

## บรรณานุกรม

## ภาษาไทย

## หนังสือ

กรมอาชีวศึกษา, กระทรวงศึกษาธิการ. การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรมอาชีวศึกษา  
กระทรวงศึกษาธิการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, 2527.

เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา และคณะ. หลักการประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง,  
2528.

ชาคริต จุลกะเสวี. "กระบวนการการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ราชการ" ใน  
การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ หน้า 145-190. มหาวิทยาลัยสุโขทัย  
ธรรมมาธิราช: โรงพิมพ์นวนกนก จำกัด, 2530.

ชม ภูมิภาค. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: โอเคียนสโคร์, 2516.

ชัยนันท์ นันทพันธ์. ประชาสัมพันธ์อย่างไรจึงได้ผล. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์  
บพิตรการพิมพ์ จำกัด, 2528.

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ. สถานภาพการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ในกรุงเทพมหานคร.  
กรุงเทพมหานคร: สารมวลชน, 2528.

ประจวบ อินอ็อค. "การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ธุรกิจเอกชน" ใน การวางแผน  
งานประชาสัมพันธ์ หน้า 195-248 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช :  
โรงพิมพ์นวนกนก จำกัด, 2530.

ประมาะ สดะเวทิน. สถานภาพของบุคลากรและหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย.  
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.

ประสานจิตต์ ลีมโกคา. หลักการประชาสัมพันธ์. คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัย  
สงขลานครินทร์, 2526.

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. คณะวารสารศาสตร์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร, 2530.

ไพศาล หวังพาณิชย์. วิธีการวิจัย. สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
ศรีนครินทรวิโรฒ, 2530.

ระเด่น ทักษิณา. "คุณสมบัตินักประชาสัมพันธ์" เอกสารประกอบการสัมมนาการ  
ประชาสัมพันธ์. 18-19 กรกฎาคม 2526.

โรงเรียนการประชาสัมพันธ์, กรมประชาสัมพันธ์. รายงานผลการสำรวจสถานภาพ  
งานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการ เอกชน และรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2519.  
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทย, 2519.

วิจิตร อวาทกุล. การประชาสัมพันธ์ : หลักวิธีการปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร :  
สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพาณิชย์ จำกัด, 2522.

วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

\_\_\_\_\_. การประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

\_\_\_\_\_. นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ. ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

สมาคมนิสิตเก่าคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โลกของการประชาสัมพันธ์  
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทย, 2527.

สะอาด ศักดิ์มงคล. การประชาสัมพันธ์. พระนคร : มงคลการพิมพ์, 2500.



สะอาด ศัลยผล. คู่มือการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : 2527.

✓ สุโขทัยธรรมมาธิราช. การผลิตงานประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2) มหาวิทยาลัย

สุโขทัยธรรมมาธิราช: โรงพิมพ์ประชาชน จำกัด, 253.

— การวางแผนงานประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช :

โรงพิมพ์นวนก จำกัด, 2530.

สุพิน ปัญญาภัก. "การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจ" ใน การวางแผนงาน

ประชาสัมพันธ์ หน้า 259-323 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช : โรงพิมพ์

อักษรไทย, 2530.

สุภาพ วาดเขียน. เครื่องมือวิจัยทางสังคมศาสตร์ ลักษณะที่ดี ชนิดและวิธีกาคุณภาพ.

กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2525.

สุขเกษม โยธาสมุทร. งานบริการข่าวสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลใน

ต่างประเทศ : ศึกษาโครงสร้างและการปฏิบัติงานของสถานเอกอัครราชทูต

สำนักงานแถลงข่าวไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำกรุงลอนดอน.

วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.

เสนีย์ แดงวัง. ทฤษฎีปัญหา และกรณีศึกษาของการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2522.

— . การประชาสัมพันธ์แห่งความคิดและหลักวิธีการปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร :

สำนักพิมพ์อักษรบัณฑิต, 2526.

สมควร กวียะ. "สภาพปัญหาและแนวโน้มการบริหารงานประชาสัมพันธ์" ใน การ

บริหารงานประชาสัมพันธ์ หน้า 795-884 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช :

โรงพิมพ์อักษรไทย, 2530.

สรชัย พิศาลบุตร. สถิติเพื่อการวิเคราะห์และวิจัย. ภาควิชาสถิติคณะพาณิชยศาสตร์

และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

จัทย์ หิรัญโค. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร :

โรงพิมพ์ที่ระพณา, 2520.

อนงวรรณ ยั่งยืน. การศึกษาสถานภาพความต้องการ และการใช้สื่อทัศนูปกรณ์ใน  
งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ. ปริญญาวิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

อรุณ งามดี. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร, 2527.

บทความ เอกสารต่าง ๆ

กองบรรณาธิการ. "สภาพอาชีพการประชาสัมพันธ์ในสังคมไทยปัจจุบัน" นิตยสาร ปีที่ 2  
ฉบับที่ 7 มกราคม 2517 หน้า 3-22. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
2517.

\_\_\_\_. "ความคิดเห็นผู้บริหารคองานประชาสัมพันธ์" นิตยสาร ปีที่ 2 ฉบับที่ 2  
ตุลาคม 2519 หน้า 77-83. คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2514.

ขจิต หัพนานนท์. "ธุรกิจกับการประชาสัมพันธ์" นิตยสาร ปีที่ 2 ฉบับที่ 4 ตุลาคม 2516.  
หน้า 5-8. คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2516.

จาระไน แกลโกศล. "การประชาสัมพันธ์" เอกสารประกอบการสัมมนาเทคนิคการวางแผน  
และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

จิตรารักษ์ สุทธิวรเศรษฐ์. "ความจำเป็นของการประชาสัมพันธ์บริการชุมชน" นิตยสาร  
ปีที่ 8 ฉบับ 2 พฤศจิกายน 2522. หน้า 52-57. คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2522.

\_\_\_\_. "การประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐบาล" เอกสารประกอบการบรรยาย  
วิชาการประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐบาล. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2528.

ถาวร ชนะภัย. "การประชาสัมพันธ์กับธุรกิจ" นิเทศสาร ปีที่ 4 ฉบับที่ . สิงหาคม 2518.

หน้า 4-11 คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2518.

ประจวบ อินอ้อค. "อดีต ปัจจุบัน อนาคต ของนักประชาสัมพันธ์" เอกสารประกอบ

การสัมมนาการประชาสัมพันธ์. 18-19 กรกฎาคม 2526

พรณี บุญธรรม. "ประชาสัมพันธ์ราชการทำงานงานอะไรกันบ้าง" นิเทศสาร ปีที่ 4

ฉบับที่ 1 สิงหาคม 2518 หน้า 94-97 คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2518.

\_\_\_\_\_. "นักประชาสัมพันธ์ในคำรากับนอกคำร่า" นิเทศสาร ปีที่ 4 ฉบับที่

3 ธันวาคม 2518. หน้า 76-80. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

2518.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. "เทคนิคการวางแผนและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์" เอกสาร

ประกอบการสัมมนาเทคนิคการวางแผนและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์.

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2513.

วิรัช ลภีรัตนกุล. "ข้อคิดบางประการเกี่ยวกับวิชาชีพการประชาสัมพันธ์" นิเทศสาร

ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 ธันวาคม 2520. หน้า 93-98 กรุงเทพมหานคร :

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2520.

\_\_\_\_\_. "นักประชาสัมพันธ์กับคุณสมบัติและหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคม"

เอกสารประกอบการสัมมนาการประชาสัมพันธ์. 18-19 กรกฎาคม 2526.

\_\_\_\_\_. "สำนักงานที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์" นิเทศสาร ปีที่ 5 ฉบับที่

1 สิงหาคม 2519 หน้า 59-62. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

2519.

