

บทที่ 1

บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมในระบอบประชาธิปไตย องค์การบริหารต่าง ๆ ถือว่างานในหน้าที่นั้น เพื่อรับใช้ประชาชน ยิ่งเป็นองค์การของรัฐบาลด้วยแล้วถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่เกี่ยวกับกิจของปฏิบัติงาน เพื่อสนองความต้องการของประชาชน องค์การรัฐบาลต่าง ๆ ก็พยายามคิดค้นหรือหาความต้องการของประชาชนแล้วพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงแก้ไขการดำเนินงาน หรือจุดมุ่งหมายในการทำงานตามความต้องการของประชาชน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้การบริหาร เป็นไปด้วยความราบรื่น และเป็นเครื่องมือที่ช่วยประสานแนวความคิด ความรู้สึกของทุกคนให้ผสมกลมกลืนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดการฉันทก้ำดงผลักดันทางสังคมและเป็นแรงส่งเสริมเสริมสร้างบรรยากาศทางสังคมเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สมบูรณ์ในด้านต่าง ๆ งานประชาสัมพันธ์จึงเป็นส่วนเข้าไปสร้างเสริมงานบริหารในทุกองค์การและทุกหน่วยงานตลอดเวลา ฉะนั้นการบริหารงานที่ดีของการประชาสัมพันธ์จึงจะต้องเริ่มมาจากฝ่ายบริหารระดับสูง และเกี่ยวกันลงมาถึงคนที่อยู่ภายในองค์การหรือเกี่ยวข้องกับองค์การด้วย¹ และในแง่ของการจัดการแล้ว

¹ J. Handly Wright & Byron H. Chistian, Public Relations in Management (New York : McGraw - Hill Book Company, 1949), P.3

การประชาสัมพันธ์เป็นงานช่วยอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่ามีความสำคัญมากในกิจการต่าง ๆ ทุกวันนี้¹ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้องค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ มีขอบเขตโครงสร้างและการดำเนินงานขององค์กรที่กว้างขวางและสลับซับซ้อนมากขึ้น มีการเกี่ยวข้องกับโลกภายนอกยิ่งขึ้น ทำให้การสื่อสารติดต่อระหว่างบุคคลในองค์กรเอง หรือระหว่างบุคคลภายในกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์กร มีความสลับซับซ้อนและมีวิธีการต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องอย่างมากมาย โอกาสที่ข่าวสารจะผิดพลาดหรือตกหล่นสูญหายไปได้ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งถ้าองค์กรหรือหน่วยงานหรือบุคคลที่รับข่าวสารไม่เข้าใจในการดำเนินงาน มีการใช้เครื่องมือและวิธีการที่ไม่ดีพอ ตลอดจนมีการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามหลักการแล้ว จะทำให้เกิดการขัดแย้งในการบริหารงานและดำเนินงานด้านอื่น ๆ อีกด้วย

การจัดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเกิดความเข้าใจ (understanding) อย่างถูกต้อง การเรียนรู้ (learning) เพื่อให้แต่ละคนได้แสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่ดี (good behavior) เมื่อมีพฤติกรรมที่ดีต่อกันแล้วย่อมจะเกิดความสัมพันธ์ที่ดี ความราบรื่นในการปฏิบัติงานก็จะเกิดขึ้น การทำงานการปฏิบัติงานที่ดีที่ถูกต้องก็จะตามมา อันเป็นผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (changing) อย่างมีผลิตผล (productive) ทำให้เกิดประสิทธิภาพ (efficiency) และประสิทธิผล (effectiveness)²

กระทรวงศึกษาธิการ เป็นหน่วยงานทางการศึกษาที่สำคัญยิ่งหน่วยงานหนึ่ง มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการศึกษา การศาสนาและการวัฒนธรรม ตามประกาศของคณะปฏิวัติฉบับที่ 216 ลงวันที่ 29 กันยายน พุทธศักราช 2515 ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์และสื่อประเภทต่าง ๆ เข้าช่วยในการเผยแพร่ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว

¹ Scott M. Cutlip and Allen H. Center, Effective Public Relations, Fourth ed. (N.Y. : Prentice-Hall, Inc; 1971), P.2.

