

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาแผนการประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ตั้งแต่ปี 2547-2551 ของสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.)” ซึ่งมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาแผนการประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ตั้งแต่ปี 2547-2551 ของสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.)

2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริของ สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.)

สำหรับแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ในกรอบการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แนวคิดการวางแผนประชาสัมพันธ์และทฤษฎีองค์การสมัยดั้งเดิม ในส่วนทฤษฎีระบบราชการ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยคัดเลือกสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้บริหาร พนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวนทั้งสิ้น 14 คน ใช้คำถามปลายเปิดในการเก็บข้อมูล โดยใช้เครื่องบันทึกและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

จากผลการศึกษา “การศึกษาแผนการประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริตั้งแต่ปี 2547-2551 ของสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.)” สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 แผนประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ของ สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.)

1.1 การกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.) ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายมากที่สุด ซึ่งผู้บริหารจะทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน อันได้แก่ การมุ่งเน้นเผยแพร่ พระราชดำริด้านการพัฒนาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รวมทั้งขยายผลของความสำเร็จโครงการ ไปสู่ประชาชนทั่วประเทศ ซึ่งวิธีการที่สำนักงาน กปร. จะกำหนดนโยบายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละปีนั้นจะต้องมีการศึกษาทบทวนถึงแผนการดำเนินงาน และ ผลการดำเนินงานในแต่ละปีที่ผ่านมา แล้วจึงนำผลการดำเนินงานมาวิเคราะห์ว่าประสบผลสำเร็จอย่างไร จากนั้นก็จะนำผลมากำหนดนโยบายใช้ให้เหมาะสมกับสภาพเหตุการณ์ปัจจุบัน

1.2 การวางแผนการประชาสัมพันธ์

เมื่อได้นโยบายที่ชัดเจนแล้ว กปร. จะดำเนินการวางแผนประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับนโยบาย ที่ฝ่ายบริหารได้วางไว้ ซึ่งสิ่งแรกที่ กปร. จะให้ความสำคัญก็คือ

1.2.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน กปร. คือ ประชาชนทุกภาคส่วนของประเทศ โดยเฉพาะ เกษตรกรนับว่าเป็นกลุ่มที่ได้รับการช่วยเหลือ แก้ไข จากการดำเนินงานของ กปร. นอกจากนี้ กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา ประชาชนทั่วไป รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ก็จะได้รับความรู้ถึงประโยชน์จากโครงการ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ สถานที่ตั้ง แนวพระราชดำริ หรือ หลักการทรงงาน ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และน้อมนำมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้

1.2.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร นับว่ามีความสำคัญเช่นกัน เพราะวัตถุประสงค์ดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับนโยบายที่ผู้บริหารได้กำหนดไว้ และจะเป็นแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อไป ซึ่งวัตถุประสงค์หลักในการทำประชาสัมพันธ์ กปร. ได้แก่ การเผยแพร่ ความรู้ ความเข้าใจ แนวทางตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รวมไปถึงการนำเสนอจุดเด่นของแต่ละศูนย์พัฒนาโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริว่า แต่ละศูนย์ มีความสำคัญ และแตกต่างอย่างไร

1.2.3 การกำหนดสื่อที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์ โดยสำนักงาน กปร. จะมีการกำหนดสื่อให้ครอบคลุมเกือบทุกแขนง เพื่อใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงาน ความก้าวหน้าของโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โดยจะมีการคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก และจึงจะกำหนดเนื้อหา และสื่อต่าง ๆ ออกมา เช่น สื่อเอกสาร เผยแพร่ เช่น ไปสเตอร์ แผ่นพับ รวมไปถึงสื่อกิจกรรมต่าง ๆ อันได้แก่ สื่อนิทรรศการ และกิจกรรม สื่อมวลชนสัญจร ทั้งนี้เพื่อให้สื่อดังกล่าวสามารถถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการฯ เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ นอกจากนี้ในส่วนของสื่อส่วนกลาง ก็มีการใช้สื่อมวลชนในการเผยแพร่ ทั้งสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งก็นับได้ว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการทำประชาสัมพันธ์ แต่อย่างไรก็ตามในการกำหนดสื่อต่าง ๆ นั้น กปร. จะคำนึงถึงเนื้อหาว่า แต่ละเนื้อหาที่จะนำเสนอ นั้น จะเหมาะสมกับสื่อใด อันจะส่งผลให้การสื่อสารออกไปสัมฤทธิ์ผล มากที่สุด

1.2.4 การกำหนดงบประมาณสำหรับการทำประชาสัมพันธ์ สำนักงาน กปร. จะมีการตั้งงบประมาณไว้ในแต่ละปี โดยจะมีการทำแผนการดำเนินงานมาก่อน แล้วก็จะพิจารณาว่า งบประมาณที่กำหนดไว้นั้น เพียงพอหรือไม่ หรือสอดคล้องกับกิจกรรมประจำปีหรือไม่ ซึ่งจะนำมาเป็นบรรทัดฐานในการพิจารณาในปีต่อไป แต่บางครั้งหากมีการทำกิจกรรมพิเศษ ในแต่ละปี ก็จะมีการอนุมัติงบประมาณสำหรับทำกิจกรรมดังกล่าว โดยจะพิจารณาเป็นกิจกรรมไป ว่ามีความจำเป็นต้องใช้งบประมาณมากน้อยเพียงใด

1.2.5 การประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สำนักงาน กปร. ไม่มี การประเมินผล หรือมีการทำสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น จึงทำให้ไม่สามารถวัดได้ว่าเมื่อทำประชาสัมพันธ์ออกไปแล้วประสบผลสำเร็จ ตามแผน และตามวัตถุประสงค์หรือไม่ แต่จะใช้วิธีการรวบรวมข่าวที่นำเสนอไป อาทิ พอมมีกิจกรรม ก็จะส่งข่าวประชาสัมพันธ์ไป และรวบรวมจาก Clipping ที่สื่อนำเสนอข่าวไปผ่านสื่อต่าง ๆ ว่าได้รับการเผยแพร่หรือไม่ อีกส่วนหนึ่ง ก็จะวัดจากผลตอบรับทางวารสาร ที่จัดส่งไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ว่ามีการตอบรับมาหรือไม่ และก็จะพิจารณาจากส่วนนั้น

1.3 การถ่ายทอดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน กปร.