วรวรรณี คุณผลิน และคณะ. "ความในใจของนักประชาสัมพันธ์" นิเทศสาร. ปีที่ 6 ฉบับ

1 สิงหาคม 2520 หน้า 47-55. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

2520.



สุพิน ปัญญาภัก. "การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ : ความคิดจากประสบการณ์"

วารสารศาสตร์ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 หน้า 138-145 มิถุนายน 2529.

คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2529.

อำรุง จันทวานิช. "สถิติเพื่อการวิจัย" เอกสารประกอบคำบรรยาย. คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

#### ภาษาอังกฤษ

Bernays, Edward L, ed. The Engineering of Consunt. University of Oklahoma Press, 1955.

Cutlip, Scott M. and Allen H. Center. Effective Public Relations, Prentic Hall, 1964.

Nolte, Lawrence W. Fundamental of Public Relations Professed Guidelines, Concepts and Integrations, Second Editor, Permagan press, 1979.

Robert W. Miller. Corporate Policy and Public Attitude. Washington, DC : The American University, 1965.

PRSA. Survey of The National Research Committee. New York : The Society, 1956.

\_\_\_\_\_. An Occupational Guide to Public Relations. New York, PRSA, 1964.

Public Relations Quartery, Winter, 1980.



ภาคผนวก ก.

ตารางภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์

## ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 68 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ในด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์

สื่อมวลชนสัมพันธ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	14	20.3	18	19.8	5	16.7	37	19.5
ทำมาก	26	37.7	38	41.8	15	50.0	79	41.6
ทำน้อย	20	29.0	26	28.6	7	23.3	53	27.9
ทำน้อยอย่างยิ่ง	6	8.7	8	8.8	1	3.3	15	7.9
ไม่ทำเลย	3	4.3	1	1.1	2	6.7	6	3.2
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ ผู้บริหารในองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ตอบว่า ทำมากและทำมากอย่างยิ่ง มีองค์กรส่วนน้อยที่ทำน้อย ทำน้อยอย่างยิ่ง และไม่ทำเลย



ตารางที่ 69 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ในค่านชุมชนสัมพันธ์

ชุมชนสัมพันธ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	1	1.4	6	6.6	-	-	7	3.7
ทำมาก	10	14.5	18	19.8	6	20.0	34	17.9
ทำน้อย	35	50.7	38	41.8	14	46.7	87	45.8
ทำน้อยอย่างยิ่ง	8	11.6	16	17.6	6	20.0	30	15.8
ไม่ทำเลย	15	21.7	13	14.3	4	13.3	32	16.8
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ค่านชุมชนสัมพันธ์ องค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ ทำน้อยและทำน้อยอย่างยิ่ง มีองค์กรส่วนน้อยที่ทำมากและทำมากอย่างยิ่ง



ตารางที่ 70 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดทำรายงานประจำปี

จัดทำรายงานประจำปี	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	7	10.1	5	5.5	6	20.0	18	9.5
ทำมาก	28	40.0	23	25.3	8	26.7	59	31.1
ทำน้อย	18	26.1	33	36.3	7	23.3	58	30.5
ทำน้อยอย่างยิ่ง	5	7.2	10	11.0	4	13.3	19	10.0
ไม่ทำเลย	11	15.9	20	22.0	5	16.7	36	18.9
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดทำรายงานประจำปี โดยรวมแล้ว องค์กรรัฐบาลทำมากและทำน้อยหรือไม่ทำในปริมาณใกล้เคียงกัน องค์กรเอกชนส่วนใหญ่ทำน้อยหรือไม่ทำเลย องค์กรรัฐวิสาหกิจก็เช่นเดียวกันคือ ส่วนใหญ่ทำน้อยหรือไม่ทำ มีบางส่วนเท่านั้นที่ทำมาก

ตารางที่ 71 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการเขียนสุนทรพจน์

การเขียนสุนทรพจน์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	2	2.9	-	-	-	-	2	1.1
ทำมาก	13	18.8	18	19.8	9	30.0	40	21.1
ทำน้อย	38	55.1	42	46.2	13	43.3	93	48.9
ทำน้อยอย่างยิ่ง	8	11.6	13	14.3	3	10.0	24	12.6
ไม่ทำเลย	8	11.6	18	19.8	5	16.7	31	16.3
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ด้านการเขียนสุนทรพจน์ โดยรวมแล้วผู้บริหารขององค์กร 3 ประเภท ส่วนใหญ่ตอบว่า ทำน้อยและทำน้อยอย่างยิ่ง และไม่ทำเลย มีองค์กรเพียงบางส่วนตอบว่า ทำมากและทำมากอย่างยิ่ง



ตารางที่ 72 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ในด้านการจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่

การจัดทำเอกสาร สิ่งพิมพ์เผยแพร่	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	20	29.0	12	13.2	7	23.3	39	20.5
ทำมาก	32	46.4	48	52.7	15	50.0	95	50.0
ทำน้อย	14	20.3	23	25.3	6	20.0	43	22.6
ทำน้อยอย่างยิ่ง	2	2.9	8	8.8	1	3.3	11	5.8
ไม่ทำเลย	1	1.4	-	-	1	3.3	2	1.1
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่โดยรวมแล้ว  
องค์กรทั้ง 3 ประเภท ทำมาก และทำมากอย่างยิ่ง มีองค์กรบางส่วนที่ปฏิบัติน้อย และทำน้อย  
อย่างยิ่ง

ตารางที่ 73 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดทำรายการวิทยุ

การจัดทำรายการวิทยุ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	8	11.6	5	5.5	3	10.0	16	8.4
ทำมาก	30	43.5	5	5.5	7	23.3	42	22.1
ทำน้อย	15	21.7	26	28.6	6	20.0	47	24.7
ทำน้อยอย่างยิ่ง	3	4.3	19	20.9	5	16.7	27	14.2
ไม่ทำเลย	13	18.8	36	39.6	9	30.0	58	30.5
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดทำรายการวิทยุ โดยรวมแล้วผู้บริหาร  
ในองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ตอบว่า ทำมาก ทำน้อย และไม่ทำเลย อยู่ในอัตราที่  
ใกล้เคียงกัน เป็นที่น่าสังเกตว่า องค์กรเอกชนจะจัดทำรายการวิทยุในอัตราน้อยมาก

ตารางที่ 74 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดทำรายการโทรทัศน์

การจัดทำรายการ โทรทัศน์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	3	4.3	7	7.7	2	6.7	12	6.3
ทำมาก	14	20.3	5	5.5	7	23.3	26	13.7
ทำน้อย	31	44.9	24	26.4	7	23.3	62	32.6
ทำน้อยอย่างยิ่ง	9	13.0	15	16.5	9	30.0	33	17.4
ไม่ทำเลย	12	17.4	40	44.0	5	16.7	57	30.0
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดทำรายการโทรทัศน์โดยรวมแล้ว  
ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ตอบว่า ทำน้อย และ ทำน้อยอย่างยิ่ง มีองค์กรเพียง  
ส่วนน้อยที่ทำมาก และ ทำมากอย่างยิ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่ามีองค์กรเอกชนจำนวนค่อนข้างมาก  
ที่ไม่มีการจัดทำรายการโทรทัศน์เลย



ตารางที่ 75 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการผลิตสไลด์

การผลิตสไลด์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	4	5.8	4	4.4	-	-	8	4.2
ทำมาก	22	31.9	22	24.2	13	43.3	57	30.0
ทำน้อย	23	33.3	28	30.8	10	33.3	61	32.1
ทำน้อยอย่างยิ่ง	9	13.0	14	15.4	3	10.0	26	13.7
ไม่ทำเลย	11	15.9	23	25.3	4	13.3	38	20.0
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ด้านการผลิตสไลด์ โดยรวมแล้วองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ตอบว่า ทำน้อย ทำน้อยอย่างยิ่ง และ ไม่ทำเลย แต่มีองค์กรประมาณหนึ่งในสามที่ทำมาก และ ทำมากอย่างยิ่ง

