

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

ของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด

MEDIA UTILIZATION ABILITY IN PUBLIC RELATIONS OF
PROVINCIAL COOPERATIVE TECHNICIANS



โดย

นายนำโชค ศิลกุล

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร)

พ.ศ. 2540



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร)

ปริญญา

ส่งเสริมการเกษตร

สาขาวิชา

เรื่อง ความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของนักวิชาการสหกรณ์
ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด

ส่งเสริมการเกษตร

ภาควิชา

MEDIA UTILIZATION ABILITY IN PUBLIC RELATIONS OF PROVINCIAL
COOPERATIVE TECHNICIANS

นามผู้วิจัย นายนำโชค ศิลกุล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์)
วันที่...7...เดือน...พ.ค. 2540

กรรมการ


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช)
วันที่...7...เดือน...พ.ค. 2540

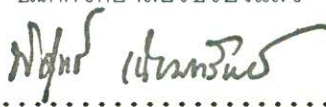
กรรมการ


.....
(อาจารย์นคเรศ รังควัต)
วันที่...7...เดือน...พ.ค. 2540

หัวหน้าภาควิชา.....


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์)
วันที่...7...เดือน...พ.ค. 2540

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิสัทธ เนียมทรัพย์)
ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
วันที่...13...เดือน...พ.ค. 2540

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของนักวิชาการสหกรณ์
ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด

ผู้วิจัย : นายนำโชค ศิลกุล

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร)

วิชาเอก : ส่งเสริมการเกษตร

ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์)

...7.../.....:/ 2540

วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาลักษณะการปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ ระดับความสามารถในการใช้สื่อ ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์และพัฒนาสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามและแบบทดสอบความสามารถ เก็บข้อมูลจากนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัดทุกจังหวัด จำนวน 149 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และคะแนนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัยดังนี้

1. ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของนักวิชาการสหกรณ์

นักวิชาการสหกรณ์เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 39.33 ปี รับราชการเฉลี่ย 15.23 ปี ส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ และสาขาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ ร้อยละ 69.13 เคยผ่านการอบรมด้านการประชาสัมพันธ์

2. ลักษณะการปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์

นักวิชาการสหกรณ์เคยปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ เฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านการประเมินผลที่ปฏิบัติงานน้อยครั้ง การรวบรวมข้อมูลเพื่อทราบภาพพจน์ของสหกรณ์ ส่วนมากใช้การสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์ สำหรับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่เพื่อเผยแพร่ภาพพจน์ที่ดีของงานสหกรณ์ สื่อที่ใช้บ่อยครั้ง คือ การพูดประกอบการใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ

3. ระดับความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

3.1 นักวิชาการสหกรณ์ ร้อยละ 3.36 มีความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์สูงมาก ร้อยละ 26.18 มีความสามารถสูง ร้อยละ 38.93 มีความสามารถปานกลาง ร้อยละ 25.50 มีความสามารถต่ำ และร้อยละ 6.04 มีความสามารถต่ำมาก

3.2 นักวิชาการสหกรณ์มีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารในระดับสูง แต่มีความสามารถในการพิจารณาเลือกสื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ได้ในระดับปานกลาง สำหรับการเลือกใช้แต่ละประเภทมีความสามารถดังนี้

สื่อบุคคล มีความสามารถในการเลือกแบบการพูดที่เหมาะสมในระดับสูง สื่อมวลชน ทราบถึงโครงสร้างของข่าวในระดับสูง แต่มีความสามารถในการเขียนรายละเอียดแต่ละโครงสร้างต่ำมาก

สื่อสิ่งพิมพ์ มีความสามารถสูงในการนำโปสเตอร์และจดหมายข่าวไปใช้ รวมถึงการออกแบบแผ่นพับที่น่าสนใจ แต่สามารถออกแบบโปสเตอร์ที่น่าสนใจได้ในระดับปานกลาง ในขณะที่มีความสามารถต่ำในการจัดทำจดหมายข่าว

