

การศึกษาด้านภาพ ความต้องการ และการใช้โสตทัศนูปกรณ์
ในงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ



นางสาว อนงค์วรรณ ยิ่งยืน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาโสตทัศนศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2527

ISBN 974-563-723-8

008887

A STUDY OF STATUS, NEEDS, AND UTILIZATION OF AUDIO-VISUAL MATERIALS
FOR PUBLIC RELATIONS IN GOVERNMENT ENTERPRISES

Miss Anongvan Yongyuen

ศูนย์วิทยทรัพยากร
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Education
Department of Audio-Visual Education

Graduate School

Chulalongkorn University

1984

ISBN 974-563-723-8

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาสถานภาพ ความต้องการ และการใช้โสตทัศนูปกรณ์
 ในงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

ชื่อนิสิต นางสาว อนงค์วรรณ ยั่งยืน

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิรุฬห์ ลีลาพฤทธิ
 รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี

ภาควิชา โสตทัศนศึกษา

ปีการศึกษา 2526



บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสถานภาพของโสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ
3. เพื่อศึกษาการใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

การดำเนินงาน

ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังหัวหน้างานประชาสัมพันธ์ หรือผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 72 คน และสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานโสตทัศนูปกรณ์ จำนวน 3 คน นำแบบสอบถามและข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ โดยหาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยน้ำหนัก

ผลการวิจัย

1. ผู้รับผิดชอบของงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย และมีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่ 6 - 10 ปี
2. แผนงานประชาสัมพันธ์กำหนดโดยผู้บริหารระดับสูง ส่วนใหญ่หน่วยงานที่รับผิดชอบของงานประชาสัมพันธ์ มีฐานะ เป็นแผนก
3. โสัดทัศนูปกรณ์ซึ่งรัฐวิสาหกิจใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุดคือ ข่าว ภาพถ่าย กล้องถ่ายรูป และมีการเผยแพร่ข่าวทางหนังสือพิมพ์
4. การดำเนินงานตามแผนการผลิตทั้งด้านสิ่งพิมพ์และโสดทัศนวิศุไม่แน่นอน ได้รับงบประมาณในการจัดทำ เป็นรายปีและจัดซื้อ เพิ่ม เติมได้ทันทีที่ต้องการ จะทำการซ่อมแซมอุปกรณ์ เมื่อ เกิดความเสียหาย
5. ต้องการบุคลากรที่มีคุณภาพ ซึ่งควรมีความรู้ระดับปริญญาตรีทางด้านที่ตรงกับสายงาน และมีประสบการณ์ในการทำงานอย่างน้อย 1 ปี
6. ในการ เลือกใช้โสดทัศนูปกรณ์ ส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์ในการพิจารณาให้ตรงกับจุดมุ่งหมายและ เนื้อหา สามารถสื่อความหมายได้โดยง่าย

ข้อ เสนอแนะ

1. การบริหารงานโสดทัศน ควรมีการวางแผนระยะยาวและกระทำอย่างต่อเนื่อง
2. ผู้บริหารควรสนใจกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น
3. หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ควร เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของโสด-ทัศนูปกรณ์ เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่าง เต็มที่
4. ควร เสริมความรู้ผู้ปฏิบัติงานด้านนี้โดยการฝึกอบรม
5. ควรจัดสถานที่ให้ เป็นสัดส่วนทั้งทางด้านการผลิตและการจัดเก็บ เพื่อสะดวกแก่การปฏิบัติงาน และการให้บริการ

๑

Thesis Title A Study of Status, Needs, and Utilization of
Audio-Visual Materials for Public Relations
in Government Enterprises

Name Miss Anongvan Yongyuen

Thesis Advisor Assistant Professor Viroon Leelaprute
Associate Professor Joompol Rodcumdee

Department Audio-Visual Education

Academic Year 1983

ABSTRACT

Purposes :

1. To study the status of audio-visual materials for public relations in government enterprises.
2. To study the needs of audio-visual materials for public relations in government enterprises.
3. To study the utilization of audio-visual materials for public relations in government enterprises.

Procedure :

Questionnaires were sent to 72 chiefs of public relations in government enterprises including authorities who are responsible for public relations and interviewed 3 officers who deal with audio-visual materials. The collected data were analysed in terms of percentage, rating scales and data grouping.

