

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาถึงโครงสร้างการบริหารงานประชาสัมพันธ์ รูปแบบการประชาสัมพันธ์และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ตลอดจนปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก พร้อมทั้งความคิดเห็นของสื่อมวลชนประจำทำเนียบรัฐบาลที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

โดยการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) และศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี อันได้แก่

1. วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และโครงสร้างการบริหารงาน ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี
2. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี
3. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

ส่วนที่ 2 ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปัญหาในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของสื่อมวลชนประจำทำเนียบรัฐบาลที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

## สรุปผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

จากการศึกษาพบว่า สำนักโฆษก มีวิสัยทัศน์ คือ เป็นศูนย์ข้อมูลข่าวสารของรัฐบาล ที่จะขับเคลื่อนไปสู่ประชาชนอย่างรวดเร็วถูกต้อง และทั่วถึง

พันธกิจ คือ

1. ดำเนินงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล เพื่อให้ประชาชนเข้าใจ และสนับสนุนการดำเนินงานของรัฐบาล
2. เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐบาลที่ถูกต้อง และรวดเร็ว
3. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ
4. ติดตามรับฟังความคิดเห็นของประชาชน เพื่อประโยชน์ในการบริหารงานของรัฐบาล

ยุทธศาสตร์ คือ

1. พัฒนา และบูรณาการการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน
2. ประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยเน้นยุทธศาสตร์ภารกิจรัฐบาล และลดงานประจำ
3. พัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารของรัฐบาลให้ทันสมัย เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารของรัฐบาลที่มีประสิทธิภาพ
4. สร้างช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนให้มากขึ้น
5. สร้างเครือข่ายและประสานความร่วมมืออันดีกับสื่อมวลชนทุกแขนง และหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์งานของรัฐบาล
6. วางแผนปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการทำงานเป็นทีม โดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นหลัก

โครงสร้างการบริหารงาน ซึ่งปัจจุบันสำนักโฆษกมีข้าราชการ 38 คน ลูกจ้างประจำสำนักโฆษก 4 อัตรา ลูกจ้างประจำสังกัดกองสถานที่และยานพาหนะ ช่วยราชการสำนักโฆษก 4 อัตรา พนักงานราชการ 15 คน โดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม และ 1 ฝ่าย ดังนี้ คือ

### 1. ฝ่ายบริหารทั่วไป แบ่งงานภายในออกเป็น 4 ลักษณะงาน ดังนี้

1.1 งานบริหารทั่วไป มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารงานทั่วไป เช่น งานธุรการ สารบรรณ การบริหารงานเอกสาร การเจ้าหน้าที่และอัตรากำลัง เป็นต้น

1.2 งานช่วยอำนวยความสะดวก มีหน้าที่รับผิดชอบช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดประชุมและสัมมนาให้แก่กลุ่ม/ฝ่ายต่าง ๆ การบรรจุหีบห่อและดำเนินการจัดส่งหนังสือเอกสารเผยแพร่ให้แก่ส่วนราชการและบุคคลผู้สนใจ

1.3 งานบันทึกข้อมูล มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการพิมพ์หนังสือราชการที่มีไปมา ระหว่างส่วนราชการ

1.4 งานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

2. กลุ่มวิเทศสัมพันธ์ มีหน้าที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับด้านต่างประเทศของรัฐบาลในการติดตามข่าวสารข้อมูลและสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เสนอโดยสื่อมวลชนต่างประเทศ ที่มีผลต่อการดำเนินงานของรัฐบาลและนายกรัฐมนตรี ประสานและอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนและองค์กรต่างประเทศ ตลอดจนเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร นโยบาย ยุทธศาสตร์ และผลการดำเนินการของรัฐบาล เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องอันจะนำไปสู่การเสริมสร้างภาพลักษณ์ของรัฐบาลและนายกรัฐมนตรี

2.1 การประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศเชิงรุก ศึกษาและวิเคราะห์นโยบาย และยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านต่างประเทศของ

2.2 การจัดทำข้อมูลและเอกสารข่าวเชิงรุกเพื่อเผยแพร่ให้ครอบคลุมและกว้างขึ้น

2.3 การประชาสัมพันธ์การเยือนต่างประเทศของนายกรัฐมนตรี และการเยือนประเทศไทยของผู้นำประเทศต่าง ๆ เชิงยุทธศาสตร์

### 3. กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล มีภารกิจที่รับผิดชอบดังนี้

3.1 สรุป ประมวล วิเคราะห์ข่าว ข้อเท็จจริง และการวิพากษ์วิจารณ์แสดงความเห็นต่าง ๆ จากสื่อสิ่งพิมพ์ในทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคง

3.2 ติดตามตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร รายงานสถานการณ์ข่าวหรือวิกฤติการณ์ฉุกเฉินจากสื่อมวลชนทุกแขนง รวมถึงการประเมินท่าทีของสื่อมวลชนที่สำคัญ ที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนและรัฐบาล

3.3 วิเคราะห์และสืบค้นข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่อยู่ในกระแสวิพากษ์วิจารณ์ของสังคม

3.4 จัดทำระบบฐานข้อมูล เพื่อจัดเก็บข้อมูลข่าวสาร นโยบาย มาตรการโครงการ ตลอดจนแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญของรัฐบาล บนระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์

3.5 ประมวลข้อมูลข่าวสาร รายงานผลการดำเนินงานความคืบหน้า ตลอดจนนโยบาย มาตรการ/โครงการสำคัญของรัฐบาลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

3.6 ติดตามรับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อนโยบาย และการบริหารงานของรัฐบาล ทั้งทางตรงและทางอ้อม

3.7 ชี้แจงสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่สื่อมวลชนและสาธารณชน ในกรณีที่มีการนำเสนอข่าวของรัฐบาลคลาดเคลื่อน

3.8 จัดทำโครงการเชิงรุก เพื่อสร้างความสัมพันธ์ ความเข้าใจในนโยบาย และการบริหารราชการแผ่นดินของรัฐบาลแก่สื่อมวลชนในส่วนภูมิภาค

3.9 ยกย่องคำปราศรัยของนายกรัฐมนตรีที่มีต่อประชาชนทั่วประเทศในโอกาสวันขึ้นปีใหม่

3.10 ปฏิบัติราชการจำเป็นเร่งด่วนอื่น ๆ ตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย

4. กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนการประชาสัมพันธ์ กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนการประชาสัมพันธ์ เป็นกลุ่มงานด้านการวางแผนและดำเนินการเผยแพร่ นโยบาย ยุทธศาสตร์ ผลการดำเนินงาน ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของรัฐบาล เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ชัดเจนและรวดเร็วไปสู่สาธารณชน ผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ อาทิ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ [www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th) รวมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบหนังสือ ซีดี แผ่นพับ เพื่อแจกจ่ายไปยังส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรเอกชน และประชาชนทั่วไป ซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนและรัฐบาลมากยิ่งขึ้น อีกทั้งจะนำไปสู่การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของนายกรัฐมนตรีและรัฐบาล โดยแบ่งภารกิจที่รับผิดชอบได้ดังนี้

5. กลุ่มสื่อมวลชนสัมพันธ์ มีภารกิจที่รับผิดชอบคือ งานให้บริการข้อมูลข่าวสาร งานประสานอำนวยความสะดวก งานโครงการตามแผนงบประมาณประจำปี:โครงการการบริหารการ จัดการสื่อสารของรัฐบาลสู่สาธารณชน และงานสื่อสารองค์กร

6. กลุ่มผลิตสื่อและเผยแพร่ เป็นหน่วยงานที่มีภารกิจในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทต่าง ๆ เพื่อการเผยแพร่ นโยบาย การปฏิบัติตามนโยบาย และผลงานของรัฐบาล ตลอดจนภารกิจของนายกรัฐมนตรี รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี นอกจากนี้ยังผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานภายใน

สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี โดยมีสื่อที่ผลิต ได้แก่ ภาพถ่าย วิดีทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อผสม (Multimedia) โดยนำออกเผยแพร่ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ ระบบ Internet และระบบโทรทัศน์ภายในทำเนียบรัฐบาล (ICTV) รวมทั้งการออกแบบจัดทำงานกราฟิกต่าง ๆ และการให้บริการอุปกรณ์ไอที

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษกแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relation) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบันเอง อันได้แก่ จดหมายข่าว หนังสือเวียน เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ ประชาชนทั่วไป หรือองค์กรสถาบันที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

2.1 การแถลงข่าวประชุมคณะรัฐมนตรี และแถลงข่าวสารต่าง ๆ และการจัดทำและเผยแพร่สรุปข่าวประชุมคณะรัฐมนตรี

2.2 การเผยแพร่ข่าวและภาพข่าวทางเว็บไซต์ [www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th)

2.3 การจัดทำหนังสือ เอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

2.4 การประชาสัมพันธ์และทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาลผ่านสื่อมวลชน

2.5 การประชาสัมพันธ์และชี้แจงโดยตรงต่อประชาชน โดยการจัดทำรายการต่าง ๆ อาทิ รายการนายกฯ ทักซิณ คุยกับประชาชน, เปิดบ้านพิษณุโลก, สายตรงประชาชน, ประโยชน์สุขเพื่อประชาชน เป็นต้น

2.6 การประชาสัมพันธ์และทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาลผ่านเยาวชน อาทิ โครงการยุวโฆษก, โครงการโฆษกพบเยาวชน เป็นต้น

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี เป็น การประชาสัมพันธ์ 2 แบบ คือ

1. แบบทางตรง เป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนโดยตรง เช่น จัดทำโครงการ “รัฐบาลพบประชาชน” การจัดรายการ นายกฯ ทักซิณ คุยกับประชาชน รายการเปิดบ้านพิษณุโลกการจัดทำรายการสายตรงทำเนียบฯ และการจัดรายการ