² วิจิตร อาวะกุล, การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ (กรุงเทพมหานคร : ไทวัฒนาพานิช, 2522), หน้า 5.

และความก้าวหน้าในงานทุกประเภทของส่วนราชการทุกส่วนราชการในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ไปยังประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทั้งภายในและภายนอกกระทรวงศึกษาธิการ ในลักษณะของการสื่อสารสัมพันธ์ 2 ทาง (two - way process) เพื่อให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องได้มีความรู้ความเข้าใจและสนใจต่องานการศึกษา การศาสนาและการวัฒนธรรม ให้มากยิ่งขึ้น

ถ้าพิจารณาถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการในสังกัดกระทรวง ซึ่งประกอบไปด้วย สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กรมการฝึกหัดครู กรมการศาสนา กรมการศึกษานอกโรงเรียน กรมพลศึกษา กรมวิชาการ กรมศิลปากร กรมสามัญศึกษา กรมอาชีวศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครู สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ และวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา¹ แล้ว จะพบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการต่าง ๆ ดังกล่าว มีโครงสร้างและรูปแบบแตกต่างกันไป และไม่เป็นการแน่นอนในการจัดและดำเนินการประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการนั้น ๆ ทั้งนี้ อาจจะขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารส่วนราชการที่หมุนเวียนสับเปลี่ยนกันเข้ามาบริหารงาน ขึ้นอยู่กับความสนใจ ความเข้าใจและเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารแต่ละคน แต่ละสมัยด้วย

อย่างไรก็ตาม กระทรวงศึกษาธิการได้เล็งเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และพยายามที่จะมีการประสานสัมพันธ์ระหว่างส่วนราชการต่าง ๆ ในด้านข่าวสารอยู่ตลอดเวลา จึงได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการขึ้นมาคณะหนึ่ง โดยให้คณะกรรมการชุดนี้มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และแผนการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ให้สัมพันธ์และสอดคล้องกับนโยบายของทางราชการ และสนองความต้องการของประชาชน จัดดำเนินการแถลงข่าวทั้งภายในและภายนอกสำนักงาน ตรวจสอบข้อเท็จจริง

¹ พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 216 ลงวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2515 (ฉบับที่ 26) พ.ศ. 2523.

เกี่ยวกับการเสนอข่าวของสื่อมวลชน เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการ หรือบุคคลที่เห็นควรให้มีการประชาสัมพันธ์ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ติดตามประเมินผลและสับทรีบฟังเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับ งานในหน้าที่ของกระทรวงศึกษาธิการในลักษณะงานประชาสัมพันธ์ รายงานต่อรัฐมนตรีเพื่อ ทราบ อุมติ ให้ความเห็นชอบหรือดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง นอกจากนี้ให้มีอำนาจหน้าที่ ในการควบคุม เสนอแนะการจัดทำข่าว เอกสาร วารสารการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน และดำเนินการอื่นใดร่วมกับส่วนราชการ องค์การ บุคคลตามที่ได้รับมอบหมาย ¹

คณะกรรมการดังกล่าวนี้มีการดำเนินงานทั้งในรูปของการติดต่อประสานสัมพันธ์ ระหว่างกรรมการต่อกรรมการโดยตรง ระหว่างกรรมการต่อสื่อมวลชนทุกประเภท และ ระหว่างกรรมการกับเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานของกรมตามที่ได้มีการตกลงไว้กรมละ 1 คน เพื่อความสะดวกในแง่ข่าวสารและความรวดเร็วระหว่างกรรมการทุกท่านกับเลขาธิการ คณะกรรมการ ² ทั้งนี้ คณะกรรมการดังกล่าวมีสำนักงานอยู่ที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวง *

นอกจากนี้ในสมัยรัฐบาลปัจจุบัน เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ กระทรวงศึกษาธิการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและความเร่งด่วนให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และมีความคล่องตัวก่อนมีการปรับปรุงส่วนราชการและวางระเบียบเพื่อการนี้โดยเฉพาะ โดยอาศัยอำนาจตามข้อ 23 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 216 ลงวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2515 กระทรวงศึกษาธิการจึงมีประกาศดังต่อไปนี้

¹ คำสั่งกระทรวงศึกษาธิการที่ 559/2522 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ลงวันที่ 21 ธันวาคม 2522.

² มติที่ประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ครั้งที่ 6/2521 วันพฤหัสบดีที่ 31 สิงหาคม 2521 ณ ห้องประชุมปลัดกระทรวง กระทรวงศึกษาธิการ.

* ไม่มีคำสั่งเกี่ยวกับการตั้งสำนักงานเป็นเพียงการตกลงภายในของคณะกรรมการเท่านั้น.

1. จัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจขึ้น เรียกว่า "ศูนย์ประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจกระทรวงศึกษาธิการ" เรียกโดยย่อว่า "ศปภ.ศช."

2. ให้หน่วยงานตามข้อ 1. มีหน้าที่รับผิดชอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจทั้งปวง ตามที่ได้รับมอบหมายและขึ้นตรงต่อกระทรวงศึกษาธิการ ในกรณีให้อำนาจสั่งการให้กรม กอง ส่วนราชการที่ขึ้นตรง หรือหน่วยงานที่อยู่ในความควบคุมของกระทรวงศึกษาธิการ ข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องมาชี้แจงข้อเท็จจริง ส่งเอกสารหรือการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งอันเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจได้ตามความจำเป็น ภายในกำหนดระยะเวลาและประโยชน์ของทางราชการที่จะพึงได้รับ

3. ให้โฆษกมีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจตามข้อ 2. และจะมอบหมายให้รองโฆษกทำการแทนตามที่เห็นสมควรก็ได้

เลขาธิการมีหน้าที่บริหารงานทั่วไปของหน่วยงาน และปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายและจะให้มิใช่ผู้ช่วยเลขาธิการตามที่เห็นสมควรก็ได้

ปลัดกระทรวงศึกษาธิการเป็นผู้แต่งตั้ง ถอดถอน โฆษก รองโฆษก เลขาธิการ และผู้ช่วยเลขาธิการ โดยได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ

4. เมื่อได้มีการปรับปรุงส่วนราชการและวางระเบียบเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการแล้ว ให้โอนงานประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจของกระทรวงไปรวมกับส่วนราชการที่จัดตั้งขึ้นใหม่ด้วย ¹

ทั้งนี้เป็นการพยายามของกระทรวงศึกษาธิการ ที่จะส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและสนใจต่องานการศึกษามากขึ้น โดยมุ่งยึดหลักการของการประชาสัมพันธ์ 3 ประการ ตามที่ได้ประมวลศึกษามาจากเอกสารและตำราต่าง ๆ พอสรุปได้ดังนี้ คือ

1. การสำรวจตรวจสอบกระแสประชามติ เพื่อเอามาเป็นพื้นฐานการดำเนินงานให้สอดคล้องกับประชามติ หรือหาวิธีการบริหารงานให้ได้รับการสนับสนุนจากประชามติ

¹ ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง จัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจกระทรวงศึกษาธิการ ลงวันที่ 9 มิถุนายน 2523.