ตารางที่ 76 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการถ่ายทำวิดีโอ

การถ่ายวิดีโอ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	9	13.0	5	5.5	3	10.0	17	8.9
ทำมาก	21	30.4	22	24.2	11	36.7	54	28.4
ทำน้อย	15	21.7	24	26.4	8	26.7	47	24.7
ทำน้อยอย่างยิ่ง	9	13.0	14	15.5	3	10.0	26	13.7
ไม่ทำเลย	15	21.7	26	28.6	5	16.7	46	24.2
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ด้านการถ่ายทำวิดีโอ โดยรวมแล้วองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ตอบว่า ทำน้อย ทำน้อยอย่างยิ่ง และไม่ทำเลย แต่มีองค์กรในจำนวนเกือบครึ่งหนึ่งของทั้งหมดยกเว้นองค์กรเอกชนที่ทำมาก และ ทำมากอย่างยิ่ง

ตารางที่ 77 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการให้คำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร

ให้คำปรึกษา แก่ฝ่ายบริหาร	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	4	5.8	6	6.6	2	6.7	12	6.3
ทำมาก	20	29.0	37	40.7	13	43.3	70	36.8
ทำน้อย	26	37.7	35	38.5	9	30.0	70	36.8
ทำน้อยอย่างยิ่ง	15	21.7	6	6.6	5	16.7	26	13.7
ไม่ทำเลย	4	5.8	7	7.7	1	3.3	12	6.3
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการให้คำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร องค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ตอบว่า ทำน้อย ทำน้อยอย่างยิ่ง และ ไม่ทำเลย แต่มีองค์กรในจำนวนเกือบครึ่งหนึ่งของทั้งหมดยกเว้นองค์กรรัฐบาลที่ทำมาก และ ทำมากอย่างยิ่ง



ตารางที่ 78 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

สร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้า	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	4	5.8	15	16.5	4	13.3	23	12.1
ทำมาก	14	20.3	55	60.4	13	43.3	82	43.2
ทำน้อย	20	29.0	15	16.5	8	26.7	43	22.6
ทำน้อยอย่างยิ่ง	9	13.0	5	5.5	3	10.0	17	8.9
ไม่ทำเลย	22	31.9	1	1.1	2	6.7	25	13.2
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยรวมแล้ว องค์กรส่วนใหญ่ ทำมาก และ ทำมากอย่างยิ่ง ยกเว้นองค์กรรัฐบาล องค์กรที่ทำน้อย และ ทำน้อยอย่างยิ่ง คือองค์กรรัฐบาลและองค์กรรัฐวิสาหกิจบางส่วน

ตารางที่ 79 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดทำข่าวแจก

การจัดทำข่าวแจก	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	31	44.9	32	35	12	40.0	75	39.5
ทำมาก	25	36.2	34	37.4	16	53.3	75	39.5
ทำน้อย	8	11.6	18	19.8	1	3.3	27	14.2
ทำน้อยอย่างยิ่ง	4	5.8	2	2.2	-	-	6	3.2
ไม่ทำเลย	1	1.4	5	5.5	1	3.3	7	3.7
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดทำข่าวแจก โดยรวมแล้วองค์กรจำนวนมาก ทำมาก และ ทำมากอย่างยิ่ง องค์กรเพียงส่วนน้อย เท่านั้นที่ทำน้อยและ ทำน้อยอย่างยิ่ง



ตารางที่ 80 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดแสดงข่าว

จัดแสดงข่าว	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	13	18.8	15	16.5	7	23.3	35	18.4
ทำมาก	30	43.5	32	35.2	13	43.3	75	39.5
ทำน้อย	20	29.0	30	33.0	6	20.0	56	29.5
ทำน้อยอย่างยิ่ง	2	2.9	4	4.4	1	3.3	7	3.7
ไม่ทำเลย	4	5.8	10	11.0	3	10.0	17	8.9
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดแสดงข่าว โดยรวมแล้วองค์กรส่วนใหญ่  
ทำมาก และ ทำมากอย่างยิ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่า องค์กรจำนวนไม่น้อยทั้ง 3 ประเภทมีการจัด  
แสดงข่าวน้อย



ตารางที่ 81 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดแสดงนิทรรศการผลิตภัณฑ์

จัดแสดงนิทรรศการ ผลิตภัณฑ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	6	8.7	4	4.4	1	3.3	11	5.8
ทำมาก	22	31.9	22	24.2	14	46.7	58	30.5
ทำน้อย	23	33.3	41	45.1	8	26.7	72	37.9
ทำน้อยอย่างยิ่ง	4	5.8	11	12.1	6	20.0	21	11.1
ไม่ทำเลย	14	20.3	13	14.3	1	3.3	28	14.7
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดแสดงนิทรรศการผลิตภัณฑ์โดยรวมผู้บริหาร  
ตอบว่า ทำน้อย ทำน้อยอย่างยิ่ง และไม่ทำเลย องค์กรที่ทำมากคือ รัฐวิสาหกิจและรัฐบาล

ตารางที่ 82 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดทำวารสารประชาสัมพันธ์ภายใน

ทำวารสาร	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	14	20.3	11	12.1	8	26.7	33	17.4
ทำมาก	26	37.7	37	40.7	17	56.7	80	42.1
ทำน้อย	13	18.8	26	28.6	2	6.7	41	21.6
ทำน้อยอย่างยิ่ง	5	7.2	5	5.5	2	6.7	12	6.3
ไม่ทำเลย	11	15.9	12	13.2	1	3.3	24	12.6
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดทำวารสารประชาสัมพันธ์ภายใน โดยรวมแล้ว องค์กรส่วนใหญ่ ทำมาก และ ทำมากอย่างยิ่ง โดยเฉพาะองค์กรรัฐวิสาหกิจ อย่างไรก็ตาม มีองค์กรบางส่วนที่ทำน้อย และทำน้อยอย่างยิ่ง หรือไม่ทำเลย โดยเฉพาะองค์กรรัฐบาลและ เอกชน

ตารางที่ 83 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดทำจดหมายเวียน

การจัดทำ จดหมายเวียน	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	10	14.5	5	5.5	2	6.7	17	8.9
ทำมาก	17	24.6	38	41.8	14	46.7	67	36.3
ทำน้อย	27	39.1	25	27.5	7	23.3	59	31.1
ทำน้อยอย่างยิ่ง	4	5.8	15	16.5	3	10.0	22	11.6
ไม่ทำเลย	11	15.9	8	8.8	4	13.3	23	12.1
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการจัดทำจดหมายเวียน โดยรวมผู้บริหาร  
ส่วนใหญ่ตอบว่า ทำมาก ทำน้อย อยู่ในอัตราที่ใกล้เคียงกัน



ตารางที่ 84 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลของบริษัท

ทำหน้าที่เป็นแหล่ง ข้อมูลของบริษัท	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	9	13.0	7	7.7	5	16.7	21	11.1
ทำมาก	18	26.1	47	51.7	12	40.0	77	40.5
ทำน้อย	20	29.0	28	30.8	11	36.7	59	31.1
ทำน้อยอย่างยิ่ง	7	10.1	6	6.6	1	3.3	14	7.4
ไม่ทำเลย	15	21.7	3	3.3	1	3.3	19	10.0
รวม								

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลของบริษัท โดยรวม  
ผู้บริหารส่วนใหญ่ ตอบว่า ทำมาก และ ทำมากอย่างยิ่ง โดยเฉพาะองค์กรเอกชนและรัฐวิสาหกิจ  
มีองค์กรบางส่วนที่ปฏิบัติน้อย และ น้อยอย่างยิ่ง โดยเฉพาะองค์กรรัฐบาล