สนทนาประสาสมัคร ทำให้ประชาชนทราบถึงการดำเนินงานและนโยบายของแต่ละรัฐบาล ได้โดยตรง

2. แบบทางอ้อม เป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ผ่านเครือข่าย เพื่อไปสู่ประชาชน เช่น โครงการยุทธโฆษก เป็นต้น

2.1 การประชาสัมพันธ์และทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาลผ่านสื่อมวลชน โดยจัดทำโครงการ “เสริมสร้างความรู้แก่สื่อมวลชนเกี่ยวกับการดำเนินงานของจังหวัดบูรณาการ” จัดทำโครงการ “ศูนย์สื่อทำเนียบรัฐบาลกับเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์” จัดทำโครงการ “ศึกษาดูงานการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ประชาชนอยู่ดีมีสุขและการพัฒนาหมู่บ้าน/ชุมชนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” จัดทำโครงการ “ศึกษาดูงานในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส)” จัดทำโครงการ “นายกฯ พบสื่อทำเนียบ” และจัดทำโครงการ “สื่อมวลชนสัมพันธ์ทำเนียบรัฐบาล”

2.2 บูรณาการงานประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลโดยผ่านกลไกของโฆษกกระทรวง ได้ดำเนินการสร้างเครือข่ายระดับกระทรวง โดยได้แต่งตั้งคณะกรรมการโฆษกกระทรวง เพื่อกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปอย่างบูรณาการและให้ข้อมูลข่าวสารสามารถเผยแพร่สู่สาธารณชนได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ทัวถึง และมีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้น

2.3 ดำเนินการบูรณาการงานประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลโดยผ่านกลไกสื่อท้องถิ่น โดยสำนักโฆษกได้จัดทำโครงการต่าง ๆ ดังนี้

2.3.1 จัดทำโครงการ “รัฐบาลสื่อสารสู่สื่อท้องถิ่น” เพื่อเปิดช่องทางการสื่อสารระหว่างรัฐบาลกับสื่อมวลชนท้องถิ่นให้มากขึ้น และให้สื่อมวลชนในท้องถิ่นได้รับทราบและเข้าใจแนวทางการบริหารงานของรัฐบาลที่ชัดเจน

2.3.2 จัดทำโครงการ “สื่อท้องถิ่นกับนโยบายรัฐบาล” เพื่อให้สื่อมวลชนท้องถิ่นได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับรองนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งทำให้สื่อมวลชนท้องถิ่นได้รับทราบและเข้าใจถึงแนวทางการบริหารงานของรัฐบาลอย่างชัดเจน

2.3.3 จัดทำโครงการ “รัฐบาลพบสื่อท้องถิ่น” เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาลแก่สื่อมวลชนและประชาชน ประกอบด้วยสื่อมวลชนท้องถิ่น และบุคลากรของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

## 2.4 ดำเนินการเผยแพร่ผลงานของรัฐบาลโดยผ่านเครือข่ายเยาวชน ดังนี้

2.4.1 จัดทำโครงการยุวโฆษก เพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับอุดมศึกษาจากทั่วประเทศ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาและเรียนรู้นโยบายการบริหารราชการแผ่นดินของรัฐบาลและผลการดำเนินงาน

2.4.2 จัดทำโครงการ “โฆษกพบเยาวชน” เพื่อขยายผลและเชื่อมต่อกับโครงการยุวโฆษก และเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาลแก่ยุวโฆษกและเยาวชนในพื้นที่ได้ศึกษาและเรียนรู้การจัดการ

2.4.3 จัดทำโครงการสื่อความหมาย ขยายผล เป็นโครงการต่อเนื่องจากโครงการยุวโฆษก จัดขึ้นเพื่อเสริมสร้างบทบาทหน้าที่ของยุวโฆษกในการจัดกิจกรรม เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐบาลแก่ประชาชนอย่างเป็นรูปธรรม

## 2.5 ดำเนินการประชาสัมพันธ์นโยบายต่าง ๆ โดยตรงต่อประชาชน ดังนี้

2.5.1 จัดทำโครงการ “รัฐบาลพบประชาชน” ร่วมกับกระทรวงต่าง ๆ

2.5.2 จัดรายการ “นายกฯ ทักซิณ คูยกับประชาชน” เริ่มออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2544 ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย FM 92.5 AM 819 และ AM 891 และเครือข่ายกรมประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศ

2.5.3 จัดทำรายการ “เปิดบ้านพิษณุโลก” โดยออกอากาศเป็นประจำทุกวันเสาร์ เวลา 08.00-09.00 น. ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์

2.5.4 การจัดทำรายการสายตรงทำเนียบฯ ออกอากาศสดทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ทุกวันอังคาร เวลา 20.30-21.30 น. และทุกวันเสาร์ เวลา 11.00-12.00 น.

2.5.5 การจัดรายการสนทนาประสาสมัคร ออกอากาศสดทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง NBT ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.30-09.30 น.

2.6 จัดทำหนังสือเอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อแจกจ่ายให้แก่ส่วนราชการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ องค์กรเอกชน องค์กรมหาชน และประชาชนผู้สนใจทั่วประเทศ ได้แก่ หนังสือยุทธศาสตร์และทิศทางการบริหารประเทศ หนังสือ “นายกฯ ทักซิณ คูยกับประชาชน” เป็นต้น

2.7 ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวและภาพข่าวผ่านเว็บไซต์รัฐบาลไทย  
[www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th)

## ส่วนที่ 2 ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปัญหาในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษกจะเป็นในเรื่องของงบประมาณ ที่จำกัด ความจำกัดของช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ต้องรอฟังนโยบายจากฝ่ายการเมือง ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร ขาดเอกภาพในการบริหารงาน รวมทั้งขาดความคล่องตัวในการบริหารงาน และบุคลากรของสำนักโฆษกไม่กระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน

แนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว คือ จะต้องมีการบูรณาการงานประชาสัมพันธ์ร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์ ดำเนินการในการจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลในภาพรวม และควรจัดตั้งงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ให้เพิ่มมากขึ้น หรือเสนอโครงการที่เป็นการนำฝ่ายการเมืองที่มุ่งให้ผลประโยชน์ต่อประชาชนโดยตรง และเห็นว่าควรปรับปรุงโครงสร้างของสำนักโฆษก เพิ่มความคล่องตัว และมีกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย และมีการสื่อสารกับประชาชนมากขึ้นกว่าเดิม ส่วนในเรื่องบุคลากรที่ขาดความกระตือรือร้นก็ควรได้รับการพัฒนา กระตุ้นและปรับทัศนคติในการปฏิบัติงาน ตลอดจนมีการหมุนเวียนสับเปลี่ยนการปฏิบัติงานกันเองในสำนักโฆษก

## ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของสื่อมวลชนประจำทำเนียบรัฐบาลที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

ความคิดเห็นของสื่อมวลชนประจำทำเนียบรัฐบาลที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ได้แยกเป็นประเด็น ดังต่อไปนี้

1. การแถลงข่าวประชุมคณะรัฐมนตรี และแถลงข่าวสารต่าง ๆ และการจัดทำและเผยแพร่สรุปข่าวประชุมคณะรัฐมนตรี การแถลงข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรียังเป็นรูปแบบเดิมที่ปฏิบัติกันมาเป็นระยะเวลานานแล้ว ซึ่งประเด็นที่ใช้ในการแถลงข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรียังไม่ตรงกับความต้องการและ สนใจของสื่อมวลชนเท่าที่ควร และใช้ภาษาทางราชการที่เข้าใจยากจนเกินไป

2. การเผยแพร่ข่าวและภาพข่าวทางเว็บไซต์ [www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th) การเผยแพร่ข่าวและ ภาพข่าวทางเว็บไซต์เหมาะสม มีการพัฒนาได้ทันสมัย รวดเร็วกว่าในอดีต รวมทั้งเป็น

ประโยชน์ต่อการสืบค้น แต่บางครั้งข้อมูลข่าวในเว็บไซต์ยังไม่ทันสมัย และเนื้อหาข้อมูลที่เชื่อมจากกระทรวงต่าง ๆ ใช้ภาษาที่เป็นทางราชการเกินไป

3. การจัดทำหนังสือ เอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ควรจะจัดทำและเผยแพร่ไปยังสื่อทุกด้าน ซึ่งจะเป็น ช่องทางที่จะกระจายข่าวสารไปยังประชาชนได้ อีกทางหนึ่ง รวมทั้งยังมีความสำคัญเป็นหลักฐานอ้างอิงได้และควรจะคงไว้ แต่มีสื่อมวลชนบางรายไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว

4. การประชาสัมพันธ์และทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาลผ่านสื่อมวลชน การประชาสัมพันธ์และทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาลผ่านสื่อมวลชนในภาพรวม ๆ ถือว่า มีความเหมาะสมและเป็นสิ่งที่ดี อย่างเช่น นายกฯ พบสื่อทำเนียบ เป็นโอกาสที่สื่อมวลชนจะได้ซักถามประเด็นต่าง ๆ ที่สงสัยอยู่และการทำความเข้าใจระหว่างสื่อกับรัฐบาลมากขึ้น แต่มีเวลาจำกัดทำให้ประเด็นในการตอบไม่ครบถ้วน ส่วนโครงการยุทธศาสตร์อยู่มีสุข และโครงการศึกษาดูงานในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นช่องทางอีกช่องทางหนึ่งในทางทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาล โดยมีการไปศึกษาดูงานข้อเท็จจริงในพื้นที่จริง ทำให้ได้ทราบข้อเท็จจริงและปัญหาอุปสรรคเพื่อหาทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว แต่ควรให้ครอบคลุมหลาย ๆ ด้าน ไม่ใช่ลงพื้นที่หรือดูงานเฉพาะนโยบายรัฐบาลที่ได้รับความนิยมหรือประสบความสำเร็จเท่านั้น รวมทั้งโครงการสื่อสัมพันธ์ทำเนียบฯ ก็เป็นโครงการที่เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของข้าราชการการเมืองกับสื่อมวลชน

