

บทที่ 1

บทนำ



## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งสำหรับหน่วยงาน องค์การ สถาบัน ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ทั้งนี้ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่กิจกรรม หรือเรื่องราวต่างๆ แก่ประชาชน เพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธที่ดี ส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้อง สร้างศรัทธาความนิยมชมชอบระหว่างหน่วยงาน หรือองค์การกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

การประชาสัมพันธ์เป็นกลไกหนึ่งของการบริหาร เพื่อสร้างความนิยม ความเข้าใจ และการสนับสนุนจากประชาชนต่อหน่วยงานหรือองค์การ การสนับสนุนจากประชาชนมีความสำคัญอย่างมาก ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อน การสร้างภาพลักษณ์เพื่อความนิยมที่ดี ย่อมเป็นสิ่งจำเป็น การจะได้รับการสนับสนุนจากประชาชน ย่อมมาจากการได้รับความนิยมาก่อน ซึ่งความนิยมชมชอบ แสดงถึงทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานหรือองค์การ อันมีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานให้เกิดความราบรื่นและบรรลุเป้าหมาย ทำให้หน่วยงานหรือองค์การเจริญก้าวหน้ามีความมั่นคง

การประชาสัมพันธ์ถือเป็นภาระหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายบริหารของทุกองค์การ ทุกหน่วยงานที่จะกำหนดนโยบายเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการให้ประชาชนเกิดความเข้าใจ มีศรัทธา และความนิยม ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน การประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อผู้บริหารมีความรู้ความเข้าใจ และเล็งเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ เมื่อการประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับกระบวนการด้านการบริหาร ฉะนั้น การบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องเริ่มต้นมาจากผู้บริหารระดับสูง เกี่ยวพันลงมาถึงผู้บริหารระดับกลางและผู้บริหารระดับต้น และสมาชิกทุกคนในองค์การ โดยกำหนดนโยบายในการดำเนินงาน ซึ่งจะถูกใช้เป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การตัดสินใจกำหนดนโยบาย และการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ จะสะท้อนให้เห็นถึงปรัชญาของการประชาสัมพันธ์ที่

หน่วยงานหรือองค์การยึดถือปฏิบัติ ฉะนั้น ความสามารถของผู้บริหารในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาว่า สามารถจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ขององค์การเพียงใด

บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารสำหรับหน่วยงานหรือองค์การ คือ การวางแผน เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์สอดคล้องและสนับสนุนแผนงานหลักขององค์การ การจัดโครงสร้างขององค์การ และกำหนดบทบาทหน้าที่ของงาน การจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสม เพื่อให้ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ การสั่งงาน เพื่อให้บุคลากรทุกคนปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์ในลักษณะที่เป็นการสื่อสารแบบสองทาง และการควบคุมงานเพื่อตรวจสอบดูแลให้เป็นไปตามแผนงานและสอดคล้องกับนโยบาย แต่อย่างไรก็ตามหน้าที่การบริหารดังกล่าวนี้ จะเป็นไปตามหลักการได้เพียงใด สิ่งสำคัญคือตัวผู้บริหารและ วิธีการบริหาร ซึ่งจะแสดงถึงปรัชญาหรือแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร และส่งผลถึงความสำเร็จตามเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารนอกจากจะมีทักษะทางการบริหารแล้ว จะต้องมีความรู้ความเข้าใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อการประชาสัมพันธ์ด้วย จึงจะเอื้ออำนวยต่อความสำเร็จผลของการประชาสัมพันธ์