สื่อโสตทัศน์ มีความสามารถสูงในการผลิตแผ่นใส แต่การใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะให้ตรงความสนใจของผู้ฟังอยู่ในระดับปานกลาง มีความรู้เกี่ยวกับหลักการถ่ายภาพ การใช้กล้องถ่ายรูป และการเลือกฟิล์มอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีความสามารถต่ำในการผลิตสไลด์ สามารถติดตั้งใช้งานวีดิทัศน์ได้ในระดับสูงและใช้กล้องโทรทัศน์ได้ในระดับปานกลาง

สื่อกิจกรรม มีความสามารถต่ำในการออกแบบและเลือกใช้วัสดุเพื่อจัดนิทรรศการที่น่าสนใจ รวมถึงมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมประเภทต่าง ๆ ในระดับต่ำด้วย

4. ปัญหาและอุปสรรคการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

ทุกสื่อ มีปัญหามากในด้านงบประมาณสนับสนุน ส่วนปัญหาด้านอื่น ๆ มีปัญหามากในสื่อแต่ละประเภท ดังนี้

การประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์มีปัญหามากในทุกด้าน การใช้สไลด์มีปัญหามากในด้านกระบวนการผลิตและเผยแพร่ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีอยู่ รวมทั้งด้านความรู้ความสามารถในการใช้กล้องถ่ายภาพและการผลิตสไลด์ การจัดนิทรรศการมีปัญหามากในด้านความสนใจชมของกลุ่มเป้าหมาย การจัดกิจกรรมมีปัญหามากในด้านวัสดุที่ใช้จัดกิจกรรม ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์มีปัญหามากในด้านกระบวนการผลิตและเผยแพร่

ABSTRACT

Title : Media Utilization Ability in Public Relations of
Provincial Cooperative Technicians

By : Numchoke Silakul

Degree : Master of Science (Agricultural Extension)

Major field : Agricultural Extension

Chairman, Thesis Advisory Board : *Wittaya Damrongkiattisak*
(Assoc. Prof. Dr. Wittaya Damrongkiattisak)
.....7...../NOV...../ 1997

The objective of this research was to examine provincial technicians, working features according to the public relations process, the level of their concerning ability in using media, as well as their problems and obstacles concerning media utilization for public relations. The research findings will be used as guidelines for improvements of public relations workers and media.

The data were collected by means of questionnaires and ability test from 149 provincial cooperative technicians and analyzed by using computer, SPSS program. The statistics used were percentage, mean score, standard deviation and standard score.

The results were summarized as follows:

1. Personal background

More of the provincial cooperative technicians were male than females. They were 39.33 years old on average and had an average of 15.23 years in government service. Most of them graduated with a bachelor degree in Cooperative Economics and Agricultural and Cooperative Promotion; 69.13 percent had been trained in public relations.

2. Working features according to the public relations process.

On average the provincial cooperative technicians' work according to the public relations mean was at a moderate level, except for evaluation which was seldom practised. Collection of information to derive the cooperatives' image was mostly conducted by interviewing relevant people. The objective of public relations was mainly to promote a better image for cooperative work. The media most frequently used was oral presentation together with overhead projector.

3. Level of ability in using public relations media.

3.1 It was found that 3.36 percent of the cooperative technicians possessed very high ability in using public relations media, 26.18 percent high, 38.93 percent average, 25.50 percent low and 6.04 percent very low.

3.2 They had good fundamental knowledge of communication but their ability to choose the media suitable for the objectives of public relations was at a moderate level. The ability to use each type of media was as follows:

- individual media: they had a high ability level in choosing appropriate speaking patterns.

- mass media: they had a high level of knowledge of information structure but a low ability level in write details of each pattern.

- printed media: they had a high ability in using posters and newsletters, inciuding designing interesting brochures. Their ability in designing interesting posters was moderate and that in preparing newsletter was low.

- audio-visual media: they had high ability for transparency production, moderate in keeping audience's interest, in flim, but low ability in the production of slides. Their video setting ability was high and their television camera using ability was moderate.

- activity media: they had a low level of ability in designing and selecting materials for exhibition as well as little knowledge in public relations activities.