5. การประชาสัมพันธ์และชี้แจงโดยตรงต่อประชาชน โดยการจัดทำรายการ ต่าง ๆ เป็นเรื่องที่ดีที่ควรสนับสนุน โดยรายการ “นายกทักษิณ พบประชาชน” และ รายการ “เปิดบ้านพิษณุโลก” เป็นรูปแบบที่นายกรัฐมนตรีได้รายงานหรือแจ้งให้ประชาชนได้ทราบถึงผลการดำเนินงานของรัฐบาล เป็นการสะท้อนมุมมองของผู้นำประเทศ แต่ควรจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้สนใจและดึงดูดใจประชาชนให้มากกว่านี้ และมีบางรายเห็นว่าไม่จำเป็นต้องจัดทำรายการที่นำนายกรัฐมนตรีมาพูดคุยกับประชาชนว่าในแต่ละสัปดาห์ แต่อาจจะมา พุดคุยกันในบางครั้งเป็นกรณีพิเศษ หรือเป็นการเฉพาะเป็นครั้งคราวไป รวมทั้งควรจะต้องมีการประเมินผลการจัดทำโครงการต่าง ๆ ว่าสิ่งที่ทำตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ และควรมีการปรับกระบวนการปฏิบัติงานไม่ให้มีลักษณะที่เป็นระเบียบทางราชการเกินไป ซึ่งมีสื่อมวลชนบางรายไม่แสดงความคิดเห็น

6. การประชาสัมพันธ์และทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาลผ่านเยาวชน อาทิ โครงการยูโฆซก, โครงการโฆซกพบเยาวชน เป็นต้น

เป็นเรื่องที่ดีที่ควรสนับสนุน และเป็นการเปิดเวทีให้กับเด็กและเยาวชนได้ศึกษาเรียนรู้ในภาพกว้างมากขึ้น และทำให้เยาวชนได้รู้การปฏิบัติงานของรัฐบาลได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งเป็นเรื่องที่มีประโยชน์แต่คงจะเป็นเรื่องที่จะได้ผลในระยะยาว รวมทั้งควรจะต้องมีการประเมินผลการจัดทำโครงการต่าง ๆ ว่าสิ่งที่ทำตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ และควรจะมีการจัดให้เยาวชนได้เห็นกิจกรรมที่หลากหลาย แต่อาจมีปัญหบ้างในเรื่องของวุฒิภาวะของเยาวชนผู้เข้าร่วมโครงการ

### ปัญหา และอุปสรรค

กลุ่มสื่อมวลชนที่ปฏิบัติงานประจำ ณ ทำเนียบรัฐบาล เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆซกจะเป็นในเรื่องความไม่พร้อมในการปฏิบัติงาน บุคลากรสำนักโฆซกขาดความกระตือรือร้นตื่นตัวในการปฏิบัติงานและขาดความเข้าใจและเข้าถึงการให้ข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์เนื้องานของรัฐบาล รวมทั้งยังยึดติดการทำงานแบบระบบราชการทำให้ขาดความคล่องตัว นอกจากนี้ยังขาดความพร้อมในเรื่องอุปกรณ์เครื่องมือการใช้งาน และการประสานเชื่อมโยงระหว่างเจ้าหน้าที่สำนักโฆซกกับสื่อมวลชนที่ปฏิบัติงาน ณ ทำเนียบรัฐบาล รวมทั้งการเผยแพร่ข้อมูลบางครั้งไม่ค่อยให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา โดยเฉพาะในประเด็นที่กระทบกับรัฐบาล ซึ่งบางเรื่องให้ข้อมูลช้าไม่ทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

### แนวทางแก้ปัญหาในการประชาสัมพันธ์

การแถลงข่าว ควรมีการพัฒนารูปแบบการแถลงข่าวให้ทันสมัย นำประเด็นการประชุมคณะรัฐมนตรีที่เป็นประเด็นหลักและสำคัญ และเป็นที่สนใจของประชาชนและสื่อมวลชนนำมาแถลงข่าว ซึ่งบางเรื่องยังน้อยเกินไป และการแถลงข่าวของคณะโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรีไม่ควรมีลักษณะเป็นการอ่านจากเอกสารจนเกินไป และปรับระยะเวลาแถลงข่าวให้กระชับขึ้น การจัดทำสรุปข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรี ควรจะเป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของสื่อมวลชน และใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการและเข้าใจง่ายโดยเฉพาะในเรื่องเกี่ยวกับข้อกฎหมาย ควรจะมีการระดมมาตรการของกฎหมายที่เกี่ยวข้องไว้ด้วยและสรุปให้เกิดความเข้าใจมากกว่านี้ การเผยแพร่ข่าวทางเอกสาร ควรปรับปรุงให้รวดเร็วขึ้น รายการนายกฯ พบสื่อทำเนียบ ควรจัดเป็น 2 สัปดาห์ต่อครั้ง

การจัดโครงการให้สื่อมวลชนดูงานในพื้นที่ ควรจัดดูนโยบายด้านต่าง ๆ ของรัฐบาลหลาย ๆ ด้าน ไม่ใช่ลงพื้นที่หรือดูงานเฉพาะนโยบายที่ได้รับความนิยมหรือประสบความสำเร็จเท่านั้น และควรปรับปรุงรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมให้เกิดความรวดเร็ว ถูกต้อง ตรงความต้องการของประชาชนและสื่อมวลชน และลดรูปแบบที่เป็นทางราชการลง และ ควรมีการประชาสัมพันธ์สองทางและในเชิงรุก

จากรายงานผลการสำรวจความคิดเห็นของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2547-2550 โดยทำการสัมภาษณ์สมาชิกในครัวเรือนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป กระจายทุกภาคทั่วประเทศและกรุงเทพมหานคร เป็นจำนวนทั้งสิ้น 5,800 คน แบ่งเป็นประชาชนในเขต เทศบาล 2,240 คน และนอกเขตเทศบาล 3,560 คน ซึ่งผู้ศึกษาได้ดำเนินการสรุปเปรียบเทียบเป็นตารางได้ดังนี้

#### ตารางที่ 5.1

แสดงผลการสำรวจความคิดเห็นของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ปีงบประมาณ 2547-2550

ประเด็นการสำรวจ	ผลการสำรวจความคิดเห็น (ร้อยละ)			
	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
1. เคยทราบข้อมูลข่าวสารของรัฐบาล	83.9	89.0	84.5	84.2
2. รับฟังและทราบจากสื่อ				
- โทรทัศน์	79.8	87.4	83.2	98.2
- วิทยุ	35.7	40.7	32.8	28.7
- หนังสือพิมพ์	29.6	33.6	33.9	29.2
- รายการ “นายกฯ ทักซิณคุยกับประชาชน”	26.1	-		
- การชี้แจงของเจ้าหน้าที่รัฐ	-	3.9	2.7	3.6
- หนังสือ/เอกสารเผยแพร่ของภาครัฐ	-	2.3	2.5	4.3
- อินเทอร์เน็ต	-	1.6	2.3	2.8
- นิตยสาร		0.5	0.4	0.6
- สื่ออื่น ๆ	17.0	-	1.4	1.0

จะเห็นได้ว่าผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกของรัฐบาลมีแนวโน้มที่ลดลงจากปี 2548 ซึ่งผู้ศึกษามีข้อสังเกตที่การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรัฐบาลลดลงเป็นลำดับจากปี 2548 นั้น อาจเป็นเพราะช่วงปี 2549 รัฐบาลในขณะนั้นประสบกับปัญหาทางการเมืองจนกระทั่งเกิดการปฏิวัติขึ้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2549 จนกระทั่งมีรัฐบาลภายใต้การนำของ พลเอก สุรยุทธ์ จุลานนท์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นรัฐบาลเฉพาะกิจเพื่อรอการเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตย ทำให้การบริหารจัดการผลักดันนโยบายสำคัญ ไม่สามารถกระทำได้อย่างคล่องตัวและเต็มรูปแบบเหมือนกับช่วงที่ผ่านมา

### อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่อง “การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี” สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี สำนัก นายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2545 โดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 8 ฉ แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2543 นายกรัฐมนตรีออกกฎกระทรวงดังกล่าว โดย ข้อ 3 (9) ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ในการกำหนดยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ผลงานของรัฐบาล เผยแพร่นโยบาย การปฏิบัติตามนโยบายและผลงานของรัฐบาลและเป็นศูนย์ข่าวของรัฐบาลให้แก่ประชาชน และสื่อมวลชน จัดทำข่าว ภาพและโสตทัศนเกี่ยวกับผลการประชุมคณะรัฐมนตรี และคณะกรรมการของรัฐบาลชุดต่าง ๆ ตลอดจนภารกิจประจำวันของนายกรัฐมนตรีรองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เพื่อเผยแพร่แก่สื่อมวลชน สรุปรวมและวิเคราะห์ข่าวจากสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษา ต่างประเทศเพื่อเสนอนายกรัฐมนตรี รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ประสานงานกับหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และสื่อมวลชนสัมพันธ์และกำหนดข้อปฏิบัติเพื่อดูแลและสนับสนุนงานสื่อสารมวลชนของรัฐบาล ตลอดจนดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านเลขานุการให้แก่โฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี และคณะ รวมทั้งปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งการดำเนินงานของสำนักโฆษกเป็นไปเพื่อขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรีที่ว่า “เป็นศูนย์กลางการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์นโยบาย ยุทธศาสตร์ และข้อมูลข่าวสารของรัฐบาลให้กับทุกกลุ่มเป้าหมาย”

โดยสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี มีรูปแบบและแนวทางการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล ดังนี้

1. ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อประชาชนโดยตรง โดยจัดทำ โครงการ/รายการต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงคือประชาชน ได้แก่ รายการ “นายกฯ ทักซิณ คุยกับประชาชน” , รายการ “เปิดบ้านพิษณุโลก” , รายการสายตรงทำเนียบฯ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าเป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ข้าราชการฝ่ายการเมืองมีแนวคิดให้ดำเนินงานตามที่ตนต้องการ และเป็นความต้องการทางการเมืองเพื่อเป็นการช่วงชิงความเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือประชาชนให้มากที่สุด

2. ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยผ่านเครือข่ายเยาวชน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาลแก่เยาวชน ได้แก่ โครงการยุวโฆษกซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้เยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับอุดมศึกษาจากทั่วประเทศ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาและเรียนรู้นโยบายการบริหารราชการแผ่นดินของรัฐบาล หรือจะเป็น โครงการ “โฆษกพบเยาวชน” เพื่อขยายผลและเชื่อมต่อโครงการยุวโฆษกให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และโครงการสื่อความหมาย ขยายผล เป็นโครงการต่อเนื่องจากโครงการยุวโฆษกเช่นกัน ที่จัดขึ้นเพื่อ เสริมสร้างบทบาทหน้าที่ของยุวโฆษกในการจัดกิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐบาลแก่ประชาชนอย่างเป็นรูปธรรม

### 3. ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อมวลชน

3.1 สื่อมวลชนส่วนกลาง ซึ่งประกอบด้วย การแถลงข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรีตามปกติ (ทุกวันอังคาร) และการแถลงข่าวในเรื่องที่สำคัญ ๆ และเร่งด่วนให้แก่สื่อมวลชนส่วนกลาง การจัดโครงการนายกพบสื่อทำเนียบ จัดเดือนละ 1 ครั้ง ที่ทำเนียบรัฐบาล และการจัด Press Visits or Press Tours โดยการนำคณะสื่อมวลชนจากส่วนกลางได้เรียนรู้และศึกษาดูงานกระบวนการดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาลจากแหล่งข้อมูลจริง

3.2 สื่อท้องถิ่น ซึ่งได้ดำเนินการบูรณาการงานประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลโดยผ่านกลไกสื่อท้องถิ่น เพื่อเปิดช่องทางการสื่อสารระหว่างรัฐบาลกับสื่อมวลชนท้องถิ่นให้มากขึ้น และให้สื่อมวลชนในท้องถิ่นได้รับทราบและเข้าใจแนวทางการบริหารงานของรัฐบาลที่ชัดเจน ซึ่งนำไปสู่การสร้าง ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนในภูมิภาคและท้องถิ่น โดยจัดทำโครงการ “รัฐบาลสื่อสารสู่สื่อท้องถิ่น” โครงการ “สื่อท้องถิ่นกับนโยบายรัฐบาล” และโครงการ “รัฐบาลพบสื่อท้องถิ่น”

4. การบูรณาการการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในระดับส่วนราชการ ดำเนินการบูรณาการผ่านทางโฆษกกระทรวง เพื่อถ่ายทอดการบริหารงานตามนโยบายของรัฐบาลผ่านโฆษกกระทรวง และการทำงานกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการสำคัญของรัฐบาล และสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการต่าง ๆ

5. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยการจัดทำเอกสารเผยแพร่ ดำเนินการจัดทำหนังสือ/เอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐบาลด้านต่าง ๆ ผลการปฏิบัติงานของรัฐบาล และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อแจกจ่ายให้แก่ส่วนราชการ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ องค์กรเอกชน องค์กรมหาชน และประชาชนผู้สนใจทั่วประเทศ

6. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์รัฐบาลไทย [www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th) โดยดำเนินการจัดทำและเผยแพร่เอกสารข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรี เอกสารข่าวภารกิจของนายกรัฐมนตรีทั้งในประเทศและต่างประเทศ เอกสารคำกล่าวของนายกรัฐมนตรีในโอกาสต่าง ๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เผยแพร่ภาพภารกิจนายกรัฐมนตรีทั้งในประเทศ และนำเสนอรายงานข่าวเด่น สถานการณ์ข่าว และข่าวประชาชน รวมทั้งข่าวกระทรวงที่ได้รับความร่วมมือจากกระทรวงต่าง ๆ

นอกจากนี้ยังได้จัดทำโครงการ “สื่อมวลชนสัมพันธ์ทำเนียบรัฐบาล” เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างฝ่ายการเมือง ข้าราชการสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรีและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย กับสื่อมวลชนให้ดียิ่งขึ้น

โดยรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี สอดคล้องกับเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (Public Relation Tools) ของ เสรี วงษ์มณฑา (2540, น. 57-63) ว่าเป็นเครื่องมือที่ชักนำให้ชุมชนเกิดความเข้าใจและมีความนิยม ชุมชนตอบสนองบุคคลหรือหน่วยงาน หรือธุรกิจเครื่องมือการประชาสัมพันธ์มีมากมาย ไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ ยกตัวอย่างให้เห็นพอสังเขปดังนี้ คือ การเผยแพร่ข่าว (Publicity) เป็นการสื่อสารเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ประกอบด้วย การเผยแพร่ข่าว การเผยแพร่ภาพ การประชุมนักข่าว การให้สัมภาษณ์ เป็นต้น สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Press Relations หรือ Media Relations) เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับ สื่อมวลชน ถือเป็นรากฐานของการประชาสัมพันธ์ เพราะการประชาสัมพันธ์จะไม่ประสบผลสำเร็จถ้าสื่อมวลชนไม่ให้ความสนใจ หรือไม่ให้ความสำคัญครอบคลุมด้านสื่อ (Media Coverage) ชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations) เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีในชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรม กิจกรรมสาธารณะ (Public Affairs) เป็น

กิจกรรมที่องค์กรสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนเพื่อให้ประโยชน์กับชุมชน ซึ่งจะทำให้เกิดแนวร่วมจากบุคคลที่ได้รับผลประโยชน์อย่างมากมาย และการให้ร้ายทำลายขององค์กรจะเป็นไปได้ยาก

รัฐบาลสัมพันธ์ (Government Relations) เป็นการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐบาล การจัดการกิจกรรมพิเศษ (Special Event) เป็นกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) เป็นการวางแผนการใช้ความพยายามที่ต่อเนื่องของฝ่ายจัดการที่จะปรับปรุงระดับความสามารถของพนักงานและการทำงาน

ขององค์กร การบริหารข่าว เชิงยุทธ (Issue Management) เป็นกระบวนการกำหนดจำนวนปัญหา

ด้านสังคมในส่วนที่เกี่ยวกับองค์กร การวิเคราะห์ ผลกระทบด้านศักยภาพและการจัดเตรียมการ

ตอบสนองที่มีประสิทธิภาพ การบริหารภาวะวิกฤต (Crisis Management) เป็นการแก้ปัญหาเฉพาะ

หน้าเมื่อเกิดภาวะวิกฤตขึ้น ภาวะวิกฤต หมายถึง ปรากฏการณ์รุนแรงที่เกิดขึ้นโดยฉับพลัน แต่อาจ

ส่งผลเสียในระยะยาว เครื่องมือประชาสัมพันธ์อื่น ๆ (Other Public Relations tools) นอกเหนือจาก

เครื่องมือ ดังกล่าวข้างต้น ยังมีเครื่องมืออื่น ๆ ที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มได้ เช่น การเปิดโอกาสให้

เยี่ยมชมองค์กร การจัดศูนย์สาธิต การสร้างภาพพจน์ผ่านการรับสมัครงาน การจัดศูนย์ ฝึกอบรม

การประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก อาคันตุกะสัมพันธ์ การจงใจให้มีข่าวรั่ว การเป็นผู้อุปถัมภ์ จัด

พนักงานขาย ตลอดจนการจัดห้องแสดงสินค้า

ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลของ วิรัช อภิรัตนกุล (2540, น. 390) ว่า การประชาสัมพันธ์ของหน่วยราชการ ซึ่งอาจจะเป็นกระทรวง ทบวง กรม และ

หน่วยราชการในภูมิภาค ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวจะใช้วิธีการกระจายข่าวสาร การเผยแพร่ชี้แจง

เกี่ยวกับนโยบาย การดำเนินงาน ผลงานต่าง ๆ ตลอดจนโดยวิธีอื่นใดที่จะช่วยเสริมสร้างความ

เข้าใจอันดี และ ชี้อเสียงเกียรติคุณของหน่วยราชการนั้นไปสู่ประชาชน เพื่อให้ได้รับความร่วมมือ

ร่วมใจและความนิยมจากประชาชนกลุ่ม ต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์ผลสำเร็จแก่งานของหน่วย

ราชการนั้น และของประเทศชาติโดยส่วนรวม

และมีจุดมุ่งหมายหลัก ๆ คือ เพื่อสร้างความนิยมสร้างและธำรงไว้ซึ่งความนิยม

เลื่อมใสและศรัทธาจากกลุ่มประชาชนต่อนโยบาย ทำที่ วิธีการดำเนินงานและผลงานทั้งหลายของ

สถาบัน รวมทั้งเพื่อรักษาชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย หรือเป็นการสร้างภาพพจน์หรือความเข้าใจที่

ถูกต้องให้แก่ประชาชนที่มีต่อสถาบัน และเพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในด้วย ซึ่งเป็นไปตาม

จุดมุ่งหมายของ แชนม แบล็ค (บุญเกื้อ ควรรหาเวช, 2537, น. 21) ด้วย

โดยในทางปฏิบัติ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ได้ให้ข้อมูลสรุปได้ว่า รูปแบบและแนวทางการ

ประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ที่ได้ดำเนินการนั้น ไม่ว่าจะเป็น