ตารางที่ 85 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการทำรัฐสัมพันธ์

ทำรัฐสัมพันธ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	5	7.2	1	1.1	-	-	6	3.2
ทำมาก	17	24.6	17	18.7	12	40.0	46	24.2
ทำน้อย	21	30.4	30	33.0	8	26.7	59	31.1
ทำน้อยอย่างยิ่ง	9	13.0	20	22.0	5	16.7	34	17.9
ไม่ทำเลย	17	24.6	23	25.3	5	16.7	45	23.7
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการทำรัฐสัมพันธ์ โดยรวมผู้บริหารส่วนใหญ่  
ตอบว่า ทำน้อย ทำน้อยอย่างยิ่ง และไม่ทำเลย มีองค์กรบางส่วนตอบว่า ทำมาก และ  
ทำมากอย่างยิ่ง

ตารางที่ 86 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการวางแผนโครงการ

การวางแผนโครงการ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	8	11.6	10	11.0	6	20.0	24	12.6
ทำมาก	21	30.4	47	51.6	15	50.0	83	43.7
ทำน้อย	28	40.6	21	23.1	6	20.0	55	28.9
ทำน้อยอย่างยิ่ง	5	7.2	8	8.8	1	3.3	14	7.4
ไม่ทำเลย	7	10.1	5	5.5	2	6.7	14	7.3
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการวางแผนโครงการ โดยรวมองค์กรส่วนใหญ่  
 ทำมาก และ ทำมากอย่างยิ่ง โดยเฉพาะองค์กรรัฐวิสาหกิจและเอกชน มีองค์กรบางส่วน  
 มีการวางแผนโครงการน้อย น้อยอย่างยิ่ง และ ไม่ทำเลย โดยเฉพาะองค์กรรัฐบาล



ตารางที่ 87 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการทำการสำรวจวิจัย

ทำการสำรวจวิจัย	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	-	-	1	1.1	-	-	1	0.5
ทำมาก	9	13.0	22	24.2	5	16.7	36	18.9
ทำน้อย	32	46.4	40	44.0	16	53.3	88	46.3
ทำน้อยอย่างยิ่ง	11	15.9	11	12.1	2	6.7	24	12.6
ไม่ทำเลย	17	24.6	1	1.1	7	23.3	41	21.6
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการสำรวจวิจัย โดยรวมแล้ว ผู้บริหารส่วนใหญ่  
 ตอบว่า ทำน้อย ทำน้อยอย่างยิ่ง และ ไม่ทำเลย มีองค์กรเพียงเล็กน้อยตอบว่า ทำมาก และ  
 ทำมากอย่างยิ่ง

ตารางที่ 88 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการให้บริการติดต่อสอบถาม

บริการติดต่อสอบถาม	องค์กรรัฐบาล		องค์กร เอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	27	39.1	16	17.6	8	26.7	51	26.8
ทำมาก	35	50.7	45	49.5	17	56.7	97	51.1
ทำน้อย	3	4.3	24	26.4	2	6.7	29	15.3
ทำน้อยอย่างยิ่ง	3	4.3	3	3.3	3	10.0	9	4.7
ไม่ทำเลย	1	1.4	3	3.3	-	-	4	2.1
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการติดต่อสอบถาม ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ ตอบว่า ทำมาก และ ทำมากอย่างยิ่ง มีองค์กรส่วนน้อยที่ให้บริการติดต่อสอบถามน้อย ซึ่งได้แก่องค์กร เอกชน

ตารางที่ 89 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการประสานงานกับบริษัทโฆษณา

ประสานงานกับ บริษัทโฆษณา	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	2	2.9	14	15.4	4	13.3	20	10.5
ทำมาก	10	14.5	26	28.6	7	23.3	43	22.6
ทำน้อย	25	36.2	38	41.8	10	33.3	73	38.4
ทำน้อยอย่างยิ่ง	9	13.0	5	5.5	2	6.7	16	8.4
ไม่ทำเลย	23	33.3	8	8.8	7	23.3	38	20.0
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการประสานงานกับบริษัทโฆษณา ผู้บริหารองค์กร  
ทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ ตอบว่า ทำน้อย และ ทำน้อยอย่างยิ่ง มีองค์กรเพียงบางส่วน ที่ทำมาก  
และทำมากอย่างยิ่งโดยเฉพาะองค์กรเอกชน



ตารางที่ ๑๐ แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการวิเคราะห์ประเมินผล

วิเคราะห์ประเมินผล	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	4	5.8	1	1.1	4	13.3	9	4.7
ทำมาก	15	21.7	41	45.1	12	40.0	68	35.8
ทำน้อย	31	44.9	34	37.4	9	30.0	74	38.9
ทำน้อยอย่างยิ่ง	11	15.9	3	3.3	3	10.0	17	8.9
ไม่ทำเลย	8	11.5	12	13.2	2	6.6	22	11.6
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการวิเคราะห์ประเมินผล โดยรวมแล้ว ผู้บริหารส่วนใหญ่ ตอบว่า ทำน้อย หรือ ไม่ทำเลย องค์กรที่ทำมาก คือองค์กรเอกชน

ตารางที่ 91 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการตรวจคัดข่าว

การคัดข่าว	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	37	53.6	34	37.4	15	50.0	86	45.3
ทำมาก	18	26.1	39	42.9	14	46.7	71	37.4
ทำน้อย	11	15.9	11	12.1	1	3.3	22	11.6
ทำน้อยอย่างยิ่ง	1	1.4	4	4.4	-	-	6	3.2
ไม่ทำเลย	2	2.9	3	3.3	-	-	5	2.6
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านการตรวจคัดข่าว ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ตอบว่า ทำมากอย่างยิ่ง และ ทำมาก

ตารางที่ 92 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านกิจกรรมสาธารณะ

กิจกรรมสาธารณะ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำมากอย่างยิ่ง	3	4.3	12	13.2	5	16.7	20	10.5
ทำมาก	29	42.0	40	44.0	16	53.3	85	44.7
ทำน้อย	24	34.8	25	27.5	8	26.7	57	30.0
ทำน้อยอย่างยิ่ง	7	10.1	8	8.8	1	3.3	16	8.4
ไม่ทำเลย	6	8.6	6	6.6	-	-	12	6.3
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ด้านกิจกรรมสาธารณะ ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ตอบว่า ทำมาก และทำมากอย่างยิ่ง โดยเฉพาะรัฐวิสาหกิจ มีองค์กรบางส่วนที่ปฏิบัติน้อย และน้อยอย่างยิ่ง โดยเฉพาะองค์กรรัฐบาล



ภาคผนวก ข.