ในการปฏิบัติงานตามแผนงานประชาสัมพันธ์นั้น ก็มีกระบวนการที่ไม่ยุ่งยาก ทั้งนี้ เมื่อมีการกำหนดนโยบายจากฝ่ายบริหารเรียบร้อยแล้ว ก็จะมีการถ่ายทอดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริของสำนักงาน กปร. แบบเป็นระบบตามลำดับขั้น คือในส่วนของผู้บริหารระดับสูง จะมีการประชุมและกำหนดนโยบายรวมทั้งสั่งการให้กระเจายนโยบายลงมา รวมทั้งกำหนดคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ในการดำเนินงาน

ด้านประชาสัมพันธ์ให้สัมฤทธิ์ผลตามที่ได้ตั้งได้ หลังจากนั้น หัวหน้าในแต่ละฝ่าย ก็จะมีการประชุมอีกครั้งในฝ่ายของตัวเอง และก็ถ่ายทอดนโยบายซึ่งนโยบายที่สำคัญคือ การประชาสัมพันธ์ ต้องมีการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ เพื่อกระจายแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ สำหรับกลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้วยกันก็จะมีการถ่ายทอดข้อมูล ในลักษณะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแบบไม่เป็นทางการโดยการ สนทนา พูดคุย และป้าย ประชาสัมพันธ์ ทำให้ได้รับทราบข้อมูลของโครงการประชาสัมพันธ์โดยทั่วกัน

1.4 กระบวนการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ตามนโยบาย และ แผน ประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้

เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้รับนโยบายเรียบร้อยแล้ว ก็จะดำเนินงานตามกระบวนการ ประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นไปตามนโยบายที่ผู้บริหารกำหนดมา ซึ่ง ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะผู้บริหารจะ ทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนและสั่งการมาเป็นลำดับขั้น ดังนั้น ทางฝ่ายจึงต้องนำมาทำแผนปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับนโยบายที่กำหนด ในด้านการวางแผน ประชาสัมพันธ์ กปร. เริ่มเป็นระบบ ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมาทั้งนี้ ผู้บริหารได้มีนโยบายที่ชัดเจน และสั่งการลงมา เพื่อให้การบริหารงานประชาสัมพันธ์อยู่ในขอบเขตที่กำหนด และบรรลุวัตถุประสงค์ ที่ตั้งไว้ซึ่งก็ต้องการทบทวนแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปีเก่า ๆ ว่าประสบผลมากน้อย แคว้น ผนวกกับแนวคิดด้านวิชาการ และนำมาปรับให้รับกับนโยบายของสำนักงานเพื่อเสนอ โครงการ กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ในแต่ละปี เพื่อวางกรอบแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และงบประมาณในการดำเนินงาน เสนอผู้บริหารสายงานในการ พิจารณานอนุมัติโครงการ กิจกรรม ต่อไป

ในการปฏิบัติงานตามแผนประชาสัมพันธ์ จะมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์ให้เกิดความชัดเจน และสอดคล้องกับกิจกรรมแต่ละกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในแต่ละปี โดยจะมีการแบ่งแยกว่า กิจกรรมไหน มีวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่เพียงอย่างเดียว กิจกรรมไหน มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแบบอย่างและนำไปใช้อย่างต่อเนื่อง หรือ บางกิจกรรมทำขึ้นโดยมี วัตถุประสงค์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร นอกจากนี้ยังมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของ การประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน ดังนั้นเนื้อหาที่จะทำประชาสัมพันธ์ และสื่อสารออกไป ก็ต้องมีความแตกต่างกัน อีกทั้ง กปร.ยังให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม จึงต้องมีการให้เนื้อหา และการเผยแพร่ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายจะเป็นตัวแปรที่ทำให้บรรลุ วัตถุประสงค์ให้มากที่สุด ในส่วนของการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ของสำนักงาน กปร. นั้น จะ พิจารณาจากสื่อที่มีความเหมาะสม กับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละสถานที่ โดยพิจารณาทั้งเนื้อหา

วิธีการ กระบวนการนำเสนอสื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เช่นสื่อบุคคล ที่เหมาะสมกับคนที่อยู่ในห้องที่ห่างไกล เกษตรกร

นอกจากนั้น ในการจัดทำงบประมาณ ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะเป็นผู้เสนองบประมาณในการดำเนินงานในแต่ละปี ซึ่งจะสัมพันธ์กับกิจกรรม โครงการต่าง ๆ ในแผนการประชาสัมพันธ์ โดยผู้บริหารจะเป็นผู้พิจารณาถึงความเหมาะสมในการกำหนดงบประมาณเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายในแต่ละปี ดังนั้น จึงทำให้งบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริของสำนักงาน กปร.ในแต่ละปีมีความเหมาะสม และงบประมาณในแต่ละปีก็จะไม่เท่ากัน เพราะขึ้นอยู่กับโครงการที่ได้รับอนุมัติ