การแถลงข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรี มีความเหมาะสม แต่จะเป็นรูปแบบเดิมที่ได้เคยปฏิบัติกันมานานแล้ว และประเด็นที่แถลงข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรียังไม่ตรงกับความต้องการและสนใจของสื่อมวลชนเท่าที่ควร และใช้ภาษาทางราชการที่ เข้าใจยากจนเกินไป และควรถ่ายทอดการแถลงข่าวทางสถานีโทรทัศน์ด้วยเพื่อให้รับรู้ ข่าวสารของประชาชนทั่วถึงและครบถ้วน ส่วนการแถลงข่าวต่าง ๆ มีความเหมาะสม ซึ่งในประเด็นสำคัญ ๆ จะมีการเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องมาร่วมแถลงข่าวด้วย แต่บางครั้งไม่มีรายละเอียดมากนัก และการจัดทำและเผยแพร่สรุปข่าวประชุมคณะรัฐมนตรี มีความเหมาะสมและ รวดเร็วขึ้น โดยเบื้องต้นประชาชนสามารถดูสรุปข่าวคณะรัฐมนตรีจากเว็บไซต์รัฐบาลไทย สำหรับการเผยแพร่ข่าวและภาพข่าวทางเว็บไซต์ [www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th) เหมาะสม มีการปรับปรุงและพัฒนาได้รวดเร็วขึ้นกว่าในอดีตรวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อการสืบค้น แต่บางครั้งข้อมูลข่าวในเว็บไซต์ยังไม่ทันสมัย และเนื้อหาข้อมูลที่เชื่อมจากกระทรวงต่าง ๆ ใช้ภาษาที่เป็นทางราชการเกินไป และขาดการบริหารงานจัดการเว็บไซต์ที่เป็นระบบขึ้นอยู่กับภาคการเมืองเป็นส่วนใหญ่ ส่วนการจัดทำหนังสือ เอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางหนึ่งที่จะกระจายข่าวสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชน ใช้เป็นแหล่งค้นคว้า และเป็นหลักฐานอ้างอิงได้ ซึ่งควรจัดทำและเผยแพร่ไปยังสื่อทุกด้านด้วย โดยการประชาสัมพันธ์ และทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาลผ่านสื่อมวลชน จะทำให้สื่อมวลชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของรัฐบาลและข้อเท็จจริงต่าง ๆ จากนายกรัฐมนตรี และในพื้นที่จริงโดยตรง ซึ่งหากข้อมูลใดคลาดเคลื่อนก็สามารถที่จะ ชี้แจงและทำความเข้าใจกับสื่อมวลชนได้ทันที แต่รูปแบบจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมตามช่วงเวลาและสถานการณ์ และครอบคลุมหลาย ๆ ด้าน ไม่ใช่เฉพาะพื้นที่หรือนโยบายรัฐบาลที่ได้รับความนิยมหรือประสบความสำเร็จเท่านั้น

ส่วนการประชาสัมพันธ์และชี้แจงโดยตรงต่อประชาชน โดยการจัดทำรายการต่าง ๆ เช่น รายการนายกฯ ทักซิณ คุยกับประชาชน , เปิดบ้านพิษณุโลก จะทำให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของรัฐบาลอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งจะเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีที่ถูกต้องชัดเจนต่อประชาชนและสะท้อนมุมมองของผู้นำประเทศ แต่ควรจะปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ดึงดูดใจประชาชนและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง รวมทั้งเนื้อหาของรายการต้องเป็นที่น่าสนใจของประชาชนด้วย และต้องมีการประเมินผลการจัดทำโครงการต่าง ๆ ว่าสิ่งที่ทำตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ สำหรับการประชาสัมพันธ์ และทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาลผ่านเยาวชน เป็นการสื่อความหมาย ขยายผลเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและขยายผลไปชุมชนของเยาวชนให้เกิดความเข้าใจในนโยบายของรัฐบาลที่ถูกต้องและชัดเจนรวมทั้งเป็นการเปิดเวทีให้กับเด็กและเยาวชนได้

ศึกษาเรียนรู้ในภาพกว้างมากขึ้น และทำให้เยาวชนได้รู้การปฏิบัติงานของรัฐบาลได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งเป็นเรื่องที่มีประโยชน์แต่คงจะเป็นเรื่องที่จะได้ผลในระยะยาว รวมทั้งควรจะต้องมีการประเมินผลการจัดทำโครงการ และจัดให้เยาวชนได้เห็นกิจกรรมที่หลากหลาย

ในภาพรวม นางสาวจินตนา จ้อยจุมพจน์ ผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นว่า

ควรสร้างแบรนด์ของสำนักโฆษกให้ประชาชนรู้จัก เช่น จัดทำโครงการที่ลงไปพบกับประชาชนเป็นประจำ ในลักษณะการให้บริการข้อมูลข่าวสารกับประชาชน โดยดึงภาคการเมืองและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปร่วมด้วย เช่น โครงการสำนักโฆษกพบชุมชน ส่วนงานที่เป็นนโยบาย ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และใช้วิธีการตลาดเข้ามาช่วยให้ การโปรโมตด้วย” (จินตนา จ้อยจุมพจน์, สัมภาษณ์)

ส่วน นายอิทธิเดช สุพงษ์ ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่า

ควรปรับปรุงโดย การปรับรูปแบบของหนังสือเผยแพร่หรือเอกสารประชาสัมพันธ์ ให้ทันต่อเหตุการณ์ใน รูปแบบเชิงรุก และต้องมีการลงทุนให้มากขึ้น รวมทั้งมีการนำเสนอแบบสองทาง คือ สร้างช่องทางในการรับฟังความคิดเห็นหรือสื่อสารโดยตรงต่อประชาชนให้มากยิ่งขึ้น (อิทธิเดช สุพงษ์, สัมภาษณ์)

และ นางยุวดี ธัญญสิริ ผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นว่า

ควรมีการพัฒนารูปแบบการแถลงข่าว ให้ทันสมัย พร้อมทั้งควรนำประเด็นการประชุมคณะรัฐมนตรีที่เป็นประเด็นหลักและสำคัญ และเป็นที่สนใจของประชาชนและสื่อมวลชนนำมาแถลงข่าวเพื่อให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันที่ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมประชาชน และภาษาที่ใช้ ในการสรุปประเด็นการประชุมคณะรัฐมนตรีไม่ควรเป็นทางการเกินไปนัก และควรปรับปรุงรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้เกิดความรวดเร็ว ถูกต้อง ตรงความต้องการของประชาชนและสื่อมวลชน และควรลดรูปแบบที่เป็นทางราชการลงบ้าง และควรดูว่าสังคมต้องการหรือสื่อมวลชนต้องการแบบไหน ควรจะมีการประชาสัมพันธ์สองทางที่เป็น Feedback กลับมาด้วย ซึ่งจะทำการประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ยุวดี ธัญญสิริ, สัมภาษณ์)

โดย นางสาวนันทยา รัตนสิทธิ์ ผู้ให้ข้อมูล ให้ความเห็นว่า “ควรปรับปรุงระยะเวลาการแถลงข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรีให้กระชับ และมีการแถลงข่าวที่ไม่ใช่อ่านตามเอกสารจนเกินไป” (นันทยา รัตนสิทธิ์, สัมภาษณ์)

## ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปัญหาในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของ สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการ นายกรัฐมนตรี

ปัญหาอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการ นายกรัฐมนตรี แยกออกเป็น 3 ส่วน คือ ปัญหาในการบริหารจัดการ ปัญหาด้านบุคลากร และปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

1. ปัญหาในการบริหารจัดการ ปัญหาในการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการ นายกรัฐมนตรีในด้านการบริหารจัดการอยู่ที่งบประมาณเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในแต่ละปีงบประมาณมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งต้องบริหารจัดการทั้งในเรื่องของภารกิจที่เป็นงานประจำ (อาทิ งานด้านบุคลากรและการพัฒนา งานวัสดุครุภัณฑ์ เป็นต้น) งานเพื่อจัดทำกาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลในรูปแบบและช่องทางต่าง ๆ และงานประชาสัมพันธ์ที่เป็นลักษณะเชิงรุกหรือเฉพาะกิจและเร่งด่วน ซึ่งในบางครั้งมีปัญหาในเรื่องของงบประมาณ รวมทั้งเครื่องมือเครื่องใช้ไม่เอื้ออำนวย ไม่ทันสมัยและเหมาะสมกับสถานการณ์ ตลอดจน ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร ขาดเอกภาพในการบริหารงาน และขาดความคล่องตัวในการบริหารงาน ซึ่งควรตั้งงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ให้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงเสนอโครงการที่เป็นการนำฝ่ายการเมืองที่มุ่งให้ผลประโยชน์ต่อ ประชาชนโดยตรง และมีกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย และมีการสื่อสารกับประชาชนมากขึ้นกว่าเดิม

2. ปัญหาด้านบุคลากร การประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการ นายกรัฐมนตรี มีปัญหาและอุปสรรคที่ถือว่าเป็นประเด็นสำคัญประเด็นหนึ่งในเรื่องความไม่พร้อมในการปฏิบัติงานบุคลากร ขาดความกระตือรือร้นตื่นตัวในการปฏิบัติงานและขาดความเข้าใจ และเข้าถึงการให้ข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์เนื้องานของรัฐบาล รวมทั้งยังยึดติดการทำงานแบบระบบราชการทำให้ขาดความคล่องตัว และการประสานเชื่อมโยงที่มีไม่มาก ของบุคลากรสำนักโฆษกกับสื่อมวลชนที่ปฏิบัติงาน ณ ทำเนียบรัฐบาล ทำให้การปฏิบัติงานขาดความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันเท่าที่ควร จึงต้องมีการพัฒนาบุคลากรที่ขาดความกระตือรือร้นก็ควรได้รับการพัฒนาและกระตุ้นการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งให้หมุนเวียน สับเปลี่ยนการปฏิบัติงานกันเองในสำนักโฆษก รวมทั้งเตรียมพร้อมการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ และลดบทบาทการปฏิบัติงานที่มีลักษณะเป็นราชการให้น้อยลง และ ส่งบุคลากรไปฝึกอบรม เพื่อให้มีการพัฒนาและปรับทัศนคติ