ตาราง Scheffe

## ตารางการทดสอบแบบ Scheffe

ตารางที่ 93 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
จากตารางที่ 59

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม	
		1	2
3.0299	1. กลุ่มผู้บริหารที่ไม่เคยมีประสบการณ์ด้าน การประชาสัมพันธ์		
3.0995	2. กลุ่มผู้บริหารที่เคยมีประสบการณ์ด้าน การประชาสัมพันธ์	*	

ตารางที่ 94 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
จากตารางที่ 59

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม			
		2	3	4	1
2.8952	2. กลุ่มผู้บริหารที่เห็นว่างาน PR ไม่สำคัญ				
2.9935	3. กลุ่มผู้บริหารที่เห็นว่างาน PR สำคัญ				
3.0963	4. กลุ่มผู้บริหารที่เห็นว่างาน PR สำคัญมาก	*	*		
3.1143	1. กลุ่มผู้บริหารที่เห็นว่างาน PR ไม่สำคัญเลย				

ตารางที่ 95 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
ในตารางที่ 60

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม		
		1	2	3
2.9954	1. ไม่มีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์			
3.0207	2. มีนโยบายฯ โดยเป็นที่เข้าใจกันเอง			
3.1051	3. มีนโยบายฯ เป็นลายลักษณ์อักษร	*	*	

ตารางที่ 96 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
ในตารางที่ 60

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม		
		2	1	3
2.9988	2. องค์กรที่มีการนำแผน PR มาใช้ปฏิบัติบ้าง			
3.0939	1. องค์กรที่ไม่ได้นำแผนประชาสัมพันธ์มาใช้ปฏิบัติ			
3.1232	3. องค์กรที่นำแผน PR มาใช้ปฏิบัติอย่างมาก	*		

ตารางที่ 97 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
ในตารางที่ 62

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม	
		1	2
3.1387	1. กลุ่มผู้บริหารที่ไม่เคยผ่านงานด้านการประชาสัมพันธ์		
3.3405	2. กลุ่มผู้บริหารที่เคยผ่านงานด้านการประชาสัมพันธ์	*	





ตารางที่ 98 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
ในตารางที่ 62

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม	
		1	2
3.0110	1. กลุ่มผู้บริหารที่ไม่เคยฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์		
3.3696	2. กลุ่มผู้บริหาร เคยฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์	*	

ตารางที่ 99 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
ในตารางที่ 62

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม	
		1	2
3.0822	1. ผู้บริหารที่ไม่เคยศึกษาจากตำราเอกสารต่าง ๆ		
3.3231	2. ผู้บริหารที่เคยศึกษาจากตำราเอกสารต่าง ๆ	*	

ตารางที่ 100 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
ในตารางที่ 62

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม		
		1	2	3
2.8512	1. ผู้บริหารที่ไม่เคยส่งพนักงานเข้ารับฝึกอบรมฯ			
3.2068	2. ผู้บริหารที่ส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมฯ บ้างบางครั้ง	*		
3.5700	3. ผู้บริหารที่ส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรม เป็นประจำ	*	*	

ตารางที่ 101 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
ในตารางที่ 62

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม			
		1	3	4	2
2.1200	1. ผู้บริหารที่เห็นว่างานด้านประชาสัมพันธ์ไม่สำคัญเลย				
3.0187	3. ผู้บริหารที่เห็นว่างานด้านประชาสัมพันธ์สำคัญ				
3.3209	4. ผู้บริหารที่เห็นว่างานประชาสัมพันธ์สำคัญมาก		*		
3.3600	2. ผู้บริหารที่เห็นว่างานประชาสัมพันธ์ไม่สำคัญ				

ตารางที่ 102 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
ในตารางที่ 63

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม		
		1	2	3
2.8000	1. ไม่มีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์			
3.1052	2. นโยบายหลักฯ มีโดยเป็นที่เข้าใจกันเอง	*		
3.4220	3. นโยบายหลักฯ มีระบุเป็นลายลักษณ์อักษร	*	*	

ตารางที่ 103 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน ในตารางที่ 63

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม		
		1	2	3
2.0457	1. องค์กรที่ไม่มี การวางแผนประชาสัมพันธ์			
3.0683	2. องค์กรที่มีการวางแผนฯ บ้างบางโอกาส	*		
3.4749	3. องค์กรที่มีการวางแผนฯ ทุกครั้ง	*	*	

ตารางที่ 104 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน ในตารางที่ 63

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม		
		1	2	3
2.1543	1. องค์กรที่ไม่ได้นำแผนฯ มาใช้ปฏิบัติ			
3.1428	2. องค์กรที่นำแผนฯ มาใช้ปฏิบัติบ้าง	*		
3.4076	3. องค์กรที่นำแผนฯ มาใช้อย่างมาก	*	*	



ตารางที่ 105 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
ในตารางที่ 63

DEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม	
		1	2
3.0730	1. อยู่ร่วมกับฝ่ายอื่น		
3.4100	2. เป็นแผนกอิสระขึ้นตรงกับผู้บริหารระดับสูง	*	

ตารางที่ 106 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
ในตารางที่ 63

DEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม		
		1	2	3
2.7640	1. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ไม่เคยร่วมประชุมกับระดับนโยบาย			
3.3053	2. ฝ่ายประชาสัมพันธ์เข้าร่วมประชุมกับระดับนโยบายบ้าง บางโอกาส	*		
3.3533	3. ฝ่ายประชาสัมพันธ์เข้าร่วมประชุมกับระดับนโยบาย เป็นประจำ	*		

ตารางที่ 107 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
ในตารางที่ 63

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม			
		1	2	3	4
2.8848	1. องค์กรที่มีพนักงานประจำสัมพันธ์ 1-10 คน				
2.9634	2. องค์กรที่มีพนักงานประจำสัมพันธ์ 11-20 คน				
3.1248	3. องค์กรที่มีพนักงานประจำสัมพันธ์ 21-30 คน				
3.3423	4. องค์กรที่มีพนักงานประจำสัมพันธ์ 31 คนขึ้นไป	*	*		

ตารางที่ 108 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน  
ในตารางที่ 63

MEAN ( $\bar{X}$ )	กลุ่ม	กลุ่ม		
		1	2	3
2.9838	1. องค์กรที่มีโสตทัศนูปกรณ์ 1-5 ชั้น			
3.3231	2. องค์กรที่มีโสตทัศนูปกรณ์ 6-10 ชั้น	*		
3.4631	3. องค์กรที่มีโสตทัศนูปกรณ์ มากกว่า 10 ชั้น	*		

ภาคผนวก ค.

แบบสอบถาม



คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

20 มกราคม 2532

เรื่อง ขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม

เรียน ท่านหัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่เคารพ

เนื่องด้วยกระผมได้ทำการวิจัยเรื่อง "คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร" โดยทำการศึกษาในองค์กรของรัฐบาล องค์กรรัฐวิสาหกิจ และองค์กรเอกชน เพื่อประกอบการเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ชั้นปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยการรายงานผลจะเป็นการรายงานผลข้อมูลรวม มิใช่เป็นรายบุคคล ซึ่งผลการวิจัยนี้คาดว่าจะ เป็นประโยชน์ทางด้านการศึกษาของทางคณะนิติศาสตร์ ตลอดจนผู้สนใจ

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน ได้โปรดกรอกแบบสอบถามตามที่แนบมานี้ พร้อมส่งคืนให้กับผู้ถือแบบสอบถามนี้ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายสุเทพ เดชะชีพ)

## โปรดกรุณาตอบคำถามต่อไปนี้

   3

## ส่วนที่ 1

 4

1. เพศ

 ก. ชาย ข. หญิง 5

2. ชื่อหน่วยงานของท่าน.....

สังกัดกระทรวง/รัฐวิสาหกิจ/บริษัท.....

 6

3. ตำแหน่งปัจจุบัน.....

 7

4. ระยะเวลาที่ท่านทำงานเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานนี้...ปี

 8

5. ก่อนหน้านี้ท่านเคยทำงานประชาสัมพันธ์ที่อื่นมาบ้างหรือไม่

 10 ก. เคย ข. ไม่เคย

6. ท่านสำเร็จการศึกษา (กรุณาตอบทุกปริญญาที่ท่านจบ)

 ก. อนุปริญญา หรือเทียบเท่าด้าน..... 11 ข. ปริญญาตรี หรือเทียบเท่าด้าน..... 12 ค. ปริญญาโท หรือเทียบเท่าด้าน..... ง. ปริญญาเอก หรือเทียบเท่าด้าน..... จ. อื่น ๆ ระบุ.....