แต่มีอยู่ส่วนหนึ่งที่ผู้ปฏิบัติงานเห็นว่า เป็นจุดอ่อนของการทำประชาสัมพันธ์ สำนักงาน กปร. ก็คือ ไม่มีการประเมินผลการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์แบบเป็นรูปธรรม โดยสำนักงาน กปร.จะวัดจากสื่อที่นำเสนอออกไป อาทิ วิทยู โทรทัศน์ วารสารฯ แล้วมีคนโทรศัพท์มาที่สำนักงาน กปร.หรือไม่ ถ้ามีก็จะมีการบันทึกไว้ หรือ เช่น การโทรศัพท์เข้ามาสอบถาม การแจ้งความประสงค์จะขอรับเอกสาร หรือ หนังสือ ซึ่งเป็นเอกสารที่แจกฟรี หากมีการติดต่อขอเข้ามา มาก ก็จะประเมินไปว่า ประชาสัมพันธ์ออกมาแล้ว ค่อนข้างดีหรือไม่ อีกช่องทางก็คืองานวารสารที่มีการประเมินว่าผู้อ่านมีความพึงพอใจหรือไม่ และให้ตอบแบบสอบถามกลับมา แล้วก็จะนำผลมาประเมิน ดังนั้น ฝ่ายปฏิบัติการเห็นว่า หากจะวัดสัมฤทธิ์ผลในการดำเนินงานนั้น หากวัดจากการดำเนินงานตามแผน นับว่าประสบผลสำเร็จ แต่ถ้าหากวัดจากผลตอบรับของประชาชนแล้ว คงต้องมีการประเมินผลอย่างเป็นทางการก่อน จึงสามารถวัดสัมฤทธิ์ผลของการประชาสัมพันธ์ได้อย่างชัดเจน

ส่วนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.)

2.1 ปัญหาและอุปสรรค

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริของสำนักงาน กปร. ผู้บริหารส่วนใหญ่ มีความเห็นที่ตรงกันว่า กปร. ยังขาดการวางแผนงานในการดำเนินงานที่ดี โดยมีการวางแผนที่ไม่ค่อยตรงกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เท่าที่ควร นอกจากนี้ ในกระบวนการจัดเก็บข้อมูลยังไม่เป็นระบบทั้งข้อมูลโครงการและสื่อที่มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ อันได้แก่ ภาพถ่ายต่าง ๆ ของโครงการ ดังนั้นจึงทำให้การนำเสนอข้อมูลของโครงการขาดประสิทธิภาพ อีกทั้งบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ยัง

ขาดศักยภาพที่เพียงพอ เนื่องจากไม่ได้จับด้านการประชาสัมพันธ์มาโดยตรง หรือไม่มีเวลาว่างพอที่จะดำเนินกิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์ได้อย่างจริงจัง ดังนั้นจึงทำให้มีผลต่อการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ที่ออกสู่สาธารณชน ล่าช้า ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ อีกทั้งไม่เป็นตามแผนงานที่ตั้งไว้

2.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาในการวางแผนประชาสัมพันธ์

สำหรับแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการวางแผนประชาสัมพันธ์ ของสำนักงาน กปร. นั้น ผู้บริหารคิดว่าควรมีการปรับปรุงแผนการดำเนินงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ควรมีการจัดเก็บข้อมูลและรูปภาพอย่างเป็นระบบง่ายแก่การนำใช้งาน และส่งเสริมการอบรมความรู้ด้านงานประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมแก่บุคลากรเพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ต้องมีการวางแผน วิเคราะห์ และมีการตั้งรับกับปัญหา อุปสรรค การวิเคราะห์สถานการณ์ รวมไปถึงการสร้างควมพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย อีกด้วย นอกจากนี้ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้มีความชัดเจน และขยายกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เพื่อนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ ควรมีการวิเคราะห์หาสื่อที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และ การเพิ่มจำนวนความถี่ในการประชาสัมพันธ์โดยผ่านทางสื่อมวลชน มีการทำประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง การให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโครงการในพระราชดำริ มากยิ่งขึ้น รวมไปถึงระบบการปรับปรุงระบบการทำงาน การพัฒนาบุคลากร

ในส่วนตัวความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ของ กปร. นั้น พบว่า ปัญหาและอุปสรรคคือ ในเรื่องการได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความคืบหน้าในการดำเนินงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ที่บางครั้งข้อมูลที่ได้รับไม่เป็นปัจจุบัน จากฝ่ายงานที่รับผิดชอบโครงการในแต่ละพื้นที่ หรือได้รับข้อมูลล่าช้าจากการจัดเก็บ ซึ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะไม่สามารถ ดำเนินการผลิตหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ออกไปสู่ภายนอกได้เลยหากขาดซึ่งข้อมูลหรือการสนับสนุนจากฝ่ายงานสนับสนุนในการผลิตผลงานออกมา

สำหรับปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของหน่วยงานราชการของสำนักงาน กปร. นั้น มีบางคนคิดว่าล่าช้า แต่ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่ ให้ความเห็นว่าการดำเนินงานในรูปแบบราชการไม่ได้มีผลกระทบต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทุกอย่างดำเนินงานตามขั้นตอน ตามนโยบาย แผนงาน และงบประมาณที่ตั้งไว้ ผลการดำเนินงานก็สามารถประสบผลสำเร็จได้ แต่ในการดำเนินงานในระบบราชการต้องยึดถือความถูกต้อง ถูกวิธี และประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งประชาสัมพันธ์เอง หรือการจัดซื้อ จัดจ้างบริษัท ตัวแทนที่ปรึกษา ด้านประชาสัมพันธ์

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “การศึกษาแผนการประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริตั้งแต่ปี 2547-2551 ของสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.)” สามารถอภิปรายได้ 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แผนประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ของ สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.)

