บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

ชม ภูมิภาค. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : ไอเดี่ยนสโตร์, 2526.

ชาคริต จุลกะเสวี. "กระบวนการการวางแผนงานประชาสัมพันธ์". การวางแผนงานประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช : โรงพิมพ์นวลนก จำกัด, 2530.

ไชยยศ เรืองสุวรรณ. การประชาสัมพันธ์ : หลักการและแนวปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์, 2522.

บุษบา สุธีธร. กระบวนการวางแผนประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.

ประจวบ อินอ๊อด. ศัพทานุกรมสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2520.

ประสานจิตต์ ลิ้มโภคา. หลักการประชาสัมพันธ์. คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2526.

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2528

วิจิตร อาวะกุล. การประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีการปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2522

วิเชียร เกตุสิงห์. หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เรือนอักษร, 2527

วิรัช ลภิรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526

สมควร กวียะ. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532.

สมหวัง พิธิยานุวัตน์. การวิจัยเชิงบรรยาย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล. 2522.

สะอาด ตัณศุภผล. การประชาสัมพันธ์ของนักบริหาร : คู่มือการเข้าถึงประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น. 2507.

เสนีย์ แดงวัง. การประชาสัมพันธ์ : แนวความคิดและหลักวิธีการปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : อักษรบัณฑิต. 2522.

สุพิน บัญญามาก. "การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจ" การวางแผนประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช : โรงพิมพ์อักษรไทย. 2526.

เอกสารอื่น ๆ

กรมพลศึกษา. รายงานการวิจัยเรื่อง แนวโน้มวิทยาลัยพลศึกษาในทศวรรษหน้า กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์การศาสนา. 2531

กองวิชาการ. สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, รายงานการวิจัยเรื่องบทบาทของ ก.พ.ในทศวรรษหน้า กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สำนักงาน ก.พ. 2529

คณะกรรมการนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์ กพผ. แนวนโยบายการประชาสัมพันธ์ พุทธศักราช 2535. กองการพิมพ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์, 2535

คัคนางค์ แจ้งใจ. สถานภาพและแนวโน้มการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อการพัฒนา. วิทยานิพนธ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

ชาญชัย พิพัฒน์สันติกุล. สภาพของเทคโนโลยีการศึกษาไทยในปี พ.ศ. 2550 ตามความคาดการณ์ของนักเทคโนโลยีการศึกษา. วิทยานิพนธ์บริญญามหาบัญฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530

เตรียม ตันติเวชกุล, พ.ต.อ. (พิเศษ). แนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจภายในช่วงปี พ.ศ.2532-2542. วิทยานิพนธ์บริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

ทรงวุฒิ สุธาอรรถ. แนวโน้มของปรัชญาการศึกษานอกระบบโรงเรียนปีพุทธศักราช 2534. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529

ทีบวิท พงศ์ไพบูลย์. พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ บริญญามหาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. เส้นทางการประชาสัมพันธ์ กฟผ. 2535. กองการพิมพ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์, 2535.

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. แนวทางการประชาสัมพันธ์ กฟผ. กองการพิมพ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์, 2531.

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. สถานภาพของ กฟผ. ประจำเดือนตุลาคม 2535. กองการพิมพ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์, 2535.

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. รายงานการปฏิบัติงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ ประจำเดือน พ.ค.2534 - ธ.ค 2535. กองการพิพม์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์, 2534-2535.

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. เส้นทางการประชาสัมพันธ์ กฟผ. 2536. กองการพิมพ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์, 2536.

ฝ่ายฝึกอบรม การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. สรุปรายงานผลการสัมนา "เสริมสร้างสัมพันธ์ สร้างสรรค์สังคม" ฝ่ายฝึกอบรม, 2536.

มนูญ ทับทิมอ่อน รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของสหวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2530.

ลัดนา ศรีสวัสดิ์ บทบาทของวีดีโอ : สภาพปัจจุบันและแนวโน้ม ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

ศรีรัตน์ จันทร์สมวงศ์ อนาคตภาพของหอพักนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยใน พ.ศ. 2540 วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวิจัยการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

อนันต์ บัวบาน แนวโน้มรัฐประศาสตร์ไทยในอนาคต. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารรัฐกิจ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

บทความ

เกษม บุญอ่อน "เดลฟาย : เทคนิคในการวิจัย". ครุปริทัศน์ (ตุลาคม 2522), 2522.

จุมพล พูลภัทรชีวิน "การวิจัยอนาคต" วารสารวิธีวิทยาการวิจัย (มกราคม-เมษายน 2529), 2529.

ชนิตา รักษ์พลเมือง "การวิจัยแบบเทคนิคเดลฟาย" วารสารวิจัย (มกราคม-มีนาคม 2528), 2528.

ประยูร ศรีประสาธน์ "เทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย" วารสารการศึกษาแห่งชาติ (เมษายน-พฤษภาคม 2523), 2523.

วิจิตร อาวะกุล, "ประชาสัมพันธ์ยุทธวิธี" หนังสืออนุสรณ์นักศึกษาประชาสัมพันธ์. ฝ่ายอำนวยการรุ่นที่ 20. โรงเรียนการประชาสัมพันธ์. 2522.

ศิริชัย ศิริกายะ. การสื่อสาร. วารสารนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2525.

เสรี วงษ์มณฑา การประชาสัมพันธ์. เอกสารประกอบการพัฒนาการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2530. กรมประชาสัมพันธ์, 2530.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนา. วารสารเศรษฐกิจและสังคม (พฤษภาคม-มิถุนายน 2530)

อรุณ ภาณุพงษ์, การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล. คำบรรยายในการสัมมนาผู้แทนกระทรวงทบวงกรม. วันที่ 10 กันยายน 2530.

ภาษาอังกฤษ

Berneys, Edward L.,ed. The Engineering of Consult. University of Oklahoma Press, 1955.

Confield, Bertrand R. Public Relations : Principle Casses and Problems. Illinois : Illinois Darwin, Inc., 1956.

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

Helmer, O. Gathering Expert Opinion. (Los Angeles : University of Southern California, Center for Futures. Research 1976), 1976.