7. ท่านได้รับความรู้และประสบการณ์ทางด้านการประชาสัมพันธ์จาก

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

 ก. ศึกษาจากสถานศึกษาโดยตรง 13 ข. เคยเข้ารับการฝึกอบรม 14 ค. สนใจศึกษาจากตำรา เอกสารและสอบถามจากผู้มีความรู้ 15 ง. อื่น ๆ ระบุ..... 16

8. ท่านเคยเข้ารับการฝึกอบรมทางการประชาสัมพันธ์บ้างหรือไม่

 17

(ไม่รวมการศึกษาจากสถานศึกษาโดยตรง)

 ก. เคย ข. ไม่เคย

9. ในข้อ 8 ถ้าท่านเคยท่านเข้ารับการฝึกอบรมที่ไหนบ้าง  18
- ก. ....
- ข. ....
- ค. ....
- ง. ....
10. ท่านเคยส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์บ้างหรือไม่  19
- ก. เคยเป็นประจำ  ข. เคยบ้างบางครั้ง
- ค. ไม่เคยเลย
11. ท่านคิดว่างานด้านการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อองค์กรท่านมากน้อยเพียงใด  20
- ก. สำคัญมาก  ข. สำคัญ
- ค. ไม่สำคัญ  ง. ไม่สำคัญเลย
12. ท่านคิดว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรจะเป็นเช่นไร  21
- ก. เป็นแผนกอิสระขึ้นกับผู้บริหาร
- ข. อยู่ร่วมกับฝ่ายอื่น
13. นโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กรท่านเป็นอย่างไร  22
- ก. มีระบุเป็นลายลักษณ์อักษร
- ข. มีโดยเป็นที่เข้าใจกันเอง
- ค. ไม่มีนโยบายหลัก
14. องค์กรท่านมีการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์หรือไม่  23
- ก. มีทุกครั้ง  ข. มีบางโอกาส
- ค. ไม่มี
15. ถ้ามีการวางแผนฯ แผนประชาสัมพันธ์นั้นมีการนำมาใช้ปฏิบัติมากน้อยเพียงใด  24
- ก. ใช้อย่างมาก  ข. ใช้บ้าง
- ค. ไม่ได้นำมาใช้เลย



16. งานประชาสัมพันธ์ในองค์กรท่านมีฐานะเป็นอย่างไร  25
- ก. เป็นแผนกอิสระขึ้นตรงกับผู้บริหารระดับสูง
- ข. อยู่ร่วมกับฝ่ายอื่น
17. เมื่อมีการประชุมในระดับนโยบายขององค์กรท่าน ฝ่ายประชาสัมพันธ์  26
- เคยเข้าร่วมบ้างหรือไม่
- ก. เคยเป็นประจำทุกครั้ง  ข. เคยบ้างบางโอกาส
- ง. ไม่เคยเลย
18. พนักงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน  28
- ท่านมี.....คน (รวมตัวท่านด้วย)
19. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของท่าน มีใ้ส่ศัพบุรณักรณัหรืออุปกรณ์คอมพิวเตอร์  30
- อะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ก. กล้องถ่ายภาพ  ช. กล้องถ่ายวิดีโอ  30
- ข. เครื่องฉายภาพข้ามศรีษะ  ซ. ห้องมีคลังอัดขยายภาพ  32
- ค. เครื่องรับโทรทัศน์  ฃ. กล้องถ่ายภาพยนตร์  34
- ง. เครื่องเล่นวิดีโอ  ฉ. เครื่องคอมพิวเตอร์  36
- จ. เครื่องฉายสไลด์  ฅ. อื่น ๆ.....  38
- ฉ. ห้องบันทึกเสียง  39
20. ถ้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของท่านมีเครื่องคอมพิวเตอร์ท่านใช้เครื่อง
- ในงานใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ก. วิเคราะห์ข้อมูล  ข. เก็บข้อมูล  41
- ค. พิมพ์งาน  ง. อื่น ๆ ระบุ.....  43

ท่านคิดว่านักประชาสัมพันธ์ควรมีคุณสมบัติในด้านใดบ้าง

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. ควร เป็นผู้ที่จบการศึกษาด้าน นิเทศศาสตร์หรือวารสารศาสตร์	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 44
2. ควรมีประสบการณ์ด้านการ หนังสือพิมพ์มาก่อน	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 45
3. เป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ มีจินตนาการ	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 46
4. มีความสามารถในการวางแผน และโครงการ	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 47
5. มีสามารถในการผลิตสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ผลิตสื่อ วีดีโอ วิทยุ	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 48
6. สามารถ ถ่ายภาพ ได้เป็นอย่างดี	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 49
7. มีความสามารถในการผลิตสื่อ สิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 50
8. เป็นผู้ที่มีรูปร่างหน้าตาดี	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 51
9. มีความสามารถในการพูดในที่ สาธารณะ	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 52
10. มีบุคลิกท่าเรือนุชนิยมสัมพันธ์ดี	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 53
11. สามารถเขียนสคริป บทความ ประเภทต่าง ๆ ได้	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 54
12. มีความรู้ทางภาษาไทย เป็นอย่างดี	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 55
13. มีความรู้ในการใช้ภาษาอังกฤษ เป็นอย่างดี	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 56

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
14. เป็นผู้จบการศึกษาจาก ต่างประเทศ	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 57
15. ควรจบการศึกษา ระดับ ปริญญาตรีขึ้นไป	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 58
16. ควร เป็นผู้มีฐานะทางครอบครัวดี	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 59
17. มีความคุ้นเคยกับคนในวงสังคม อย่างกว้างขวาง	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 60
18. มีเพื่อนพ้องในวงการสื่อ มวลชนมาก	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 61
19. มีความรู้และทักษะทางการ สื่อสาร เป็นอย่างดี	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 62
20. สามารถให้เวลากับหน่วยงาน ได้ตลอดเวลา	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 63
21. สามารถออกเดินทางไป ต่างจังหวัดได้เสมอ	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 64
22. มีความสามารถในการพิมพ์ดีด ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เป็นอย่างดี	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 65
23. มีความรู้ในเรื่องรอบตัวกว้าง ๆ	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 66
24. มีความสามารถในการจัด กิจกรรมทางด้านการประชา สัมพันธ์ เช่น การจัดแถลงข่าว การจัดนิทรรศการ	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 67



	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
25. มีความสามารถในการเขียนข่าว ทำข่าวแจก					<input type="checkbox"/> 68
26. มีความคล่องตัวในการ ประสานงาน					<input type="checkbox"/> 69
27. มีความรู้ทางด้านการตลาด					<input type="checkbox"/> 70
28. มีความรักในงานการประชาสัมพันธ์					<input type="checkbox"/> 71
29. มีความสามารถในการทำวิจัย					<input type="checkbox"/> 72
30. ควรเป็นผู้ที่เป็นข่าวตาม สื่อมวลชนบ่อยครั้ง					<input type="checkbox"/> 73
31. มีความจงรักภักดีต่อองค์กร อย่างสูง					<input type="checkbox"/> 74
32. มีความอดทนหลักเลียงการ โต้เถียง					<input type="checkbox"/> 75
33. มีความรู้ทางด้านการใช้ คอมพิวเตอร์พอสมควร					<input type="checkbox"/> 76
34. มีความรู้ความสามารถทางศิลป์ และการออกแบบ					<input type="checkbox"/> 77
35. มีความสามารถในการประเมิน ผลงานประชาสัมพันธ์					<input type="checkbox"/> 78

26. ท่านคิดว่าคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์ประการใดบ้าง  
ที่ท่านคิดว่ามีความสำคัญมากที่สุด 5 ข้อ ใน 35 ข้อข้างบน  
(โปรดระบุ)

3

4

ก. ....

6

ข. ....

8

ค. ....

10

ง. ....

12

จ. ....