การสำรวจทำได้ 2 วิธี คือ การสำรวจทางตรง ได้แก่ การไต่ถามเพื่อรับฟังคำตอบโดยตรง และสำรวจทางอ้อม ได้แก่ การสังเกตจากสภาพที่ปรากฏจากข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ จากความเห็นหรือคำเล่าของผู้รู้เรื่องคือ

2. การติดต่อเผยแพร่ข่าวสารข้อเท็จจริง คือการเผยแพร่นโยบาย ความมุ่งหมาย หน้าที่การดำเนินงานในขณะนี้ ผลการดำเนินงานที่ทำมาแล้ว และการดำเนินงานในอนาคต เพื่อให้กลุ่มประชาชนได้มีความรู้ ความนิยมเลื่อมใสและให้ความสนับสนุนร่วมมือ ซึ่งดำเนินการทั้งทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และเอกสารอื่น ๆ

3. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด คือการหาทางป้องกันมิให้ประชาชนเกิดความเข้าใจผิดหรือหาทางขจัดความเข้าใจผิดต่าง ๆ ให้หมดสิ้นไป โดยการชี้แจงแถลงข่าว ออกเอกสารข่าวต่าง ๆ เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตาม จากปฏิบัติการ หรือการแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนและประชาชน ในส่วนที่เกี่ยวกับกระทรวงศึกษาธิการพบว่า ความพยายามของกระทรวงศึกษาธิการในการสร้างความเข้าใจอันดี ตลอดจนการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดต่าง ๆ ยังไม่ค่อยจะเป็นผลมากนัก โดยจะเห็นได้จาก

หนังสือพิมพ์สยามรัฐรายวัน ฉบับลงวันที่ 3 มกราคม 2524 ได้ลงบทความซึ่งเขียนโดยผู้ใช้นามปากกา "7305/2514" ตอนหนึ่งดังนี้

"...กระทรวงศึกษาธิการนอกจากทำงานไม่ได้ผลแล้ว ยังใช้เงินงบประมาณสิ้นเปลืองมาก เพราะตั้งหน่วยงานซ้ำซ้อนกันมากมาย..."

และอีกตอนหนึ่งกล่าวว่า

"...กระทรวงนี้เป็นกระทรวงครู ผู้ทำงานส่วนใหญ่จึงเป็นศิษย์อาจารย์กันมาก่อน ผู้คนในกระทรวงนี้ต่างถอยที่ถอยช่วยกัน ในการเลื่อนยศฐาบรรดาศักดิ์ ถ้าหากกระทรวงเป็นบุคคลภายนอกที่ไม่มีความรู้ทางการศึกษาแล้วจะถูกคุมตุนในการขยายหน่วยงานและตำแหน่งงาน ตลอดจนงานต่าง ๆ

ถ้าหากกระทรวงเป็นบุคคลภายในที่ได้เลื่อนขึ้นมาจากปลัดกระทรวง หรืออธิบดีแล้ว ผลงานของกระทรวงนี้จะเคนดั่งในทางเลื่อนตำแหน่งชี้แก่พรรคพวกของตน กรมใหม่ก็

จะเกิดขึ้น เช่น ธุรกรรมการศึกษาออกโรงเรียน และขณะนี้กรมการมัธยมศึกษาที่กำลังคอย
โอกาสเดียวกันอยู่..."¹

บทความดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจที่ยังผิดพลาดหรือความเข้าใจที่เกิดขึ้น
จากเหตุการณ์ที่ชวนให้เกิดความไม่แน่ใจขึ้นได้

สำหรับบทบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ชาวไทย ฉบับลงวันที่ 3 มกราคม 2524
เช่นเดียวกันได้ลงข้อความที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้าราชการในกระทรวงศึกษาธิการไว้ว่า

"...ความทรุดโทรมทางการศึกษาของประเทศไทย มีสาเหตุมาจากหลายทางระบบ
บริหารแต่อย่างใด หากคนของกระทรวงศึกษาธิการเป็นประชากรกลุ่มคุณภาพ
มีคุณภาพเพื่ออนาคตของชาติอย่างแท้จริงแล้ว เด็กไทยก็ไม่มาส่งสารแต่อย่างใด
แต่ที่ปรากฏคนของการศึกษามัวแต่วนวายอยู่กับผลประโยชน์ตัวเองมากกว่าอย่างอื่น
เมื่อผลประโยชน์กันก็กลั่นแกล้งเบียดเบียนกัน โดยไม่คำนึงถึงผลเสียของการศึกษา
ของชาติกันเลย..."²