1.1 การกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการสื่อสารขององค์กร หน่วยงาน กับประชาชน หรือสังคม เพื่อก่อให้เกิดการผสมผสานแนวทางการรับรู้ นึกคิดขององค์กรกับประชาชน ซึ่งในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.) ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายมากที่สุด ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า นโยบายถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการประชาสัมพันธ์ก็ว่าได้ ซึ่งผู้บริหารจะทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุพิณ ปัญญาภักดิ์ (2526, น. 27-28) ที่ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ที่ดีมีอยู่ 5 ประการคือ การกำหนดนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ ต้องชัดเจน ชัดเจน และยืดหยุ่น สามารถปฏิบัติได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของคัทลิป (Cutlip, อ้างถึงใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540) ที่กล่าวว่า การกำหนดนโยบายและการวางแผนประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เพราะจะทำให้การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างถูกต้องทิศทาง และเหมาะสม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุตรฮายาตี โกศลศักดิ์ (2540) ที่ศึกษาเรื่อง “แผนประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ: ศึกษากรณีแผนประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” พบว่า นโยบายการวางแผนประชาสัมพันธ์ต้องมีความชัดเจนและยืดหยุ่น สามารถปฏิบัติได้ ซึ่งนโยบายหลักของการประชาสัมพันธ์สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.) ได้แก่ การมุ่งเน้นเผยแพร่ พระราชดำริด้านการพัฒนาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รวมทั้งขยายผลของความสำเร็จโครงการ ไปสู่ประชาชนทั่วประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เบอร์เนย์ (Bernays, 1955, p. 7) ที่บอกว่าในวงการประชาสัมพันธ์ของสหรัฐอเมริกา มองว่าการประชาสัมพันธ์ คือ การเผยแพร่ข่าวสารความรู้ให้

ประชาชนได้รับทราบ และชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมสนับสนุน และเห็นชอบกับความมุ่งหมาย การดำเนินงานของสถาบัน รวมทั้งช่วยกำหนดแนวความคิดของประชาชนและสถาบันให้มีส่วน ประสานสอดคล้องต้องกัน

ในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ ซึ่งวิธีการที่สำนักงาน กปร. จะกำหนด นโยบายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละปีนั้นจะต้องมีการศึกษาทบทวนถึงแผนการ ดำเนินงาน และ ผลการดำเนินงานในแต่ละปีที่ผ่านมา แล้วจึงนำผลการดำเนินงานมาวิเคราะห์ว่า ประสพผลสำเร็จอย่างไร จากนั้นก็จะนำผลมากำหนดนโยบายใช้ให้เหมาะสมกับสภาพเหตุการณ์ ปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ คัทลิป (Cutlip, อ้างถึงใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540, น. 8) ที่ กล่าวไว้ว่า การศึกษาข้อมูล (fact-finding and research) เป็นขั้นตอนแรกสำหรับการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ ซึ่งรวมไปถึงการวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ในการวางแผนงาน ประชาสัมพันธ์ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ แฟรงค์ เจฟกินส์ (Frank Jefkins, 1980, pp. 107-116, อ้างถึงใน โสภิตา แจ่มชัด, 2547, น. 22) ที่กล่าวว่า ขั้นตอนแรกในการวางแผนประชาสัมพันธ์ คือ การสำรวจสถานการณ์ ซึ่งเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการหาข้อเท็จจริงในเรื่องต่าง ๆ เช่น ปัญหา การดำเนินงานขององค์กร สภาพปัญหาที่องค์กรเผชิญอยู่ ข้อคิดเห็นของกลุ่มประชาชนในองค์กร และนอกองค์กร ที่อาจส่งผลกระทบต่อที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร ผู้วางแผนงาน ประชาสัมพันธ์จะต้องนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ประเมินสภาพปัญหาและสถานการณ์ของ องค์กร เพื่อประโยชน์ในการกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ และหาแนวทางใน การแก้ไขปัญหา โดยคำนึงถึงอุปสรรค ผลได้เสียและผลตามมาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการวิเคราะห์และสำรวจสถานการณ์ขององค์กรจึงเป็นขั้นเตรียมการลงมือวางแผนที่จำเป็น ยิ่ง

1.2 การวางแผนการประชาสัมพันธ์

เมื่อได้นโยบายที่ชัดเจนแล้ว กปร. จะดำเนินการวางแผนประชาสัมพันธ์ให้ สอดคล้องกับนโยบาย ที่ฝ่ายบริหารได้วางไว้ ซึ่งสิ่งแรกที่ กปร. จะให้ความสำคัญก็คือ

1.2.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ เป็นองค์ประกอบหลัก ที่สำคัญ ซึ่ง สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.) ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน กปร. คือ ประชาชนทุกภาคส่วนของประเทศ และก็จะมีการให้ความสำคัญลดหลั่นกันมา ซึ่ง สอดคล้องกับ แนวคิดของ แฟรงค์ เจฟกินส์ (Frank Jefkins) ที่กล่าวว่า การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย มีความสำคัญ เพื่อให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ได้มีโอกาสศึกษาลักษณะต่าง ๆ ของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งลักษณะ ทางประชากรศาสตร์ (Demographics) และลักษณะทางจิตวิทยา เพื่อนำไปวางแผนกิจกรรมและ

วางแผนการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนงานประชาสัมพันธ์ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ คัทลิป (Cutlip, อ้างถึงใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540, น. 130) ที่กล่าวว่า ขั้นตอนการวางแผน และตัดสินใจ เป็นขั้นตอนที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่าจะทำอะไรบ้าง คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ของงานประชาสัมพันธ์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กิจกรรม และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ กำหนดเวลาดำเนินการ และวิธีการประเมินผล