14

ภาระหน้าที่ทางด้านการประชาสัมพันธ์ที่ฝ่ายของท่านปฏิบัติ เป็น เช่นไรบ้าง

	ทำมาก อย่างยิ่ง	ทำมาก	ทำน้อย	ทำน้อย อย่างยิ่ง	ไม่ทำเลย	
1. การทำสื่อมวลชนสัมพันธ์	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 15
2. การทำชุมชนสัมพันธ์	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 16
3. จัดทำรายงานประจำปี	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 17
4. การเขียนสุนทรพจน์	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 18
5. การจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่ เช่นโปสเตอร์ แผ่นพับ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 19
6. การจัดทำรายการวิทยุ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 20
7. การจัดทำรายการทางโทรทัศน์	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 21
8. การผลิตสไลด์	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 22
9. การถ่ายทำวิดีโอ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 23
10. การให้คำแนะนำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 24
11. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 25
12. การจัดทำข่าวแจก	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 26
13. การจัดแถลงข่าว	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 27
14. การจัดแสดงนิทรรศการผลิตภัณฑ์	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 28



	ทำมาก อย่างยิ่ง	ทำมาก	ทำน้อย	ทำน้อย อย่างยิ่ง	ไม่ทำเลย	
15. การจัดทำวารสาร ประชาสัมพันธ์ภายใน	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 29
16. การจัดทำจดหมาย เวียน	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 30
17. การทำหน้าที่เป็น แหล่งข้อมูลของบริษัท	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 31
18. การทำรัฐสัมพันธ์	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 32
19. การทำการวางแผน โครงการ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 33
20. การทำการสำรวจ วิจัย	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 34
21. การทำหน้าที่ให้ บริการติดต่อสอบถาม	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 35
22. การทำหน้าที่ประสาน งานกับบริษัท โฆษณา	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 36
23. การทำหน้าที่ วิเคราะห์ประเมินผล	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 37
24. การทำหน้าที่ตรวจ คัดข่าว	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 38
25. การปฏิบัติกิจกรรม สาธารณะประโยชน์	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 39



26. ท่านคิดว่าภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานท่าน  
ประการใดที่ทำมากที่สุด 5 ข้อ จากจำนวน 25 ข้อ ข้างบน

- ก. ....  41
- ข. ....  43
- ค. ....  45
- ง. ....  47
- จ. ....  49

ส่วนที่ 4

แนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ในองค์การท่าน

1. ท่านคิดว่าในอนาคตหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของท่านจะมีเครื่อง  
โสตทัศนูปกรณ์ หรืออุปกรณ์คอมพิวเตอร์อะไรเพิ่มขึ้นบ้าง  
(ตอบได้มากกว่า 1)

- |                             |                            |                             |
|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| 1. เครื่องฉายสไลด์          | 6. ห้องบันทึกเสียง         | <input type="checkbox"/> 51 |
| 2. กล้องถ่ายภาพ             | 7. เครื่องถ่ายภาพข้ามศรีษะ | <input type="checkbox"/> 53 |
| 3. กล้องวิดีโอ              | 8. เครื่องคอมพิวเตอร์      | <input type="checkbox"/> 55 |
| 4. กล้องภาพยนตร์            | 9. เครื่องรับโทรทัศน์      | <input type="checkbox"/> 57 |
| 5. ห้องมิกซ์เสียงอัดขยายภาพ | 10. เครื่องเล่นวิดีโอ      | <input type="checkbox"/> 60 |
| 11. อื่น ๆ ระบุ.....        |                            |                             |

2. ท่านคิดว่าภาระหน้าที่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร  
ท่านจะมีหน้าที่รับผิดชอบเพิ่มขึ้นในด้านใดบ้าง

- .....  62
- .....
- .....
- .....
- .....

3. ท่านคิดว่าคอมพิวเตอร์จะเข้ามามีบทบาทเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ในด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1)
- ก. ใช้พิมพ์งาน                      ข. ใช้เก็บข้อมูลต่าง ๆ  64
- ค. วิเคราะห์ข้อมูล                  ง. อื่น ๆ ระบุ.....  66
4. ท่านคิดว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ในองค์กรท่านจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรในอีก 3 ปีข้างหน้า
- .....  68
- .....
- .....
- .....
5. อัตราการเพิ่มบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานท่านจะเพิ่มขึ้นอีกหรือไม่  65
- ก. เพิ่มอีกมาก                      ข. เพิ่มอีกเล็กน้อย
- ค. ไม่เพิ่ม
6. ท่านคิดว่านักประชาสัมพันธ์นั้นจบอะไรก็ได้ไม่จำเป็นต้องจบนิเทศศาสตร์หรือวารสารศาสตร์  70
- ก. เห็นด้วยอย่างยิ่ง เพราะ.....  71
- ข. เห็นด้วย เพราะ.....  72
- ค. ไม่เห็นด้วย เพราะ.....  73
- ง. ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เพราะ.....  74
7. จากประสบการณ์ของท่าน ท่านคิดว่านักประชาสัมพันธ์มักจะมีจุดอ่อนด้านใดบ้าง
- ก. ....  75
- ข. ....  76
- ค. ....  77
- ง. ....  78



ภาคผนวก ง .

รายชื่อองค์กร

รายชื่อองค์กรประเภทต่าง ๆ

องค์กรรัฐบาล

1. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
2. กรมป่าไม้
3. สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย
4. กองอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้
5. กรมอุตุนิยมวิทยา
6. กองสุขาภิบาล กระทรวงสาธารณสุข
7. กองทะเบียนกรมตำรวจ
8. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
9. สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม
10. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
11. สถาบันเทคโนโลยีพระนครเหนือ
12. กองเกษตรสารนิเทศ
13. สำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี
14. กรมส่งเสริมสหกรณ์
15. กรมส่งเสริมประมง กรมประมง
16. สำนักงานคณะกรรมการประสานงานเยาวชนแห่งชาติ
17. กระทรวงวิทยาศาสตร์
18. สำนักงานการประถมศึกษาแห่งชาติ
19. กระทรวงยุติธรรม
20. ราชบัณฑิตยสถาน
21. ธนาคารแห่งประเทศไทย
22. กรมวิชาการ เกษตร
23. สำนักงานคณะกรรมการครู
24. กรมการแพทย์
25. ศูนย์สารนิเทศ กระทรวงสาธารณสุข
26. กรมศิลปากร
27. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
28. ศาลแรงงานกลาง
29. กระทรวงต่างประเทศ
30. กรมทะเบียนการค้า
31. กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์
32. โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์
33. กรมแรงงาน
34. สำนักงานพลังงานแห่งชาติ
35. สำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม
36. กรมพลศึกษา
37. สำนักงานนโยบายและแผน  
กระทรวงมหาดไทย
38. ทบวงมหาวิทยาลัย
39. กรมการปกครอง
40. โรงพยาบาลราชวิถี
41. กรมการขนส่งทางบก
42. สภากาชาด
43. สนง. คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ
44. กรมวิเทศสหการ
45. กรมป. กลาง
46. คณะกรรมการป้องกันและปราบปราม  
ยาเสพติด

- |  |  |
|--|--|
| 47. กรมวิทยาศาสตร์บริการ               | 48. กรมพัฒนาที่ดิน                       |
| 49. สนง. คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ | 50. มหาวิทยาลัยศิลปากร                   |
| 51. กรมการค้าต่างประเทศ                | 52. กรมสรรพสามิต                         |
| 53. สถาบันมะเร็งแห่งชาติ               | 54. กรมสรรพากร                           |
| 55. สำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ           | 56. สนง. คณะกรรมการกฤษฎีกา               |
| 57. คณะกรรมการข้าราชการพลเรือน         | 58. คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด |
| 59. กองบัญชาการทหารสูงสุด              | 60. องค์การส่งเสริมการค้าผ่านศึก         |
| 61. โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า             | 62. กองทัพเรือ                           |
| 63. กรมธนารักษ์                        | 64. กรมพาณิชย์สัมพันธ์                   |
| 65. กรมโยธาธิการ                       | 66. สนง. เร่งรัดพัฒนาชนบท                |
| 67. กรมการศาสนา                        | 68. กรมการศึกษานอกโรงเรียน               |
| 69. สนง. คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ    |  |

