

บทคัดย่อ

T163095

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ภาครัฐ ภาคเอกชนและภาครัฐวิสาหกิจ ต่อภาพลักษณ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านบุคลากร (ผู้บริหาร หัวหน้าฝ่าย และผู้ปฏิบัติงาน) ซึ่งอยู่ในรูปของความสัมพันธ์กับบุคคลในหน่วยงานและบุคลิกภาพของบุคคลในหน่วยงาน ด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร และด้านการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและการเมือง ในส่วนของการดำเนินงานด้านสังคมและการเมือง ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาครัฐวิสาหกิจ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 55 ฉบับ และได้รับแบบสอบถามคืนจำนวน 50 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 90.9 แล้วนำไปประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาครัฐวิสาหกิจ จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอายุในช่วง 20 – 30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐในตำแหน่งผู้ปฏิบัติงาน โดยมีรายได้ประมาณ 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน และเคยมีประสบการณ์ในการประสานงานกับสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 จังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า 6 ปี

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาครัฐวิสาหกิจ จังหวัดเชียงใหม่ที่เข้ามาติดต่อประสานงานกับสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการติดต่อประสานงานข่าวกิจกรรมขององค์กร รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับรายการสนทนาหรืออภิปราย การถ่ายทอดสดเกี่ยวกับงานประเพณี และการบันทึกเทปนอกสถานที่เกี่ยวกับงานประชุมหรือสัมมนา

ส่วนในด้านการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและการเมือง เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาครัฐวิสาหกิจ จังหวัดเชียงใหม่ ที่เข้ามาติดต่อประสานงานกับสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 จังหวัดเชียงใหม่ มีทรรศนะเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและการเมืองในระดับดีกับการสร้างเครือข่ายข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและมีทัศนคติที่ถูกต้อง ในการปลูกฝังวัฒนธรรมและการเคารพกฎระเบียบ และการดำเนินงานมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแนวนโยบายของรัฐบาล

ABSTRACT

TE 163095

This research aimed to study and compare the perception of the public relation officers working for the government, private organizations and state enterprises of the images of the Thai Television Channel 11 Chiang Mai in the aspects of personnel (executives, heads of departments and operators) i.e. relationship with the personnel in the organizations and personality, public relations and broadcasting, and adjustment to be compatible with social and political conditions. In the part of social and political operation in this study, 50 questionnaires were used for collecting the information from public relation government officers and those of private organizations and state enterprises in Chiang Mai. The collected data was processed by using descriptive statistics to find out frequency, percentage, average, and standard deviation.

The results of this research revealed that most public relation officers working for the government, private organizations and state enterprises in Chiang Mai were females, 20 – 30 years old and held a bachelor degree. They worked as the operators (operation workers) in government offices, had an income of 10,001 – 15,000 baht per month and have cooperated with the Thai Television Channel 11 Chiang Mai for more than 6 years.

Most of the public relation officers in the government sector, private organizations and state enterprises in Chiang Mai had experience in contacting the Channel 11 Chiang Mai about the activities and news of their organizations, television programs presenting talk shows or discussions, live telecasting of cultural fairs and festivals, and outdoor recording of meetings and seminars.

TE 163095

The public relation officers, perception of the image of the Channel 11 Chiang Mai was at a high level in adjustment to be compatible with social and political conditions, followed by administration and personnel respectively.

In terms of personnel, the public relation officers had a high level of perception of personnel image i.e. the personnel provided advice properly with the use of the language easy to understand, and a moderate level of perception of colleagues' friendliness.

The public relation officers had a high level of perception of administration image i.e. local public relation and presentation of factual information.

In terms of adjustment to be compatible with social and political conditions, the public relation officers had a high level of perception of establishing information networks to create mutual learning and correct attitudes towards fostering cultures and obeying rules, and of compatibility of operation with social and economic national development plan as well as government policy.