคร   |
| สถานที่ทำงาน        | ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์<br>สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง   |
| ตำแหน่ง             | นักวิชาการศึกษา  |
| ประวัติการศึกษา     | ปีการศึกษา 2539 สำเร็จการศึกษา คณะนิเทศศาสตร์บัณฑิต<br>สาขาการโฆษณา มหาวิทยาลัยศรีปทุม<br>ปีการศึกษา 2547 สำเร็จการศึกษา ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต<br>สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา<br>สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้