Hoos, Ida R. "Criteria for Good Future Research" Technological Forecasting and Social Change.Vol 6.1974.

Poolpatrachewin, Chumpol. "Ethnographic Delphi Futuers Research : Thai University Pilot, Journal of Cultural and Eduction Futures. Vol 2, No 4, 1982.

Stephenson, Howard. Editor. Handbook of Public Relation. The Standard Guide to Public Affairs and Communication. Second Editor, New York : Mc Graw-Hill Book company, 1971.

ภาคผนวก

ที่ ทม. 0310/

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพญาไท กรุงเทพ 10330

ธันวาคม 2535

เรื่อง ขอความร่วมมือให้ข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน

ด้วยนางสาวระวิวรรณ มณีนัย นิสิตบริญญาโท ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการวิจัยเรื่อง "แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ.2535-2545" โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในการนี้จึงใคร่ขอข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเรื่องการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวิจัย ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ได้ทราบถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และสามารถนำผลการวิจัยที่ได้นี้ไปปรับปรุงการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้

จึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือให้ข้อมูลเพื่อการวิจัย จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ดรุณี หิรัญรักษ์)
คณบดี

สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์
โทร 218-2153

ที่ พิเศษ /2536

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพญาไท กรุงเทพ 10330

กุมภาพันธ์ 2536

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์กรอกแบบสอบถามโครงการวิจัย

เรียน

ตามที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในฐานะเป็นผู้เชี่ยวชาญในการวิจัยเรื่อง แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (2535-2545) และท่านได้กรุณาให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ตามขั้นตอนที่ 1 ของการวิจัยไปแล้วนั้น

ขณะนี้การวิจัยได้ดำเนินการถึงขั้นตอนที่ 2 คือ การประมวลสรุปความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในรอบแรก เพื่อให้ท่านได้ประเมินค่าโอกาสความเป็นไปได้ของแนวโน้มต่าง ๆ ตามแบบสอบถามที่แนบมาพร้อมนี้

ฉะนั้น จึงเรียนขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดกรุณากรอกแบบสอบถามตามที่ได้แนบมาด้วยแล้ว ดิฉันหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี จึงขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ระวิรรณ มณีนัย)
ผู้วิจัย

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจงประกอบการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญใน
การวิจัยเรื่อง "แนวนโยบายการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย"

คำชี้แจง

การวิจัยเรื่องนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อระดมความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ในเรื่องแนวนโยบายของการประชาสัมพันธ์ ของการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยโดยเน้นในเรื่องของความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในเรื่องบทบาทโครงสร้างและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่คาดว่าจะเกิดขึ้นซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในทศวรรษนี้

ในการทำวิจัยครั้งนี้จะใช้เทคนิค EDFR ซึ่งเป็นวิธีการรวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์โดยจะถามความคิดเห็นจากท่านอย่างน้อย 2 ครั้ง ครั้งที่ 1 จะเป็นการสัมภาษณ์มีจุดมุ่งหมายให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวนโยบายของการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ซึ่งอาจจะใช้เวลานานในการสัมภาษณ์แต่ในครั้งต่อ ๆ ไปจะเป็นการตอบแบบสอบถาม ซึ่งจะใช้เวลาในการตอบน้อยกว่าเดิม เพราะเป็นแต่เพียงให้น้ำหนักข้อความตามความคิดเห็นเท่านั้น

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และมีความสัมพันธ์และสนใจเกี่ยวกับกิจการของไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยเป็นอย่างดี จึงได้รับการเสนอให้เป็นผู้เชี่ยวชาญสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านโปรดแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ซึ่งความคิดเห็นของท่านจะไม่ถูกเปิดเผย แต่จะเป็นข้อมูลที่ใช้ในการพิจารณาร่วมกับความคิดเห็นของท่านอื่น ๆ เพื่อหาความสอดคล้องกันของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญภายหลังที่มีการตรวจสอบความเที่ยงและความตรงของข้อมูลในรอบที่ 2

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีเพราะการมีส่วนร่วมในการตอบแบบสอบถามนั้น มีความสำคัญเป็นที่สุด และมีความหมายอย่างยิ่งสำหรับความเที่ยงและความตรงของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

นางสาวระวิวรรณ มณีนัย
ผู้วิจัย

แบบสัมภาษณ์รอบที่ 1

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน

2. ท่านคิดว่าบทบาทงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยตามอุดมการณ์ควรจะเป็นอย่างไร

3. ท่านคิดว่าในอนาคตอีกประมาณ 10 ปี งานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยจะมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นหรือลดลงเพียงใด

4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับโครงสร้างงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

5. ท่านคิดว่าบทบาทงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในปัจจุบันเป็นอย่างไร

6. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้างเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษนี้

เครื่องมือรอบที่ 2

คำชี้แจงแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเรื่อง "แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย 2535-2545) ซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ไปแล้วครั้งหนึ่ง แบบสอบถามฉบับนี้มี 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ประกอบด้วยข้อความที่เป็นข้อคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับบทบาทและสภาพงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน และบทบาทงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยตามอุดมการณ์ ซึ่งอาจเป็นแนวโน้มของอนาคตที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์

ส่วนที่ 2 ประกอบด้วยข้อความที่เป็นข้อคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับบทบาทและสภาพงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศในอนาคตและข้อเสนอแนะในงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ขอให้ท่านพิจารณาว่าในแต่ละข้อท่านมีอัตราการเห็นด้วยมากน้อยเพียงใด และท่านมีความคิดเห็นว่าจะมีโอกาสเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด รวมจนถึงในอนาคตเป็นแนวโน้มที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์

เกณฑ์การพิจารณาว่าแนวโน้มนั้นจะมีโอกาสเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร มี 5 เกณฑ์ดังนี้

5 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเป็นไปได้มากที่สุด

4 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเป็นไปได้มาก

3 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเป็นไปได้ปานกลาง

2 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเป็นไปได้น้อย

1 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเป็นไปได้น้อยที่สุด

การพิจารณาว่าแนวโน้มของอนาคตภาพจะพึงประสงค์ หรือไม่พึงประสงค์ นั้นพิจารณาได้ดังนี้ อนาคตที่พึงประสงค์ หมายถึง สิ่งที่ท่านคิดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต และเป็นสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต

อนาคตที่ไม่พึงประสงค์ หมายถึง สิ่งที่ท่านคิดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตแต่เป็นสิ่งที่ไม่ต้องการให้เกิดขึ้น

เกณฑ์ในการพิจารณาอัตราการเห็นด้วยมากน้อยเพียงใด

5 หมายถึง อัตราการเห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง อัตราการเห็นด้วยมาก

3 หมายถึง อัตราการเห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง อัตราการเห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง อัตราการเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตัวอย่าง

แนวโน้มของการประชาสัมพันธ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ช่วงปี 2535-2545)	โอกาสที่จะเป็นไปได้					อนาคต	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่พึงประสงค์
	5	4	3	2	1		
1. คาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น (5)		/				/	

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บท้ายแนวโน้มแต่ละข้อคือจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ได้ให้ความเห็นเช่นนี้ในรอบแรก (จากการสัมภาษณ์)

จากตัวอย่างหมายความว่า งานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยนั้นมีแนวโน้มว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น มีโอกาสที่จะเป็นไปได้มาก และท่านคิดว่าเหตุการณ์เช่นนี้เป็นสิ่งที่ดี (พึงประสงค์)

ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่าน ขีดความหมาย/ลงในช่องที่ท่านมีความคิดเห็นตามอัตราการได้แสดงไว้ข้างต้น ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี

ระวิวรรณ มณีนัย
ผู้วิจัย

แบบสอบถามรอบที่ 2

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ในช่วงปี 2535-2545)	อัตราการเห็นด้วย มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
1	ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทและสภาพงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตในปัจจุบัน					
1.1	เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่มีความพร้อมด้านงานประชาสัมพันธ์และอยู่ในระดับแนวหน้าเมื่อเทียบกับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจด้วยกัน (18)	7	9	2	2	-
1.2	มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านงานประชาสัมพันธ์ (20)	5	10	4	1	-
1.3	เป็นหน่วยงานที่ให้ความสำคัญในการส่งเสริมความเข้าใจอันดีกับประชาชนและมีความตื่นตัวในเรื่องงานประชาสัมพันธ์มาก (10)	5	8	3	4	-
1.4	มีการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกที่มีความหลากหลายในการให้ข่าวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ (3)	3	3	9	4	1
1.5	มีบทบาทในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มาก เช่น ประชาสัมพันธ์ การวางแผน การออกข่าว การแถลงข่าว และชุมชนสัมพันธ์ (12)	2	8	7	2	1
1.6	ผู้บริหารให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่ (5)	1	10	5	4	0
1.7	มีการกำหนดนโยบายและวางแผนงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง (4)	2	6	6	4	2

( ) ตัวเลขในวงเล็บคือจำนวนความถี่ของความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้แสดงความคิดเห็นในรอบแรก

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ในช่วงปี 2535-2545)	อัตราการเห็นด้วย มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
1.8	มีบทบาทในการสนับสนุนและให้ความร่วมมือช่วยเหลือต่อกิจกรรมของสังคม (13)	1	5	12	2	-
1.9	มีการประชาสัมพันธ์ตอบสนองนโยบายการเมืองมากเกินไป (2)	1	4	8	5	2
1.10	มีบทบาทตามนโยบายของผู้บริหารซึ่งคล้ายการประชาสัมพันธ์เชิงรับมากกว่าเชิงรุก (7)	3	11	4	2	-
1.11	มีบทบาทในเชิงแก้ข่าว (เชิงรับ) เป็นส่วนใหญ่ (20)	6	10	3	1	-
1.12	มีลักษณะของการให้ข้อมูล (Information) มากกว่าการประชาสัมพันธ์ (3)	1	5	9	2	-
1.13	ข้อมูลที่ให้กับประชาชนมีลักษณะเป็นวิชาการมากจนเกินไป (4)	3	7	10	-	-
1.14	งานประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายเพียงพอ (17)	3	9	7	1	-
1.15	โครงการประชาสัมพันธ์มักจะเน้นในเรื่องของเทคโนโลยีมากกว่าด้านพฤติกรรม (2)	1	11	7	0	1
1.16	ผู้บริหารระดับสูงยังไม่เปิดตัวในเรื่องงานประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร (7)	3	10	6	1	0
1.17	มีความล่าช้าในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลออกต่อสื่อมวลชน (8)	1	10	6	3	0
1.18	ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)					

( ) ตัวเลขในวงเล็บคือจำนวนความถี่ของความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้แสดงความคิดเห็นในรอบแรก

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ในช่วงปี 2535-2545)	โอกาสที่จะเป็นไปได้					ความต้องการ	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ต้องการ	ไม่ต้องการ
		5	4	3	2	1		
2	บทบาทงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยตามอุดมการณ์							
2.1	มีบทบาทในการให้ข้อเท็จจริง (Fact) กับประชาชนในเรื่องกิจการของการไฟฟ้ามากขึ้นกว่าปัจจุบัน (11)	4	12	4	-	-	20	-
2.2	มีบทบาทในการสร้างสรรค์สังคมในรูปแบบของชุมชนสัมพันธ์มากกว่าที่จะมุ่งผลิตไฟฟ้าเพียงอย่างเดียว (5)	3	10	7	-	-	20	-
2.3	มีการวางแผนและคาดคะเนเพื่อเตรียมงานประชาสัมพันธไว้ล่วงหน้า (6)	5	9	6	-	-	20	-
2.4	มีกิจการที่ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเข้าใจอันดีต่อหน่วยงาน (10)	4	12	4	-	-	20	-
2.5	มีบทบาทในการปลุกจิตสำนึกให้คนในองค์การมีความรับผิดชอบในงานประชาสัมพันธ์ร่วมกัน(5)	3	11	5	1	-	20	-
2.6	มีบทบาทในการที่จะลดช่องว่างระหว่างพนักงานขององค์การและประชาชน (3)	4	9	6	-	1	20	-
2.7	มีการสำรวจประชามติเพื่อทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของประชาชน (6)	4	11	3	2	-	19	1
2.8	ผู้บริหารมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ รวมไปจนถึงพนักงานทุกคนในองค์การมีหน้าที่ในการสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อองค์การ (14)	5	10	3	2	-	20	-