#### องค์กรเอกชน

- |   |   |
|---|---|
| 1. โรงแรมดุสิตธานี                      | 2. บริษัทอินเตอร์แม็กนัม จำกัด                  |
| 3. บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมไทย           | 4. บริษัทสเปาแอดเวอร์ไทซิ่งจำกัด                |
| 5. บริษัทอินเตอร์เนชั่นแนลเอนจิเนียริ่ง | 6. บริษัทปูนซิเมนต์นครหลวง                      |
| 7. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา                  | 8. บริษัทประภักดิ์แอนด์เอฟ.ซี.บี.               |
| 9. บริษัทศรีไทยปศุสัตว์                 | 10. บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ กรุงศรีอยุธยา จำกัด |
| 11. บริษัท เบทาโกร จำกัด                | 12. ธนาคารทหารไทย จำกัด                         |
| 13. บริษัทสยามกลการจำกัด                | 14. บริษัทซาฟโคล (ประเทศไทย) จำกัด              |
| 15. บริษัทยูนิซิม จำกัด                 | 16. บริษัทราชประสงค์ชอปปิงมอลล์จำกัด            |
| 17. โรงแรมมโนราห์                       | 18. กรุงเทพสทกล จำกัด                           |
| 19. บริษัทชั้นโยยูนิเวอร์แซล จำกัด      | 20. บริษัทไทยฮาธาไฮโด จำกัด                     |
| 21. บริษัทเมโทรแมชั่นเนอรี จำกัด        | 22. บริษัทคอมม่า (ประเทศไทย) จำกัด              |
| 23. บริษัท อีซิลไทย อุตสาหกรรมจำกัด     | 24. บริษัทมานูครอง อปทิสและไฮโล                 |



25. โรงแรม วินเซอร์
26. บริษัท นันทวัน จำกัด
27. โรงแรม โชพีเทล จำกัด
28. บริษัท เอฟ.อี. ซิลลิก (กรุงเทพ)
29. โรงแรม แอมบาสเดอร์
30. บริษัทมั่นคงเคหะการ จำกัด
31. บริษัท โอ.บี.เอ็ม (ประเทศไทย)
32. บริษัท คอลเกตปาล์มโอสฟ
33. บริษัท โอลิมเปีย
34. บริษัท แสงไสม จำกัด
35. บริษัท จอร์นสัน แอนด์ จอร์นสัน -  
ประเทศไทย
36. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด
37. บริษัท กิจสยามคอมเมอร์เชียล จำกัด
38. โรงแรม สยามอินเตอร์ คอนติเนนตัล
39. บริษัท เอ็มเอ็มซี. ลิตธิผล จำกัด
40. ธนาคารกสิกรไทย
41. บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด
42. โรงแรม รีเจนท์ กรุงเทพ
43. บริษัท เอ.พี. เนชั่นแนล จำกัด
44. บริษัท ควอลิตี้คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด
45. บริษัท ยูเอฟเอ็ม พักเซ็นเตอร์
46. บริษัท ไทยสมุทรประกันภัย
47. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด
48. บริษัท ไทยดูรีเทน อินเตส เครียด
49. บริษัท ฮาร์ทฟอร์ด จำกัด
50. บริษัท ซูมิโตโม คอร์เปอร์เรชั่น
51. บริษัท โฮมอิเลคโทรนิคส์ จำกัด
52. บริษัท โมบิรา จำกัด
53. บริษัท ชิวเนชั่นแนลเซลส์แอนด์เซอร์วิส-  
จำกัด
54. บริษัท กันยงวัฒนา
55. บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด
56. บริษัท เอสโซ่ สแตนคาร์ด ประเทศไทย
57. บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
58. บริษัท คูลิโกะประเทศไทย จำกัด
59. บริษัท อายิโนะโมะไต
60. บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด
61. บริษัท โอสภสภาเด็กเซงทยู จำกัด
62. บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด
63. บริษัท เบอร์ลีเยคเกอร์
64. บริษัท มูจอรอคบรวิรี่ จำกัด
65. บริษัท ยูนิยูค (ประเทศไทย) จำกัด
66. บริษัท อเมริกันสแตนคาร์ด จำกัด
67. บริษัท ศรีกรุงวัฒนา จำกัด
68. โรงแรม เซ็นทรัลพลาซา
69. บริษัท สหยูเนียน จำกัด
70. บริษัท ดีทแอมส์ จำกัด
71. ธนาคาร กรุงเทพพาณิชย์การ จำกัด
72. โรงแรมแมนน์
73. บริษัท ไทยออยล์ จำกัด
74. บริษัท เสริมสุข จำกัด

- |  |  |
|--|--|
| 75. บริษัท โตโยต้ามอเตอร์ คอร์ ประเทศไทย | 76. บริษัท ยางสยาม จำกัด               |
| 77. บริษัท ชลประทาน ซีเมนต์              | 78. บริษัท บางกอกเอ็นเนอร์เทคเมน จำกัด |
| 79. บริษัท ไทยบริคส์ไตน จำกัด            | 80. โรงแรม อิมพีเรียล                  |
| 81. บริษัท สี่แควร์บราเธอร์ ประเทศไทย    | 82. บริษัท ธาณินทร์ อุตสาหกรรม         |
| 83. ธนาคารไทยทุน                         | 84. ธนาคารศรีนคร                       |
| 85. โรงแรมอินทรา                         | 86. บริษัท กรีนสปอร์ตประเทศไทย         |
| 87. บริษัท ฟาร์อีส แอดเวอร์ไทซิ่ง        | 88. บริษัท กระดาษไทย จำกัด             |
| 89. บริษัท เอวอน คอสเมติก (ประเทศไทย)    | 90. บริษัท ยন্ত্রกิจ จำกัด             |
| 91. บริษัท 3 เอ็มประเทศไทย จำกัด         |  |

#### องค์การรัฐวิสาหกิจ

- |                                    |  |
|------------------------------------|--|
| 1. องค์การเหมืองแร่ในทะเล          | 2. การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย            |
| 3. การรถไฟแห่งประเทศไทย            | 4. องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ฯ            |
| 5. การท่าเรือ                      | 6. การทำอากาศยาน                         |
| 7. การสื่อสารแห่งประเทศไทย         | 8. การไฟฟ้านครหลวง                       |
| 9. การเคหะแห่งชาติ                 | 10. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย        |
| 11. การทางพิเศษแห่งประเทศไทย       | 12. การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค                  |
| 13. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย     | 14. การประปานครหลวง                      |
| 15. ธนาคารกรุงไทย                  | 16. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร |
| 17. ธนาคารออมสิน                   | 18. องค์การค้ำชูสุภาพ                    |
| 19. บริษัท กระสอบอีสาน จำกัด       | 20. บริษัทการบินไทย จำกัด                |
| 21. องค์การตลาด                    | 22. องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร              |
| 23. โรงงานยาสูบ                    | 24. องค์การเภสัชกรรม                     |
| 25. บริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย | 26. องค์การเหมืองแร่                     |
| 27. องค์การแก้ว                    | 28. สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล            |
| 29. องค์การสวนยาง                  | 30. องค์การรับส่งสินค้าพัสดุภัณฑ์        |



15 195

ประวัติผู้เขียน

นายสุเทพ เดชะชีพ เกิดวันที่ 2 กันยายน 2506 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษานิเทศศาสตรบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2528 หลังจากนั้นเข้าทำงานที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และบริษัท ไทยฮาดไฮโด จำกัด ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำคณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