1.2.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ผู้บริหารจะกำหนดวัตถุประสงค์ให้สอดคล้องกับนโยบายที่กำหนดไว้ และจะเป็นแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ต่อไป ซึ่งวัตถุประสงค์หลักในการทำประชาสัมพันธ์ กปร. ได้แก่ การเผยแพร่ ความรู้ ความเข้าใจ แนวทางตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ บุษบา สุธีธร (2530, น. 130) ที่กล่าวว่า แผนงานประชาสัมพันธ์จะเริ่มต้นจากวัตถุประสงค์ นโยบาย เป้าหมายสำคัญขององค์การ ซึ่งมาจากคณะผู้บริหารระดับสูงขององค์การ ดังนั้นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์จึงไม่อาจดำเนินการได้หากปราศจากการสนับสนุนของฝ่ายบริหารองค์การ และ สอดคล้องกับแนวคิดของ แฟรงค์ เจฟกินส์ (Frank Jefkins, 1980, pp. 107-116., อ้างถึงใน โสภิตา แจ่มชัด, 2547, น. 22) ที่กล่าวว่า การกำหนดวัตถุประสงค์ เป็นการตั้งความคาดหวังในสิ่งที่คาดหวังจะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การกำหนดวัตถุประสงค์จึงเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้การคาดการณ์ล่วงหน้า และการตัดสินใจเพื่อเล็งผลในอนาคตที่ต้องการให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรนั้น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ คัทลิป (Cutlip, อ้างถึงใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540, น. 8) ที่กล่าวว่า ขั้นตอนการวางแผน และตัดสินใจ เป็นขั้นตอนที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่าจะทำอะไรบ้าง คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ของงานประชาสัมพันธ์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กิจกรรม และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ กำหนดเวลาดำเนินการ และวิธีการประเมินผล

1.2.3 การกำหนดสื่อที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งในกระบวนการประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.) นั้น จะมีการกำหนดสื่อครบทุกสื่อ ทั้งสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ และสื่อบุคคล ซึ่งแต่ละสื่อก็จะมีกำหนดเนื้อหา ให้มีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของสื่อแต่ละสื่อ ทั้งนี้เพื่อให้สื่อดังกล่าวสามารถถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการฯ เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ และตรงกับความสามารถของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ในส่วนของสื่อส่วนกลาง ก็ใช้สื่อมวลชนในการเผยแพร่ ซึ่งก็นับได้ว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการทำประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ลักษณะ สตะเวทิน (2542, น. 173) ที่กล่าวว่า สื่อจึงเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญยิ่ง ซึ่งการเลือกใช้สื่อ

เป็นขั้นตอนหนึ่งในการกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องเรียนรู้ถึงคุณสมบัติและลักษณะของสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อจะได้เลือกใช้ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมและทำให้การดำเนินงานนั้นเกิดประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงประชาชนที่เกี่ยวข้องของกลุ่มต่าง ๆ ได้ตามเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นมวลชนที่อยู่กระจัดกระจาย หรือชุมชนในท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ แฟรงค์ เจฟกินส์ (Frank Jefkins, 1980, pp. 107-116, อ้างถึงใน ไสภิตา แจ่มชัด, 2547, น. 22) ที่กล่าวว่า การกำหนดกิจกรรมและสื่อที่จะใช้นับว่าเป็นสิ่งสำคัญ เมื่อผู้วางแผนงานสามารถกำหนดวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว ผู้วางแผนจะต้องกำหนดประเภทและชนิดของกิจกรรมและสื่อที่จะใช้โดยการพิจารณา กำหนดกิจกรรมและสื่อที่จะใช้ จัดทำแผนงานและโครงการอย่างสมบูรณ์เพื่อให้ผู้ปฏิบัติการนำเอาแผนนั้นไปดำเนินการในแผนงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไสภิตา แจ่มชัด (2547) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาวิเคราะห์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการประชาสัมพันธ์ การสร้างรายได้และแก้ไขปัญหาความยากจน” กองทุนหมู่บ้าน 1 ล้านบาท” ของกรมประชาสัมพันธ์” ที่กล่าวว่า โครงการประชาสัมพันธ์การสร้างรายได้และแก้ไขปัญหาความยากจน” กองทุนหมู่บ้าน 1 ล้านบาท” ของกรมประชาสัมพันธ์ช่วงปี 2544 นั้นให้ความสำคัญกับการใช้สื่อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้สื่อของทางราชการให้ครบถ้วน โดยให้ครอบคลุมทุกสื่อ ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ สื่อบุคคล สิ่งพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุสา ปฐมบุญญา (2550) ที่ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของกองกิจการพลเรือน หน่วยบัญชาการทหารพัฒนา กองบัญชาการทหารสูงสุด” ที่พบว่า ในส่วนของการผลิตสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของกองกิจการพลเรือน หน่วยบัญชาการทหารพัฒนา กองบัญชาการทหารสูงสุดนั้น ใช้สื่อประเภทต่าง ๆ แบบผสมผสานกัน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ สื่อกิจกรรมพิเศษ สื่อนิทรรศการ

1.2.4 การกำหนดงบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์ ซึ่งในการกำหนดงบประมาณในการดำเนินกิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์นั้น สำนักงาน กปร. จะมีการตั้งงบประมาณไว้ในแต่ละปี โดยจะมีการทำแผนการดำเนินงานมาก่อน และก็จะเสนอขอมมาเป็นลำดับขั้น หลังจากนั้นผู้บริหารจะพิจารณาว่า สิ่งไหนจำเป็นหรือไม่ และก็นำมาตั้งดำเนินการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แฟรงค์ เจฟกินส์ (Frank Jefkins, 1980, pp. 107-116, อ้างถึงใน ไสภิตา แจ่มชัด, 2547, น. 22) ที่กล่าวว่า การกำหนดงบประมาณ กิจกรรมการกำหนดงบประมาณ จะช่วยให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์สามารถประมาณการได้ว่า การดำเนินตามกิจกรรมที่กำหนดไว้ในแผนงานนั้น ต้องใช้งบประมาณดำเนินการเพียงไร เพื่อให้กิจกรรมประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินไปในกรอบของงบประมาณ ที่ตั้งไว้ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุตรายาตี โกลคัคคี (2540) ได้ศึกษาเรื่อง แผนประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ: ศึกษากรณี

แผนประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งผลการศึกษพบว่า ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ต้องมีการจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอ และสอดคล้องกับกิจกรรมที่ดำเนินงาน