( ) ตัวเลขในวงเล็บคือ จำนวนความถี่ของความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้แสดงความคิดเห็นในรอบแรก

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ในช่วงปี 2535-2545)	โอกาสที่จะเป็นไปได้					ความต้องการ	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ต้องการ	ไม่ต้องการ
		5	4	3	2	1		
2.9	รัฐบาลจะเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์กับการไฟฟ้าเพราะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประเทศ (2)	3	6	5	5	1	17	3
2.10	มีความจริงใจต่อประชาชนในการนำเสนอข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับหน่วยงาน(18)	3	11	4	2	-	19	1
2.11	มีการจำแนกภาระกิจออกเป็นกิจกรรมและแบ่งแยกกันมาดำเนินงาน(1)	3	11	4	1	4	18	2
2.12	มีการแถลงข่าวสารและข้อมูลของหน่วยงานให้ประชาชนได้รับทราบอย่างต่อเนื่องเพื่อความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานและประชาชน(15)	5	9	4	2	-	19	1
2.13	ความคาดหวังตามอุดมการณ์ (ถ้ามี)							

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ในช่วงปี 2535-2545)	โอกาสที่จะเป็นไปได้					ความต้องการ	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่พึงประสงค์
		5	4	3	2	1		
3.	ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทและสภาพงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในอนาคต							
3.1	จะมีทิศทางการประชาสัมพันธ์ที่คำนึงถึงประชาชนมากขึ้น (17)	6	7	4	3	-	19	1
3.2	จะมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้น(20)	7	6	7	-	-	20	-
3.3	จะมีการประชาสัมพันธ์เป็นระบบและต่อเนื่องมากขึ้น(10)	6	9	4	1	-	20	-
3.4	จะมีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์มากขึ้น (7)	7	8	3	2	-	19	1
3.5	เน้นกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ สื่อมวลชนสัมพันธ์และรัฐสัมพันธ์ เพิ่มมากขึ้น(5)	6	10	4	-	-	19	1
3.6	มีการเปิดตัวเองและให้ข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริงกับสื่อมวลชนและประชาชนมากขึ้น โดยผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสาร (10)	5	8	6	1	-	19	1
3.7	การดำเนินการประชาสัมพันธ์จะเป็นการดำเนินการเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้นในสายตาของประชาชนในเรื่องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม(6)	7	7	4	2	-	20	-

( ) ตัวเลขในวงเล็บคือ จำนวนความถี่ของความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้แสดงความคิดเห็นในรอบแรก

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ในช่วงปี 2535-2545)	โอกาสที่จะเป็นไปได้					ความต้องการ	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่พึงประสงค์
		5	4	3	2	1		
3.8	มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคและกลยุทธต่าง ๆ มาใช้ในงานประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้น (4)	4	14	2	-	-	20	-
3.9	มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในงานประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น (2)	6	8	5	1	-	20	-
3.10	มีการสำรวจประชามติเพื่อทราบความต้องการของประชาชนและนำมาปรับปรุงการดำเนินงานของตนเองได้มากขึ้น (3)	4	6	9	1	-	20	-
3.11	แต่ละเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ในพื้นที่จะรับผิดชอบงานของตนเองได้มากขึ้น (3)	4	8	3	5	-	19	1
3.12	มีการขยายเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ตามพื้นที่ได้ครอบคลุมขึ้น (3)	3	7	9	1	-	19	1
3.13	จะมีปริมาณงานและกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นในการที่จะดำเนินงานประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าในอันดีให้เกิดขึ้น							
3.14	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)							

( ) ตัวเลขในวงเล็บคือ จำนวนความถี่ของความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้แสดงความคิดเห็นในรอบแรก

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ในช่วงปี 2535-2545)	โอกาสที่จะเป็นไปได้ มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ความต้องการ พึงประสงค์	ไม่พึงประสงค์
		5	4	3	2	1		
4.	ข้อเสนอแนะในงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย							
4.1	ควรมีการประชาสัมพันธ์ในแนวลึกและแนวกว้างควบคู่กันไป เพื่อส่งเสริมภาพพจน์ให้ดียิ่งขึ้น(4)	11	6	2	1	-	20	-
4.2	ควรมีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าเป็นระยะเวลาหลาย ๆ ปี (2)	7	7	4	2	-	18	2
4.3	มีการปรับเปลี่ยนระบบวิธีการทำงานโดยใช้หลัก Management by Objective (MBO) เข้ามาช่วยในการบริหารงานประชาสัมพันธ์(1)	7	7	4	1	1	19	1
4.4	ผู้บริการระดับสูงควรมีส่วนในการนำเสนอภาพพจน์ต่อประชาชนและสื่อมวลชน (19)	12	7	1	-	-	20	-
4.5	ควรมีการสำรวจประชามติ เพื่อนำผลในแต่ละเรื่องที่ทำมาแก้ไขหาจุดบกพร่องและสามารถวางแผน รวมถึงปรับปรุงข้อบกพร่องได้อย่างถูกต้อง (6)	9	9	2	-	-	20	-
4.6	ควรมีการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมาว่าเป็นอย่างไร เพื่อจะได้ทราบถึงปัญหาทั้งภายในและภายนอกองค์การ (6)	10	8	2	-	-	20	-
4.7	ควรมีการประชาสัมพันธ์ภายในเพื่อให้พนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์องค์การ โดยเฉพาะในระดับผู้บริหาร(17)	11	8	1	-	-	20	-

( ) ตัวเลขในวงเล็บคือ จำนวนความถี่ของความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้แสดงความคิดเห็นในรอบแรก

