



## บทที่ 2

### แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้เป็นการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน คือ

1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. การวิจัยแบบ อนาคต
4. ประวัติและสถานภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

#### ความหมายของการประชาสัมพันธ์

"การประชาสัมพันธ์" เป็นคำที่ค่อนข้างใหม่ แต่นับวันยิ่งจะมีความสำคัญและใช้กันแพร่หลายมาก ในหน่วยงาน องค์กร สถาบันต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ได้เคยมีการถกเถียงกันมากกว่า การประชาสัมพันธ์ที่แท้จริงคืออะไร และควรจะทำอย่างไรบ้าง แต่ก็ไม่มีความสามารถตัดสินคำถามและตอบปัญหานี้ได้แน่ชัด

คำว่า การประชาสัมพันธ์ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า (Public Relations) ซึ่งถ้าพิจารณาดูศัพท์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีความกลมกลืนกัน นั่นคือ

Pulic = ประชา = หมู่คน = กลุ่มคน

Relations = สัมพันธ์ = ผูกพันธ์ = เกี่ยวข้อง

ดังนั้น คำว่า "การประชาสัมพันธ์" คือ การผูกพันธ์เกี่ยวข้องกับ

กลุ่มชนหรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน สถาบันกับกลุ่มประชาชน

มีผู้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

วิรัช ลิขิตตกุล ได้นิยามความหมายของคำว่า "การประชาสัมพันธ์"

ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ การติดต่อสื่อสาร (Communication) หรือการสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็น และข่าวสารจากหน่วยงานหรือองค์การสถาบันไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องรวมทั้งรับฟังความ

คิดเห็นหรือประชามติ (Public Opinion) ที่ประชาชนมีต่อหน่วยงานหรือองค์สถาบันด้วยความพยายามอย่างจริงจัง อดย่มุ่งหวังจะสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน ทั้งสองฝ่ายคือองค์การสถาบันและกลุ่มประชาชน อีกทั้งยังเป็นการช่วยให้สถาบันสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืน (Harmonious Adjust) กับสังคมได้ ฉะนั้นวัตถุประสงค์สำคัญของการประชาสัมพันธ์ก็คือ การสร้างสรรค์ ความเข้าใจ อันดีกับประชาชนตลอดจนการเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงานเพื่อให้ประชาชนมีความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อหน่วยงาน และให้ความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์การสถาบัน (วิรัช ลภีรัตนกุล 2530 : 1)

สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (The International Public Relations Association) ซึ่งเป็นสมาคมของนักประชาสัมพันธ์นานาชาติได้ให้แนวคิดของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์คือภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารซึ่งต้องอาศัยการวางแผนที่ดี มีการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์ และธำรงรักษาความเข้าใจอันดีจากกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง อดย่องค์กรจะต้องใช้วิธีการวัดประเมินประชมติแล้วนำมาใช้เป็นแนวทางในการพิจารณากำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนพร้อมทั้งใช้วิธีเผยแพร่กระจายสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือ และบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้ง 2 ฝ่าย (อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล 2529 : 6)

ประจวบ อินอืด อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ว่า คือ กิจกรรมที่ปฏิบัติต่อเนื่องตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อสร้างเสริมความเชื่อถือศรัทธาในบุคคลและสถาบัน ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการ 4 ประการ คือ

1. การค้นคว้าหาข้อมูล (Fact Finding)
2. การวางแผน (Planning)
3. การสื่อสาร (Communication)
4. การติดตามประเมินผล (Evaluation) (ประจวบ อินอืด

ชม ภูมิภาค กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึงความพยายามของหน่วยงานที่ได้กระทำโดยมีการวางแผนอย่างดี และปฏิบัติตามแผนนั้น เพื่อส่งสารให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน และกิจการของหน่วยงาน โดยถือว่า ทัศนคติและความเข้าใจที่ดีเช่นนั้นจะทำให้หน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังเป็นหน้าที่ของหน่วยงานให้เป็นผลดีต่อหน่วยงานและเป็นการสื่อสารและรับสารจากประชาชน ซึ่งเป็นกระบวนการสองทาง (Two-way Communication) (ชม ภูมิภาค 2516 : 2)

อรุณ ภาณุพงษ์ กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันในสิ่งที่เกิดขึ้น สิ่งที่เป็นไป และมีความเข้าใจในผลของการปฏิบัติงานตลอดจนความเข้าใจในลักษณะหรือความมุ่งหมายของตนเอง และความเข้าใจในสถานการณ์รอบตัว รอบโลกงานประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของข่าวสาร การสื่อสาร และการสร้างสัมพันธ์แก่ของงานประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อความจริง (อรุณ ภาณุพงษ์ 2530 : 1)

เสรี วงษ์มณฑา ได้ให้คำนิยามว่า "การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือกว่าความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยกระทำต่อสิ่งที่มีคุณค่าต่อสังคมเพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติต่อหน่วยงาน องค์กร ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้ เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนเกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อยๆ"

(เสรี วงษ์มณฑา 2517 : 2)

สุพิน บัญญามาก อธิบายว่า "การประชาสัมพันธ์ คือ ความพยายามที่มีแผนที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติของประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน" มีหลักสำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. การประชาสัมพันธ์นั้น ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและหยุดไม่ได้ ต้องพยายามโดยไม่มีที่สิ้นสุด เพราะตัวแปรที่สำคัญคือ ความรู้สึกนึกคิดหรือความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งเรียกว่าประชามติ (Public Opinion) เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องรักษาความคิดเห็นที่สนับสนุนหน่วยงานให้คงที่ตลอดไป

2. การประชาสัมพันธ์ต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง มีระบบ เป็นขั้นตอน มีการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนของหน่วยงานให้มากที่สุด การทำงานต้องมีเอกภาพสอดคล้องกันทุกขั้นตอน

3. การประชาสัมพันธ์ต้องโน้มน้าวทัศนคติ หรือความเห็นของประชาชน ให้สนับสนุนกิจกรรมของหน่วยงาน

4. การประชาสัมพันธ์นั้นต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชน ให้เกิดความเข้าใจกันและไม่ขัดแย้งกัน กล่าวคือ ต้องเข้าใจความต้องการชุมชนว่า ต้องการอะไร ทัศนคติอย่างไรบ้างที่ควรจะไปปรับปรุง การดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกันบางครั้งก็ต้องยอมรับความคิดเห็นของประชาชนด้วย (สุพิน ปัญญาภัก 2526 : 27)

Cutlip ให้คำจำกัดความไว้ว่า "การประชาสัมพันธ์" คือ การติดต่อ เผยแพร่ข่าวสาร นโยบายของหน่วยงานไปยังประชาชน ขณะเดียวกันเป็นแนวทาง ตรวจสอบ ความคิดเห็น ความรู้และความต้องการของประชาชนให้หน่วยงานหรือองค์กรทราบ เพื่อสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริงให้เกิดประโยชน์ แก่ทุกฝ่าย และให้สามารถปรับหน่วยงานตามแนวความคิดของสังคมได้ (cutlip 1964 : 4)

Berneys คนสำคัญในวงการประชาสัมพันธ์ของสหรัฐอเมริกา ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่าหมายถึง

1. เป็นการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ให้ประชาชนได้รับทราบ
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมสนับสนุน และเห็นชอบกับความมุ่งหมาย การดำเนินงานของสถาบัน
3. ช่วยกำหนดแนวความคิดของประชาชนและสถาบันให้มีส่วนประสาน คล้องต้องกัน (Berneys 1955 : 7)

วิรัช ลภีรัตนกุล กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีจุดมุ่งหมาย ใหญ่ 3 ประการด้วยกันคือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ  
คือการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราว ความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ประชาชนและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้

เห็นสิ่งดังกล่าวซึ่งนับว่าได้เป็นการปูพื้นฐานแห่งการเข้าใจในตัวขององค์กร สถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จักเข้าใจและเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นด้านการแจ้งให้ทราบ และในด้านทำให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชน รวมทั้งการเรียกร้องความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่ การโฆษณาหรือการโฆษณาชวนเชื่อ

การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจในตัวขององค์กร สถาบัน ย่อมเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อสถาบัน ในด้านการได้รับความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชนเพราะเมื่อเข้าใจโดยถ่องแท้แล้ว ประชาชนย่อมเลื่อมใส ศรัทธาและให้ความร่วมมือด้วย

## 2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะป้องกันเอาไว้ก่อนย่อมดีกว่ามาแก้ไขภายหลังซึ่งเป็นการป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน เกิดความเข้าใจผิดต่อสถาบัน การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นงานในหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องพยายามค้นหาสาเหตุที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันเพื่อจะได้หาหนทางป้องกันไว้เสียก่อน ก่อนที่จะมีความเข้าใจผิดเกิดขึ้น

## 3. การสำรวจประชามติ

หลักสำคัญอีกประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์คือ จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะองค์กรหรือสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต้องรู้ถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน จะต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งไหน ตลอดจนทำที่ต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์กรสถาบันของเรา ซึ่งทราบได้จากการสำรวจวิจัยประชามติ เพื่อองค์กรสถาบัน จะสามารถตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิด และความต้องการของประชาชน

การสำรวจวิจัยประชามติจึงเป็นสิ่งจำเป็นคู่กับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หากหน่วยงานใดได้ทำการประชาสัมพันธ์โดยปราศจากการพิจารณาถึงประชามติแล้ว หน่วยงานนั้นอาจจะต้องประสบความล้มเหลวและสิ้นเปลืองงบประมาณ รวมถึงเวลาไปโดยเปล่าประโยชน์ (วิรัช ลภีรัตนกุล 2529 : 145)

การประชาสัมพันธ์มีหลักสำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. การประชาสัมพันธ์ ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องหยุดไม่ได้ และพยายามจดจำไม่มีที่สิ้นสุดเพราะตัวแปรที่สำคัญคือความรู้สึกนึกคิดหรือความคิดเห็นของประชาชนซึ่งเรียกว่าประชามติ (Public Opinion) เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องรักษาความคิดเห็นที่สนับสนุนหน่วยงานให้คงที่ตลอดไป

2. การประชาสัมพันธ์ต้องกระทำอย่างมีแผนเป็นระบบเป็นขั้นตอน มีการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนของหน่วยงานให้มากที่สุด โดยการทำงานนั้นต้องมีเอกภาพและสอดคล้องกันทุกขั้นตอน

3. การประชาสัมพันธ์ต้องเริ่มนำทัศนคติหรือความคิดเห็นของประชาชนให้สนับสนุนกิจการของหน่วยงาน

4. การประชาสัมพันธ์ต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนให้เกิดความเข้าใจกัน และไม่ขัดแย้งกัน กล่าวคือต้องเข้าใจความต้องการของชุมชนว่าต้องการอะไรมีทัศนคติอย่างไรบ้างโดยเข้าไปรับใช้หรือปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกับความต้องการนั้น (สุพิณ ปัญญาภัก 2526 : 27-28)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องมีการวางแผนกระทำอย่างต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว โดยมุ่งที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติเพื่อที่จะดำรงความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนไว้

#### นโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์

นโยบายในการประชาสัมพันธ์นั้น จะเป็นแนวทางการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปอย่างเป็นระบบสอดคล้องและต่อเนื่องกัน โดยมีเป้าหมายสำคัญคือเพื่อที่จะให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ และพอเพียงสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน ทั้งนี้โดยอาศัยทรัพยากรการประชาสัมพันธ์ทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีอยู่แล้ว ซึ่งการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์นี้จะบรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ ย่อมต้องมีมาตรฐานหรือ

แผนงานมารองรับ ทั้งนี้ การวางแผนนี้จะเป็นตัวที่แก้ปัญหาและเสริมสร้างการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายยิ่งขึ้น

กล่าวโดยสรุป การวางแผนบรรยายการประชาสัมพันธ์คือ การกำหนดแนวทางในการให้บริการข่าวสารแก่ประชาชนอย่างทั่วถึงและมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ มีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

สุทิน ปัญญา มาก ได้กล่าวถึง เรื่องของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า

กระบวนการของการประชาสัมพันธ์มี 4 ขั้นตอน คือ เริ่มจากการเก็บข้อมูลหรือวิเคราะห์วิจัย (Research) การวางแผน (Planning) การปฏิบัติการ (Communication Action) จนถึงการประเมินผล (Evaluation) แต่ในที่นี้ จะกล่าวเฉพาะการวางแผนเพื่อโยงให้สอดคล้องกับหัวเรื่อง

การวางแผน คือ การกำหนดแผนงานล่วงหน้าว่าจะทำอะไร เมื่อไร และอย่างไร การวางแผนที่ดีจะเริ่มจากการศึกษาข้อมูลหรือรายละเอียดต่าง ๆ และบางครั้งอาจใช้ประสบการณ์มาเป็นส่วนประกอบด้วย การวางแผนประชาสัมพันธ์มีขั้นตอนดังต่อไปนี้ คือ

1. กำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ให้แน่นอนว่า ทำเรื่องอะไรเราต้องการอะไร เช่น ต้องการให้เกิดภาพพจน์ที่ดี ให้เกิดศรัทธา ให้การสนับสนุนหรือต้องการให้เกิดความร่วมมือ เป็นต้น
2. เมื่อกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์แล้ว ก็ต้องกำหนดวิธีการหรือรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ในขั้นนี้เป็นการกำหนดอย่างหยาบ ๆ คือ เป็นการเตรียมตัวว่าจะทำอย่างไร จะใช้สื่ออะไรจึงจะได้ผล
3. จากนั้นก็เป็นการกำหนดรายละเอียดและขั้นตอนของการดำเนินงาน เมื่อถึงขั้นนี้แผนจะมีรูปร่างเด่นชัดว่าจะใช้เวลาเท่าไร ใช้เงินเท่าไร กลุ่มเป้าหมายคือใคร จะเป็นผู้รับผิดชอบ และจะได้รับการผลอย่างไร
4. แม้ว่าจะมีแผนกำหนดอย่างเด่นชัด แต่ก็ยังไม่สมบูรณ์ เพราะอาจจะมีข้อบกพร่องในเชิงปฏิบัติ ดังนั้น จึงต้องมีการทดลองทดสอบประเมินผลเสียก่อน ให้มีลักษณะเป็น pre-test คือ เสนอแผนให้ผู้ปฏิบัติหรือสมาชิกในหน่วยประชาสัมพันธ์