รายงานการวิจัยหลายเรื่องได้กล่าวถึงความสำคัญของผู้บริหารองค์การต่อการประชาสัมพันธ์ ปรมะ สตะเวทิน (2524 : 132) กล่าวไว้ในรายงานการวิจัย เรื่อง สถานภาพของบุคลากรและหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย ว่า ปัญหาและอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ ประการหนึ่งมาจากผู้บริหารที่ไม่เข้าใจงานประชาสัมพันธ์ ไม่มีนโยบายที่แน่ชัดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น การแก้ไขจะต้องเริ่มต้นจากการที่ผู้บริหารขององค์การมีความเข้าใจแนวคิดเรื่องการประชาสัมพันธ์ และตระหนักถึงประโยชน์และความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์การ ผู้บริหารที่ไม่ให้ความสำคัญสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร คงมีสาเหตุมาจากความไม่เข้าใจแนวคิดเรื่องการประชาสัมพันธ์นั่นเอง

นอกจากนี้งานวิจัยของ อรุณกุล ภูบัวเฟื่อน (2533) ยังได้รายงานไว้ว่า ปัญหาและอุปสรรคของงานประชาสัมพันธ์ คือ ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรทางด้าน การประชาสัมพันธ์ ปัญหาผู้บริหารกิจการไม่ให้ความสำคัญ และปัญหางบประมาณไม่

เพียงพอ ส่วนปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์คือ ผู้บริหารกิจการ ต้องให้ความสำคัญและเข้าใจในบทบาทของการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี รองลงมาคือมีงบประมาณเพียงพอ และมีการประสานงานด้วยความร่วมมืออันดีจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น กรมการฝึกหัดครูซึ่งมีฐานะเป็นส่วนราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ แบ่งส่วนราชการเป็นหน่วยงานระดับกอง 8 กอง และวิทยาลัยครู 36 แห่ง ทำหน้าที่เป็นสถาบันการศึกษา และวิจัยที่มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษาวិชาการในสาขาวิชาต่างๆ ตามความต้องการของท้องถิ่น และผลิตครูถึงระดับปริญญาตรี ทำการวิจัยส่งเสริมวิทยฐานะของครู อาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และให้บริการทางวิชาการแก่สังคม และในฐานะที่เป็นหน่วยหนึ่งของระบบสังคม บทบาทเหล่านี้ย่อมต้องมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาไปให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา กิจกรรมต่างๆ ตามบทบาทหน้าที่ของกรมการฝึกหัดครูย่อมจะส่งผลกระทบต่อสังคมส่วนรวม ในขณะที่เดียวกันความคิดเห็นหรือทัศนคติของสังคมหรือประชาชน ก็มีอิทธิพลต่องานของกรมการฝึกหัดครู การจะได้รับความสนับสนุนจากประชาชนและสังคมทั่วไปมาน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์อันดี สามารถให้ความรู้ความเข้าใจถึงภารกิจหน้าที่ สร้างศรัทธา และความนิยมชมชอบให้เกิดขึ้นในความรู้สึกหรือทัศนคติของประชาชนได้เพียงใด ซึ่งอิทธิพลของประชาชนในประเด็นเหล่านี้จะเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งต่อการพัฒนา งานของกรมการฝึกหัดครูให้ไปสู่แนวทางและเป้าหมายที่กำหนดไว้

กรมการฝึกหัดครูมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในระดับกรมและระดับวิทยาลัยครูเช่นเดียวกับองค์การอื่นๆ จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาถึงการประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครูที่เป็นอยู่ว่ามีโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์อย่างไร โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านความรู้และทัศนคติของผู้บริหารเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ อันจะสะท้อนถึงปรัชญา นโยบาย และแนวทางในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู ตลอดจนคนศึกษาว่า สื่อมวลชนซึ่งเป็นผู้ถ่ายทอดข่าวสารของกรมการฝึกหัดครูไปสู่ประชาชนนั้น มีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครูอย่างไร ทัศนคติของสื่อมวลชนจะเป็นผลสะท้อนที่ชี้ให้เห็นถึงการประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู

ได้ทางหนึ่ง ซึ่งการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนเพื่อพัฒนางาน  
 ประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครูและเป็นแนวทางสำหรับการบริหารงาน  
 ประชาสัมพันธ์ขององค์การอื่นๆ ด้วย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างและบทบาทหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ของกรม  
การฝึกหัดครู
2. เพื่อศึกษาความรู้และทัศนคติของผู้บริหารกรมการฝึกหัดครูเกี่ยวกับ  
การประชาสัมพันธ์
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของสื่อมวลชนต่อการประชาสัมพันธ์ของกรมการ  
ฝึกหัดครู
4. เพื่อศึกษาภูมิหลังของผู้บริหารกรมการฝึกหัดครูกับการบริหารงาน  
ประชาสัมพันธ์

### ปัญหาการวิจัย

1. กรมการฝึกหัดครูมีการกำหนดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่งาน  
ประชาสัมพันธ์อย่างไร
2. ผู้บริหารกรมการฝึกหัดครูมีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการ  
ประชาสัมพันธ์อย่างไร
3. สื่อมวลชนมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครูอย่างไร
4. ภูมิหลังของผู้บริหารกรมการฝึกหัดครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์  
เป็นอย่างไร

### ขอบเขตการวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาการประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู  
โดยศึกษาผู้บริหารระดับสูง ระดับกลาง และระดับต้น เฉพาะที่มีบทบาทต่อนโยบาย  
แนวปฏิบัติ โครงสร้างและบทบาทหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์  
ในกรมการฝึกหัดครู และในวิทยาลัยครูจำนวน 121 คน



2. การศึกษาคั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะทัศนคติของสื่อมวลชนที่เป็นบรรณาธิการหรือหัวหน้าข่าวการศึกษาของหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย จำนวน 10 คน เท่านั้น จะไม่ศึกษากลุ่มเป้าหมายอื่น

### นิยามศัพท์

กรมการฝึกหัดครู หมายถึง ส่วนราชการระดับกอง 8 กอง วิทยาลัยครูที่ตั้งอยู่ส่วนกลาง 6 แห่ง ส่วนภูมิภาค 30 แห่ง

ผู้บริหารกรมการฝึกหัดครู หมายถึง ผู้บริหารที่มีบทบาทต่อการประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู ในระดับสูง ระดับกลาง และระดับต้น ได้แก่ อธิบดี รองอธิบดี ผู้อำนวยการกอง อธิการวิทยาลัยครู รองอธิการวิทยาลัยครู หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์กรม และหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์วิทยาลัยครู

การบริหารงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารกรมการฝึกหัดครู ในการประสานทรัพยากร กำหนดนโยบาย โครงสร้าง และบทบาทหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์สนับสนุนภารกิจหน้าที่ของกรมการฝึกหัดครูให้บรรลุเป้าหมาย

โครงสร้างและบทบาทหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดกลุ่มงาน การกำหนดสายงานการติดต่อสื่อสาร บทบาทหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ การจัดบุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

สื่อมวลชน หมายถึง ผู้ทำหน้าที่บรรณาธิการหรือหัวหน้าข่าวการศึกษาของหนังสือพิมพ์รายวัน ฉบับภาษาไทย ซึ่งทำหน้าที่คัดเลือก และถ่ายทอดข่าวสารประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครูไปสู่ประชาชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน สยามรัฐ บ้านเมือง เดลิเมล์เรอร์ ข่าวสด แนวหน้า ดาวสยาม วิทยจักร

ภูมิหลังของผู้บริหารกรมการฝึกหัดครู หมายถึง ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระดับของผู้บริหาร และความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ได้ทราบโครงสร้างและบทบาทหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู
2. ได้ทราบถึงความรู้ และทัศนคติของผู้บริหารกรมการฝึกหัดครูเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
3. ได้ทราบถึงทัศนคติของสื่อมวลชนต่อการประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู
4. ได้ทราบถึงภูมิหลังของผู้บริหารกรมการฝึกหัดครูที่มีบทบาทต่อการประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู
5. เป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารกรมการฝึกหัดครู และผู้บริหารองค์การทั่วไปในการนำไปใช้ เป็นแนวทางในการบริหารงานประชาสัมพันธ์
6. เป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาทางวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์