1.2.5 การประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สำหรับกระบวนการประเมินผลนั้น สำนักงาน กปร. ไม่มีการประเมินผลประชาสัมพันธ์แบบเป็นรูปธรรม หรือกระบวนการประเมินผล แต่จะใช้วิธีการรวบรวมข่าวที่นำเสนอไป ดังนั้นจึงทำให้ไม่สามารถวัดผลของงานประชาสัมพันธ์ได้ชัดเจน จึงนับได้ว่า ในการทำประชาสัมพันธ์ของ สำนักงาน กปร. ยังขาดกระบวนการที่สำคัญของการวางแผนประชาสัมพันธ์ไปนั้นคือ การประเมินผลโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับหลักของการวางแผนประชาสัมพันธ์ที่แฟรงค์ เจฟกินส์ (Frank Jefkins, 1980, pp. 107-116, อ้างถึงใน โสภิตา แจ่มชัด, 2547, น. 22) ที่กล่าวว่า การประเมินแผนงานประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ได้มีโอกาสสำรวจแผนงานของตนเพื่อปรับปรุงให้แผนงานสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การประเมินแผนงานประชาสัมพันธ์ประกอบไปด้วย การประเมินสิ่งแวดล้อมที่อาจมีผลกระทบต่อการปฏิบัติตามแผนประเมินศักยภาพของหน่วยงาน ประเมินความถูกต้องของข้อมูลที่ใช้ประกอบการวางแผน ตลอดจนประเมินกลยุทธ์ที่กำหนดไว้เพื่อผลตามวัตถุประสงค์ของแผน นอกจากนี้ยังต้องประเมินกระบวนการทั้งกระบวนการของการวางแผนว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันเพื่อดำเนินไปตามเป้าหมายขององค์กรหรือไม่ และท้ายสุดคือต้องประเมินผลผลิต คือ ตัวแผนงานประชาสัมพันธ์ว่ามีการกำหนดรายละเอียดในส่วนต่าง ๆ ได้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้มากน้อยเพียงไร เพื่อปรับแผนงานก่อนนำแผนงานไปสู่การปฏิบัติต่อไป และ คัทลิป (Cutlip, อ้างถึงใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540, น. 8) ที่กล่าวว่า การประเมินผล (Evaluation) คือ วิเคราะห์ตรวจสอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ได้ปฏิบัติไปแล้ว ตามแผนประชาสัมพันธ์ การตรวจสอบ ติดตาม ประเมินประสิทธิผลของโครงการทั้งแบบที่ไม่เป็นทางการหรือแบบทางการ ซึ่งอาจดำเนินการโดยบุคลากรภายในหรือภายนอกหน่วยงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ศักดา ศรีนิเวศน์ (2543) ที่กล่าวว่า การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์จะเน้นที่ผลลัพธ์ (Outcomes) ของงานซึ่งสามารถวัดได้จากการประเมินผลจากผลตอบรับของผู้รับผลประโยชน์ของงาน

1.3 การถ่ายทอดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน กปร.

ในการถ่ายทอดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริของสำนักงาน กปร. นั้น จะมีการถ่ายทอดแบบเป็นระบบตามลำดับชั้น คือในส่วนของผู้บริหารระดับสูง จะมีการประชุมและกำหนดนโยบายรวมทั้งสั่งการให้กระจายนโยบายลงมา รวมทั้งกำหนดคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ให้สัมฤทธิ์ผลตามที่ได้ตั้งได้ หลังจากนั้น หัวหน้าในแต่ละฝ่าย ก็จะมีการประชุมอีก

ครั้งในฝ่ายของตัวเอง และก็ถ่ายทอดนโยบาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แมกซ์ เวเบอร์ (Max Weber, 1974, p. 399, อ้างถึงใน สร้อยตระกูล (ตีทยานนท์) อรรถมานะ, 2542, น. 424) กล่าวว่า ทฤษฎีระบบราชการ (Bureaucratic Model) ซึ่งเป็นที่ยอมรับของการบริหารจัดการองค์การทั่วไป ไม่ว่าในรูปแบบของแผนผังองค์การ สายการบังคับบัญชา และขนาดของการควบคุม หลักการสำคัญของการจัดองค์การของระบบราชการมีลักษณะ ลำดับชั้นการบังคับบัญชา (Hierarchy) บุคคลที่อยู่ในระดับชั้นการบังคับบัญชาที่สูงกว่าก็จะมีอำนาจหน้าที่มากกว่าบุคคลที่อยู่ในระดับการบังคับบัญชาล่าง ๆ ลงมา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เฟรดริก เทเลอร์ (Frederick Taylor, 1967, อ้างถึงใน สิริอร วิชชาวุธ, 2544, น. 260) ที่กล่าวว่า การทำงานโดยให้มีหัวหน้างาน (Functional Foreman) การทำงานต้องมีการแบ่งหน้าที่กันระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน ผู้บริหารจะเป็นผู้ศึกษางาน วางแผน เตรียมดำเนินการ ตรวจสอบคุณภาพ ส่วนพนักงานจะทำตามแผนงานที่ผู้บริหารกำหนดไว้ สำหรับกลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้วยกันก็จะมีการถ่ายทอดข้อมูลในลักษณะ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแบบไม่เป็นทางการโดยการ สนทนา พูดคุย และป้ายประชาสัมพันธ์ ทำให้ได้รับทราบข้อมูลของโครงการประชาสัมพันธ์โดยทั่วกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของลักษณะ สตะเวทิน (2542, น. 173) ที่กล่าวว่า สื่อบุคคลและสื่อคำพูดนับเป็นเครื่องมือการสื่อสารและกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่ใช้สะดวกรวดเร็ว และประหยัด สื่อบุคคลสื่อคำพูดเป็นสื่อที่ต้องใช้ควบคู่กันอยู่เสมอ ซึ่งในขณะที่ต้องใช้คำพูดเป็นเครื่องมือในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยบุคคลเป็นผู้ส่งสาร ตามหลักการติดต่อสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารหรือแหล่งข่าวสารมีความสำคัญต่อการสร้างผลสำเร็จในการสื่อสาร ดังนั้นสื่อบุคคลและสื่อคำพูดจึงเกี่ยวข้องกัน