นอกจากนี้ยังมีการแสดงความคิดเห็นที่แสดงให้เห็นถึงผลเสียของการขาดหรือ
ค้อยในด้านการค้าเงินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่รับผิดชอบงานในหน้าที่ของตน
ดังปรากฏในหนังสือพิมพ์สยามรัฐรายวัน ฉบับลงวันที่ 25 ธันวาคม 2523 ในรูปของจดหมาย
ถึงบรรณาธิการ ของ "สุรวีทย์ อาชีวศึกษาคม" ซึ่งกล่าวไว้ว่า

"...ประชาชนในท้องถิ่นไม่ได้มีโอกาสโดยตรงในการเข้าไปร่วมในการกำหนด
หลักสูตร การจัดการ การบริหาร และที่สำคัญประชาชนมองไม่เห็นประโยชน์โดยตรง
ที่เป็นผลขึ้นทันทีทันใดในโรงเรียน นอกจากทำหน้าที่สอนบุตรหลานของเขาเท่านั้น
ซึ่งความเข้าใจของประชาชนก็เพียงคิดว่ามันเป็นหน้าที่ของรัฐโดยตรง ที่จะให้การ
บริการเพื่อแลกกับภาษีที่เก็บไป

¹ "7305/2514" (นามแฝง), "ตัวอย่างที่ไม่ประหยัดจากกระทรวงมหาดไทย
และศึกษาธิการ," สยามรัฐ (3 มกราคม 2524) : 5.

² "การประถมศึกษา บนเส้นทางสายใหม่เพื่อใคร," (บทบรรณาธิการ) ชาวไทย
(3 มกราคม 2524) : 3.

ปัญหาหลังนี้ รัฐพึงมีส่วนในการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้อย่างจริงจัง และทำให้ประชาชนสามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมที่เด่นชัด มิใช่เพียงสื่อความทางข่าวสาร หรือ บิดูป้ายโต ๆ ใว้หน้าโรงเรียนเท่านั้น ไมเช่นนั้นแล้วความคิดและความเข้าใจนี้ก็จะมียออยู่ และก่อให้เกิดปัญหาในการบริหารงานและงบประมาณ อันเป็นผลให้โรงเรียนไม่เจริญ และไคมาตราบตามเป้าหมายที่วางไว้..."¹

สิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องชี้ว่าที่ยังอย่างหนึ่ง ที่จะช่วยให้กระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งมี ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้น 15 ส่วนราชการนั้น จะได้ตระหนักถึงขบวนการ ตลอดจนเทคนิค วิธีดำเนินการในการเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ และผลงานต่าง ๆ ให้รั้คกุมและมีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้น ทั้งนี้สิ่งสำคัญยิ่งอย่างหนึ่งของการดำเนินงานหรือการบริหารงานของส่วนราชการหรือ หน่วยงานต่าง ๆ ก็คือ การจัดและดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการหรือหน่วยงานนั้น ๆ นั้นเอง ดังไคกล่าวแล้วว่ากระทรวงศึกษาธิการประกอบขึ้นด้วย 15 ส่วนราชการ การจัดและ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ย่อมต้องแตกต่างกันไป และเพื่อให้สามารถมองเห็นขอบปรองหรือ ปัญหาอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับกระทรวงศึกษาธิการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการ ดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ในแต่ละส่วนราชการย่อยซึ่งประสานรวมเป็นการประชาสัมพันธ์ โดยส่วนรวมของกระทรวงไค้ชัดเจนนยิ่งขึ้น จึงเป็นสิ่งที่กระตุ้นและเป็นแรงจูงใจให้ดำเนินการ วิจัยในเรื่องของการจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการนี้ขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างการจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ
2. เพื่อศึกษาการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงการจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ

¹ สุรวทย์ อาชีวศึกษาคคม, "ประชาบาลยังเหมือนเดิม," สยามรัฐ (25 ธันวาคม 2523) : 7.