4. Problems and obstacles concerning media utilization for public relations.

Budget was the main problem for all media. Other problems founding in the use of each media were as follow:

Television: all problems; slides: production and promotion, equipment and materials as well as knowledge in using camera and slide production; exhibition: interest of target groups; activity media: materials; and printed media: production and promotion.

คำนิยม

การวิจัยเรื่อง ความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด ในครั้งนี้ ได้รับความสำเร็จจากการชี้แนะและตรวจแก้ไข โดยกรรมการที่ปรึกษา ซึ่งประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ ประธานกรรมการ รวมทั้งกรรมการอีก 2 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช และอาจารย์นครศรี รังควัต ที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะแนวทางการวิจัย สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้รับความอนุเคราะห์และร่วมมืออย่างดียิ่งจากนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัดทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จรรยา อภิชาติตรากุล เป็นผู้ตรวจแก้บทความภาษาอังกฤษ และศูนย์ฝึกอบรมสหกรณ์ที่ 5 ที่ช่วยเหลือในการวิเคราะห์ข้อมูลและการพิมพ์จนสำเร็จด้วยดี ข้าพเจ้าขอขอบคุณผู้ที่ได้กล่าวนาม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ไว้ในโอกาสอันเป็นอย่างสูง

การวิจัยครั้งนี้ แม้จะประสบปัญหา แต่ด้วยความเพียรพยายาม ความตั้งใจใฝ่สำเร็จ และด้วยแรงดลบันดาลใจ ที่เกิดจากพระคุณของบิดามารดาผู้ให้กำเนิด ครู-อาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ช่วยเป็นรากฐานสำคัญให้การวิจัยครั้งนี้ ประสบผลสำเร็จได้ด้วยดี

นำโชค ศิลกุล

ตุลาคม 2540

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
คำนิยม	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ปัญหาและความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตในการวิจัย	4
ข้อจำกัดในการวิจัย	5
นิยามศัพท์ทั่วไป	5
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
กระบวนการประชาสัมพันธ์	8
ความสามารถ	14
การติดต่อสื่อสาร	16
การวางแผนการใช้สื่อ	22
หลักการพิจารณาเลือกสื่อ	24
การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	27
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
ภาคสรุป	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	42
สถานที่ดำเนินการวิจัย	42
ผู้ให้ข้อมูล	42
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	43
การทดสอบแบบสอบถาม	43
วิธีการรวบรวมข้อมูล	45
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	46
ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย	48
งบประมาณที่ใช้ในการวิจัย	49
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	50
ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักวิชาการสหกรณ์	50
การปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์	54
ความถี่และค่าเฉลี่ยในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	62
ตอนที่ 2 ระดับความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	64
ระดับความสามารถในการใช้สื่อของนักวิชาการ	64
ระดับความสามารถในการใช้สื่อแต่ละประเภท	66
ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	72
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	84
สรุปผลการวิจัย	84
ข้อเสนอแนะ	90
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	92
เอกสารอ้างอิง	93

สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. แบบสอบถามและแบบทดสอบ

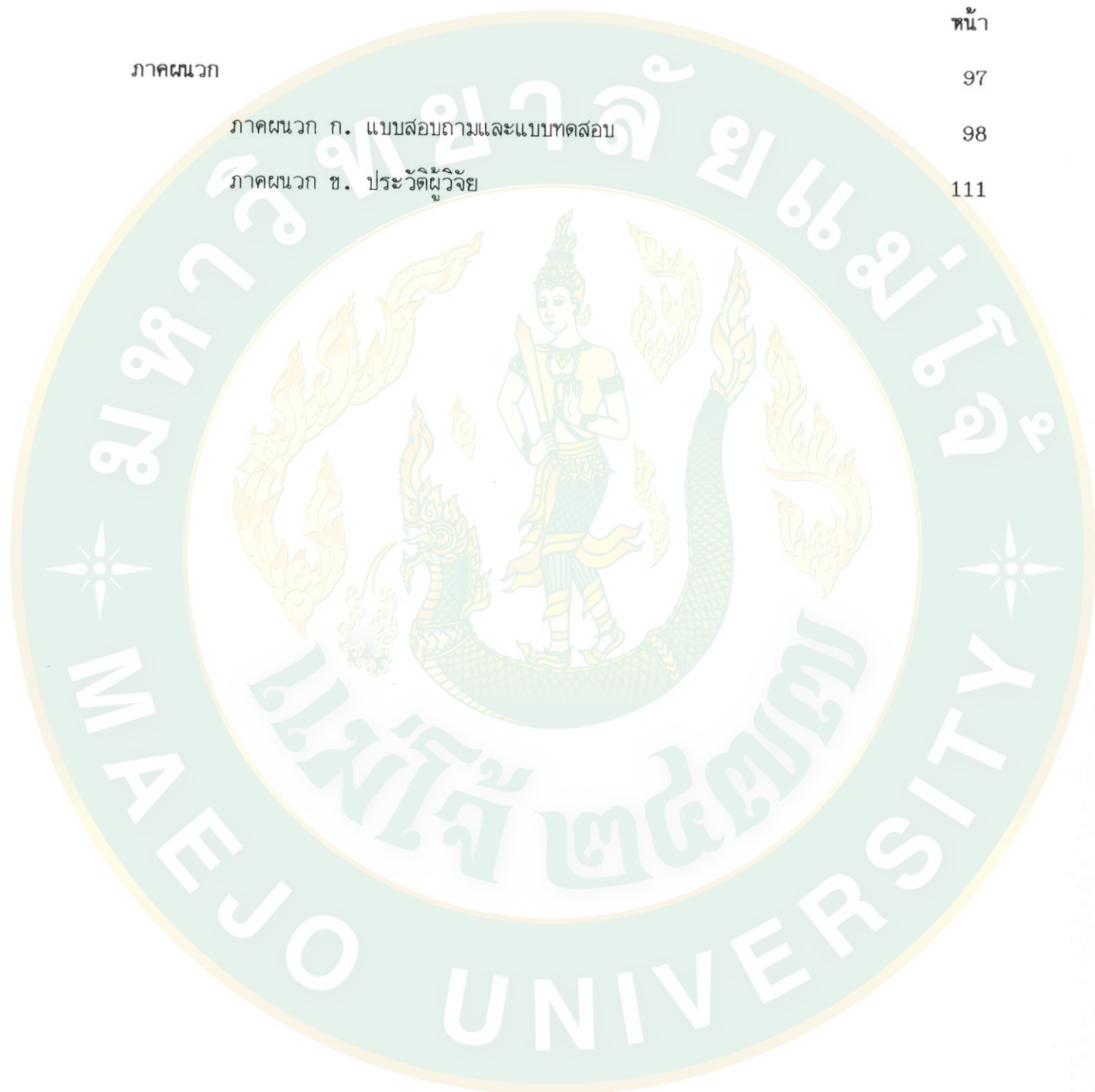
ภาคผนวก ข. ประวัติผู้วิจัย

หน้า

97

98

111



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 การตัดเกรดตามแบบของ Blommers and Luidguist	47
2 ความถี่ ร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงาน สหกรณ์จังหวัด	52
3 ความถี่และค่าเฉลี่ยในการปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์	58
4 ประชามติ หรือภาพพจน์ และวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์	61
5 ความถี่และค่าเฉลี่ยในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์	63
6 ระดับความสามารถในการใช้สื่อของนักวิชาการสหกรณ์	65
7 ระดับความสามารถในการใช้สื่อแต่ละประเภท	70
8 ระดับของปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	80

บทที่ 1

บทนำ

(INTRODUCTION)

สหกรณ์เป็นการรวมกลุ่มของบุคคล เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันทางเศรษฐกิจสังคมและการศึกษา โดยการดำเนินกิจการทางธุรกิจ (International Cooperative Alliance; ICA อ้างใน พูนสุข ไทยสวัสดิ์, 2534: 4) เพราะสหกรณ์มีอุดมการณ์ คือ แนวความคิดที่เชื่อว่า จะแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคม ให้มีความอยู่ดี กินดี และมีสันติสุข โดยการประหยัด ช่วยตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกันเป็นสำคัญ การดำเนินงานสหกรณ์ ต้องยึดหลักสหกรณ์ ซึ่งการนำหลักสหกรณ์ไปใช้ในทางปฏิบัตินั้นก็คือ วิธีการสหกรณ์ (กองวิชาการ กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2535: 5)

วิธีการสหกรณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ดีที่สุด ที่จะช่วยให้เกษตรกรหรือผู้ที่มีฐานะยากจนสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคม เพราะวิธีการสหกรณ์นั้นเป็นการสร้างรากฐาน เพื่อให้เกิดความมั่นคงในการประกอบอาชีพ แต่วิธีการสหกรณ์จะได้ผลอย่างจริงจังก็ต่อเมื่อสมาชิกสหกรณ์หรือประชาชนทั่วไป มีความรู้ ความเข้าใจ วิธีการสหกรณ์อย่างแท้จริง ซึ่งผู้ที่ทำหน้าที่ดังกล่าวนี้ก็คือ กรมส่งเสริมสหกรณ์โดยตรง (อำพล เสนาณรงค์, 2535: 9) เพราะหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของกรมส่งเสริมสหกรณ์คือ การส่งเสริม และเผยแพร่อุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ รวมทั้งความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์ให้แก่ผู้ที่เป็นสมาชิก และประชาชนทั่วไปนั่นเอง (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2537: 1)

ด้วยเหตุนี้ กรมส่งเสริมสหกรณ์จึงได้กำหนดแผนและทิศทาง กรมส่งเสริมสหกรณ์ในทศวรรษหน้า (พ.ศ.2537-2546) โดยตั้งวัตถุประสงค์ด้านการส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องสหกรณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดการยอมรับ และเป็นแนวร่วมสนับสนุนงานสหกรณ์ในอนาคต (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2537: 54) ส่วนการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวนี้ กรมส่งเสริมสหกรณ์ได้วางกลยุทธ์ ในด้านการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ไว้เป็นแนวทางปฏิบัติ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2537: 65)

ปัญหาและความสำคัญของปัญหา (Statement of the Study)

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การ สิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องกระทำก็คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชน มีความรู้ ความเข้าใจหน่วยงาน หรือองค์การ สถาบันอย่างถูกต้องถ่องแท้ การประชาสัมพันธ์จึงต้องอาศัยการเผยแพร่หรือการกระจายข่าวสาร เรื่องราวเกี่ยวกับ นโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลงาน และการดำเนินงานขององค์การ สถาบันให้ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ รับทราบและเข้าใจ เพื่อสร้างความนิยม ศรัทธา และเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชน (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2526: 267) สำหรับการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ พริษฐ์ บวรณ โสภณ (2535: 21) ให้ความหมายโดยเฉพาะเจาะจงไว้ คือ การดำเนินงานอันมีแบบแผนและกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างมวลสมาชิกกับสหกรณ์ ด้วยวิธีการจูงใจที่สมาชิกยอมรับ และมีการสื่อสารสัมพันธ์เกี่ยวข้องซึ่งกันและกันทั้งสองฝ่ายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

เป้าหมายการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ ก็เพื่อสร้างความนิยมให้ประชาชนเห็นความสำคัญ ประโยชน์ ของสหกรณ์ อีกทั้งป้องกันรักษาชื่อเสียงและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องของสมาชิกและประชาชนทั่วไปต่องานสหกรณ์ (ประเสริฐ จรรยาสุภาพ, 2532: 56) แต่สถานการณ์ปัจจุบัน การพัฒนา การขยายตัว และความเจริญก้าวหน้าของงานสหกรณ์มักจะรู้จักกันในวงแคบ เฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น ในทางตรงกันข้ามหากมีสหกรณ์ใดสหกรณ์หนึ่งดำเนินงานผิดพลาด มีความเสียหาย ข่าวสารก็จะปรากฏในสื่อมวลชนอย่างกว้างขวาง ทำให้ประชาชนทั่วไปมองภาพสหกรณ์ในแง่ลบ แล้วสรุปในภาพรวมว่า สหกรณ์เป็นเรื่องของความเสียหายทั้งที่โดยข้อเท็จจริง ความเสียหายที่เกิดขึ้นเป็นเพียงส่วนย่อยจากส่วนใหญ่เท่านั้น (กองฝึกอบรม กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2537) มีสหกรณ์จำนวนมากที่ดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จ แต่ไม่มีคนรู้เท่าใดนัก เพราะว่าขาดการประชาสัมพันธ์ (เสงี่ยม มาหมื่นไวย, 2533: 9) กรมส่งเสริมสหกรณ์เล็งเห็นความสำคัญด้านนี้ จึงมีคำสั่งให้สำนักงานสหกรณ์จังหวัดทุกจังหวัดแต่งตั้งข้าราชการทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์โดยตรง

การจะประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ให้ออกมาเป็นรูปธรรมนั้น จำเป็นต้องใช้เครื่องมือสื่อต่าง ๆ เป็นตัวนำข่าวสารไปสู่สมาชิกและประชาชนทั่วไป ให้มีความรู้ ความเข้าใจในกิจการ

สหกรณ์ให้ดียิ่งขึ้น (พีระศักดิ์ บุรณะ โสภณ, 2535: 31) เพราะสื่อช่วยให้ประชาสัมพันธ์ได้รวดเร็ว ชัดเจน จูงใจได้ผลดียิ่ง (วิจิตร อาวะกุล, 2534: 77)

สื่อแต่ละชนิดมีคุณสมบัติและคุณลักษณะ ตลอดจนการนำไปใช้แตกต่างกัน อีกทั้งมีข้อดีและข้อจำกัดในตัวเอง...จึงควรทำความเข้าใจถึงคุณสมบัติของสื่อแต่ละชนิดอย่างละเอียด จึงจะเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสม...(ณรงค์ สมพงษ์, 2535: 58) นักประชาสัมพันธ์มีโอกาสที่จะเลือกสื่อมาใช้อย่างกว้างขวางมากมายหลายประเภท ถ้าเลือกได้ถูกต้องเหมาะสมก็จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ใช้สื่อ จึงต้องมีหลักในการพิจารณาเลือกสื่อ (พรทิพย์ วรกิจโกศาตร์, 2536: 598) สื่อที่เลือกไว้ ถ้าจำเป็นต้องผลิตขึ้นเอง เพื่อนำไปใช้ให้มีประสิทธิภาพสูงและมีบูรณาการ ควรมีการวางแผนโดยการพิจารณากระบวนการผลิตทั้งระบบ (ณรงค์ สมพงษ์, 2535: 69) การนำไปเผยแพร่จำเป็นต้องมีการวางแผนการใช้สื่ออย่างเป็นระบบ (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2532: 87)

การใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงไรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับ ความรู้ ความสามารถในการพิจารณาเลือกสื่ออย่างเหมาะสม การผลิตสื่ออย่างมีคุณภาพ และการวางแผนใช้สื่ออย่างเป็นระบบ จึงควรจะมีการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัดซึ่งมีสื่อ ที่พอจัดหาได้เพื่อการนี้ อีกทั้งมีโอกาสใช้สื่อบ่อยครั้งกว่าผู้อื่น ข้อมูลที่ได้ก็จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการใช้สื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ อันจะนำไปสู่เป้าหมายของกรมส่งเสริมสหกรณ์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives of the Study)

การศึกษาเรื่อง ความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของนัก
วิชาการสหกรณ์ ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด เพื่อศึกษา

1. ลักษณะการปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์
2. ระดับความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ ของนักวิชาการสหกรณ์
3. ปัญหาและอุปสรรคของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Expected Result)

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คาดว่าจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ ในด้านการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ได้ดังนี้

1. ได้แบบทดสอบความสามารถในการใช้สื่อ ที่สามารถนำไปใช้กับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ท่านอื่น
2. สำนักงานสหกรณ์จังหวัด ใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ต่อไป
3. ปัญหาและอุปสรรคที่ได้ สามารถนำไปปรับปรุงการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น