สัมพันธ์หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องศึกษาหรือทดลองปฏิบัติ เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติที่สมบูรณ์ ต่อไป

5. เมื่อมีการประเมินผลแผนแล้วก็เป็นกรนำไปปฏิบัติตามกระบวนการที่กำหนดไว้และจะต้องมีการติดตาม (Follow-up) แผนตลอดเวลาเพื่อพลิกแพลงให้เหมาะสมกับสภาวะแวดล้อม (สุทิน ปัญญามาก, 2525)

บุษบา สุธีธร ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการวางแผนประชาสัมพันธ์ ว่ามีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ขององค์การและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์จะต้องวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ขององค์การในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับองค์การและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลที่รวบรวมไว้ ได้แก่

- การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังขององค์การ
- การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมขององค์การ
- การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับธรรมชาติขององค์การ
- การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อองค์การในอนาคต

กระทบต่อองค์การในอนาคต

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปได้จัดประเภทวัตถุประสงค์ของงานประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ และงานประชาสัมพันธ์มักจะดำเนินการเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญ 2 ประการดังนี้

- การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกัน หมายถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจและกิจกรรมต่าง ๆ และยังหมายถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ มีทัศนคติที่ดีให้การสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบัน โดยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องหลาย ๆ ประเภทอย่างสม่ำเสมอ

- การประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ให้ข้อเท็จจริงหรือข้อมูลที่ต้องการเพื่อสร้างความเข้าใจที่แท้จริงในอันที่จะลดความไม่พอใจ หรือเป็นการเรียกร้องความเห็นใจในปัญหาที่เกิดขึ้นกับองค์การให้ความ



มันใจและสร้างหลักประกันว่าปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วนั้นปัจจุบันมีมาตรการป้องกัน และ แก้ไขปัญหานั้น ๆ แล้ว

วัตถุประสงค์ถือเป็นส่วนสำคัญของงาน เป็นข้อกำหนดเฉพาะที่จะต้อง ปฏิบัติให้ได้ผลสำเร็จตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ และจะเป็นส่วนที่ชี้ให้ผู้ปฏิบัติงานทราบว่า ผู้วางแผนงานต้องการให้เกิดผลอย่างไร เมื่อได้ดำเนินการตามแผนที่กำหนด

การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ จึงเป็นกิจกรรมที่ ต้องใช้เวลาศึกษาสถานการณ์ปัญหาขององค์การ ศึกษาแผนงานบริการอื่น ๆ ของ องค์การและกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องสนับสนุน หน่วยงานอื่น ๆ ขององค์การ

### 3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแผนงานประชาสัมพันธ์

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายงานการประชาสัมพันธ์จะเป็นประโยชน์ ต่อการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ดังนี้ คือ

1. ทำให้ผู้วางแผนรู้จักผู้รับสารของตนดีขึ้นว่าเป็นกลุ่มใดมี ความสัมพันธ์อย่างไรกับองค์การ มีทัศนคติ ความคิดเห็นเช่นไรต่อองค์การ มีการ รับฟังข่าวสารจากช่องทางการสื่อสารใด

2. ทำให้ผู้วางแผนประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์กับ กลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้องเมื่อได้ดำเนินการกิจกรรมตามแผนไปแล้วระยะหนึ่ง ซึ่งโดย บกติผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์มักกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามความสัมพันธ์กับองค์การ เป็น 2 ประเภท คือ

- กลุ่มเป้าหมายภายในองค์การ ได้แก่กลุ่มที่มีความสัมพันธ์ ผูกพันใกล้ชิดกับองค์การ มีผลประโยชน์ร่วมกับองค์การ และเปรียบเสมือนตัว จักรสำคัญที่อาจผลักดันให้กิจการรุดหน้าต่อไป เช่น กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มพนักงาน และกลุ่มผู้ถือหุ้น เป็นต้น

- กลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์การ ได้แก่ กลุ่มที่ไม่ได้ทำ งานให้กับองค์การแต่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานกิจการขององค์การอาจจะเป็น โดยตรงหรือโดยอ้อม ซึ่งองค์การจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้น ระหว่างกลุ่มดังกล่าวเพื่อให้กลุ่มนั้นให้การสนับสนุนการดำเนินงานกิจการขององค์การ ต่อไป เช่น กลุ่มลูกค้า กลุ่มประชาชน กลุ่มมวลชน ฯลฯ

การศึกษากลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ตัดสินใจในการกำหนดประเภทของสื่อ และชนิดของสื่อที่จะใช้ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

#### 4. การกำหนดกิจกรรมและชนิดของสื่อที่จะใช้

กิจกรรมแต่ละชนิด มีคุณลักษณะ คุณสมบัติ ข้อดีข้อเสียแตกต่างกับการจะตัดสินใจเลือกสื่อแต่ละประเภทหรือกำหนดกิจกรรมแต่ละชนิดจึงมีประเด็นที่ต้องคำนึงถึงและนำมาวิเคราะห์ในการตัดสินใจเลือก คือ

- กลุ่มเป้าหมายคือใคร ข้อมูลเกี่ยวกับความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมายของสื่อแต่ละชนิดประกอบกับข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย จะเป็นข้อมูลสำคัญประการแรกที่จะช่วยให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์นำมาใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดการเลือกสื่อหรือกิจกรรมต่าง ๆ

- กลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ไหน จะต้องสามารถบอกได้ว่า เขตพื้นที่ ที่กลุ่มเป้าหมายพักอาศัยนั้น มีสื่อหรือกิจกรรมใดบ้างที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในเขตพื้นที่นั้น ได้อย่างดี และมีประสิทธิภาพ

- สารที่ต้องการจะสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายคืออะไร มีลักษณะอย่างไร uly จะพิจารณาจากเนื้อหาของสารว่าเป็นเนื้อหาประเภทใด เหมาะสมกับการใช้สื่อชนิดใด

- เมื่อไรจึงจะสื่อสารประชาสัมพันธ์ออกสู่กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดเวลาในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ว่าสื่อใดเป็นสื่อที่เหมาะสม สื่อและกิจกรรมใดที่มีความพร้อมสำหรับช่วงเวลาว่างที่วางแผนงานประชาสัมพันธ์ไว้จะช่วยให้เลือกใช้สื่อได้เหมาะสมยิ่งขึ้น

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของสื่อ จำนวนการผลิตสื่อ ราคาของสื่อ งบประมาณการจัดกิจกรรม จำนวนผู้รับสารในแต่ละสื่อ

#### 5. การจัดทำโครงการและแผนปฏิบัติงาน

เป็นการนำเอาองค์ประกอบซึ่งได้ผ่านการวิเคราะห์พิจารณาในการกำหนดแต่ละขั้นตอนดังที่ได้เสนอมานั้น มาจัดทำเป็นโครงการและแผนปฏิบัติงานโดยละเอียด

การจัดทำแผนมักแยกออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. การจัดทำแผนโครงการ เป็นการสร้างแผนแนวทางปฏิบัติอย่างคร่าว ๆ โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญ ๆ ดังนี้

1.1 วัดดูประสงศ์ uryบายของแผนที่กำหนดเป็นผลงานที่วัดแล้วตรวจสอบได้

1.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายว่ากลุ่มใดเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มใดเป็นกลุ่มเป้าหมายรอง

1.3 กำหนดกิจกรรมและประเด็นที่ต้องการเน้นกับกลุ่มเป้าหมาย

1.4 กำหนดผู้รับผิดชอบ หน่วยงานรับผิดชอบ และผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน

2. การจัดทำแผนปฏิบัติงาน เป็นการจ้ดทำรายละเอียดของโครงการเพื่อนำมาใช้ปฏิบัติงานได้โดยต้องครอบคลุมองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้ คือ

2.1 บุคลากรที่รับผิดชอบ

2.2 วัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

2.3 กำหนดตารางเวลาปฏิบัติงาน ระบุการเริ่มต้นของกิจกรรมที่กำหนดและวันสิ้นสุด เพื่อให้สามารถตรวจสอบ ประเมินผลได้เมื่อเริ่มดำเนินงานโดยเรียงลำดับกิจกรรมก่อนหลัง

2.4 กำหนดขอบเขตโครงการ ครอบคลุมพื้นที่ที่มากน้อยเพียงไร

2.5 กำหนดสื่อที่จะใช้ในแต่ละกิจกรรมโดยละเอียดชัดเจน

2.6 การกำหนดงบประมาณ

6. การกำหนดงบประมาณ

การกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายเป็นกิจกรรมที่ช่วยควบคุมให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายได้ โดยไม่มีปัญหาเกี่ยวกับงบประมาณหรือค่าใช้จ่ายไม่พอเมื่อเพิ่มดำเนินการไปแล้ว ดังนั้นการจัดทำงบประมาณที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงต้องมีการแจกแจงงานให้ละเอียดตามแต่ละกิจกรรมที่กำหนด

7. การประเมินแผนงานประชาสัมพันธ์

ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์สามารถสำรวจแผนงานของตนว่ามีข้อบกพร่องจุดอ่อนอย่างใดหรือไม่ มีสิ่งใดควรแก้ไข กิจกรรมใดควรเพิ่มเข้าไปใน

แผนให้สมบูรณ์ มีกิจกรรมใดที่มีแนวโน้มไม่สามารถทำได้ และแผนงานที่กำหนดไว้ นั้น มีความสอดคล้องประสานกัน เพื่อดำเนินไปสู่จุดมุ่งหมายหรือไม่ การประเมิน จะช่วยวิเคราะห์ข้อมูลมาเพื่อเป็นข้อมูลชี้ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่มีอยู่หลายทาง เพื่อให้แผนงานมีความสมบูรณ์ที่สุด (บุษบา สุธีธร, 2530)

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ที่ดีมีอยู่ 5 ประการคือ

1. ทรัพยากรของหน่วยงานที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต้องชัดเจน และยืดหยุ่นสามารถปฏิบัติได้ การประชาสัมพันธ์ต้องได้รับการยอมรับว่าเป็นกลไก หรือเครื่องมือของการบริหารเช่นเดียวกับกลไกอื่น การกำหนดนโยบายจึงต้องไม่คลุมเครือ

2. การจัดองค์การและแผนงานประชาสัมพันธ์ ต้องมีความคล่องตัว มีเอกภาพ และอิสระ ต้องปลอดจากการควบคุมหลายระดับชั้น และหากเป็นไปได้ หน่วยงานประชาสัมพันธ์ควรอยู่ใกล้ชิดกับระดับบริหารผู้คุมนโยบาย เพื่อจะได้รับคำสั่งและเสนอแผนงานได้อย่างรวดเร็วและทำให้หน่วยประชาสัมพันธ์ได้ยอมรับ จากฝ่ายอื่น ๆ อันจะเป็นผลให้ได้รับความร่วมมือด้วยดี

การวางแผนหรือการกำหนดแผนงานเป็นความจำเป็นขององค์การ ทุกแห่งในแง่ของการประชาสัมพันธ์แล้วยิ่งจำเป็นมาก เพราะงานประชาสัมพันธ์ เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคตินี้เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา การกำหนด แผนงานจึงต้องกระทำทุกชั้นตอนอาจจะทำเป็นแผนหลักทั้งหมด หรือแผนย่อยหรือ แผนเฉพาะกิจรอดยกำหนดวัตถุประสงค์กลวิธีการใช้สื่อ

3. นักประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณภาพ คือ มีความรอบรู้ในวิชาการ ประชาสัมพันธ์อย่างดีรวมทั้งความรู้ด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นด้วย นอกจากนี้ก็ต้องมีคุณสมบัติพิเศษคือต้องอดทน มีมนุษยสัมพันธ์ดี สนใจต่อข่าวสาร สถานการณ์หรือ ความเคลื่อนไหว และที่สำคัญที่สุดคือรักงานด้านนี้

4. การประชาสัมพันธ์จะต้องมีเครื่องมือที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน เช่น เครื่องขยายเสียง เครื่องฉายภาพยนตร์ กล้องถ่ายรูป เครื่องฉายสไลด์ หรือแม้แต่วิทยุโทรทัศน์ไว้เพื่อช่วยเสริม เพราะการประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมีลักษณะ

ทำให้เห็นและได้ยินพร้อมกันเครื่องมือเหล่านี้ราคาสูงดังนั้นจึงมีการกล่าวว่าการ  
 ประชาสัมพันธ์เป็นการลงทุนแต่ไม่เห็นผลกำไรเลย แต่ก็ เป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้อง  
 เครื่องมือไว้ให้พร้อม

5. สภาพแวดล้อมหรือสภาพการณ์เป็นปัจจัยหนึ่ง ที่จะกำหนดให้การ  
 ดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างรวดเร็ว หรือล่าช้าบางโอกาส สถานการณ์  
 จะเป็นตัวเร่ง แต่บางโอกาสจะเป็นตัวถ่วง ฉะนั้นการศึกษาสถานการณ์จึงต้อง  
 กระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับเปลี่ยนแผนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับภาวะ  
 ต่าง ๆ (สุพิน บุญญาภัก 2526 : 28)