Conclusions :

1. Most of the authorities who are responsible for public relations in government enterprises are male and have experiences in this field from 6 to 10 years.
2. Public relations planning will be decided by executive authorities. Most units of public relations have status as sections.
3. Most of the audio-visual materials used in government enterprises are news, photographs, cameras and press release.
4. Proceeding with production planning on printed materials and audio-visual materials are inconsistent. Operation budget of most of government enterprises will be approved year by year, visual aids can be bought as required and can be repaired when damaged.
5. Skilled persons, bachelor's degree in the field concerned, at least one year experience are needed.
6. Selecting audio-visual materials generally depends on objectives and capable to make the communications be easy.

Suggestions :

1. Administration of audio-visual materials should have long-term programme and follow-up continuity.
2. Executive authorities should be interested in following up new technology concerned.

3. Chiefs of public relations have to be qualified in audio-visual knowledge for expanding fruitful effectiveness.

4. Arranging training for man-power should be promoted.

5. Sectional areas should be set for practical works of keeping and providing services.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ณ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้ สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิรุฬห์ สีลาฤทธิ์ และ รองศาสตราจารย์ ลุมพล รอดคำดี อาจารย์ผู้ให้คำแนะนำปรึกษาและควบคุมการวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล วัชรารักษ์ หัวหน้าภาควิชาโลตทัศน์ศึกษา คณะครุศาสตร์ อาจารย์ ดร.ประศักดิ์ หอมสำนึก และอาจารย์ ดร.เข่าวเลิศ เลิศชัยโลพิธาร อาจารย์ผู้ให้แนวความคิด ในการเสนอหัวข้อวิทยานิพนธ์ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอขอบพระคุณ ชมรมประชาสัมพันธ์รัฐวิสาหกิจ หัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงาน-ประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการแจกและตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ นายสงวน ล่าครินทร์ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย จำกัด ผู้บังคับบัญชาของผู้วิจัย ที่ได้กรุณาให้ความสนับสนุนด้านกำลังใจ อันเป็นพลังผลักดันให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงด้วยดี

นางสาว อนงค์วรรณ ยั่งยืน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฅ
รายการตารางประกอบ.....	ฉ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
2. การศึกษาชั้นมูลฐาน.....	5
รัฐวิสาหกิจในประเทศไทย.....	5
นิยามของรัฐวิสาหกิจ.....	8
สาเหตุที่ต้องจัดตั้งรัฐวิสาหกิจ.....	9
ประเภทของรัฐวิสาหกิจ.....	10
ลักษณะสำคัญบางประการของรัฐวิสาหกิจ.....	12
ปัญหาโดยทั่วไปของรัฐวิสาหกิจ.....	15
แนวความคิดในการประชาสัมพันธ์.....	17
ความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์.....	18



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
หลักสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	20
การผสมผสานหลักการประชาสัมพันธ์กับกิจการรัฐวิสาหกิจ	21
โสตทัศนูปกรณ์	23
หลักในการเลือกใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์	25
ประโยชน์ของโสตทัศนูปกรณ์ที่มีต่องานประชาสัมพันธ์	25
การวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	27
3. การดำเนินการวิจัยและรวบรวมข้อมูล	32
ลักษณะของประชากร	32
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	32
วิธีดำเนินการวิจัย	34
การวิเคราะห์ข้อมูล	35
4. การวิเคราะห์ข้อมูล	36
5. สรุปการวิจัยและขอเสนอแนะ	79
บรรณานุกรม	86
ภาคผนวก ก.	90
ภาคผนวก ข.	94
ภาคผนวก ค.	111
ประวัติผู้เขียน	114