ตามความคิดเห็นของผู้บริหารระดับกรม ผู้บริหารระดับกอง และผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งประกอบด้วย สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กรมการฝึกหัดครู กรมสามัญศึกษา กรมอาชีวศึกษา กรมวิชาการ กรมการศาสนา กรมพลศึกษา กรมศิลปากร กรมการศึกษานอกโรงเรียน สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ และวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา เท่านั้น (ยกเว้นสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครู เนื่องจากเป็นหน่วยงานใหม่ที่ยังไม่มีฝ่ายงานที่รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานโดยเฉพาะ)

2. การประชาสัมพันธ์ซึ่งจัดดำเนินการอยู่ในสถานศึกษาและส่วนราชการของกระทรวงศึกษาธิการซึ่งอยู่ในภูมิภาค จะไม่นำมาพิจารณาในการวิจัยครั้งนี้

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้อาศัยเพียงแบบสอบถามที่สร้างขึ้นในรูปแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง และแบบสำรวจความคิดเห็นที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยอาศัยผู้ทรงคุณวุฒิในการร่วมพิจารณา เพื่อนำมาเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น

2. ผู้บริหารระดับกรมและระดับกองนี้ มุ่งเฉพาะผู้บริหารในราชการบริหารส่วนกลางที่ปฏิบัติงานประจำในส่วนราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเท่านั้น โดยยกเว้นผู้บริหารโรงเรียนทุกสังกัด

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อ เผยแพร่ข่าวสาร ความรู้และความคิดเห็นขององค์การหรือหน่วยงานไปยังสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ในขณะเดียวกันก็เป็นแนวทางการตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้ ความต้องการของประชาชนในองค์การหรือหน่วยงาน ใ้ทราบ โดยอาศัยสื่อมวลชนทุกประเภทตลอดจนเอกสารข่าวสารต่าง ๆ เข้าช่วย เพื่อสร้างหรือก่อให้เกิดความสนับสนุนอย่างจริงจัง อันจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย และช่วยให้องค์การหรือหน่วยงานสามารถปฏิบัติงานของตนให้เป็นไปตามความต้องการหรือแนวความคิดของสังคมหรือสาธารณชนได้

ผู้บริหารระดับกรม หมายถึง ปลัดกระทรวง รองปลัดกระทรวง อธิบดี รองอธิบดี เลขาธิการ รองเลขาธิการ และผู้รับผิดชอบงานเทียบเท่าอธิบดีที่มีชื่อเรียกเป็นอย่างอื่น

ผู้บริหารระดับกอง หมายถึง ผู้อำนวยการกอง ผู้อำนวยการศูนย์ หัวหน้ากอง และผู้รับผิดชอบงานเทียบเท่าหัวหน้ากองที่มีชื่อเรียกเป็นอย่างอื่น

ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการ หมายถึง ผู้ที่ได้รับมอบหมายจาก กรม/สำนักงาน เป็นลายลักษณ์อักษรหรือโดยการกำหนดหน้าที่รับผิดชอบให้ดำเนินการในงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ของกรม/สำนักงานนั้น ๆ

ส่วนราชการในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ หมายถึง ส่วนราชการดังต่อไปนี้ คือ สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กรมการฝึกหัดครู กรมการศาสนา กรมการศึกษานอกโรงเรียน กรมพลศึกษา กรมวิชาการ กรมศิลปากร กรมสามัญศึกษา กรมอาชีวศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ และวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา (ยกเว้นสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครู ซึ่งยังไม่มี การจัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์)