ดังนั้น วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงต้องเป็นไปในรูปของ Two-  
 way Communication คือเป็นแบบการติดต่อไปมาทั้ง 2 ทาง เป็นการ  
 กระทำจากหน่วยงานไปสู่ประชาชน และขณะเดียวกันก็มีการรับฟังความคิดเห็น  
 ของมหาชนหรือการสำรวจประชามติ เพื่อนำเอาประชามตินั้นมาชี้แจงให้หน่วยงาน  
 ทราบเพื่อพิจารณาแก้ไขปรับปรุงอีกด้วย อย่างไรก็ตามต้องคำนึงเสมอว่าการ  
 ประชาสัมพันธ์นั้นมิได้เป็นเพียงงานติดต่อสอบถามตั้งที่คนส่วนใหญ่เข้าใจ แต่การ  
 ประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการที่มีแผนการกระทำต่อเนื่องกันไปใน การสร้างและดำรง  
 ไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชน ให้ประชาชนได้รู้และเข้าใจ  
 สนับสนุนและร่วมมือในการดำเนินงานของหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์เป็น  
 งานที่ละเอียดอ่อนต้องกระทำต่อเนื่องไปตามแผนที่วางไว้ โดยตั้งอยู่บนฐานของ  
 ความจริงใจและซื่อสัตย์ อีกทั้งยังต้องมีประชามติเป็นแนวทางสำคัญ

#### การประชาสัมพันธ์องค์การรัฐวิสาหกิจ

รัฐวิสาหกิจเป็นกิจการที่รัฐจัดตั้งขึ้นเพื่อมีบทบาททางเศรษฐกิจ และ  
 เป็นการประกอบการที่มีจุดมุ่งหมายในการดำเนินการหลายอย่าง เช่น เป็น  
 เครื่องมือในการหารายได้ หรือรักษาเสถียรภาพของราคา เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจ เมื่อพิจารณาแล้วมีความเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนมากกว่าขององค์กรรัฐบาล ทั้งนี้เพราะรัฐวิสาหกิจบางประเภทจำเป็นต้องมีการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ (สุพันธ์ บุญญาภัก 2530 : 269)

ปัจจุบันนี้รัฐวิสาหกิจกำลังเผชิญกับปัญหาที่ถูกประชาชนมองว่าขาดทุน ไร้ประสิทธิภาพประชาชนมักจะมองภาพพจน์ของรัฐวิสาหกิจเหมือนกันหมด ดังนั้นรัฐวิสาหกิจทั้งหลายจึงจำเป็นต้องหาวิธีการประชาสัมพันธ์เข้ามามีบทบาทในการแก้ปัญหาเรื่องภาพพจน์เหล่านี้

รัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ มีการดำเนินงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ที่แน่ชัด และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักขององค์กร รัฐวิสาหกิจประเภทนี้ ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การทำอากาศยาน การพาณิชย์นาวี การสื่อสารแห่งประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานประเภทนี้มักจะมีวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันแต่จะแตกต่างกันในส่วนย่อย ซึ่งขึ้นอยู่กับความแตกต่างของหน่วยงาน วัตถุประสงค์หลักของการประชาสัมพันธ์รัฐวิสาหกิจประเภทนี้ คือ

1. เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายและมวลชน
2. เพื่อเสริมสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงาน
3. เพื่อส่งเสริมกิจการหน่วยงานให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย
4. เพื่อประสานงานร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐบาล และเอกชนเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ นั้นขึ้นอยู่กับแผนงานประชาสัมพันธ์ของแต่ละองค์กร ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามประเภทขององค์กร เพราะวัตถุประสงค์และนโยบายของรัฐวิสาหกิจแต่ละประเภทไม่เหมือนกัน ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดแผนประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจแต่ละแห่ง คือ

1. วัตถุประสงค์และภาระหน้าที่ของรัฐวิสาหกิจ หมายถึง รัฐวิสาหกิจแต่ละประเภทแต่ละแห่งจะต้องกำหนดแผนประชาสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์และภาระหน้าที่ขององค์กรตนเอง เช่น รัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปโภคก็ต้องเน้นในเรื่องประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชน ประเภทการเงิน ก็ต้องเน้นถึงความมั่นคงทางการเงิน
2. นโยบายของรัฐวิสาหกิจ นโยบายของรัฐวิสาหกิจอาจมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์อยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงในด้านนโยบายมีส่วนในการกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์
3. บุคลากร ต้องมีการคำนึงถึงบุคลากรที่จะมาร่วมทำงานโดยต้องคำนึงถึง
  - ความรู้ความสามารถของบุคลากร บุคลากรควรมีความรู้เรื่องเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารมวลชน และสนใจความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์
  - ความเหมาะสมในวิชาชีพของบุคลากร นอกจากจะมีผู้มีความรู้ทางการประชาสัมพันธ์แล้ว บุคคลในวิชาชีพอื่นก็มีความจำเป็นในการสร้างความน่าเชื่อถือในเรื่องนั้น เช่น นักกฎหมาย วิศวกร นักเศรษฐศาสตร์ ก็จะมีความรู้ในศาสตร์นั้น ๆ ซึ่งมีส่วนในงานประชาสัมพันธ์
  - ความเหมาะสมของบุคลากรที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มเป้าหมายที่อยู่ต่างถิ่น ต่างภาษา ควรใช้บุคคลที่เข้ากับกลุ่มเหล่านั้นได้
  - ปริมาณบุคลากรกับปริมาณงานประชาสัมพันธ์ ต้องให้มีความเหมาะสมกัน มีการแบ่งงานหน้าที่กันอย่างชัดเจน
4. ความยืดหยุ่นของแผนการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับคน เกี่ยวข้องกับทัศนคติ การจะวางแผนประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงความคิดของคนที่อาจเปลี่ยนแปลง ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางสถานการณ์และสภาพแวดล้อม ซึ่งจะต้องอาศัยความยืดหยุ่นของแผนงานในการปรับเข้ากับสภาพการที่เปลี่ยนแปลง
5. กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายของรัฐวิสาหกิจแต่ละประเภทนั้นแตกต่างกันออกไปเช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ กลุ่มเป้าหมาย คือ ชาว

ไร่ ชาวนา องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพกลุ่มเป้าหมายคือ คนกรุงเทพฯ ฉะนั้น การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่แน่ชัดจะช่วยในการจัดวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์

6. งบประมาณ งบประมาณเป็นตัวหนึ่งในการกำหนดขีดความสามารถว่าการประชาสัมพันธ์จะมีขอบข่ายงานเพียงใด

7. เครื่องมืออุปกรณ์ การดำเนินการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องอาศัย เครื่องมืออุปกรณ์สนับสนุน เช่น อุปกรณ์วัสดุทัศนูปกรณ์ การวางแผนประชาสัมพันธ์ ต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ด้วย

การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือหนึ่งของการบริหารงานเพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชนซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือและสนับสนุนกิจการของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้นหน่วยงานต่างๆ จึงพยายามจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ และมักจะตั้งความหวังไว้ว่าการประชาสัมพันธ์จะสามารถแก้ปัญหาของความไม่เข้าใจจากประชาชน และหวังให้ประชาชนสนับสนุนกิจการของหน่วยงานตลอดไป

ฉะนั้นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงมิใช่เป็นงานที่กระทำให้แล้วเสร็จไปวันหนึ่ง ๆ แต่ต้องทำงานเป็นระบบและมีแนวความคิดถูกต้อง (สุพิณ ปัญญา มาก, 2525)

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร หรือสถาบันต่าง ๆ นั้นจะสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้านด้วยกัน ปัจจัยที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งนั้นคือบุคลากรหรือนักประชาสัมพันธ์นั่นเอง ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสถาบันใดจะประสบความสำเร็จหรือไม่มากนักน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถของนักประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่ทำงานประชาสัมพันธ์ให้แก่องค์กร จึงจำเป็นต้องที่องค์กรต่าง ๆ จะต้องมียุทธศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างสรรค์ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนตลอดจนเพื่อสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง



## บทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์

ตามหลักการบริหารและหลักการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ย่อมจะต้องมีบทบาทหน้าที่ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ แต่เนื่องจากนักประชาสัมพันธ์มีหลายระดับ และการวางแผนงานประชาสัมพันธ์หลายขั้นตอน บทบาทหน้าที่จึงมีขอบเขตแตกต่างกันไปตามระดับและขั้นตอน ถึงแม้จะไม่สามารถจัดเส้นขอบเขตเหล่านั้นได้อย่างชัดเจน แต่เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาและปฏิบัติงานได้แบ่งนักประชาสัมพันธ์ออกมาเป็น 4 ระดับ คือ

1. ระดับนโยบาย มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายหลักขององค์การ แต่มีความรับผิดชอบโดยตรงในการกำหนดนโยบาย และการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการดูแลให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายและแผนที่วางไว้ นักประชาสัมพันธ์ระดับนี้อาจเป็นนักบริหารโดยอาชีพ และประสบการณ์ก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นนักประชาสัมพันธ์อาชีพเสมอไป

2. ระดับบริหารและวิชาการ มีบทบาทหน้าที่หลักในการวิจัย การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ และการบริหารแผนงานประชาสัมพันธ์ อาจใช้บุคคลคนเดียวหรือสองคนโดยแยกงานบริหารและงานวิชาการออกจากกันก็ได้ แต่ควรจะต้องเป็นนักประชาสัมพันธ์วิชาชีพด้วยกันทั้งคู่

3. ระดับปฏิบัติการ มีหน้าที่หลักในการกำหนดวิธีการ โครงการย่อย เทคนิคและศิลปะของการประชาสัมพันธ์แล้วลงมือปฏิบัติตาม และผลិតสื่อด้วยทักษะทางวิชาชีพและวิชาการด้านนิเทศศาสตร์

4. ระดับธุรการ มีหน้าที่สำคัญในด้านสารบรรณ จัดเก็บและบริการข้อมูล จำแนกจำหน่ายข่าวสารและติดต่อทั่วไป (สมควร กวียะ , 2530)

จากข้างต้นทั้งหมดที่กล่าวมา สรุปได้ว่า

การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งในองค์กรหรือหน่วยงาน เพื่อสร้างหรือธำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มคนภายในองค์กรและระหว่างองค์กรกับคนภายนอก เพื่อให้หน่วยงานเข้าถึงสิ่งแวดล้อมภายนอกและเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์กรโดยการให้ข่าวสารและชักจูงใจแก่กลุ่มเป้าหมาย



เพื่อให้เกิดทัศนคติ ความคิด และกระทำตามที่วัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์ ได้กำหนดไว้

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มีผู้ทำการวิจัยเกี่ยวกับสถานภาพและแนวโน้มในอนาคต ดังนี้

ลัคนา ศรีสวัสดิ์ (2529) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของวีดิโอสภาพปัจจุบันและแนวโน้ม ผลการวิจัยพบว่า แนวโน้มของการใช้สื่อวีดิโอเพื่อการพัฒนาประเทศสามารถทำได้ เฉพาะการพัฒนาการศึกษาและพัฒนาสังคม-วัฒนธรรมเท่านั้น แต่สำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจการพัฒนาการเมือง การปกครอง และการพัฒนาการสื่อสาร ยังไม่สามารถสรุปเป็นแนวโน้มในอนาคตที่ชัดเจนได้

กองวิชาการ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2529) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของ ก.พ. ในทศวรรษหน้า ผลการวิจัยพบว่า ก.พ. จะมีบทบาทมากขึ้นในการ เป็นผู้พิทักษ์ระบบคุณธรรมและการเสนอแนะนโยบาย และเป็นที่ปรึกษาด้านการบริหารงานบุคคลของรัฐ

เตรียม ดันติเวชกุล, พ.ต.อ. (พิเศษ) (2531) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจ ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2542 ผลการวิจัยพบว่า แนวโน้มของบทบาทงานประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจ จะเป็นไปในทิศทางใดขึ้นอยู่กับนโยบายกรมตำรวจ และแนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจในอนาคตจะมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น

คัตนางค์ แจ้งใจ (2532) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง สถานภาพและแนวโน้มการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ในอนาคตยังคงใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ไม่ต่างจากปัจจุบันนี้ และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขยายตัวและมีคุณภาพสูงขึ้น พร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย

ทิปวิท พงศ์ไพบูลย์ (2533) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยมีปัจจัยการเติบโตทาง

เศรษฐกิจเป็นแรงผลักดัน และมีแนวโน้มที่จะทวีความสำคัญและเติบโตอย่างต่อเนื่อง จนมีลักษณะการผลิตเข้าสู่รูปแบบของ "อุตสาหกรรมบันเทิง"

กรมพลศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ (2533) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของกรมพลศึกษาในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2533-2542) ผลการวิจัยพบว่า กรมพลศึกษาจะมีการวางแผนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและกรมพลศึกษาจะมีฐานะเป็นกรมเหมือนเดิม แต่จะกระจายอำนาจไปสู่ส่วนภูมิภาคมากขึ้น

สุรพันธ์ ยันต์หลง (2533) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวโน้มของ วิทยาลัยครูในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า แนวโน้มของวิทยาลัยครูจะเป็น มหาวิทยาลัยของท้องถิ่น โดยมีเอกลักษณ์ แตกต่างไปจากมหาวิทยาลัยสากลทั่ว ๆ ไป

#### การวิจัยอนาคต (Futures Research)

การค้นหาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงแนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยในอนาคต (2535-2545) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้ เทคนิคการวิจัยแบบอนาคต

การวิจัยอนาคต หมายถึง วิธีศึกษาอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับทางเลือกในอนาคตที่ชนกลุ่มหนึ่งหรือสังคมหนึ่งคิดว่าเป็นไปได้ (Possible) หรือน่าจะเป็นไปได้ (Probable) สำหรับคน รดยมีจุดมุ่งหมายดังต่อไปนี้

1. เพื่อบรรยายทางเลือกในอนาคตที่เป็นไปได้หรือน่าจะเป็นไปได้ของกลุ่มประชากรที่ศึกษา
2. เพื่อประเมินสถานภาพในปัจจุบันเกี่ยวกับความรู้ต่าง ๆ ที่ผู้ให้สัมภาษณ์มีอยู่เกี่ยวกับอนาคตที่เป็นไปได้แต่ละทาง
3. เพื่อบ่งชี้ถึงผลกระทบและผลต่อเนื่องที่อาจจะเกิดขึ้นจากอนาคตที่เป็นไปได้ ในแต่ละอนาคต
4. เพื่อเตือนให้ทราบล่วงหน้าเกี่ยวกับอนาคตที่ไม่พึงประสงค์ที่อาจจะเกิดขึ้นได้
5. เพื่อเข้าใจเบื้องหลังของกระบวนการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