1.4 กระบวนการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ตามนโยบาย และ แผนประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จะดำเนินงานตามนโยบายที่ผู้บริหารกำหนดมา ซึ่ง กปร. เริ่มมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่ปี 2547 โดยผู้บริหารจะมีนโยบายที่ชัดเจนและสั่งการลงมา เพื่อให้การบริหารงานประชาสัมพันธ์อยู่ในขอบเขตที่กำหนด มีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ให้เกิดความชัดเจน และสอดคล้องกับกิจกรรมแต่ละกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในแต่ละปี มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน มีการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีความเหมาะสม กับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละสถานที่ โดยพิจารณาทั้งเนื้อหาวิธีการ กระบวนการนำเสนอสื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เช่น สื่อบุคคล ที่เหมาะสมกับคนที่อยู่ในท้องที่ห่างไกล เกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แฟรงค์ เจฟกินส์ (Frank Jafkins) ได้อธิบายถึงขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ว่าประกอบด้วยการทำงานแบบ 6 ขั้นตอน คือ

การสำรวจสถานการณ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดกิจกรรม และสื่อที่จะใช้ การกำหนดงบประมาณ และ การประเมินแผนงานประชาสัมพันธ์

ในส่วนของการจัดทำงบประมาณในการทำประชาสัมพันธ์นั้น สำนักงาน กปร. จะมีระบบการนำเสนอของงบประมาณแบบล่างขึ้นบน คือ ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะเป็นผู้เสนอของบประมาณ ในการดำเนินงานในแต่ละปี ซึ่งจะสัมพันธ์กับกิจกรรม โครงการต่าง ๆ ในแผนการประชาสัมพันธ์ โดยผู้บริหารจะเป็นผู้พิจารณาถึงความเหมาะสมในการกำหนดงบประมาณเพื่อให้เป็นไปตาม นโยบายในแต่ละปี ดังนั้น จึงทำให้งบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริของสำนักงาน กปร. ในแต่ละปีมีความเหมาะสม และงบประมาณในแต่ละปี ก็จะไม่เท่ากัน เพราะขึ้นอยู่กับโครงการที่ได้รับอนุมัติ ในส่วน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2542, น. 27-28) ที่กล่าวว่า วิธีการกำหนดงบประมาณ ในปัจจุบันนี้มี 2 วิธี คือ การกำหนด งบประมาณจากระดับล่างขึ้นสู่เบื้องบน (Bottom-up budgeting) คือ การเสนอของบประมาณจากระดับผู้ปฏิบัติงาน โดยผู้ปฏิบัติงานจะเป็นผู้กำหนดงบประมาณ โดยดูวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นหลัก กำหนดกลุ่มเป้าหมายโครงการและสื่อเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ และ ในทางปฏิบัติ ผู้ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์หรือผู้บริหารระดับกลางจะเสนอของบประมาณสำหรับ โครงการต่าง ๆ ใ้จำนวนหนึ่งเพื่อให้ผู้จัดการเป็นคนคัดเลือกโครงการที่เหมาะสมที่สุด และอีกวิธี หนึ่งก็คือ การกำหนดงบประมาณจากระดับบนลงล่าง (Top-down budgeting)

ส่วนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการ พิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.)

ในส่วนของปัญหาและอุปสรรคในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจาก พระราชดำริของสำนักงาน กปร. ผู้บริหารส่วนใหญ่ มีความเห็นที่ตรงกันว่าสำนักงาน กปร. ยังขาด การวางแผนงานในการดำเนินงานที่ดี โดยมีการวางแผนที่ไม่ค่อยตรงกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เท่าที่ควร ดังนั้น จึงทำให้การดำเนินงานอาจจะไม่เป็นไปตามแผนที่ตั้งไว้บ้างเล็กน้อย ซึ่งนับว่าเป็นปัญหาที่ สำคัญในการวางแผนประชาสัมพันธ์ของ สำนักงาน กปร. ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธนวิ บุญลือ (2532, น. 119) ที่กล่าวว่า แผนงานประชาสัมพันธ์ที่ดีควรจะยึดต่อวัตถุประสงค์ หมายความว่า เมื่อมีการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนแล้ว ผู้วางแผนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่วางไว้ทุก ประการ มิใช่ว่าต้องการบรรลุวัตถุประสงค์หนึ่ง แต่ภายหลังเสร็จการดำเนินงานตามแผนกลับ ได้ผลอย่างอื่น รวมทั้งได้ผลข้างเคียงที่ไม่พึงประสงค์ (undesired side effect) ทั้งนี้เพราะมิได้มี

การคาดการณ์อย่างละเอียดถี่ถ้วนถึงผลต่าง ๆ อันพึงจะเกิดขึ้น จึงมิได้คัดเลือกเอาแผนที่ที่ดีที่สุด มีผลเสียหรือผลเชิงลบน้อยที่สุด

นอกจากนั้นในด้านของบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ยังขาดศักยภาพที่เพียงพอ เนื่องจากไม่ได้จับด้านการประชาสัมพันธ์มาโดยตรง ดังนั้นจึงทำให้มีผลต่อการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ที่ออกสู่สาธารณชน ล่าช้า ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ อีกทั้งไม่เป็นตามแผนงานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุพิน ปัญญามาก (2526, น. 27-28) ที่กล่าวไว้ว่า นักประชาสัมพันธ์ที่ดี ต้องมีคุณภาพ คือ มีความรอบรู้ในวิธีการประชาสัมพันธ์อย่างดี รวมทั้งความรู้ด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นด้วย นอกจากนี้ก็ต้องมีคุณสมบัติพิเศษคือ ต้องการความอดทน มีมนุษยสัมพันธ์ดี สนใจต่อข่าวสาร สถานการณ์หรือความเคลื่อนไหวของบ้านเมืองและที่สำคัญคือ มีใจรักงานด้านนี้อย่างแท้จริง