รายการตารางประกอบ

ตารางที่		หน้า
1	ผู้ตอบแบบสอบถาม.....	36
2	วุฒิการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	37
3	ประสบการณ์ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม.....	38
4	ความรู้และประสบการณ์ทางไอศตัทศนุปรกรรม เพื่อ ใช้ใน งานประชาสัมพันธ์.....	39
5	จำนวนและร้อยละในการกำหนดแผนงานด้าน ประชาสัมพันธ์.....	40
6	การจัดองค์กรงานประชาสัมพันธ์.....	41
7	ฐานะของงานประชาสัมพันธ์ในรัฐวิสาหกิจที่มีหน่วยงาน รับผิดชอบโดยตรง.....	42
8	การมอบหมายงานด้านประชาสัมพันธ์ในรัฐวิสาหกิจที่ไม่มี หน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง.....	43
9	บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์.....	44
10	ไอศตัทศนุปรกรรมประเภทสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่องานประชาสัมพันธ์.....	45
11	ไอศตัทศนุปรกรรมประเภทวัสดุที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	46
12	ไอศตัทศนุปรกรรมประเภทอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	47
13	ไอศตัทศนุปรกรรมประเภทกิจกรรมที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	49
14	ความถี่ในการใช้ไอศตัทศนุปรกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประเภทสิ่งพิมพ์.....	50
15	ความถี่ในการใช้ไอศตัทศนุปรกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประเภทวัสดุ.....	51

รายการตารางประกอบ (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	ความถี่ในการใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ประเภทอุปกรณ์.....	52
17	ความถี่ในการใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ประเภทกิจกรรม.....	54
18	การวางแผนการผลิตทางด้านสิ่งพิมพ์และโสตทัศนวัสดุ การจัดหมวดหมู่อุปกรณ์และการบริการด้านโสตทัศนูปกรณ์ ภายในองค์การ.....	55
19	การวางแผนการผลิตทางด้านสิ่งพิมพ์และโสตทัศนวัสดุ การจัดหมวดหมู่ อุปกรณ์และการบริการด้านโสตทัศนูปกรณ์ ภายในองค์การ.....	56
20	หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านโสตทัศนูปกรณ์ภายในองค์การ.....	57
21	ระยะเวลาของการดำเนินงานตามแผนการผลิตทางด้าน สิ่งพิมพ์และโสตทัศนวัสดุ.....	58
22	งบประมาณในการจัดหาโสตทัศนูปกรณ์มาใช้ในการ ดำเนินงาน.....	59
23	บุคลากรที่ปฏิบัติงาน เกี่ยวข้องกับโสตทัศนูปกรณ์.....	60
24	การเก็บรักษาโสตทัศนูปกรณ์.....	61
25	การจัดซ่อมแซมและบำรุงรักษาโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ	62
26	การจัดซื้อวัสดุเพิ่มเติม เช่น ฟิล์ม สไลด์ อุปกรณ์ ในการออกแบบ.....	63
27	ความคิด เห็น เกี่ยวกับความจำเป็นในการใช้ โสตทัศนูปกรณ์ในงานประชาสัมพันธ์.....	64
28	ความคิด เห็น เกี่ยวกับความจำเป็นในการจัดตั้ง หน่วยงานโสตทัศนูปกรณ์.....	65

รายการตารางประกอบ (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
29	ลักษณะการจัดตั้ง หน่วยโสตทัศนูปกรณ์ที่ใช้ในงาน ประชาสัมพันธ์.....	66
30	ระดับความรู้ของ เจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์ที่หน่วยงาน ต้องการ.....	67
31	ประสบการณ์ในการทำงานของ เจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์ ที่หน่วยงานต้องการ.....	68
32	เจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์ที่ เหมาะสมกับงานประชาสัมพันธ์.....	69
33	ความต้องการใช้โสตทัศนูปกรณ์เพิ่ม เติม นอก เหนือจาก ที่มีใช้อยู่แล้ว.....	70
34	หลัก เกณฑ์ในการพิจารณา เลือกใช้โสตทัศนูปกรณ์ เพื่อ การประชาสัมพันธ์.....	71
35	ปัญหาและอุปสรรคในการใช้โสตทัศนูปกรณ์ เพื่อการ ประชาสัมพันธ์.....	72
36	การใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	73
37	ความคิด เห็นในการดำ เนินงานด้าน โสตทัศนูปกรณ์ของ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่ผู้ตอบแบบสอบถามสังกัด.....	74
38	ข้อ เสนอแนะ เกี่ยวกับโครงการในการใช้โสตทัศนูปกรณ์ สนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ในอนาคต.....	75
39	ข้อมูล เปรียบ เทียบงาน โสตทัศนูปกรณ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การปิโตร เลียม แห่งประเทศไทย และธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ได้จาก การสัมภาษณ์และสัง เกตการณ์.....	78