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ในช่วงปี 2535-2545)	โอกาสที่จะเป็นไปได้ มากที่สุด		มากกลาง		น้อยที่สุด	ความต้องการ พึงประสงค์	ไม่พึงประสงค์
		5	4	3	2	1		
4.8	ควรทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายในระดับสูง อันได้แก่ นักวิชาการ นิสิตนักศึกษา และนักอนุรักษ์นิยม รวมถึงระดับนักการเมืองให้มีความเข้าใจและยอมรับในกิจการของการไฟฟ้าด้วยเหตุผล (9)	10	7	2	1	-	20	-
4.9	ควรร่วมกับหน่วยงานองค์กรทั้งภายในและต่างประเทศในการรณรงค์พิทักษ์สิ่งแวดล้อมที่มีผลกับการผลิตกระแสไฟฟ้าอย่างจริงจัง เพื่อช่วยเพิ่มภาพพจน์ของการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตในเชิงบวก(10)	13	2	3	1	1	19	1
4.10	ควรรณรงค์ให้ความรู้แก่ประชาชนได้เห็นคุณค่าของการใช้กระแสไฟฟ้าอย่างประหยัด โดยให้ตัวเลขที่ชัดเจน ถูกต้อง ซึ่งจะช่วย ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่ต้องประหยัดกระแสไฟฟ้า(20)	17	2	1	-	-	20	-
4.11	ควรมีการประมวลข้อมูลทัศนคติเกี่ยวกับภาพพจน์ขององค์การให้ฝ่ายบริหารได้รับทราบ เพื่อการปรับภาระกิจ ปรับโครงสร้าง และปรับบุคลากร (2)	11	6	1	1	1	19	1

( ) ตัวเลขในวงเล็บคือ จำนวนความถี่ของความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้แสดงความคิดเห็นในรอบแรก

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ในช่วงปี 2535-2545)	โอกาสที่จะเป็นไปได้					ความต้องการ	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่พึงประสงค์
		5	4	3	2	1		
4.12	ควรมีการผลิตสื่อ วิดีโอ สารคดี แสดงผลงานของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตต่าง ๆ ที่ผ่านมาว่ามีอะไรบ้างเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นในสายตาของประชาชน(4)	10	4	4	2	-	20	
4.13	ควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องของนิทรรศการเพราะจะสามารถนำไปเกี่ยวเนื่องกับเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้(1)	10	5	3	1	1	17	3
4.14	ควรมีการศึกษางานการใช้พลังงานในประเทศอื่น ๆ ว่าประสบปัญหาอย่างไรและแก้ไขอย่างไร เพื่อนำมาเป็นข้อมูลใช้ปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์(3)	9	7	3	1	-	19	1
4.15	ควรเพิ่มกลุ่มเป้าหมายในงานประชาสัมพันธ์โดยเน้นที่กลุ่มเยาวชนในระดับต่ำกว่ามหาวิทยาลัยโดยให้ความรู้ที่ถูกต้องในวัตถุประสงค์และงานของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตเพื่อปลูกฝังความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมไปจนถึงมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน(5)	9	8	3	-	-	20	-
4.16	ควรลดช่องว่างในการสื่อความหมายกับสื่อมวลชนโดยลดความเป็นนักวิชาการลงและใช้การอธิบายที่สามารถจะสื่อสารเข้าใจได้ง่าย(5)	11	7	2	-	-	20	

( ) ตัวเลขในวงเล็บคือ จำนวนความถี่ของความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้แสดงความคิดเห็นในรอบแรก

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ในช่วงปี 2535-2545)	โอกาสที่จะเป็นไปได้ มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ความต้องการ พึงประสงค์	ไม่พึงประสงค์
4.17	ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางผู้นำความคิดเห็น (Opinion leader) หรือบุคคลที่เป็นที่ยอมรับ เช่น นักจัดรายการวิทยุ คอลัมน์นิสต์ ศิลปิน ให้มีความรู้ความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และกิจการของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต (14)	11	6	3	-	-	20	-
4.18	ควรมีการสร้างรากฐานทางด้าน Media และ Personal Contact มากยิ่งขึ้น (4)	9	7	4	-	-	20	-
4.19	ควรมีความฉับไวในการโต้ตอบกระแสที่ต่อต้านโดยมีการใช้อำนาจตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและเป็นเชิงรุกมากยิ่งขึ้น (21)	11	8	1	-	-	20	-
4.20	ควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อชี้แจงให้ข้อมูลข่าวสารในเกิดความรู้ความเข้าใจ รวมถึงเป็นการเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้น (10)	9	10	1	-	-	20	-
4.21	ควรมีการทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เช่น นักวิชาการ นักอนุรักษ์ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของประเทศชาติเป็นหลัก เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้น(8)	12	7	1	-	-	20	-
4.22	ควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตในด้านต่าง ๆ สู่ประชาชนและสื่อมวลชนโดยให้ข้อมูลทั้งด้านบวกและด้านลบ	14	5	1	-	-	20	-

( ) ตัวเลขในวงเล็บคือ จำนวนความถี่ของความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้แสดงความคิดเห็นในรอบแรก

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ในช่วงปี 2535-2545)	โอกาสที่จะเป็นไปได้ มากที่สุด		มากกลาง		น้อยที่สุด	ความต้องการ พึงประสงค์	ไม่พึงประสงค์
		5	4	3	2	1		
4.23	ควรมีการร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ในการให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องของการประหยัดพลังงานไฟฟ้า เช่น บริษัทผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นต้น(3)	11	7	1	1	-	19	1
2.24	ควรมีการเสนอปัญหาให้รัฐช่วยการตัดสินใจรวมถึงให้ประชาชนมีส่วนรับผิดชอบร่วมด้วย(2)	12	4	3	1	-	19	1
2.25	ควรมีกองที่ทำหน้าที่ประสานงานประชาสัมพันธ์ในภูมิภาคทั่วประเทศ(3)	10	3	3	4	-	17	3
4.26	ควรมีการเผยแพร่ความรู้ผ่านช่องทางสื่อมวลชนมากกว่าที่เป็นอยู่ รวมไปจนถึงให้การสนับสนุนรายการที่มีประโยชน์ต่อประชาชน(9)	11	8	1	-	-	20	-
4.27	ควรมีบทบาทการประชาสัมพันธ์ในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น(14)	12	6	2	-	-	20	-
4.28	ควรมีการทำการวิจัยในหัวข้อเรื่อง "การไฟฟ้าฝ่ายผลิตในสายตาของ..." (กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ เช่น นิสิตนักศึกษา นักอนุรักษ์ ผู้ใช้ไฟฟ้า สื่อมวลชน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและหาทิศทางการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต(2)	12	5	2	1	-	19	1