ให้เป็นการประชาสัมพันธ์ในแนวทางของเอกชนให้มากยิ่งขึ้น และปรับปรุงโครงสร้างของสำนักโฆษกเพื่อเพิ่มความคล่องตัว ตลอดจนสร้างความเชื่อมโยงสัมพันธ์และการประสานงานระหว่างบุคลากรสำนักโฆษกกับสื่อมวลชนประจำทำเนียบรัฐบาลให้มากขึ้น และต้องหาทางและประสานงานกับแหล่งข่าวให้ใกล้ชิดเพื่อให้ได้รับข่าวสารที่รวดเร็วยิ่ง

3. ปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง การกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ต้องรอฟังนโยบายจากฝ่ายการเมืองซึ่งไม่ใช่เรื่องที่จะกระทำโดยง่าย เพราะรูปแบบและแนวทางการประชาสัมพันธ์จะ ขึ้นอยู่กับนายกรัฐมนตรีและนโยบายของนายกรัฐมนตรีแต่ละยุคแต่ละสมัยว่า ต้องการที่จะให้มีการประชาสัมพันธ์ในทิศทางและรูปแบบใดเสียมากกว่า ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองจะส่งผลทำให้รูปแบบและแนวทางการประชาสัมพันธ์ในบางเรื่องบางโครงการต้องพิจารณานโยบายของรัฐบาลในขณะนั้นว่า มีแนวทางในการดำเนินงานเป็นไปในทางใด พร้อมกับต้องรอการพิจารณาเห็นชอบการดำเนินงานจากราชการฝ่ายการเมืองซึ่งเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องคำนึงถึงถึงอย่างยิ่งอีกด้วย

ซึ่งปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ในภาพรวมนั้น มีผู้ให้ข้อมูลซึ่งอยู่ในกลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก คือ นายอิทธิเดช สุพงษ์ ให้ความเห็นว่า

ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก ก็คือนโยบายของหน่วยงานในระดับกรม คือสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี นโยบายของสำนักโฆษกเอง หรือผู้บริหารที่ไม่ให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร ขาดเอกภาพในการบริหารงาน ไม่มีจุดร่วมหรือ วัตถุประสงค์ในการทำงานร่วมกัน รวมทั้งขาดความคล่องตัวในการบริหารงาน เนื่องจาก ติดอยู่กับระบบราชการ” และผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มสื่อมวลชนที่ปฏิบัติงานประจำ ณ ทำเนียบรัฐบาล นางสาววันธนา ชีวะดุขฎี ให้ความเห็นว่า “ส่วนใหญ่บุคลากรสำนักโฆษกยังคงทำงานยึดติดกับระบบราชการ ทำให้มีขั้นตอนในการปฏิบัติที่มาก ขอให้ปรับวิสัยทัศน์และปรับทัศนคติในการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ และกำลังบุคลากรที่จำกัด (อิทธิเดช สุพงษ์, สัมภาษณ์)

## ความคิดเห็นของสื่อมวลชนประจำทำเนียบรัฐบาลที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

ซึ่งแยกเป็นประเด็นได้ ดังนี้

2. การแถลงข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรี ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การแถลงข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรียังเป็นรูปแบบเดิมที่ปฏิบัติกันมาเป็นระยะเวลานานแล้ว ซึ่งประเด็นที่ใช้ในการแถลงข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรียังไม่ตรงกับความต้องการและสนใจของสื่อมวลชนเท่าที่ควร และใช้ภาษาทางราชการที่เข้าใจยากจนเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับที่ นางยุวดี รัถญูสิริ ให้ความคิดเห็นว่า

ยังมีรูปแบบการจัดทำการแถลงข่าวการประชุมในลักษณะแบบเดิม ๆ ยังไม่ค่อยได้พัฒนาเท่าที่ควร ทั้งที่เป็นยุคข้อมูลข่าวสาร แต่ยังไม่ทันสมัยและไม่ทันการณ์ รวมทั้งประเด็นหรือหัวข้อข่าวที่จัดทำบางครั้งไม่อยู่ในความสนใจของสื่อมวลชน และเนื้อหาในการสรุปมติการประชุมสั้นเกินไป (ยุวดี รัถญูสิริ, สัมภาษณ์)

และนางสาวนันทยา รัตนสิทธิ์ ให้ความคิดเห็นว่า “การแถลงการประชุมคณะรัฐมนตรีไม่เหมาะสมเท่าที่ควร เนื่องจากใช้เวลาในการแถลงการประชุมคณะรัฐมนตรีนานเกินไป รวมทั้งผู้แถลงข่าวคือคณะโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรีจะอ่านตามเอกสารมากเกินไป” (นันทยา รัตนสิทธิ์, สัมภาษณ์)

2. การแถลงข่าวต่าง ๆ โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจุบันบางเรื่องยังมีรายละเอียดน้อยเกินไป และควรจะมีที่มาที่ไปในบางครั้งแถลงแต่หัวข้อเท่านั้น

3. การจัดทำและเผยแพร่สรุปข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรี ผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ยังมีเนื้อหาที่เป็นทางราชการและเข้าใจได้ยาก ซึ่งสอดคล้องกับที่ นางสาวบุญระดม จิตรดอน ให้ความคิดเห็นว่า “การจัดทำสรุปข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรีใช้ภาษาทางราชการที่เข้าใจได้ยาก ซึ่งจะทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการสื่อความหมายต่อสาธารณชนได้” (บุญระดม จิตรดอน, สัมภาษณ์)

และ นายชาติรี แสงเพ็ญ ให้ความคิดเห็นว่า “ส่วนในการจัดทำสรุปข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรี โดยเฉพาะในเรื่องเกี่ยวกับข้อกฎหมาย ควรจะมีการระบุมাত্রาของกฎหมายที่เกี่ยวข้องไว้ด้วยและสรุปให้เกิดความเข้าใจให้มากกว่านี้” (ชาติรี แสงเพ็ญ, สัมภาษณ์)

ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นว่า มีการดำเนินงานได้รวดเร็วมากขึ้น คือ นางสาวสุมณฑา บุญคุ้ม ได้แสดงความคิดเห็นว่า “การเผยแพร่ข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรีทางเว็บไซต์ทำได้รวดเร็วมากขึ้น ซึ่งนักข่าวก็นำมาประกอบในการจัดทำข่าวด้วย” (สุมณฑา บุญคุ้ม, สัมภาษณ์)

และ นางสาวสาวิตรี เล็กมณี ให้ความเห็นว่า “การเผยแพร่ข่าวการประชุม คณะรัฐมนตรีโดยทั่วไปถือว่าดีขึ้นจากอดีต ทำได้อย่าง รวดเร็วและกระชับขึ้นมาก” (สาวิตรี เล็กมณี, สัมภาษณ์)

3. การเผยแพร่ข่าวและภาพข่าวทางเว็บไซต์รัฐบาลไทย [www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th) ผู้ให้ ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า การเผยแพร่ข่าวและ ภาพข่าวทางเว็บไซต์มีการพัฒนาได้ ทันสมัย รวดเร็ว ขึ้นกว่าในอดีต รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อการสืบค้น แต่บางครั้งข้อมูลข่าวในเว็บไซต์ยังไม่ทันสมัย และเนื้อหาข้อมูลที่เชื่อมจากกระทรวงต่าง ๆ ใช้ภาษาที่เป็นทางการเกินไป โดย นางสาว วันธนา วีระดุขฎี ให้ความเห็นว่า “มีการพัฒนามากขึ้น แต่ภาพกิจกรรมข่าวสารของรัฐบาลยังแคบ และไม่ครอบคลุมในด้านต่าง ๆ ควรจะมีการเชื่อมโยงกับกระทรวงต่าง ๆ ในการนำภาพกิจกรรม ของรัฐมนตรีกระทรวงต่าง ๆ มา เผยแพร่ด้วย” (วันธนา วีระดุขฎี, สัมภาษณ์)

และ นางสาวสุมณฑา บุญคุ้ม ให้ความเห็นว่า “การเผยแพร่ข่าวและภาพข่าวคือ หนังสือพิมพ์ไม่ค่อยได้ใช้ แต่สื่อทีวีได้นำมาใช้ ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีและควรจะพัฒนาต่อไปให้ทันต่อ เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงได้ด้วย” (สุมณฑา บุญคุ้ม, สัมภาษณ์)

ส่วน นางสาวสุภางค์ ศิริเดช ให้ความเห็นว่า “ควรปรับปรุงในเรื่องเอกสารข่าว เผยแพร่งานของรัฐบาลให้เกิดความไวและทันสมัยในการป้อนข่าวให้สื่อนำไปประชาสัมพันธ์” (สุภางค์ ศิริเดช, สัมภาษณ์)

4. การจัดทำหนังสือ เอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็น ว่า การจัดทำหนังสือเอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ถือเป็นช่องทางที่จะกระจายข่าวสารไปยัง ประชาชนได้ อีกทางหนึ่ง รวมทั้งยังมีความสำคัญเป็นหลักฐานอ้างอิงได้และควรจะคงไว้ ซึ่งนาย ชาตรี แสงเพ็ง ให้ความเห็นว่า “ควรจะทำและควร เผยแพร่ไปยัง สื่อทุกด้าน ซึ่งจะเป็นช่องทาง ที่จะกระจายข่าวสารไปยังประชาชนได้อีกทางหนึ่ง” (ชาตรี แสงเพ็ง, สัมภาษณ์)