สำหรับเทคนิคการวิเคราะห์ หรือเทคนิคการวิจัยเกี่ยวกับอนาคตนั้นมีหลายเทคนิควิธี เช่น Trend extrapolation , Cross - Impact Analysis เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) เทคนิค EFR (Ethnographic Futures Research) เทคนิค EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ฯลฯ แต่ในที่นี้จะเสนอเฉพาะเทคนิคที่ใช้ในการวิจัยที่แพร่หลาย ได้แก่ เทคนิคเดลฟาย เทคนิค EFR และเทคนิค EDFR ตามลำดับ โดยจะนำเสนอเกี่ยวกับปัญหาที่ควรวิจัยด้วยเทคนิคเหล่านี้ การเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเลือกเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการเรียบเรียงผลการวิจัยรวมทั้งลักษณะเด่นและลักษณะด้อยของแต่ละเทคนิควิธี ดังต่อไปนี้

#### การวิจัยแบบเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique)

คำว่า "เดลฟาย" (Delphi) เป็นชื่อวิหารศักดิ์สิทธิ์สมัยกรีกโบราณ ซึ่งประชาชนนิยมไปขอคำทำนายอนาคต หรือเหตุการณ์สำคัญ ๆ

วิธีการวิจัยแบบเทคนิคเดลฟาย คือ วิธีการระดมความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของกลุ่มเพื่อใช้พัฒนา ปรับปรุงแก้ไข และหาความเชื่อมั่นในการทำงานเกี่ยวกับอนาคต ซึ่งวิธีการแบบเดลฟาย(Delphi Method) นี้เป็นการอธิบายแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ด้วยแบบสอบถาม โดยผู้อธิบายแสดงความคิดเห็น หรือผู้เชี่ยวชาญเหล่านั้นไม่ต้องเผชิญหน้ากัน แต่ร่วมกันแสดงความคิดเห็นหรือพยากรณ์ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

สิ่งที่สำคัญประการหนึ่งของการวิจัยแบบเทคนิคเดลฟายก็คือ เป็นเทคนิคที่ช่วยในการรวบรวมการพิจารณาตัดสินใจอย่างระมัดระวังของการตัดสินใจที่ต้องขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ หรือความคิดเห็นของกลุ่ม หรือมติที่ประชุม ทั้งนี้ เพราะว่าการตัดสินใจเปรียบเสมือนหัวใจของการบริหารงาน หรือการจัดการ ฉะนั้นหากตัดสินใจโดยอาศัยสามัญสำนึก (Spontaneous decision making) แล้ว ก็จะกลายเป็นการตัดสินใจโดยไม่มีหลักการ ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากการตัดสินใจเกิดจากการไตร่ตรองด้วยเหตุ

ผล (Rational decision making) แล้ว ย่อมเป็นการตัดสินใจตามหลักเหตุผล และวิธีการที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดผลดี และถูกต้องที่สุด การตัดสินใจแบบนี้ต้องอาศัยเทคนิคหรือขบวนการต่าง ๆ เข้ามาช่วยด้วย

ประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ เทคนิคการวิจัยแบบ เดลพายนี้ เป็นวิธีการเพื่อที่จะให้ได้รับข้อมูล และความคิดเห็นกลับมาจากการตอบแบบสอบถาม โดยมีจุดมุ่งหมายในเรื่องที่เกี่ยวกับความเป็นไปได้ในอนาคต ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเวลา ปริมาณ หรือสภาพการณ์ที่ต้องการจะเป็น หรือเรียกอย่างหนึ่งว่าการเห็นพ้องต้องกัน หรือฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Group Consensus)

### 3. กระบวนการวิจัยแบบเทคนิคเดลพาย

เนื่องจากวิธีการวิจัยแบบเทคนิคเดลพาย เป็นกระบวนการดำเนินการที่เป็นขั้นตอนหรือเป็นวิธีที่เป็นระบบ ดังนั้น สิ่งที่จะต้องคำนึงถึงในกระบวนการวิจัยแบบเทคนิคเดลพาย คือ

#### 1. การกำหนดปัญหาที่จะศึกษาวิจัย

ในการกำหนดปัญหาที่จะศึกษารโดยอาศัยเทคนิคการวิจัยแบบเดลพายควรจะเป็นปัญหาที่จะนำไปสู่การวางแผน นโยบาย หรือการคาดการณ์ในอนาคต และยังต้องกำหนดหรือระบุทางเลือกต่าง ๆ เพื่อที่จะแสวงหาความเห็นที่สอดคล้องต้องกันของผู้เชี่ยวชาญสำหรับใช้แก้ปัญหา นั้น ๆ อีกด้วย

#### 2. การเลือกผู้เชี่ยวชาญ

การเลือกผู้เชี่ยวชาญ เป็นสิ่งที่สำคัญมากของการใช้เทคนิคการวิจัยแบบเดลพายทั้งนี้เพราะว่าจะเป็นผู้ให้ข้อมูล หรือข้อคิดเห็นในประเด็นปัญหาที่จะทำการศึกษาวิจัย ดังนั้นการเลือกสรรผู้เชี่ยวชาญย่อมจะมีผลกระทบต่อผลของการวิจัยด้วย กล่าวคือผลการวิจัยจะน่าเชื่อถือหรือไม่เพียงไรส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เลือกสรรมานั้นสามารถให้ข้อมูลหรือข้อคิดเห็นที่น่าเชื่อถือได้เพียงไรด้วย จากประเด็นนี้การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญจึงจำเป็นต้องกระทำกันอย่างรอบคอบ เพื่อให้ได้ผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่สุด วิธีเลือกสรรผู้เชี่ยวชาญอาจทำได้โดยการอาศัย คำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิในวงการที่จะ

ศึกษา เสนอรายชื่อบุคคลที่ควรจะได้รับคัดเลือกเข้าร่วมการวิจัย หรือโดยการกำหนดคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ ก็ได้

ในการกำหนดจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เข้าร่วมในการวิจัยนั้น จะขึ้นอยู่กับลักษณะของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และประเด็นปัญหาที่ได้กำหนดไว้ศึกษา นั่นคือหากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคล้ายคลึงกันมาก (Homogeneous group) แล้วอาจใช้เพียง 10 - 15 คน ในขณะที่ถ้าหากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความแตกต่างกันสูงมาก (Heterogeneous group) ก็อาจต้องใช้กลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาเป็นจำนวนมากถึงกระนั้นก็ตาม ก็มิได้มีการกำหนดจำนวนผู้เชี่ยวชาญไว้ตายตัวแน่นอนว่า ควรจะใช้จำนวนเท่าใดจึงจะเหมาะสม แต่จากการ ศึกษาวิจัยของ Thomas T. Macmillan พบว่าหากมีจำนวนของผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่ 17 คนขึ้นไป จะทำให้อัตราการลดของความคลาดเคลื่อน (error) จะมีน้อยมาก

### 3. แบบสอบถามของการวิจัย

แบบสอบถามของการวิจัยแบบเทคนิคเดลพายมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการเลือกสรรผู้เชี่ยวชาญเลย ดังนั้นหากผู้วิจัย (หรือผู้ออกแบบสอบถาม) หวังที่จะได้คำตอบที่ถูกต้องแล้ว จะต้องจัดทำขึ้นอย่างระมัดระวัง เนื่องจากมีความเสี่ยงสูง ถ้าผู้เชี่ยวชาญเข้าใจไม่ถูกต้องหรือเข้าใจแตกต่างออกไปเมื่อเป็นเช่นนั้นข้อความและคำถามในแบบสอบถามจะต้องชัดเจนทำให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนที่เป็นผู้ตอบเข้าใจตรงกัน

ลักษณะของการสร้างแบบสอบถามของการวิจัยแบบเดลพาย คือผู้วิจัยต้องกำหนดกรอบของการวิจัยไว้ก่อน โดยอาศัยเอกสารที่เกี่ยวข้อง หรือจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งการกำหนดกรอบของการวิจัยนี้จะช่วยให้เห็นภาพของการวิจัยได้ง่ายและชัดเจนขึ้น เพราะปัญหาหรือประเด็นที่จะศึกษานั้นมีขอบข่ายกว้างขวาง จากนั้นจึงนำมาสร้างแบบสอบถามต่อไป และจากหลักการของวิธีการเทคนิคเดลพาย คือการได้มาซึ่งความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ฉะนั้นเพื่อให้เห็นความคิดเห็นที่ถูกต้องแน่นอนยิ่งขึ้น จึงต้องมีการสอบถามซ้ำหลายครั้ง เป็นการย้ำความเห็นจึงทำให้ต้องสร้างชุดแบบสอบถาม (questionnaire series) หลายชุด ครอบคลุมแล้วมักจะถามกัน 4 รอบ

#### 4. การรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากเทคนิคการวิจัยแบบนี้ จะต้องถามกันหลายรอบ ดังนั้น การเว้นระยะเวลาในการตอบแต่ละรอบจึงมีความสำคัญมากคือ จะมีผลต่อคำตอบที่ได้รับกล่าวคือ หากเว้นระยะของแต่ละรอบนานเกินไปจะทำให้ผู้เชี่ยวชาญลืมหรือยากที่จะนึกถึงเหตุผลในการเลือกตอบแบบสอบถามในครั้งก่อน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนของคำตอบในแต่ละครั้งด้วย

สถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้กับการวิจัยแบบเทคนิคเดลฟายได้แก่ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (Central Tendency) ได้แก่ ฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) มัชฌิม (Median) และพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)

#### ข้อดี จุดอ่อน และข้อพึงระวังของการวิจัยแบบเทคนิคเดลฟาย

ได้มีผู้เสนอความคิดเห็นต่อข้อดี จุดอ่อน และข้อพึงระวังการวิจัยแบบเทคนิคเดลฟายไว้มากมาย พอที่จะนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

ประยูร ศรีประสาธาน ได้กล่าวถึงข้อดีและข้อเสียไว้ดังนี้

ข้อดี : เทคนิคเดลฟายเป็นการช่วยระดมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญได้อย่างแท้จริง กล่าวคือผู้เชี่ยวชาญที่ตอบคำถามตามประเด็นที่กำหนดให้นั้นสามารถไตร่ตรองและปรับปรุงแก้ไขความคิดเห็นได้ด้วย นอกจากนี้คำตอบหรือความคิดเห็นที่ได้ยังเป็นอิสระปราศจากอิทธิพลจากบุคคลภายนอกอีกด้วย หากพิจารณาแล้วจะพบว่าวิธีการนี้ทำให้ช่วยประหยัดทั้งเรื่อง เวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจัดประชุมและช่วยตัดข้อจำกัดเรื่องสภาพภูมิศาสตร์ไปได้

ข้อเสีย : ได้แก่การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญบางครั้งอาจจะไม่ได้ผู้เชี่ยวชาญในประเด็นที่จะศึกษาวิจัยอย่างแท้จริง หรือผู้เชี่ยวชาญบางครั้งอาจรู้สึกว่าการตอบมากเกินไปจึงขาดความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ในบางครั้งเอกสารแบบสอบถามที่

ส่งไปยังผู้เชี่ยวชาญ อาจจะไม่ได้รับกลับคืนมา หรือสูญหาย  
ไปได้

### เทคนิค EFR (Ethnographic Futures Research)

เทคนิคการวิจัยแบบ EFR นี้ Professor Robert B. Textor ซึ่งเป็นศาสตราจารย์ทางมนุษยวิทยา และทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด สหรัฐอเมริกาเป็นผู้พัฒนาขึ้นมา เทคนิคนี้เป็นเทคนิคการวิจัยอนาคตที่นำความคิดในเรื่องวัฒนธรรมมาใช้โดยมีมาตรการบางอย่างที่จะสามารถวัดถึงความแน่ชัด ความสอดคล้องและความละเอียดอ่อนของแนวความคิดนี้ การวิจัยแบบ EFR มุ่งที่จะจำแนกบรรยาย วิเคราะห์ และวินิจฉัยภาพจน์และความโน้มเอียงตามความต้องการของบุคคลดังกล่าว

สำหรับรายละเอียดเกี่ยวกับเทคนิค EFR มีผู้วิจัยจะสรุปเพียงเท่าที่ตรงย่อ ๆ เพื่อเป็นการชี้แนะให้รู้จักเทคนิคนี้อย่างกว้าง ๆ เท่านั้น โดยจะกล่าวเป็นข้อ ๆ ดังต่อไปนี้

#### 1. ปัญหาที่ควรวิจัยด้วยเทคนิค EFR และการเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

เนื่องจากเทคนิคการวิจัยแบบ EFR เป็นเทคนิคการวิจัยอนาคต เช่นเดียวกับเทคนิคเดลฟาย จึงใช้กับปัญหาการวิจัยในลักษณะเดียวกัน ส่วนการเลือกกลุ่มตัวอย่างการวิจัยซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญนั้นก็ใช้วิธีการเช่นเดียวกับเทคนิคการวิจัยโดยทั่วไปคือ อาจจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบที่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติหรือแบบเฉพาะเจาะจงก็ได้ โดยเลือกให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของเรื่องที่จะศึกษา ส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนั้นจำนวนมาก ๆ ก็จะมียิ่งดี

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลตามเทคนิคการวิจัยแบบ EFR นี้ ใช้การสัมภาษณ์เป็นหลักและทำเพียงรอบเดียวเท่านั้น แต่ใช้การสัมภาษณ์แบบเปิด โดยไม่มีการถามนำคำตอบว่าจะต้องเป็นอย่างไร (Non directive interview) โดยการใช้การสัมภาษณ์จะเน้นความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์และให้