( ) ตัวเลขในวงเล็บคือ จำนวนความถี่ของความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้แสดงความคิดเห็นในรอบแรก

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ในช่วงปี 2535-2545)	โอกาสที่จะเป็นไปได้					ความต้องการ	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่พึงประสงค์
		5	4	3	2	1		
4.29	ควรมีการตั้งคณะกรรมการการประชาสัมพันธ์โดยมีทั้งระดับผู้บริหารของการไฟฟ้าและมีบุคคลภายนอกอันได้แก่ นักวิชาการ สื่อมวลชน และนักอนุรักษ์เข้าร่วมเพื่อรับทราบนโยบายด้วย(18)	10	1	6	2	1	15	5
4.30	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)							

( ) ตัวเลขในวงเล็บคือ จำนวนความถี่ของความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้แสดงความคิดเห็นในรอบแรก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

คุณเกษม จันทร์น้อย
หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักอธิการบดี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คุณประจวบ อินอ๊อด
บริษัทบางกอกเอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (ไทยทีวีสีช่อง 3)

รองศาสตราจารย์ วิจิตร อาวะกุล
สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คุณสุภาพ คลี่ขจาย
กรรมการบริหาร และคอลัมนิสต์ หนังสือพิมพ์แนวหน้า

รองศาสตราจารย์ พิพัฒน์ ไทยอารีย์
ผู้อำนวยการสถาบันศึกษาและวิจัยรัฐวิสาหกิจ
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คุณก้มปนาท สาระนาค
ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ดร.ขจรศักดิ์ โหตรภวานนท์
วิศวกรระดับ 11 ฝ่ายวิศวกรรมพลังความร้อน การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

คุณรุจิรารัตน์ บรรจง
หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยมหิดล

คุณพลาดิศัย สิทธิธัญกิจ
ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ศูนย์เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา

รท.ธรรมนูญ ตัณฑะเตมีย์
บุคลากรระดับ 10 การไฟฟ้านครหลวง
เดิมคือ ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้านครหลวง

คุณอมรา จุลวงศ์
ประชาสัมพันธ์ ทบวงมหาวิทยาลัย

ดร.เสริม วงศ์จันทร์
ที่ปรึกษากรรมการผู้จัดการ หนังสือพิมพ์มติชน

คุณจิราพร ชื่นสำราญ
ประชาสัมพันธ์ กระทรวงอุตสาหกรรม

รองศาสตราจารย์ ดวงทิพย์ วรพันธ์
ผู้ช่วยอธิการบดี ฝ่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตร์จารย์ ดร.ปรมะ สตะเวทิน
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คุณสมยศ พลจันทร์
ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสำนักแผนวิสาหกิจ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

คุณพิชัยรัตน์ สุขทรรศนีย์
วิทยากรระดับ 11 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ผู้ช่วยศาสดราจารย์ ธนัญญา เชรษฐา
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ วรกิจโภคาทร
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ดรุณี หิรัญรักษ์
คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คุณกุลทรัพย์ บุญช่วย
หัวหน้าแผนกวางแผนการประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

คุณศรีสุรางค์ วาดวิไล
เจ้าหน้าที่ผ่ายประชาสัมพันธ์ การปิโตเลียมแห่งประเทศไทย

รองศาสตราจารย์ สุขุม นวลสกุล
คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สรุปผลการสัมนากลุ่มเรื่อง "ทำอย่างไรจึงจะสร้างสัมพันธภาพอันดีต่อสังคม"
จากการสัมนาผู้บริหารระดับสูง เมื่อวันที่ 3-4 มีนาคม 2536

สถานการณ์	สาเหตุ	วิธีการแก้ไขและดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
กพผ.ไม่ได้ความร่วมมือจากประชาชน	1. นโยบายด้านมวลชนสัมพันธ์ยังไม่ชัดเจน	1.1 กำหนดนโยบาย แผนงานกลยุทธ์ให้ทุกสายงานนำไปปฏิบัติอย่างชัดเจน	ผู้ว่าการ
		1.2 นำนโยบายไปปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมในแนวทางเดียวกันทุกสายงาน	รองผู้ว่าการ ผู้ช่วยผู้ว่าการ ผู้อำนวยการฝ่ายทุกฝ่าย
	2. ระบบ-ระเบียบไม่อำนวยต่อการปฏิบัติการด้านมวลชนสัมพันธ์	2.1 แก้ไขปรับปรุงระเบียบให้สอดคล้องกับนโยบายและเอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานด้านมวลชนสัมพันธ์	ผรบ. และฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
	3. ไม่มีงบประมาณด้านมวลชนสัมพันธ์	3.1 ตั้งงบประมาณเพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดีแก่สังคมให้เพียงพอทุกปี	ฝ่ายงบประมาณและฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
	4. ผู้บริหารคนใหม่ไม่ดำเนินการด้านสังคมต่อเนื่องจากผู้บริหารคนเดิม	4.1 ควรให้มีการมอบหมายงานทุกเรื่องอย่างชัดเจนและเป็นทางการ	ผู้บริหาร กพผ.กับผู้บริหารท้องถิ่น
	5. ผู้ปฏิบัติงาน กพผ. บางส่วนทำตัวเดินไม่ติดดิน ใช้จ่ายฟุ่มเฟือยขาดมนุษยสัมพันธ์ที่ดีทำให้เกิดช่องว่างกับประชาชนในท้องถิ่น	5.1 พัฒนาบุคลากรให้มีจิตสำนึกเข้าใจวิธีผูกมิตรและสร้างสัมพันธ์อันดีแก่สังคม	ผู้อำนวยการฝ่ายทุกฝ่ายร่วมกับฝ่ายร่วมกับฝ่ายฝึกอบรม
		5.2 ผู้ปฏิบัติงาน กพผ.วางตัวให้เหมาะสม	ผู้ร่วมปฏิบัติงานทุกคน