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ หมายถึง คณะกรรมการ ซึ่งประกอบด้วย รองปลัดกระทรวงคนหนึ่ง เป็นประธาน ผู้อำนวยการกองกลาง สำนักงาน ปลัดกระทรวง เป็นรองประธาน หัวหน้าสำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี เลขาธิการกรม กรมการฝึกหัดครู กรมอาชีวศึกษา กรมสามัญศึกษา กรมพลศึกษา กรมวิชาการ กรมการศาสนา กรมศิลปากร กรมการศึกษานอกโรงเรียน คณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ คณะกรรมการ การการศึกษาเอกชน คณะกรรมการข้าราชการครู คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ หัวหน้ากอง บริการ วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา หัวหน้ากองกลาง ครูสภา และผู้แทนกองการสัมพันธ์ ต่างประเทศ เป็นกรรมการ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวง เป็นกรรมการและเลขาธิการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวง เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขาธิการ

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อจะได้ทราบโครงสร้างของการจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดระบบหน่วยงานให้สะดวกและคล่องตัวยิ่งขึ้น
2. เพื่อทราบสาเหตุ ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความถูกต้องและความบกพร่องของการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
3. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
4. เพื่อให้ผู้บริหารตระหนักถึงความสำคัญในการจัดการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ให้มากยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ลำดับขั้นในการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร วารสาร หนังสือ และรายงานการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การจัดการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานต่าง ๆ และการประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไป
2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ
 - ชุดที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง (Structure Interview) เพื่อศึกษาดังโครงสร้างการจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ
 - ชุดที่ 2 เป็นแบบตรวจสอบ (Checklist) และแบบประเมินค่า (Rating Scale) เพื่อศึกษาการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ และปัญหาอุปสรรคในการจัดการประชาสัมพันธ์

เพื่อให้เป็นแบบสอบถามที่มีความเที่ยงตรงและมีความเชื่อมั่นว่าจะสื่อความหมายได้ตรงกับความต้องการของผู้วิจัย จึงได้เสนอให้อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ตรวจแก้ไข และนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ตรวจสอบหาข้อบกพร่อง แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เป็นแบบสอบถามฉบับจริงต่อไป

3. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการ ใช้ประชากรทั้งหมด ร้อยละ 100 (ประชากรกลุ่มนี้ใช้เพื่อสัมภาษณ์หาโครงสร้างการจัดการประชาสัมพันธ์ของแต่ละส่วนราชการในกระทรวงศึกษาธิการ)

3.2 ผู้บริหารระดับกรม ใช้ประชากรทั้งหมด ร้อยละ 100

3.3 ผู้บริหารระดับกอง ใช้ประชากรทั้งหมด ร้อยละ 100

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในแบบสอบถามชุดที่ 1 ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์และรวบรวมข้อมูลเอง ส่วนชุดที่ 2 ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามเองทั้งหมด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ส่วนที่ศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้าง ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์และเสนอข้อมูลด้วยการเขียนแผนผังและการบรรยาย

5.2 ส่วนที่เป็นข้อมูลส่วนตัว วิเคราะห์โดยให้ตารางประกอบการบรรยายเป็นคำร้อยละ

5.3 ส่วนที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ตามรายการในแบบสอบถามทั้งหมด วิเคราะห์โดยใช้ค่ามัธยฐานเลขคณิต (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ลำดับชั้นในการเสนอข้อมูล

บทที่ 1 ประกอบด้วย ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย และวิธีดำเนินการวิจัย

บทที่ 2 เอกสารและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นมาของการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ความหมายของการประชาสัมพันธ์ หลักและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ แนวคิดในการจัดหน่วยงานและภาระหน้าที่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ หลักปฏิบัติการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สื่อและกิจกรรมที่ใช้ในการดำเนินงาน และปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

- บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ลำดับขั้นในการวิจัย การสร้างเครื่องมือ
ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล
- บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