ความเป็นอิสระแก่ผู้ให้สัมภาษณ์ แต่ทั้งนี้ก็ยังมีการรอบหรือแนวทางกว้าง ๆ เพื่อให้การสัมภาษณ์แต่ละรายได้ครอบคลุมทั้งข้อและเนื้อหาเหมือน ๆ กันซึ่งอาจจะใช้วิธีกำหนดหัวข้อซักถามว่าควรจะมีเรื่องอะไรบ้าง เพื่อจะได้ใช้วิเคราะห์และเสนอ และในลักษณะที่สามารถสร้างข้อสรุปเป็นการทั่วไปได้ตามหัวข้อนั้น ๆ

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ตามที่กล่าวแล้วว่าเทคนิคการวิจัยแบบ EFR นี้ ใช้วิธีการให้สัมภาษณ์เป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนหลักการสัมภาษณ์นั้นส่วนหนึ่งใช้หลักการเดียวกันกับการสัมภาษณ์ที่ตีโดยทั่วไป นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ก็ต้องสรุปการสัมภาษณ์ในช่วงนั้นจากที่จดไว้ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ฟัง ในขณะที่เดียวกันก็พร้อมที่จะหยุดเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์ ทักท้วง แก้ไข ตัดทอน หรือขยายความการสรุปนั้น จนเป็นที่พอใจของผู้ให้สัมภาษณ์วิธีการนี้เรียกว่า Cumulative Summarization Technique

ข้อสุดท้ายของการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การตรวจทานแก้ไขและการเขียนรายงานการสัมภาษณ์ ซึ่งทุกครั้งที่การสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนสิ้นสุดลง ผู้สัมภาษณ์ควรสรุปคำสัมภาษณ์ พร้อมทั้งตรวจทานแก้ไขด้านการใช้ภาษา และความชัดเจนอีกครั้ง ก่อนที่จะนำรายงานการให้สัมภาษณ์ (Protocol)

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูลและการเรียบเรียงผลการวิจัย

เมื่อได้รายงานการสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจแก้ไขของผู้ให้สัมภาษณ์ครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยก็จะนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อหาฉันทมติหาข้อสรุปมีแนวโน้มอะไรบ้างที่ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่พูดถึง และมีความเห็นสอดคล้องกัน (Consensus) หลังจากนั้นจึงนำมาเขียนเป็นภาพอนาคต 3 ภาพ คือ ภาพในอนาคตทางบวก ภาพในอนาคตทางลบ และภาพในอนาคตที่เป็นไปได้มากที่สุด ตามลำดับ

## 5. ลักษณะเด่นและลักษณะด้อยของเทคนิค EFR

ลักษณะเด่นของเทคนิค EFR ที่นอกเหนือจากการที่ผู้เชี่ยวชาญทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระเสรีโดยไม่ต้องกลัวเกรงอิทธิพลของคนอื่นแล้ว เทคนิคนี้ยังมีลักษณะเด่นพิเศษตรงที่ไม่ดูถูกความเชี่ยวชาญของผู้เชี่ยวชาญ และส่งเสริมสนับสนุนแนวความคิดพื้นฐานของการวิจัยอนาคตที่จะเสาะแสวงหา หรือสำรวจหาทางเลือกในอนาคตทุกทางเป็นไปได้อีก มีการใช้วิธี Cumulative Summarization Technique ตลอดเวลาการสัมภาษณ์ ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความตรงตามความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ และยังเปิดโอกาสให้แก้ไขรายงานการสัมภาษณ์อย่างอิสระด้วยตนเองอีกครั้ง ซึ่งวิธีนี้จะช่วยลดความลำเอียงที่เกิดจากผู้สัมภาษณ์ได้เป็นอย่างดี ดังที่กล่าวแล้ว

ลักษณะด้อยของเทคนิค คือ เทคนิคนี้เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์อย่างเดี่ยวและทำเพียงรอบเดียว แต่ภาพในอนาคต (Scenarios) นั้นจะเขียนขึ้นจากกลุ่มของแนวโน้มที่มีฉันทามติ (Consensus) ระหว่างผู้เชี่ยวชาญหรือระหว่างผู้ถูกสัมภาษณ์ แนวโน้มที่มีผู้เชี่ยวชาญกล่าวถึงเพียงหนึ่งหรือสองหน จึงถูกตัดออกจากผลการวิจัยเพราะถือว่าเป็นแนวคิดที่ไม่มีความสอดคล้องกัน ซึ่งแท้ที่จริงแล้วผู้ให้สัมภาษณ์คนอื่น ๆ อาจเห็นด้วยกับแนวโน้มนั้นก็ได้ แต่ไม่ได้กล่าวถึงด้วยสาเหตุใดก็แล้วแต่ วิธีการนี้จึงไม่เป็นไปตามแนวความคิดเชื่อพื้นฐานของการวิจัยอนาคตในข้อที่ว่าต้องการ All Possible/Probable Trends นอกจากนี้ การสรุปภาพอนาคตหรืออนาคตภาพที่เป็นไปได้มากที่สุดก็ทำได้ยาก และไม่สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจนทั้งนี้อาจเกิดจากความลำเอียงของผู้ให้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ที่ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการสร้างภาพอนาคตทางบวกและทางลบก่อน พอมาสร้างภาพอนาคตที่เป็นไปได้มากที่สุด ซึ่งเป็นภาพสุดท้าย ผู้ให้สัมภาษณ์จึงจะบอกกว้าง ๆ ว่าเป็นทางบวกมากกว่าทางลบหรือไม่ก็พูดย่อ ๆ ทำให้การสรุปผลการวิจัยของภาพนี้ทำได้ไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร

### การวิจัยแบบ ETHNOGRAPHIC DELPHI FUTURES RESEARCH (EDFR)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้การวิจัยแบบ EDFR ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ที่คาดการณ์เกี่ยวกับแนว

งานประสาสัมพันธของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทย (2535-2545) ด้วยเหตุผลว่าเทคนิคการวิจัยแบบ EDFR เป็นเทคนิคที่ ดร.จุมพล พูลภัทรชีวิน ได้พัฒนามาจากเทคนิคเดลฟายและ EFR ซึ่งเป็นกระบวนการที่แสวงหาความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของกลุ่มคนเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในอนาคตในเรื่องเกี่ยวกับเวลา ปริมาณ และ/หรือสภาพการณ์ที่ต้องการจะให้ เป็น อดยการวิจัยแบบสอบถาม แทนการเรียกประชุม ทั้งนี้เพื่อเสนอวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ

1. เพื่อเพิ่มศักยภาพของเทคนิค EFR และเทคนิคเดลฟาย
2. เพื่อให้มีเทคนิคการวิจัยอนาคตเพิ่มมากขึ้น

ด้วยเหตุที่ว่าระเบียบวิธีวิจัย EFR เป็นระเบียบวิธีวิจัยที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อ ประชญาและข้อตกลงพื้นฐาน (Basic Assumption) ของการวิจัยอนาคตหรืออนาคตนิยมโดยตรง ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจึงต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นอย่างแท้จริง

การเลือกกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนี้ มีเทคนิคเช่นเดียว เทคนิคเดลฟายและเทคนิค EFR แต่เพื่อให้ผลการวิจัยนั้นมีโอกาสเกิดขึ้นจริง ควรเลือกผู้ทรงคุณวุฒิจากกลุ่มผู้มีศักยภาพจะเป็นผู้บริหารรุ่นต่อไป กลุ่มนักวิชาการและอาจจะไปถึงกลุ่มผู้ให้บริการด้วยก็ได้ สำหรับอัตราส่วนหรือสัดส่วนระหว่างวงกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิต่าง ๆ นั้น ผู้วิจัยจะต้องเป็นผู้กำหนดเอง กล่าวคือถ้าผู้วิจัยต้องการ เน้นจุดไหนมากก็เลือกผู้ทรงคุณวุฒิกลุ่มนั้นให้มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ แต่ทั้งนี้ก็น่าจะมีกลุ่มนักวิชาการอยู่ด้วยเสมอ ด้วยเหตุผลที่ว่า กลุ่มนักวิชาการนี้ค่อนข้างที่จะมีความเห็นที่อิสระ และมีความคิดสร้างสรรค์หลายรูปแบบ นักวิชาการจึงน่าจะช่วยให้เรื่องที่ศึกษาได้รายละเอียดในแง่ที่เป็นวิชาการหรือแนวโน้มที่เป็นไปได้หลาย ๆ รูปแบบมากขึ้น และจะช่วยให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้บริหารได้รับรู้ข้อมูลใหม่ ๆ ที่ทันสมัยซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจอย่างหนึ่งอย่างใดได้รวดเร็วขึ้นด้วย

เทคนิค EDFR เปิดโอกาสให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีความยืดหยุ่นได้มากกว่า เทคนิคอื่น กล่าวคือในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างว่าจะมีขนาดเท่าไรนั้นขึ้นอยู่กับ จุดมุ่งหมายของการวิจัย งบประมาณ กำลังคน เวลา และเรื่องที่ศึกษาว่ามีความสลับซับซ้อนมากน้อยเพียงใด แต่โดยปกติทั่วไปมักจะใช้ประ



มาณ 16-25 คน นอกจากนี้ถ้ามีเหตุผลหรือความเป็นบางประการที่ทำให้จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละรอบมีจำนวนแตกต่างกันออกไปบ้าง ก็ไม่มีปัญหาใด ๆ แต่ในรอบแรกของการเก็บข้อมูล ควรมีจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ หรือทางเลือกมากที่สุด ส่วนรอบอื่น ๆ จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิอาจจะเพิ่มขึ้น หรือลดลงบ้างตามความเป็นก็ได้ ถ้าต้องการให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น อาจจะเพิ่มจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิรอบสุดท้ายให้มากขึ้น และอาจจะมากกว่ารอบแรกก็ได้ ropyผู้ที่เพิ่มขึ้นมาจะต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นอย่างแท้จริงด้วย ถ้าจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิมีจำนวนเท่ากันหมดทุกรอบได้ก็จะสะดวก สำหรับการคิดค่าสถิติ และการนำเสนอผลการวิจัย ทั้งเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับงานวิจัยได้อีกทางหนึ่งด้วย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 5 ขั้นตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การเตรียมกลุ่มตัวอย่าง คือการติดต่อขอความร่วมมือล่วงหน้าด้วยการอธิบายให้กลุ่มตัวอย่างได้ทราบถึงความสำคัญของเรื่องที่ทำการวิจัย จุดมุ่งหมายการวิจัย ระเบียบวิธีที่ใช้ จำนวนรอบ จำนวนเวลา และค่าตอบแทน (ถ้ามี) พร้อมกับนัด วัน เวลาที่จะทำการสัมภาษณ์ถ้าหากเขายอมรับที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

2. การสัมภาษณ์ของเทคนิค EDFR ได้ประยุกต์การสัมภาษณ์ของเทคนิค EFR มาใช้กล่าวคือ ผู้สัมภาษณ์จะมีกรอบอย่างกว้าง ๆ ไว้ส่วนหนึ่ง เพื่อความครอบคลุมของเรื่องที่จะศึกษาและใช้ถามเมื่อผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ได้พูดถึงเรื่องนั้น แต่กรอบนี้สามารถเพิ่มเติมได้ตลอดเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล หรือคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ จะใช้คำถามที่เป็นกลางไม่ขึ้นาคำตอบเช่นเดียวกับเทคนิค EFR มีการใช้วิธี Cumulative Summarization Technique ตลอดเวลาการสัมภาษณ์เช่นกัน และอาจจะมีรายงานการสัมภาษณ์ (Protocol) ไปได้ให้ผู้สัมภาษณ์อ่านอีกครั้งหนึ่ง หรือเพียงแต่สรุปคำให้สัมภาษณ์ทั้งหมดให้ผู้สัมภาษณ์ฟังหลังจากจบการสัมภาษณ์ก็ได้ นอกจากนี้ในระหว่างการสัมภาษณ์ตามกระบวนการของเทคนิค EDFR อาจจะทำให้ผู้สัมภาษณ์สร้างแนวรับหรือทางเลือกต่าง ๆ ที่เขาคิดว่ามีความเป็นไปได้ (Realistic) ตามความเชี่ยวชาญของเขาให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ropyไม่ต้องบอกว่าแต่ละแนวรับนั้นเป็นอนาคตภาพทางบวก ทาง

ลบหรือเป็นอนาคตภาพที่มีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด และไม่ต้องเรียงลำดับการสร้างภาพตามกระบวนการสัมภาษณ์ของเทคนิค EFR ก็ได้ และถ้าผู้วิจัยสนใจที่จะทราบสิ่งเหล่านี้ การใช้เทคนิคเดลฟายในรอบหลังของการวิจัยจะช่วยตอบคำถามนี้ได้เป็นอย่างดี

3. นำข้อมูลทั้งหมดทุกแนวรั้นที่จะได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิ มาวิเคราะห์สังเคราะห์ จัดให้เป็นหมวดหมู่ ให้เป็นระบบ ถึงแม้ว่าแนวรั้นบางข้อจะได้รับการเสนอจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนน้อยก็ตาม ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยต้องเคารพในความสัมพันธ์ของของผู้ทรงคุณวุฒิ และถ้าแนวรั้นนั้นไม่เด่นจึงจะตกไปเองเมื่อใช้เทคนิคเดลฟายในรอบหลัง ๆ แต่ในทางตรงกันข้ามแนวรั้นนั้นอาจจะ เป็นแนวรั้นที่เด่นและได้รับการยอมรับจากผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่ก็ได้

4. สร้างเครื่องมือในรอบที่ 2 อาจจะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) หรือแบบเติมค่าเปอร์เซ็นต์แนวรั้นความเป็นไปได้ หรือให้จัดอันดับความเป็นไปได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายของการวิจัย และถ้าผู้วิจัยต้องการทราบว่า แนวรั้นแต่ละข้อนั้นผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่ เห็นว่าเป็นอนาคตภาพทางบวก หรืออนาคตภาพทางลบก็อาจจะมีช่องให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมลงไปแบบสอบถามได้

5. การส่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้กลุ่มตัวอย่างตอบนั้น ใช้วิธีการเช่นเดียวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลของเทคนิคเดลฟายในรอบที่ 2, 3, 4 แต่ทั้งนี้ผู้วิจัยก็สามารถเพิ่มเติมแนวรั้นที่น่าสนใจที่ได้รับจากข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 ลงไปในแบบสอบถามรอบที่ 3, 4 ได้เรื่อย ๆ สำหรับจำนวนรอบที่จะส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างนั้นขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของเรื่องที่ทำการวิจัย ถ้าเรื่องไม่ซับซ้อนและความเห็นของกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเป็นเอกฉันท์ตั้งแต่รอบแรกก็อาจจะทำเพียงรอบเดียวก็ได้

เทคนิค EDRF มีลักษณะเด่นคือ ช่วยลดจุดอ่อนของการวิจัยอนาคตได้มากที่สุด และมีระเบียบวิธีที่ตอบสนองปรัชญาและแนวคิดพื้นฐานของอนาคตนิยมอย่างดีมาก กล่าวคือ

1. มีรูปแบบที่ยืดหยุ่นและเป็นระบบมากกว่าเทคนิคเดลฟาย เพราะไม่มีการกำหนดกรอบที่แน่นอนให้ผู้ทรงคุณวุฒิตอบ เปิดโอกาสให้ผู้ทรงคุณวุฒิแสดง

ความคิดเห็นได้ทุกด้านที่คิดว่ามีความเป็นไปได้ สำหรับการวิจัยเรื่องนั้น และผู้วิจัยยังสามารถเพิ่มเติมกรอบการสัมภาษณ์รวมทั้งข้อกระทงในแบบสอบถามได้ ทุกรอบ ตลอดระยะเวลาของการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดพื้นฐานของการวิจัยอนาคตที่ว่า "พยายามหาทางเลือกของแนวโน้มทุกทางที่เป็นไปได้"

2. สามารถอธิบายอนาคตภาพที่เป็นได้มากที่สุดได้อย่างชัดเจน ด้วยการใช้สถิติอย่างง่ายกับข้อมูลรอบที่ 2,3 ตามกระบวนการของเทคนิคเดลฟาย จึงสามารถแก้ไขจุดอ่อนของเทคนิค EFR ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังทำให้ได้ครอบคลุมกว่าด้วย เพราะในการสร้างแบบสอบถามนั้นทุกข้อปัญหาและความคิดจะถูกเสนอไปยังผู้ทรงคุณวุฒิโดยไม่มีการตัดแนวโน้มออก ผู้ทรงคุณวุฒิทุกคนจึงได้รับทราบและประเมินแนวโน้มทุกแนวโน้มได้เท่าเทียมกัน

3. เทคนิค EDFR เป็นทั้งระเบียบการวิจัย (Research Technique EDFR หรือ Research Methodology) ในการคาดการณ์อนาคต และเป็นเทคนิคการสื่อสาร (Communicating Process) ระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นเทคนิคในการแลกเปลี่ยนความรู้ความเชี่ยวชาญ (Education Process) ระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ซึ่งไม่ค่อยมีเวลาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันโดยตรง เป็นการเพิ่มความเชี่ยวชาญให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ทำให้เขาเชื่อในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพิ่มขึ้น ดังนั้นแนวโน้มที่จะทำให้เขาตัดสินใจหรือกำหนดนโยบายที่จะทำอย่างใดอย่างหนึ่งก็จะทำได้เร็วขึ้น

**ประวัติและสภาพการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย**

งานประชาสัมพันธ์ของ กฟผ. ได้ดำเนินงานอย่างเป็นระบบมานานแล้ว และต่อมาได้เพิ่มความสำคัญและขยายตัวมากขึ้น กฟผ. จึงได้พิจารณาจัดตั้งหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์ให้มีความรับผิดชอบกว้างขึ้น โดยในการประชุมคณะกรรมการฯ ครั้งที่ 9/2519 คณะกรรมการ กฟผ. ได้มีมติให้จัดตั้ง "ส่วนประชาสัมพันธ์" ขึ้น และต่อมาก็ได้ยกฐานะเป็นหน่วยงานระดับฝ่ายซึ่งคณะกรรมการ

กพผ. ในคราวประชุมครั้งที่ 9/2523 วันที่ 17 กันยายน 2523 ก็ได้ยกฐานะ "ส่วนประชาณีเทศ" เป็น "ฝ่ายประชาณีเทศ"

ฝ่ายประชาณีเทศได้รวบรวมงานหลักห้าประการ คืองานประชาสัมพันธ์ งานสารนิเทศ งานการพิมพ์ งานนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อม และงานโรคพิษสุนัขบ้า เข้าใจด้วยกันเพื่อให้การทำงานเป็นเอกภาพ และการสื่อสารข้อความสู่ประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเพื่อที่จะได้กำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ให้ได้อย่างชัดเจน และเหมาะสม

งานด้านประชาสัมพันธ์ได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจการของ กพผ. ทุกขั้นตอนนับตั้งแต่การก่อสร้างโครงการต่าง ๆ จะต้องมีการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ด้วยการเข้าไปทำความเข้าใจอันดีกับสาธารณชน รวมทั้งหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชนเพื่อผลในการร่วมมือ และสนับสนุนการดำเนินงานแม้ระหว่างดำเนินการก่อสร้างการประชาสัมพันธ์ยังต้องอยู่คู่กับงานเสมอ เพื่อรักษาระดับความเข้าใจที่มีอยู่เดิมไม่ให้ลดลงไป ในเวลาเดียวกันก็สร้างภาพพจน์ที่ดีป้องกันการเกิดความเข้าใจผิด และแก้ไขข้อบกพร่องขององค์การหรือเพิ่มความเข้าใจที่ถูกต้องของประชาชนที่มีต่อองค์การซึ่งงานก่อน ๆ กัน ทั้งนี้เป็นงานที่ประชาสัมพันธ์ต้องทำต่อไปไม่มีที่สิ้นสุดแม้เมื่อโครงการแล้วเสร็จและดำเนินการผลิตกระแสไฟฟ้าแล้วประชาสัมพันธ์ก็ยังคงต้องดำเนินการต่อไป อาทิ ติดตามผลด้านสิ่งแวดล้อม การพัฒนาชุมชน แม้ด้านงานอาชีพ ความเป็นอยู่และสุขภาพอนามัยของราษฎร ฯลฯ เป็นต้น

นอกจากนี้ ฝ่ายประชาณีเทศยังรับผิดชอบในการรวบรวมข้อมูล เพื่อให้เผยแพร่และวางแผนการผลิตเอกสารสิ่งพิมพ์และผลิตสื่อโรคพิษสุนัขบ้า รวมทั้งการดำเนินการ บริหารการพิมพ์ของ กพผ. ด้วย

ต่อมาเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2530 งานประชาสัมพันธ์ของ กพผ. ได้มีการปรับปรุงอีกครั้งโดยเปลี่ยนชื่อจากฝ่ายประชาณีเทศเป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์ และโอนกองนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อมไปสังกัดฝ่ายสำรวจและสิ่งแวดล้อม โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการอำนวยความสะดวก บริหารงานประชาสัมพันธ์ การผลิตสื่อโรคพิษสุนัขบ้าและสื่อของสิ่งพิมพ์การประมวลข้อมูล กิจการพิมพ์และกิจกรรมพิเศษ

และในปี พ.ศ. 2534 ผู้บริหาร กฟผ. ได้แต่งตั้งคณะกรรมการ  
 นโยบายนและแผนประชาสัมพันธ์ กฟผ. ขึ้น เพื่อให้ดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ให้  
 เกิดประโยชน์สูงสุด โดยมุ่งให้สอดคล้องกับนโยบายของ กฟผ. และของรัฐ ทั้งนี้  
 โดยมีรองผู้ว่าการฝ่ายบริหารเป็นประธาน

### การจัดองค์กรการประชาสัมพันธ์

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยกองต่าง ๆ รวม 4 กองคือ กอง  
 ประชาสัมพันธ์ กองสารนิเทศ กองผลิตวัสดุทัศนอุปกรณ์ และกองการพิมพ์ ซึ่งแต่  
 ละกองแยกเป็นแผนกต่าง ๆ ตามลักษณะและความสำคัญของงาน รวมทั้งสิ้น 22  
 แผนก มีหน่วยงานระดับแผนกทางด้านประชาสัมพันธ์ตามเขต แหล่งผลิต และ  
 โครงการต่าง ๆ ตามความจำเป็นอีกจำนวน 20 แผนก

ปัจจุบันฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานในสายงานของรองผู้ว่าการ  
 ฝ่ายบริหารภายใต้การกำกับดูแลของผู้ช่วยผู้ว่าการฝ่ายกิจกรรมพิเศษ

### ภารกิจของฝ่ายประชาสัมพันธ์

"ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ กฟผ. ให้เป็นที่ยอมรับเกิดศรัทธาและ  
 ภาพพจน์ที่ดีแก่สาธารณชนเพื่อให้การดำเนินงานตลอดจนการพัฒนาแหล่งผลิตและ  
 ระบบส่งเป็นไปโดยราบรื่นได้รับการสนับสนุนทั้งภายในและภายนอกองค์กร"

### อำนาจหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์

ฝ่ายประชาสัมพันธ์มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการอำนวยความสะดวก  
 ควบคุม บริหารงานประชาสัมพันธ์ การผลิตสื่อทัศนและสื่อสิ่งพิมพ์ การ  
 ประมวลข้อมูลและข่าวสาร กิจการพิมพ์ และกิจกรรมพิเศษ ตามรายละเอียดดังนี้

1. กำหนดนโยบาย วางแผน อำนวยความสะดวกและควบคุมงานประชาสัมพันธ์ของ กฟผ. ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ต่อกิจการ กฟผ.



2. ดำเนินการเผยแพร่กิจการของ กพผ. ในรูปแบบต่าง ๆ ต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมายช่วงจังหวะที่เหมาะสม
3. ดำเนินการผลิตสื่อโรสตัดทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์ ที่เป็นส่วนส่งเสริมงานประชาสัมพันธ์และความรู้เกี่ยวกับกิจการไฟฟ้า
4. ดำเนินงานด้านประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการใช้งานภายในและภายนอก กพผ.
5. ควบคุมการบริการด้านการพิมพ์และด้านโสตทัศนอุปกรณ์ ให้เป็นไปตามระเบียบและคำสั่งของกพผ. ผลิตให้มีคุณภาพ ประหยัด และรวดเร็ว
6. ดำเนินการเกี่ยวกับกิจการพิเศษ ซึ่งรวมถึงการจัดการต้อนรับอำนวยความสะดวกการบรรยายกิจการแก่ผู้มาชมกิจการ การติดต่อประสานงานกับกลุ่มการเมืองนักวิชาการและกลุ่มผู้นำความคิด เพื่อประโยชน์ในการสร้างความเข้าใจอันดี และร่วมกิจกรรมในพิธีต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก กพผ.
7. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งประสานและร่วมมือในการสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่ กพผ.
8. ประสานงานการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ กพผ. ให้สอดคล้องกัน ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

ฝ่ายประชาสัมพันธ์แบ่งความรับผิดชอบตามกองและหน่วยต่าง ๆ ดังนี้

1. กองประชาสัมพันธ์
  - มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการควบคุมและบริหารงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ ประชาคมสัมพันธ์ พนักงานสัมพันธ์ และกิจการพิเศษ ตามรายละเอียดดังนี้
    1. ดำเนินการเผยแพร่ขยายและการดำเนินงานของ กพผ. ให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายรับรู้ ยอมรับ และสนับสนุน
    2. ดำเนินการส่งเสริม รักษา สร้างชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดีของ กพผ. ให้เป็นที่ยอมรับของประชาชนและหน่วยงานต่าง ๆ
    3. ดำเนินการส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งสัมพันธภาพ และความเข้าใจอันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงาน กพผ.

4. ดำเนินการติดต่อและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน

5. ดำเนินการแถลงและชี้แจงข่าวสารเพื่อความเข้าใจอันดี

และความถูกต้องต่อบุคคลภายนอก

6. ดำเนินการและประสานงานด้านกิจการพิเศษต่าง ๆ

7. ดำเนินงานศูนย์ประสานงานประชาสัมพันธ์ภูมิภาค

1.1 แผนกประสานงานประชาสัมพันธ์ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ในฝ่ายประชาสัมพันธ์เพื่อร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2. ทำทะเบียนและควบคุมคลังสื่อพิมพ์

3. ทำทะเบียนสมาชิกสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งภายในและภายนอก

กพผ .

4. ดำเนินการจัดส่งและแจกจ่ายสื่อสิ่งพิมพ์

5. ดำเนินงานธุรกิจการประชาสัมพันธ์

1.2 แผนกสื่อมวลชนสัมพันธ์ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ดำเนินการผลิตข่าว บทความ สารคดี ภาพข่าว และบทสัมภาษณ์เผยแพร่ทางสื่อมวลชน

2. ติดต่อและประสานงานในการเผยแพร่สื่อโสตทัศน และสิ่งพิมพ์แก่สื่อมวลชน

3. สืบรวจตรวจสอบและรวบรวมข่าว บทความ และสารคดีที่เกี่ยวข้องกับ กพผ. จากสื่อมวลชน

4. ดำเนินการชี้แจง สร้างความเข้าใจกับสื่อมวลชนในกรณีที่มีการเสนอข่าวผิดพลาดหรือเกิดความเสียหายแก่ กพผ .

5. ประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนในการติดตามข่าว หรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการดำเนินการของ กพผ .

6. ดำเนินการจัดประชุมผู้สื่อข่าวและเตรียมเอกสารประกอบการชี้แจงแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน

7. เสริมสร้างความสนิทสนมและความเข้าใจอันดีกับ  
สื่อมวลชน

8. ศึกษาและติดตามแนวโน้มของสื่อมวลชนทุก  
ประเภท รวมทั้งบุคลากรในวงการสื่อมวลชนเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงาน  
ประชาสัมพันธ์ของ กพผ.