5. การประชาสัมพันธ์และทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาลผ่านสื่อมวลชน อาทิ นายกฯ พบสื่อทำเนียบฯ , โครงการรัฐบาลพบสื่อท้องถิ่น โครงการสื่อมวลชนสัมพันธ์ทำเนียบฯ , โครงการศึกษาดูงานการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ประชาชนอยู่ดีมีสุข โครงการศึกษาดูงานในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส) เป็นต้น โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า การ ประชาสัมพันธ์และทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาลผ่านสื่อมวลชนในภาพรวม ๆ ถือว่า มีความเหมาะสมและเป็นสิ่งที่ดี อย่างเช่น โครงการ นายกฯ พบสื่อทำเนียบฯ เป็นโอกาสที่สื่อมวลชนจะได้ ชักถามประเด็นต่าง ๆ ที่สงสัยอยู่และการทำความเข้าใจระหว่างสื่อกับรัฐบาลมากขึ้น แต่มีเวลา จำกัดทำให้ประเด็นในการตอบไม่ครบถ้วน ส่วนโครงการยุทธศาสตร์อยู่ดีมีสุข และโครงการศึกษาดู

งานในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นช่องทางอีกช่องทางหนึ่งในทางทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาล โดยมีการไปศึกษาดูงานข้อเท็จจริงในพื้นที่จริง ทำให้ได้ทราบข้อเท็จจริงและปัญหาอุปสรรค เพื่อหาทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว แต่ควรให้ครอบคลุมหลาย ๆ ด้าน ไม่ใช่ลงพื้นที่หรือดูงานเฉพาะนโยบายรัฐบาลที่ได้รับความนิยมหรือประสบความสำเร็จเท่านั้น รวมทั้งโครงการสื่อสัมพันธ์ทำเนียบฯ ก็เป็นโครงการที่เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของข้าราชการการเมืองกับสื่อมวลชน ซึ่งสอดคล้องกับที่ นางยุวดี ธัญญสิริ ให้ความเห็นว่า

เป็นสิ่งที่ดี แต่ควรมีการปรับรูปแบบในการจัดทำโครงการ และเห็นว่าโครงการนายกฯ พบสื่อ เป็นสิ่งที่ดี เป็นการทำความเข้าใจระหว่างสื่อกับรัฐบาลมากขึ้น แต่มีเวลาจำกัดทำให้ประเด็นในการตอบไม่ครบถ้วน พร้อมทั้งเห็นว่าโครงการยุทธศาสตร์อยู่มีสุขเป็นสิ่งที่ดี ทำให้สื่อเกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น (ยุวดี ธัญญสิริ, สัมภาษณ์)

และนางสาวสุภาวดี ศิริเดช ให้ความเห็นว่าเป็นการประชาสัมพันธ์และทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาลผ่าน สื่อมวลชน เช่น นายกฯ พบสื่อทำเนียบฯ ที่สำนักโฆษกได้จัดทำอยู่มีความเหมาะสมดีแล้ว” (สุภาวดี ศิริเดช, สัมภาษณ์)

ซึ่งผู้ให้ข้อมูลบางส่วนมีความเห็นเพิ่มเติม โดย นางสาวสุเมธนา บุญคุ้ม ให้ความเห็นว่าเป็น

เป็นสิ่งที่ดีในการเปลี่ยนบรรยากาศ แต่โครงการนายกฯ พบสื่อทำเนียบฯ อาจจะให้มีการพูดคุยนอกจากประเด็นข่าว หรือพบปะในลักษณะ Private Meeting ส่วนโครงการดูงานใน 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้ เป็นเรื่องที่ดีมาก แต่ควรจะมีการปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยสื่อทำเนียบฯ ได้พบปะกับสื่อท้องถิ่นในพื้นที่เพื่อร่วมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันด้วย (สุเมธนา บุญคุ้ม, สัมภาษณ์)

และนางสาวสาวิตรี เล็กมณี ให้ความเห็นว่าเป็นการนำสื่อมวลชนดูงานนโยบายรัฐบาลควรให้ครอบคลุมหลาย ๆ ด้าน ไม่ใช่ลงพื้นที่หรือดูงานเฉพาะนโยบายรัฐบาลที่ได้รับความนิยมหรือประสบความสำเร็จเท่านั้น” (สาวิตรี เล็กมณี, สัมภาษณ์)

6. การประชาสัมพันธ์และชี้แจงโดยตรงต่อประชาชน โดยการจัดทำรายการ ต่าง ๆ  
อาทิ รายการนายกฯ ทักซิณ คุยกับประชาชน, เปิดบ้านพิษณุโลก เป็นต้น โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นเรื่องที่ดีที่ควรสนับสนุน โดยรายการ “นายกทักซิณ พบ ประชาชน” และ รายการ “เปิดบ้านพิษณุโลก” เป็นรูปแบบที่นายกรัฐมนตรีได้รายงานหรือแจ้งให้ประชาชนได้ทราบถึงผลการ

ดำเนินงานของรัฐบาล เป็นการสะท้อนมุมมองของผู้นำประเทศ แต่ควรจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้สนใจและดึงดูดใจประชาชนให้มากกว่านี้ และมีบางรายเห็นว่าไม่จำเป็นต้องจัดทำรายการที่นำนายกรัฐมนตรีมาพูดคุยกับประชาชนว่าในแต่ละสัปดาห์ แต่อาจจะมาพูดคุยกันในบางครั้งเป็นกรณีพิเศษ หรือเป็นการเฉพาะเป็นครั้งคราวไป รวมทั้งควรจะต้องมีการประเมินผลการจัดทำโครงการต่าง ๆ ว่าสิ่งที่ทำตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ และควรมีการปรับกระบวนการปฏิบัติงานไม่ให้มีลักษณะที่เป็นระเบียบทางราชการเกินไปนัก

ซึ่งสอดคล้องกับที่ นางยุวดี ธัญญสิริ ให้ความเห็นว่า

เป็นเรื่องที่ดีที่ควรสนับสนุน แต่ควรจะต้องมีการประเมินผลการจัดทำโครงการต่าง ๆ ว่าสิ่งที่ทำตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ และควรมีการปรับกระบวนการปฏิบัติงาน ไม่ให้มีลักษณะที่เป็นระเบียบทางราชการเกินไปนัก (วันทนา วีระคุษฎี, สัมภาษณ์)

และ นางสาวบุญระดม จิตรดอน ให้ความเห็นว่า

รายการ “นายกทักษิณ พบประชาชน” และ รายการ “เปิดบ้านพิษณุโลก” เป็นรูปแบบที่จะทำให้นายกรัฐมนตรีได้รายงานหรือแจ้งให้ประชาชนได้ทราบ ถึงผลการดำเนินงานของรัฐบาล ซึ่งจะเป็นการสะท้อนมุมมองของผู้นำประเทศได้” (บุญระดม จิตรดอน, สัมภาษณ์)

ส่วน นางสาวสุมณฑา บุญคุ้ม ให้ความเห็นว่า “ควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้น่าสนใจและดึงดูดใจจากประชาชนให้มากกว่านี้” (สุมณฑา บุญคุ้ม, สัมภาษณ์)

และ นายชาติรี แสงเพ็ง ให้ความเห็นว่า “ถ้ามีการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของรัฐบาลที่มีประสิทธิภาพแล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องจัดทำรายการที่นำนายกรัฐมนตรีมาพูดคุยกับประชาชนว่าในแต่ละสัปดาห์ แต่อาจจะ มาพูดคุยกันในบางครั้งเป็นกรณีพิเศษ หรือเป็นการเฉพาะเป็นครั้งคราวไป” (ชาติรี แสงเพ็ง, สัมภาษณ์)

7. การประชาสัมพันธ์และทำความเข้าใจนโยบายของรัฐบาลผ่านเยาวชน อาทิ โครงการยุวโฆษก โครงการโฆษกพบเยาวชน เป็นต้น โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เป็นเรื่องที่ดีที่ควรสนับสนุน และเป็นการเปิดเวทีให้กับเด็กและเยาวชนได้ศึกษาเรียนรู้ในภาพกว้างมากขึ้น และทำให้เยาวชนได้รู้การปฏิบัติงานของรัฐบาลได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งเป็นเรื่องที่มีประโยชน์แต่คงจะเป็นเรื่องที่จะได้ผลในระยะยาว รวมทั้งควรจะต้องมีการประเมินผลการจัดทำโครงการต่าง ๆ ว่าสิ่งที่ทำตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ และควรมีการจัดให้เยาวชนได้เห็น กิจกรรมที่หลากหลาย แต่อาจมีปัญหาบ้างในเรื่องของวุฒิภาวะของ

เยาวชนผู้เข้าร่วมโครงการ โดยสอดคล้องกับที่ นางยุวดี ธีบุญสิทธิ์ ให้ความเห็นว่า “เป็นเรื่องที่ดี ที่ควรสนับสนุน แต่ควรจะต้องมีการประเมินผลการจัดทำโครงการต่าง ๆ ว่าสิ่งที่ทำ ตรงกับความ ต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่” (ยุวดี ธีบุญสิทธิ์, สัมภาษณ์)

และนางสาววันธนา วีระดุขฎฐิ ให้ความเห็นว่า “มีประโยชน์บ้าง แต่คงจะเป็นเรื่องที่จะได้ผลในระยะยาวและคงจะมีปัญหาบ้างเรื่องของวุฒิภาวะของเยาวชนผู้เข้าร่วมโครงการ” (วันธนา วีระดุขฎฐิ, สัมภาษณ์)

ส่วน นางสาวสุมณฑา บุญคุ้ม ให้ความเห็นว่า “เป็นสิ่งที่ดีเป็นการเปิดเวทีให้กับเด็กและเยาวชนได้ศึกษาเรียนรู้ในภาพกว้างมากขึ้น แต่ควรจะมีการจัดให้เยาวชนได้เห็นกิจกรรมที่หลากหลายมากกว่านี้” (สุมณฑา บุญคุ้ม, สัมภาษณ์)