ในส่วนของปัญหา และอุปสรรคในระดับผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ของ กปร. พบว่า ปัญหาคือ เรื่องของ การได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความคืบหน้าในการดำเนินงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ที่บางครั้งข้อมูลที่ได้รับไม่เป็นปัจจุบัน จากฝ่ายงานที่รับผิดชอบโครงการในแต่ละพื้นที่ หรือได้รับข้อมูลล่าช้าจากการจัดเก็บ ซึ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะไม่สามารถ ดำเนินการผลิตหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ออกไปสู่ภายนอกได้เลยหากขาดซึ่งข้อมูล หรือการสนับสนุนจากฝ่ายงานสนับสนุนในการผลิตผลงานออกมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เฮนรี ฟาโยล (Henri Fayol, 1964, pp. 43-107, อ้างถึงใน สมคิด บางโม, 2540, น. 29) ที่กล่าวว่า สำหรับการบริหารจัดการตามสายการบังคับบัญชานั้น กล่าวไว้ว่า แม้การสื่อสารผ่านสายการบังคับบัญชาจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน แต่อาจก่อให้เกิดข้อจำกัดทางการสื่อสารในระดับเดียวกันขึ้น เช่น การส่งผ่านข้อมูลของพนักงานในระดับเดียวกัน แต่อยู่คนละฝ่ายงานต้องถูกจำกัดลงหรือเกิดขึ้นได้แต่มีความล่าช้ามาก นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการบิดเบือนของข้อมูลข่าวสารอีกด้วย

สำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของหน่วยงานราชการของสำนักงาน กปร. ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่ ให้ความเห็นว่า การดำเนินงานในรูปแบบราชการไม่ได้มีผลกระทบต่อ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทุกอย่างดำเนินงานตามขั้นตอน ตามนโยบาย แผนงาน และงบประมาณที่ตั้งไว้ ผลการดำเนินงานก็สามารถประสบผลสำเร็จได้ แต่ในการดำเนินงานในระบบราชการต้องยึดถือความถูกต้อง ถูกวิธี และประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งประชาสัมพันธ์เอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แมกซ์ เวเบอร์ (Max Weber, 1974, p. 399, อ้างถึงใน สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ, 2542, น. 424) ที่กล่าวถึงทฤษฎีระบบราชการ ซึ่งเป็นที่ยอมรับของการบริหารจัดการองค์การทั่วไป ไม่ว่าในรูปแบบของแผนผังองค์การ สายการบังคับบัญชา และขนาดของการควบคุม หลักการสำคัญขององค์การของระบบราชการมีลักษณะ ลำดับชั้นการ

บังคับบัญชา (Hierarchy) มีการแบ่งแรงงาน (Division of Labor) มีการยึดกฎระเบียบข้อบังคับ (Rules and Regulations) มีการแบ่งแยกทั้งเรื่องส่วนตัวและทรัพย์สินของบุคคลออกจากองค์การ (Separation of Property and Affairs) ดังนั้น จึงทำให้กระบวนการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน กปร. ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพตามระบบการสื่อสารองค์กร และแผนประชาสัมพันธ์ อันจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพของการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อองค์กร

1. ควรให้ สำนักงาน กปร. คงการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำรินี้ในแต่ละปีไว้
2. ควรกำหนดวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน ในกรณีที่มีเหตุการณ์หรือกิจกรรมเนื่องในโอกาสวาระพิเศษในแต่ละปีและให้ระบุไปในแผนประชาสัมพันธ์ของปีนั้น ๆ
3. ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนเพื่อจะได้เลือกสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
4. เนื้อหาที่ใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ควรมีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและเหตุการณ์ในแต่ละปี
5. ควรมีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ โดยนักวิชาการเพื่อให้เห็นถึงภาพรวมในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมาเป็นอย่างไร สมฤทธิ์ผลหรือไม่ ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ และเพื่อนำผลการประเมินในแต่ละครั้งมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงาน และการวางแผนประชาสัมพันธ์ในปีต่อไป
6. ควรมีการปรับปรุง พัฒนา ระบบการจัดเก็บข้อมูล ผลงาน และรูปภาพของกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบและง่ายแก่การนำใช้งานเนื่องจากข้อมูลในแต่ละปีมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ
7. ควรมีการวัดประสิทธิภาพของสื่อที่นำเสนอไปยังกลุ่มเป้าหมายว่า เป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ โดยแบ่งเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อเฉพาะกิจ เช่น การจัดกิจกรรมตามพื้นที่ต่างจังหวัดทั่วประเทศ
8. ควรมีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่จะทำหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์เอง เช่น ส่งเสริมการอบรมความรู้ด้านงานประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมแก่บุคลากรเพื่อประสิทธิภาพในการ

ดำเนินงานที่เพิ่มมากขึ้น หรือ ในการรับบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์เข้ามาดำเนินงานในส่วนของบริษัทประชาสัมพันธ์มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาในอนาคต

1. การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพียงอย่างเดียว ทำให้ข้อมูลที่ได้เป็นเพียงการศึกษาตามกรอบแนวคิดที่กำหนดเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับสาร ทั้งบุคคลภายใน และ ภายนอกองค์กร โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ว่าได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของ กปร. มากน้อยเพียงไร

2. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจ ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อ สำนักงาน กปร. ว่าเขามีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของ กปร. มากน้อยเพียงไร มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์อย่างไร โดยจะดำเนินการทั้ง ส่วนกลาง คือกรุงเทพ และปริมณฑล และ ส่วนภูมิภาค