1.3 แผนกประชาสัมพันธ์ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ประสานงานจัดนิทรรศการเผยแพร่กิจการ กพผ.  
ตามโอกาสและสถานที่ที่เหมาะสม

2. ดำเนินการและประสานงานในกิจกรรมประชาคม  
ต่างๆ ที่ กพผ. เกี่ยวข้อง

3. ดำเนินการประสาน รับฟังเรื่องราวร้องทุกข์จาก  
ประชาชน และดำเนินการตอบชี้แจงตามโอกาส

4. ประมวลและวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้นำกลุ่ม  
ประชาคมที่มีผลกระทบต่อการทำงานของ กพผ.

5. ดำเนินงานประชาสัมพันธ์สัญจรตามสถานศึกษาและ  
หน่วยงานต่าง ๆ

6. ดำเนินการเผยแพร่กิจการ กพผ. และความรู้ด้าน  
ไฟฟ้าแก่กลุ่มข้าราชการทั่วไป นักการเมือง นักศึกษา นักเรียนและผู้ที่ถูกกระทบ  
จากการดำเนินงานของ กพผ.

7. ดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารแก่ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับชั้น

8. ดำเนินการและประสานงานในกิจกรรมภายใน กพผ.  
ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างผู้ปฏิบัติงาน เช่น การกีฬา และการบันเทิง

9. ดำเนินการและประสานงานต้อนรับผู้มาเยี่ยมชมกิจการ  
รวมทั้งกำหนดแผนของการต้อนรับให้เป็นแนวเดียวกัน

## 2. กองสารนิเทศ

มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการควบคุมและบริหารงาน  
ระบบข้อมูลสถิติการวิเคราะห์ผลกระทบ งานรายงานทั่วไป รายงานประจำปี

และผลิตงานนิเทศศิลป์ตามรายละเอียดดังนี้

1. ดำเนินการรวบรวมข้อมูลและสถิติของ กพผ. ให้เป็นหมวดหมู่เพื่อประโยชน์ในการอ้างอิงและเผยแพร่
2. ดำเนินการประมวลและวิเคราะห์ แปลความหมายข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์และการศึกษา
3. จัดทำสถิติข้อมูล เพื่อเผยแพร่และใช้งานของ กพผ.
4. จัดทำรายงานความก้าวหน้าของ กพผ. เสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
5. จัดทำรายงานประจำปี และเอกสารต้นทุนการผลิตของ กพผ.
6. ดำเนินการดำเนินงานนิเทศศิลป์

2.1 แผนกสนเทศบริการ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

1. ดำเนินการจัดเก็บข้อมูล และสถิติที่เกี่ยวกับกิจการ กพผ. ให้เป็นระบบและทันสมัยในรูปของเอกสาร ไมโครฟิล์ม และแผ่นแม่เหล็ก
2. ดำเนินการจัดทำสถิติของ กพผ. เพื่อเผยแพร่และใช้งาน
3. ติดต่อและประสานงานด้านข้อมูลและข้อเสนอแนะกับหน่วยงาน ทั้งภายในและภายนอก กพผ.
4. จัดทำเอกสารประมวลสถิติและข้อมูล ต้นทุนการผลิต ใ้พหุประจำปี และเอกสารข้อมูลสำคัญบับย่อ เพื่อใช้งานทั่วไปและงานประชาสัมพันธ์
5. ควบคุม ประสานการใช้ และพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยไมโครฟิล์มของฝ่ายประชาสัมพันธ์
6. ศึกษาและพัฒนาระบบงานจัดทำ จัดเก็บ และการบริการข้อมูลสถิติให้เป็นประโยชน์ต่อระบบงานประชาสัมพันธ์

2.2 แผนกประมวลและวิเคราะห์ผลงาน มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลของ กพผ. รวมทั้งข่าวสารที่เกี่ยวกับกิจการของ กพผ. อย่างต่อเนื่องเพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์
  2. จัดทำเอกสารประมวลข้อมูลและข่าวสารเบื้องต้นเพื่อเสนอผู้เกี่ยวข้อง
  3. ติดตามและประสานงานความก้าวหน้าของโครงการต่าง ๆ
  4. ศึกษาและพัฒนาระบบงานเกี่ยวกับข้อมูลให้สอดคล้องกับวิทยาการสมัยใหม่และการใช้งาน
  5. ควบคุมประสานการใช้และพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ของฝ่ายประชาสัมพันธ์
  6. ประสานงานในการเผยแพร่ข้อมูลให้เหมาะสม และเป็นไปตามระเบียบ
  7. จัดทำสารสนเทศ (current information) ที่วิเคราะห์แล้ว และเป็นประโยชน์กับ กพผ. เผยแพร่ตามช่วงจังหวะที่เหมาะสม
- 2.3 แผนกรายงาน มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้
1. จัดทำหนังสือรายงานประจำปีของ กพผ.
  2. ดำเนินการจัดทำรายงานผลความก้าวหน้าของโครงการที่ได้รับอนุมัติในงบประมาณ
  3. จัดทำรายงานสรุปผลดำเนินงานของ กพผ. เสนอหน่วยงานต่าง ๆ ตามโอกาส
  4. ดำเนินการแปลเอกสารเป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อใช้งานประชาสัมพันธ์
  5. ดำเนินการบรรณาธิการข่าว กพผ. ภาษาอังกฤษ
- 2.4 แผนกศิลปกรรม มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้
1. ดำเนินการงานด้านศิลปกรรมการพิมพ์ ศิลปกรรมนิทรรศการ ศิลปกรรมสื่อโรตัททัศน์และศิลปกรรมทั่วไป
  2. ออกแบบและตกแต่ง แผ่นพับ แผ่นภูมิ แผนที่ และภาพวาด เพื่อใช้ประกอบการบรรยาย งานนิทรรศการ และเอกสารต่าง ๆ



3. บัน สลัก และจำลอง โรงไฟฟ้า เชื้อถ่านและอุปกรณ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับกิจการ กพผ. เพื่อใช้งานประชาสัมพันธ์และตกแต่งอาคารบริเวณ

4. ให้บริการและประสานงานเกี่ยวกับงานนิเทศศิลป์ต่าง

5. ศึกษาและพัฒนาการออกแบบ การจัดหาอุปกรณ์ด้านศิลปกรรมให้เหมาะสมทันสมัย และประหยัด

### 3. กองผลิตสื่อวัสดุทัศนอุปกรณ์

มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการควบคุม และบริหารงานด้านการผลิตภาพนิ่ง ภาพยนตร์ ภาพปริ้นแสง ภาพวีดิทัศน์ และรายการกระจายเสียง รวมทั้งการบริการด้านสื่อวัสดุทัศนแก่หน่วยงานต่าง ๆ ภายใน กพผ. ตามรายละเอียดดังนี้

1. ดำเนินการบันทึกภาพกิจกรรมต่าง ๆ ของกพผ. เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของ กพผ. และเก็บเป็นประวัติความก้าวหน้า

2. ดำเนินการผลิตรายการภาพยนตร์ ภาพอนิเมทัศน์ และภาพวีดิทัศน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์และการศึกษา

3. ดำเนินการผลิตรายการกระจายเสียงและรายการอื่นๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งภายในและภายนอก กพผ.

4. ดำเนินการให้บริการงานวัสดุทัศนแก่หน่วยงานของ กพผ.

5. ดูแลและบำรุงรักษาอุปกรณ์วัสดุทัศน รวมทั้งวางแผนพัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

3.1 แผนกบริการและควบคุมงานสื่อวัสดุทัศนมีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ดำเนินการและควบคุมทะเบียนเบิกจ่ายวัสดุใช้งาน การขอสั่งงานและการแจกจ่ายงาน

2. ควบคุมและจัดเก็บฟิล์มให้สะดวกต่อการค้นหาและการใช้งาน

3. ประเมินผลค่าใช้จ่ายงานผลิตและบริการสื่อวัสดุทัศน

4. ควบคุมดูแลและให้บริการสื่อวัสดุทัศน อันได้แก่ ภาพยนตร์ ชุดภาพโปร่งแสง รายการวีดิทัศน์ และแถบบันทึกเสียง
5. ประสานการรับ-ส่งสื่อวัสดุทัศนเพื่อการเผยแพร่
6. จัดทำทะเบียนอุปกรณ์วัสดุทัศนให้เป็นหมวดหมู่
7. ติดตามและประสานงานกับบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องกับกิจการสื่อวัสดุทัศน

### 3.2 แผนกการภาพ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ดำเนินการผลิตภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับกิจการของ กพผ. ทั้งในรูปของข่าวและสารคดีเพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์
2. บริการถ่ายภาพนิ่งและภาพยนตร์เพื่องานประชาสัมพันธ์ งานนิทรรศการ เก็บไว้เป็นหลักฐานและงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. ดำเนินการล้างอัด ขยายภาพนิ่ง ขาว-ดำ
4. ดำเนินการรวบรวมและจัดระบบการเก็บต้นฉบับ ภาพยนต์และภาพประกอบ (Stock Shot)
5. ประสานการผลิตและสร้างสรรค์ภาพโปร่งแสงเพื่อประกอบรายงานประจำปีปฏิทิน และอื่น ๆ
6. พัฒนาเทคนิคการผลิตภาพนิ่ง และภาพยนตร์ให้สอดคล้องกับวิทยาการใหม่ ๆ

### 3.3 แผนกวิทยุอุปกรณ์ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ดำเนินการควบคุมห้องปฏิบัติการวัสดุทัศน
2. ดำเนินการติดตั้งและควบคุมอุปกรณ์วัสดุทัศนเพื่อการประชาสัมพันธ์
3. ให้บริการยืมอุปกรณ์วัสดุทัศน อันได้แก่ เครื่องฉายภาพ เครื่องเสียง ฯลฯ
4. ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการประชาสัมพันธ์
5. ผลิตบทความและสารคดีเชิงวิชาการเผยแพร่ตามสถานีวิทยุกระจายเสียง
6. ดำเนินการรายการเสียงตามสายของ กพผ.

7. ดำเนินการและประสานงานในการผลิตรายการโฆษณา  
กิจการของ กพผ. เพื่อเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง

8. จัดและดูแลห้องสมุดแผ่นเสียงให้เป็นระบบ

3.4 แผนกผลิตรายการ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ดำเนินการผลิตสื่อสารคดีและรายการวีดิทัศน์เพื่อการ  
ประชาสัมพันธ์และการศึกษา

2. ดำเนินการรวบรวมและจัดระบบการเก็บต้นฉบับ  
วีดิทัศน์และภาพประกอบ (Stock shot)

3. พัฒนาเทคนิคการผลิตภาพวีดิทัศน์ให้สอดคล้องกับ  
วิทยาการสมัยใหม่

4. ดำเนินการผลิตชุดรูปรีંગใส (สไลด์) ทั้งแบบธรรมดา  
และแบบอเนกทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ และการศึกษา

5. ดำเนินการรวบรวมและจัดระบบการเก็บต้นฉบับชุด  
ภาพรูปรีંગใสแสดงและภาพประกอบ (Stock Shot)

6. พัฒนาเทคนิคการผลิตภาพรูปรีંગใสให้สอดคล้องกับ  
วิทยาการสมัยใหม่

3.5 แผนกบำรุงรักษาอุปกรณ์ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ  
ดังนี้

1. ดำเนินการตรวจสอบ บำรุงรักษา และซ่อมอุปกรณ์  
เรสตทัศน์

2. ดำเนินการควบคุมและบริหารงานศูนย์บริการอุปกรณ์  
เรสตทัศน์

3. กำหนดรายละเอียดคุณสมบัติของอุปกรณ์เรสตทัศน์  
สำหรับการประกวดราคาและ/หรือการจัดซื้อ

4. ดำเนินการศึกษาและพัฒนาอุปกรณ์เรสตทัศน์ เพื่อนำ  
มาใช้ให้เหมาะสมกับภารกิจของ กพผ.

4. กองการพิมพ์

มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการควบคุมและบริการ การ



ผลิตเอกสารสิ่งพิมพ์ของ กพผ. การจัดหา ซ่อมบำรุงรักษาอุปกรณ์การพิมพ์ทั้งหมด ให้เป็นไปตามนโยบายและระเบียบของ กพผ. ตามรายละเอียดดังนี้

1. ควบคุมและดำเนินงานพิมพ์ทั้งหมดให้เป็นไปตามนโยบายของ กพผ.
2. ดำเนินการพิมพ์งานของ กพผ. ทั้งหมด ให้เป็นไปตาม ระเบียบข้อบังคับและคำสั่งของ กพผ.
3. ดำเนินการควบคุมการผลิตเอกสารสิ่งพิมพ์ให้เป็นไปด้วยความ รวดเร็ว มีคุณภาพและประหยัด
4. ศึกษาและติดตามการพัฒนา เทคโนโลยีและวิทยาการด้าน การพิมพ์ เพื่อนำมาใช้ให้เหมาะสมกับกิจการของ กพผ.
5. ให้การปรึกษาและแนะนำการใช้วัสดุและอุปกรณ์การพิมพ์ กับหน่วยงานของ กพผ.
6. ประสานงานด้านการพิมพ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายใน และนอก กพผ.
7. ควบคุม ดูแล ซ่อมบำรุงรักษาอุปกรณ์การพิมพ์ของ กพผ. ให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยและใช้งานได้ดี
8. งานเรียงพิมพ์และต้นฉบับ
  - 4.1 แผนกธุรการพิมพ์ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้
    1. ดำเนินงานติดต่อประสานงานกับผู้ส่งงาน
    2. ควบคุมการเบิกจ่ายวัสดุและครุภัณฑ์ที่ใช้ในงานพิมพ์
    3. ประเมินราคางานพิมพ์
    4. ตรวจสอบงานพิมพ์ที่ขอส่งทำ ให้เป็นไปตามระเบียบ ข้อบังคับ และคำสั่งของ กพผ.
    5. ดำเนินการสำรองและควบคุมการใช้กระดาษ
    6. จัดทำรายงานค่าใช้จ่ายในการผลิต
    7. จัดทำทะเบียนครุภัณฑ์และอุปกรณ์การพิมพ์
  - 4.2 แผนกวิทยาการพิมพ์ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ดำเนินการศึกษาและติดตามการพัฒนาเทคโนโลยี และวิทยาการพิมพ์เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกิจกรรมของ กพผ .