สถานการณ์	สาเหตุ	วิธีการแก้ไขและดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
	6. ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในโครงการเดียวกัน ทำให้ข้อมูลไม่เป็นไปในแนวเดียวกัน	6.1 หัวหน้าโครงการต้องควบคุมอย่างใกล้ชิด 6.2 จัดทำคู่มือผู้ปฏิบัติงานในโครงการ	ฝ่ายสำรวจและนิเวศวิทยาก่อสร้างฯ ฝ่ายวิศวกรรมฯ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายการแพทย์และฝ่ายบริหาร
	7. กลุ่มการเมือง ผู้มีอิทธิพลท้องถิ่น กลุ่มผลประโยชน์ คัดค้านและวิจารณ์การทำงานของ กฟผ. โดยบิดเบือนข้อเท็จจริง	7.1 ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง เชิญดูงาน เพื่อความเข้าใจอันดีอย่างต่อเนื่อง 7.2 ติดต่อประสานผู้เกี่ยวข้องนักวิชาการไปชี้แจง 7.3 เอื้อผลประโยชน์บางอย่างให้เท่าที่ กฟผ. จะทำได้	ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ผู้อำนวยการโครงการ
	8. แผนงานของ กฟผ. ในระยะสำรวจเปลี่ยนแปลงและไม่ชัดเจน	8.1 ชี้แจงให้ชาวบ้านเข้าใจเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทุก ๆ ระยะอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง	ฝ่ายสำรวจฯ ฝ่ายก่อสร้างฯ ผู้อำนวยการโครงการ ฝ่ายประชาสัมพันธ์
	9. การจ่ายค่าทดแทนไม่เป็นธรรมและการจ่ายเงินล่าช้า	9.1 กำหนดแนวทางในการจ่ายค่าทดแทนเป็นมาตรฐานที่ชัดเจน เป็นระบบและรวดเร็วเพื่อไม่ให้เกิดการเข้าใจผิดว่า กฟผ. บิดพลิ้ว	ฝ่ายวิศวกรรมพลังน้ำฝ่ายก่อสร้างฯ, ฝ่ายกฎหมายฝ่ายบัญชี ฝ่ายการเงิน ผู้อำนวยการโครงการ

สถานการณ์	สาเหตุ	วิธีการแก้ไขและดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
	10. สื่อมวลชนเสนอข่าวการต่อต้าน กฟผ. ด้านเดียว ไม่เสนอข่าวชี้แจงข้อเท็จของ กฟผ.	10.1 ทำความเข้าใจ ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องอย่างรวดเร็ว	ฝ่ายบริหารของ กฟผ. ฝ่ายประชาสัมพันธ์
		10.2 ผูกมิตรกับสื่อมวลชน	ผู้อำนวยการโครงการ
		10.3 สนับสนุนกิจกรรมของมวลชน	ผู้อำนวยการเขตเชื่อนโรงไฟฟ้า
	11.ผู้บริหารระดับสูงไม่เห็นความสำคัญด้านมวลชนสัมพันธ์	11.1 ผู้บริหารระดับสูงต้องทำความเข้าใจเป็นแนวทางเดียวกันทุกสายงาน	รองผู้ว่าการ ผู้ช่วยผู้ว่าการ
	12.1กลุ่มวิชาการส่วนใหญ่และประชาชนได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องไม่ครบถ้วน	12.1 จัดสัมนาให้กลุ่มวิชาการได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ความคิดเห็น วิเคราะห์และหาทางเลือกที่ถูกต้องและดีที่สุดไปดำเนินการ	ผู้บริหารของ กฟผ ร่วมกับฝ่ายฝึกอบรม
	12.2 การประชาสัมพันธ์ของ กฟผ.ไม่ถูกต้องล่าช้า ใช้ศัพท์เทคนิคมาก ไปทำให้เข้าใจยาก	12.2.1 ต้องมีการประชาสัมพันธ์ภายใน กฟผ ก่อนให้เข้าใจในทิศ	ฝ่ายประชาสัมพันธ์ผู้อำนวยการโครงการ เขต เขื่อน โรง
		12.2.2 ให้ประชาสัมพันธ์มืออาชีพมามีส่วนร่วม	
		12.2.3 ทำการประชาสัมพันธ์อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง	
		12.2.4 จัดสรรงบประมาณให้เพียงพอ และจัด	

สถานการณ์	สาเหตุ	วิธีการแก้ไขและดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
		ทำโครงการ การใช้จ่ายให้รวดเร็ว รัดกุม	
	13. ขาดการปูพื้นฐาน/ข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็ว และต่อเนื่องแก่กลุ่มดังนี้	13.1 ส่งเสริมให้ กฟผ. เป็นแหล่งวิทยาการสาขาต่าง ๆ	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
	- คน กฟผ. ทุกระดับ - NGO (Non Goverment Organization)	13.2 ส่งเสริมให้หน่วยงานในภูมิภาค เช่น เขื่อน เขต โรงไฟฟ้าในท้องถิ่นเป็นแหล่งท่องเที่ยว	ผู้อำนวยการโครงการ เขื่อน เขต โรงไฟฟ้า
		13.3 Public Hearing	
	- ชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบ - นักวิชาการ - นักการเมือง - ราษฎรทั่วไป - ข้าราชการท้องถิ่น - หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		

กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

งานประชาสัมพันธ์โครงการ

ดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการทั้งในระยะสำรวจ ระยะขออนุมัติครม. และระยะก่อสร้างโดยมีหน่วยประชาสัมพันธ์ 6 สายงาน คือ

1. สายงานประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้าพลังน้ำ
2. สายงานประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้าพลังความร้อน
3. สายงานประชาสัมพันธ์โครงการระบบส่ง
4. สายงานประชาสัมพันธ์โครงการเหมืองลิกไนต์
5. สายงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาทางวิชาการ
6. สายงานประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้านิวเคลียส์

ซึ่งโครงการที่ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปในช่วงปี 2534-2535 มีดังต่อไปนี้

- โครงการโรงไฟฟ้าพลังน้ำเขื่อนปากมูล
- โครงการพลังความร้อนอ่าวไผ่
- โครงการแก่งกรุง
- โครงการโรงไฟฟ้านิวเคลียร์
- โครงการสะบ้าย้อย
- โครงการสายส่ง 500 เค.วี.
- โครงการก่อสร้างสายส่ง
- โครงการแม่ลามาหลวง (ไฟฟ้าพลังน้ำเขื่อนน้ำยวม)
- โครงการลำตะคลอง
- โครงการน้ำพอง
- โครงการสายส่งไฟฟ้าแรงสูง
- โครงการบางปะกงระยะที่ 2
- โครงการแม่ละเมาะ
- โครงการแม่แตง