และนายชาติรี แสงเพ็ง ให้ความเห็นว่า “เป็นช่องทางที่จะทำให้เยาวชนมาสนใจเรื่องที่เป็นสาระบ้าง ก็ถือว่าเป็นช่องทางที่เป็นประโยชน์อีกช่องทางหนึ่ง” (ชาติรี แสงเพ็ง, สัมภาษณ์)

ซึ่งในภาพรวมแล้ว ผู้ให้ข้อมูลที่อยู่ในกลุ่มผู้สื่อข่าวประจำทำเนียบรัฐบาลส่วนใหญ่ เห็นว่ารูปแบบและแนวทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการ นายกรัฐมนตรี ไม่ว่าจะเป็น การแถลงข่าวควรพัฒนารูปแบบการแถลงข่าวให้ทันสมัย นำประเด็นการประชุม คณะรัฐมนตรีที่เป็นประเด็นหลักและสำคัญ และเป็นที่น่าสนใจของประชาชนและสื่อมวลชนนำมาแถลงข่าว และการแถลงข่าวของคณะโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรีไม่ควรมีลักษณะเป็นการอ่านจากเอกสารจนเกินไป และปรับระยะเวลาแถลงข่าวให้กระชับขึ้น การจัดทำสรุปข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรี ควรเป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของสื่อมวลชน และใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการและเข้าใจง่าย การเผยแพร่ข่าวทางเอกสาร ควรปรับปรุงให้รวดเร็วขึ้น รายการนายกฯ พบสื่อทำเนียบ ควรจัดเป็น 2 สัปดาห์ต่อครั้ง การจัดโครงการให้สื่อมวลชนดูงานในพื้นที่ ควรจัดดูงานนโยบายด้านต่าง ๆ ของรัฐบาลหลาย ๆ ด้าน ไม่ใช่ลงพื้นที่หรือดูงานเฉพาะนโยบายที่ได้รับความนิยมหรือประสบความสำเร็จเท่านั้น และควรปรับปรุงรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมให้เกิดความรวดเร็ว ถูกต้อง ตรงความต้องการของประชาชนและสื่อมวลชน และลดรูปแบบที่เป็นทางราชการลง และ ควรมีการประชาสัมพันธ์สองทางและในเชิงรุก

โดยมองว่าปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการ นายกรัฐมนตรี อยู่ที่ความไม่พร้อมในการปฏิบัติงาน บุคลากรสำนักโฆษก ขาดความกระตือรือร้น ตื่นตัวในการปฏิบัติงานและขาดความเข้าใจและเข้าถึงการให้ข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์เนื้องานของรัฐบาล รวมทั้งยังยึดติดการทำงานแบบระบบราชการ ทำให้ขาดความคล่องตัว

นอกจากนั้นยังขาดความพร้อมในเรื่องอุปกรณ์เครื่องมือการใช้งาน และการประสานเชื่อมโยงระหว่างเจ้าหน้าที่สำนักโฆษกกับสื่อมวลชนที่ปฏิบัติงาน ณ ทำเนียบรัฐบาล รวมทั้งการเผยแพร่ข้อมูลบางครั้งไม่ค่อยให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา โดยเฉพาะในประเด็นที่กระทบกับรัฐบาล ซึ่งบางเรื่องให้ข้อมูลซ้ำไม่ทันต่อ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมเห็นควรที่จะมีการพัฒนาและเตรียมพร้อมในการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ รวมทั้งควรลดบทบาทการปฏิบัติงานที่มีลักษณะเป็นราชการลง และส่งบุคลากรไปฝึกอบรม เพื่อให้มีการพัฒนาและปรับทัศนคติให้เป็นการประชาสัมพันธ์ในแนวทางของเอกชนให้มากยิ่งขึ้น และควรจะมีการสร้างความเชื่อมโยงสัมพันธ์และการประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่สำนักโฆษกกับสื่อมวลชนประจำทำเนียบรัฐบาลให้มากขึ้น และเจ้าหน้าที่สำนักโฆษกควรจะต้องหาทางและประสานงานกับแหล่งข่าวให้ใกล้ชิด เพื่อให้ได้รับข่าวสารที่รวดเร็วยิ่ง และการเผยแพร่ข่าวถ้าเป็นประเด็นที่กระทบกับรัฐบาล ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ มาชี้แจงให้ชัดเจน เพื่อสร้างความเข้าใจ กระจ่างและโปร่งใส เกิดขึ้นโดยเร็ว โดยผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะให้พัฒนาและปรับทัศนคติการทำงานของเจ้าหน้าที่สำนักโฆษกไม่ให้อยู่ในกรอบของระบบราชการ และเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ให้เหมาะสมและทันสมัย รวมทั้งมีการปรับปรุงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์ รัฐบาล (www.thaigov.go.th) ให้ทันสมัยเป็นปัจจุบันและทันต่อเหตุการณ์และลดความเป็นราชการลงด้วย และประชาสัมพันธ์ในลักษณะสองทางและเป็นเชิงรุก นอกจากนี้ นางยุวดี ทัศนฤทธิ ผู้สื่อข่าวอาวุโสประจำทำเนียบรัฐบาลได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า “การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลไม่ใช่เรื่องที่จะกระทำโดยง่าย เพราะรูปแบบและแนวทางการประชาสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับนายกรัฐมนตรีและนโยบายของนายกรัฐมนตรีแต่ละยุคแต่ละสมัยว่าต้องการที่จะให้มีการประชาสัมพันธ์ในทิศทางและรูปแบบใดเสียมากกว่า” (ยุวดี ทัศนฤทธิ, สัมภาษณ์)

### **ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการ นายกรัฐมนตรี**

การดำเนินงานของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน (2551) มีผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อประชาชนโดยตรง อาทิ จัดทำรายการ “นายกฯ ทักซิณ คุยกับประชาชน” , รายการ “เปิดบ้านพิษณุโลก”, รายการสายตรงทำเนียบฯ , รายการสนทนาประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ข้าราชการฝ่ายการเมืองมีแนวคิดให้ดำเนินงานตามที่ตนต้องการ และเป็นความต้องการทางการเมืองเพื่อเป็นการช่วงชิงความเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือ

ประชาชน ให้มากที่สุด และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยผ่านเครือข่ายเยาวชนเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาลแก่เยาวชน รวมทั้งการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อมวลชนส่วนกลางและสื่อท้องถิ่นให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของรัฐบาล และข้อเท็จจริงต่าง ๆ จากนายกรัฐมนตรีและในพื้นที่จริงโดยตรง และการบูรณาการการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในระดับส่วนราชการผ่านทางโฆษกกระทรวง เพื่อ ถ่ายทอดการบริหารงานตามนโยบายของรัฐบาลผ่านโฆษกกระทรวง และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการสำคัญของรัฐบาล และสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของ ส่วนราชการต่าง ๆ ตลอดจนการจัดทำเอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐบาล ผลการปฏิบัติงานของรัฐบาล และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อแจกจ่ายแก่สาธารณชน และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์รัฐบาลไทย [www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th) โดยดำเนินการจัดทำและเผยแพร่เอกสารข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรี เอกสารข่าว/ภาพภารกิจ/ คำกล่าวของนายกรัฐมนตรีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และนำเสนอรายงานข่าวเด่น สถานการณ์ข่าวและข่าวประชาชน รวมทั้งข่าวกระทรวงที่ได้รับความร่วมมือจากกระทรวงต่าง ๆ นอกจากนี้ยังได้จัดทำโครงการ “สื่อมวลชนสัมพันธ์ทำเนียบรัฐบาล” เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างฝ่ายการเมือง ข้าราชการสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรีและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย กับสื่อมวลชนให้ดียิ่งขึ้น

โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในการดำเนินงานว่า ควรจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเชิงรุก และควรปรับปรุงแบบการประชาสัมพันธ์ให้น่าสนใจเพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ชุมชนให้มากขึ้น และเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ สร้างการมีส่วนร่วมและทำงานเป็นทีม มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ/เครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ ควรกำหนดทิศทางและบทบาทการดำเนินงานของสำนักโฆษกให้ชัดเจน มีแนวทางการทำงานในอนาคต ปรับการทำงานในลักษณะเชิงกลยุทธ์ คือมีการวางแผน ดำเนินงานและติดตามงานที่เป็นรูปธรรม โดยเน้นเชิงรุกมากกว่าเชิงรับ เตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษกสามารถที่จะขับเคลื่อนไปได้ พร้อมกับพัฒนาและปรับทัศนคติการทำงานของเจ้าหน้าที่สำนักโฆษกไม่ให้อยู่ในกรอบของระบบราชการ

### ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษากิจการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ในครั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลาในการศึกษา และข้อจำกัดในเรื่องของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทำให้ได้ข้อมูลเฉพาะผู้เกี่ยวข้อง กับ รูปแบบและแนวทางการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลเฉพาะกลุ่มผู้บริหารและปฏิบัติงานของสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี และกลุ่มสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ประจำทำเนียบรัฐบาล เท่านั้น ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์อาจไม่ครอบคลุมปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการกำหนดรูปแบบและแนวทางการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลทั้งหมด ดังนั้น ผลการศึกษา ครั้งนี้อาจยังไม่สะท้อนปัญหาที่แท้จริง ซึ่งการศึกษาครั้งต่อไปนั้นควรจะใช้กลุ่มประชากรตัวอย่างให้ครอบคลุมที่มากกว่านี้ และเนื่องจากรูปแบบและแนวทางการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลมีหลากหลายรูปแบบ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับแต่ละรูปแบบย่อมจะมีความแตกต่างกัน รวมทั้งปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นจึงมีความแตกต่างกัน นอกจากนี้ หากมีผู้สนใจศึกษาถึงความ เป็นไปได้ในการบูรณาการงานประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล และปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ น่าจะเป็น ประโยชน์อย่างมากต่อการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของรัฐบาลได้เป็นอย่างดี