2. ดำเนินงานวิเคราะห์และตรวจสอบคุณภาพสิ่งพิมพ์
3. ดำเนินงานประเมินผลการผลิตและทำรายงาน
4. ดำเนินงานจัดทำสถิติการผลิตสิ่งพิมพ์
5. ดำเนินงานจัดทำแผนการผลิต
6. งานเรียงพิมพ์และต้นฉบับ

1. ดำเนินการเรียงพิมพ์ต้นฉบับ ให้เป็นไปตามใบสั่ง
2. พิสูจน์อักษรให้ถูกต้องตามพจนานุกรมและความนิยม
3. เก็บรักษาต้นฉบับงานเรียงพิมพ์
4. ประสานงานในการจัดทำต้นฉบับและดัมมี่
5. ควบคุมดูแลเครื่องเรียงพิมพ์ให้อยู่ในสภาพ

เรียบร้อยแล้วใช้งานได้

4.3 แผนกจำลองแบบและสร้างพิมพ์ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ดำเนินงานจำลองแบบเพื่อการพิมพ์ระบบต่าง ๆ
  2. ดำเนินการถ่ายย่อขยาย แผนที่ แผนภูมิ และ
- แผนผังต่าง ๆ

3. ดำเนินงานแยกสีทางการพิมพ์และตกแต่งฟิล์ม
4. ดำเนินงานวางแบบเพื่อการพิมพ์และจัดหน้าพิมพ์
5. ดำเนินงานสร้างแม่พิมพ์ระบบการพิมพ์พื้นเรียบ

4.4 ดำเนินงานสร้างแม่พิมพ์ระบบการพิมพ์พื้นเรียบ

1. วางแผนงานพิมพ์ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับ

เครื่องพิมพ์

2. ดำเนินงานพิมพ์สีเดียวและสอดสี
3. ดำเนินงานจัดพิมพ์งานให้เป็นไปด้วยความถูกต้อง

รวดเร็ว คุณภาพได้มาตรฐานและประหยัด

ร้อยละงานได้ดี

4. ควบคุมดูแล เครื่องพิมพ์ที่เรียบร้อยอยู่ในสภาพเรียบร้อย

5. ดำเนินงานจัดทำรายงานการผลิตสิ่งพิมพ์

4.5 แผนกพิมพ์ทั่วไป มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. จัดพิมพ์เอกสารสิ่งพิมพ์ด้วยระบบอัตโนมัติ

2. จัดพิมพ์แบบแปลน แผ่นพับ และแผนภูมิต่าง ๆ

3. ดำเนินงานพิมพ์แผ่นคู่มือ

4. ดำเนินงานพิมพ์ระบบบรรจุ

5. ควบคุมดูแล เครื่องพิมพ์ให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยใช้งาน

ได้ดี

6. ดำเนินงานจัดทำรายงานการผลิตสิ่งพิมพ์

4.6 แผนกเก็บเย็บเล่ม มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ดำเนินการพับ เย็บเล่ม รวมเล่ม

2. ดำเนินการเย็บเล่มด้วยกรรมวิธีเย็บแบบต่าง ๆ

3. ทากาว ปีนสัน เย็บเล่ม

4. ตอกตลับและปั๊มจำนวนเลขในแบบฟอร์ม

5. ดำเนินการบรรจุกระดาษเป็นรอยฉีกในแบบฟอร์ม และ

กระดาษพิมพ์อื่น

6. นับจำนวนสิ่งพิมพ์และรวมห่อ

4.7 แผนกซ่อมบำรุงรักษาอุปกรณ์การพิมพ์ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ดำเนินงานซ่อมบำรุงรักษาอุปกรณ์การพิมพ์ของ กพผ.

2. ศึกษาและทดสอบอุปกรณ์การพิมพ์ ก่อนนำมาเข้าใช้งาน

3. ดำเนินงานศึกษาออกแบบตัดแปลงอุปกรณ์การพิมพ์

เพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. จัดทำแผนงานบำรุงรักษาอุปกรณ์การพิมพ์

5. จัดทำประวัติการซ่อมบำรุงอุปกรณ์การพิมพ์

## 5. หน่วยประชาสัมพันธ์โครงการ

มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการทั้งในระยะสำรวจ ระยะขออนุมัติ ครม. และระยะก่อสร้าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ให้เป็นไปตามแผน
2. ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์เพื่อการสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการ
3. อำนวยความสะดวกการบริการ สนับสนุนหน่วยงานประชาสัมพันธ์โครงการ
4. ติดตามและรวบรวมผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โครงการ
5. ปฏิบัติการติดตามความคิดเห็นและความเคลื่อนไหวของกลุ่มเป้าหมาย
6. ดำเนินการธุรการหน่วยงานประชาสัมพันธ์โครงการ  
หน่วยประชาสัมพันธ์โครงการ แบ่งออกเป็น 6 สายงานคือ
  - 5.1 สายงานประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้าพลังน้ำ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในงานดังนี้
    1. งานประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้าพลังน้ำระยะสำรวจ
    2. งานประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้าพลังน้ำระยะขออนุมัติ
    3. งานประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้าพลังน้ำระยะก่อสร้าง
    - 5.2 สายงานประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้าพลังความร้อน มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในงานดังนี้
      1. งานประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้าพลังความร้อนก่อนก่อสร้าง
      2. งานประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้าพลังความร้อนระหว่างขออนุมัติ

3. งานประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้าความร้อน  
ระหว่างก่อสร้าง

5.3 สายงานประชาสัมพันธ์โครงการระบบส่งมีอำนาจหน้าที่  
และความรับผิดชอบในงานดังนี้

1. งานประชาสัมพันธ์โครงการสายส่ง 500 กิโลโวลต์
2. งานประชาสัมพันธ์โครงการตามแผนพัฒนาระบบส่ง

5.4 สายงานประชาสัมพันธ์โครงการเหมืองลิกไนต์ มีอำนาจ  
หน้าที่และความรับผิดชอบในงานดังนี้

1. งานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาเหมืองลิกไนต์ทั้งใน  
ช่วงสำรวจและดำเนินการ
2. งานประชาสัมพันธ์ผลกระทบจากการทำเหมืองลิกไนต์  
ให้ประชาชนรับรู้เข้าใจและยอมรับ

5.5 สายงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาทางวิชาการมีอำนาจ  
หน้าที่และความรับผิดชอบในการประสานและดำเนินการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ  
วิทยาการ ที่ กพผ. ดำเนินการ

5.6 สายงานประชาสัมพันธ์โรงไฟฟ้านิวเคลียร์ มีอำนาจหน้าที่  
และความรับผิดชอบในการงานประชาสัมพันธ์โรงไฟฟ้านิวเคลียร์

## 6. หน่วยแผนงานและวิชาการประชาสัมพันธ์

มีอำนาจหน้าที่ในการรวบรวมและวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ  
และความคิดเห็นของประชาชนที่มีผลกระทบต่อ กพผ. กำหนดนโยบายและแผน  
ประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับแผนเฉพาะกิจและการดำเนินงานของ กพผ.  
ประสานงานการดำเนินงานของกองและหน่วยต่าง ๆ ให้บรรลุตามเป้าหมายตาม  
รายละเอียดดังนี้

1. ประมวลและวิเคราะห์สถานการณ์และความคิดเห็นของ  
ประชาชนที่กระทบต่อการดำเนินงานของ กพผ.
2. ดำเนินการประสานงานการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ให้  
สอดคล้องกับนโยบายและแผนงานของ กพผ.

3. ประเมินและตรวจสอบผลการปฏิบัติงานตามแผน
4. ปรับปรุงและพัฒนาแผนฯ ต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ
5. ศึกษาและพัฒนาระบบงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล
6. พัฒนาบุคลากรให้มีคุณวุฒิที่ถูกต้อง
7. ประสานงานด้านธุรการ งบประมาณ และงานบริการ
8. ทำหน้าที่เป็นฝ่ายอำนวยการของ ผบช.

หน่วยนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 2 สายงาน คือ (หน่วยงานระดับแผนกในบังคับบัญชา คือแผนกนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์ กปส.)

- 6.1 สายงานแผน มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในงานดังนี้
  1. งานวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์
  2. งานจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์
  3. งานประเมินผลประชาสัมพันธ์
  4. งานประสานแผน
- 6.2 สายงานวิชาการ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในงานดังนี้
  1. งานปรับปรุงและพัฒนาระบบงาน
  2. งานฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรของฝ่ายประชาสัมพันธ์
  3. งานวิทยากรผู้บรรยาย
  4. งานประสานงานฝึกงานของนักศึกษา
7. หน่วยผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้
  1. ดำเนินการจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่และให้ความรู้แก่ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ
  2. ดำเนินการจัดทำวารสารประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และรายงานความเคลื่อนไหวของ กพผ. แก่ผู้ปฏิบัติงานและบุคคลภายนอก
  3. ดำเนินการจัดทำเอกสารทางวิชาการ และหนังสือพิเศษ

หน่วยผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แบ่งออกเป็น 4 สายงานคือ

7.1 แผนกเอกสารและโฆษณา (กบส.) มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ผลิตข่าว สารคดีและบทความเพื่อนำมาใช้ในข่าว สัปดาห์และวารสาร กพผ.

2. ดำเนินการจัดทำข่าวสัปดาห์และวารสาร กพผ.

ออกเผยแพร่ตามเวลาที่กำหนด

3. ดำเนินการจัดทำเอกสารข่าวอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

7.2 แผนกสารนิเทศ (กสท.) มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. จัดทำจูลสารเผยแพร่กิจการของ กพผ.

2. จัดทำเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับ กพผ.

3. จัดทำเอกสารเฉพาะกิจ เช่น เอกสารที่ระลึกในพิธี

ต่าง ๆ

4. งานทะเบียนและประสานการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

7.3 งานจัดทำวารสารทางวิชาการ กพผ.

ดำเนินการจัดทำวารสารทางวิชาการ กพผ.ออกเผยแพร่ตามเวลาที่กำหนดตลอดจนงานต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในคำสั่งวารสารวิชาการ

7.4 งานเอกสารสื่อโฆษณาและสร้างสรรค์

ดำเนินการประสานและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทชักจูงแนะนำ ชีวชนวนรูปของการโฆษณา และแผ่นนิเทศ

8. หน่วยกิจการเฉพาะกิจ

มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการประสานงาน ติดตาม หน่วยงาน และควบคุม งานประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจที่จัดตั้งขึ้นโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ในงานที่เป็นกิจกรรมพิเศษที่ไม่อยู่ในความรับผิดชอบของการหรือหน่วยอื่น

2. ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการในงานเฉพาะกิจ และ  
ประสานให้มีการปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์
3. รับผิดชอบในการดำเนินงานรณรงค์ ทางสื่อสาธารณะโดย  
เฉพาะโทรทัศน์
4. เป็นตัวแทนประสานงานกิจกรรมร่วมทางสังคมของ กพพ .  
เช่นการจัดเรือบุปผาชาติ กิจกรรมกองทุนต่าง ๆ
5. ประสานกิจกรรมพิเศษให้สอดคล้องกับกิจกรรมหลักของ  
ฝ่ายประชาสัมพันธ์

หน่วยกิจการเฉพาะกิจแบ่งออกเป็น 3 สายงานคือ

- 8.1 สายงานสร้างภาพพจน์ทางสื่อมวลชน
- 8.2 สายงานรณรงค์ประหยัดไฟฟ้า
- 8.3 สายงานกิจกรรมพิเศษ



9. หน่วยประสานและติดตามงาน มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ  
ในการติดตามงานสำคัญที่ ผบช. มอบหมายเฉพาะเป็นงาน ๆ ไป โดยเฉพาะ  
งานที่เป็นการรับผิดชอบร่วมกันระหว่างกองและหน่วยต่าง ๆ ในฝ่ายประชาสัมพันธ์  
เช่นงานนี้ นิตยสารการ บัณฑิต บัณฑิต รวยพร งานประดิษฐ์ เป็นต้น

หน่วยประสานและติดตามงาน ไม่มีการแบ่งสายงาน

10. หน่วยธุรการงานประชาสัมพันธ์ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ  
ในกิจการด้านเลขานุการและบริการของฝ่ายประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียด  
ดังนี้

1. ประสานงานด้านระเบียบ และคำสั่งที่เกี่ยวข้องกับการ  
บริหารงานและการประชาสัมพันธ์
2. ดำเนินงานด้านบริหารงานบุคคลของฝ่ายประชาสัมพันธ์
3. บริหารงานงบประมาณและพัสดุของฝ่ายประชาสัมพันธ์ให้มี  
ประสิทธิภาพ
4. ดำเนินงานธุรการทั่วไปที่เกี่ยวข้อง



5. ค่าเนื้องานสารบรรณของฝ่ายประชาสัมพันธ์
6. ควบคุมดูแล และประสานงานด้านยานพาหนะเพื่อใช้งาน
7. ดูแล บำรุงรักษาและประสานงานการใช้อาคารฝ่าย

ประชาสัมพันธ์

8. ค่าเนื้องานบริการงานพิมพ์ดีดและถ่ายเอกสาร
9. ค่าเนื้องานบริการอื่น ๆ เพื่อประโยชน์แก่กิจการของฝ่าย

ประชาสัมพันธ์

หน่วยธุรการงานประชาสัมพันธ์ แบ่งสายงานออกเป็น 3 งาน คือ

10.1 งานเลขานุการ ค่าเนื้องานด้านเลขานุการของผู้  
 อำนวยการฝ่าย ผู้ช่วยผู้ำนวยการฝ่าย วิทยากรระดับ 11 และระดับ 10 ในส่วน  
 กลาง ผบช .

10.2 งานธุรการ รับผิดชอบงานธุรการของฝ่ายประชาสัมพันธ์

10.3 งานบริการ รับผิดชอบการบริหารและประสานงาน

บริการของฝ่ายประชาสัมพันธ์

แผนผังโครงสร้างการบริหารงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์