- โครงการกังหันแก๊สน้ำพอง
- โครงการจัดการส่งน้ำแม่เมาะ

งานสื่อมวลชนสัมพันธ์

1. จัดทำ Press Release เช่น เรื่อง กฟผ. ปล่อยน้ำเขื่อนอุบลรัตน์ไล่น้ำเสีย

2. ส่งข่าวให้โทรทัศน์ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของ กฟผ. เช่น

- กฟผ. เตรียมสร้างโรงไฟฟ้าแห่งใหม่ที่อ่าวไผ่
- เปิดอบรมเยาวชนสัมพันธ์ รุ่นที่ 8
- ศูนย์สมุนไพรที่โครงการจัดการส่งน้ำแม่เมาะ
- การให้สัมภาษณ์เรื่องน้ำ : ปัญหาการขาดแคลน
- ผู้ว่าการ แถลงข่าวชี้แจงข้องเท็จจริงกรณี มลภาวะะที่แม่เมาะ

3. ส่งข่าวให้วิทยุ เช่น

- กฟผ. เปิดศูนย์ควบคุมระบบกำลังไฟฟ้าแห่งใหม่
- ชี้แจ้งข้อเท็จจริงหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เรื่อง กฟผ. ขนแกนนำทัวร์ภาคเหนือ

4. การชี้แจงข้อเท็จหนังสือพิมพ์ เช่น

- ชี้แจงเรื่องโครงการสะบ้าย้อยให้กับหนังสือผู้จัดการรายวันภาคใต้
- ชี้แจง นสพ. สยามรัฐ เรื่องพนังงานเหมืองแม่เมาะฟ้อง กฟผ.

5. สนับสนุนข้อมูลให้หนังสือพิมพ์ เช่น

- โครงการปากมูล
- การประมูลน้ำมัน กฟผ. ปตท
- การพัฒนาการผลิตตามแผน 6 และ 7
- กิจการ กฟผ., บริษัทผลิตไฟฟ้า

6. การสนับสนุนการจัดทำฉบับพิเศษ เช่น

- ครบรอบ 13 ปี มติชน

- หนังสือพิมพ์เนชั่น ข้มูลเรื่อง โรงไฟฟ้าระยอง โรงไฟฟ้าบางปะกง

7. การนำสื่อมวลชนเยี่ยมชมกิจการและทำข่าว เช่น

- นำสื่อมวลชนส่วนกลาง นำข่าว รมต. ประจำสำนักนายกฯ ตรวจงานโรงไฟฟ้าแม่เมาะ 23-25 ตุลาคม 2535

- นำนักข่าวท้องถิ่นจังหวัดระยองนำข่าวเปิดเดินเครื่องโรงไฟฟ้าระยอง ชุดที่ 3 เมื่อ 11 พค. 2535

8. งานแถลงข่าว เช่น

- ผู้ว่าการ แถลงข่าวสื่อมวลชน ชี้แจงกรณีมลภาวะที่โรงไฟฟ้าแม่เมาะ 26 ตุลาคม 2535

- งานสัมมนาสื่อมวลชนท้องถิ่นอีสานใต้ เรื่อง ไฟฟ้าอนาคตของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่จังหวัดอุบลราชธานี ระหว่างวันที่ 27-28 มีนาคม 2535

- สัมมนาสื่อมวลชนเรื่องโรงไฟฟ้านิวเคลียส์ พฤศจิกายน 2534

9. งานสื่อมวลชนสังสรรค์ เช่น

- สังสรรค์สื่อมวลชนท้องถิ่น จังหวัดหนองคาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในการเผยแพร่ข่าวการดำเนินกิจการของ กฟผ. 5 ธันวาคม 2535

- งานจัดนิทรรศการประจำปีตามจังหวัดต่าง ๆ

- งานจัดนำชมและบรรยายชี้แจงแก่นิสิตนักศึกษา และคณะบุคคลที่ชมงานที่ส่วนกลาง

10. ประสานงานสื่อมวลชน เช่น

- ติดต่อฝ่ายข่าวสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง เรื่องการรายงานอากาศที่แม่เมาะ และเรื่องข้อมูลโรงไฟฟ้าแม่เมาะ

- ประสานงานข้อมูลเรื่องไฟฟ้าอาเซี่ยนให้หนังสือพิมพ์ฐาน-เศรษฐกิจ สยามโพสต์ และบางกอกโพสต์

งานส่งเสริมและเผยแพร่

1. แจกเอกสารเกี่ยวกับ กฟผ.
2. เผยแพร่รายการไฟฟ้าบริทัศน์ทางสถานีวิทยุ 61 แห่ง

สื่อที่ผลิตและเผยแพร่

1. เทปโทรทัศน์ รายการแว่นขยาย ความยาว 5 นาที
2. เทปโทรทัศน์รายการพิเศษ ความยาว 3 นาที เช่น
   - สารคดี "สวนกาลเวลา"
3. สไลด์ เช่น
   - เขื่อนรัชประภา
   - Rayong Combine Cycle Power Project
   - เขื่อนสิริกิติ์
4. เอกสารเผยแพร่ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เช่น
   - ความจริงเขื่อนปากมูล
   - ความปลอดภัยในการใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน
   - Tha Thung na and Hydro Power Plant
   - Nam Phong Combined Cycle Project
5. เทปโทรทัศน์รายการบันทึกสุดสัปดาห์ เช่น
   - สถานอนุรักษ์สัตว์น้ำ
   - เขื่อนศรีนครินท์
   - สะพานแขวน

งานอื่น ๆ

- จัดเยี่ยมชมเขื่อนและโรงไฟฟ้าต่าง ๆ
- พิมพ์เอกสารเป็นเล่ม และแผ่น

ประวัติผู้เขียน

นางสาวระวิวรรณ มณีนัย เกิดเมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ.2512 จบการศึกษาระดับบริญญาตรีจากคณะครุศาสตร์ วิชาเอกจิตวิทยา และการศึกษานอกโรงเรียน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เข้าศึกษาต่อในระดับบริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ.2534