ขอบเขตในการวิจัย (Scopes of the Study)

1. การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะสื่อที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ และอยู่ในวิสัยที่ นักวิชาการสหกรณ์ของสำนักงานสหกรณ์จังหวัด จะจัดหา หรือผลิตสื่อเองได้

2. การวัดความสามารถ วัดผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้น (achievement test) ไม่รวมถึงการวัดความถนัด (aptitude test)

3. ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการกรมส่งเสริมสหกรณ์ ตำแหน่งนักวิชาการสหกรณ์ ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด ในแต่ละจังหวัด โดยมีได้คำนึงถึงระดับสติปัญญา

4. ข้อมูลที่เก็บรวบรวม เป็นข้อมูลในช่วงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2539 ถึงเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2540 เท่านั้น

ข้อจำกัดในการวิจัย (Limitation of the Study)

1. การวัดระดับความสามารถในการใช้สื่อ เป็นการวัดพฤติกรรมความเข้าใจ การนำไปใช้ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวบุคคลยังมิได้แสดงออกมา เพียงแต่มีความนึกคิดและแสดงออกมาให้ผู้เฝ้าทราบบนโดยการตอบเพียงอย่างเดียว

2. นักวิชาการสหกรณ์ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ มิได้มีคุณสมบัติด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรง

3. เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลกระจายอยู่ทั่วทุกจังหวัด การใช้แบบทดสอบความสามารถจึงอาศัยการส่งทางไปรษณีย์ ซึ่งอาจทำให้ผู้ตอบมีการค้นคว้าก่อนตอบหรืออาจจะได้แบบทดสอบไม่ครบ

นิยามศัพท์ทั่วไป

(Definition of Term)

สื่อ หมายถึง ตัวกลางหรือพาหนะที่นำข่าวสารไปยังผู้รับสาร สื่อที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

สื่อบุคคล ได้แก่ การพูด

สื่อมวลชน ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว

สื่อโสตทัศน์ ได้แก่ ภาพถ่าย สไลด์ แผ่นใส

สื่อกิจกรรม ได้แก่ การจัดประชุม สัมมนา การจัดนิทรรศการ กิจกรรมพิเศษ

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การ สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน (วีรัช ลภีรัตนกุล, 2526: 21)

การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การใช้เครื่องมือสื่อสาร หรือกิจกรรมช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญ ประโยชน์ขององค์การ พร้อมทั้งป้องกันข้อเสีย และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อองค์การ โดยมีการวางแผนการใช้สื่ออย่างเป็นระบบ

นักวิชาการสหกรณ์ หมายถึง ข้าราชการกรมส่งเสริมสหกรณ์ ตำแหน่ง นักวิชาการสหกรณ์ ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด มีหน้าที่ส่งเสริมแนะนำ วิเคราะห์ วิจัย ตลอดจนเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ให้แก่สมาชิกสหกรณ์และประชาชนทั่วไป

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

Operational Definitions

ความสามารถในการใช้สื่อ หมายถึง ความสามารถในการพิจารณาเลือกสื่อ ผลิตสื่อนำสื่อไปใช้ในการประชาสัมพันธ์

การวัดความสามารถ ใช้การวัดผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้น (achievement test) โดยใช้แบบทดสอบ ซึ่งเป็นเครื่องมือวัดพฤติกรรมด้านความรู้ ความคิด อันถือเป็นสติปัญญาของมนุษย์ ว่ามีความรู้หรือไม่เพียงใดที่ซ่อนแฝงอยู่ในตัวบุคคล ทั้งในด้านพฤติกรรมการจำ ความเข้าใจ การนำไปใช้ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวนี้บุคคลยังมิได้แสดงออกมาเป็นการกระทำจริง ๆ เพียงแต่มีความนึกคิด

และแสดงออกมาให้ผู้อื่นทราบโดยการตอบเพียงอย่างเดียว (สุภาพ วาดเขียน, 2525: 10)

ความสามารถในการใช้สื่อ วัดโดยใช้คะแนนมาตรฐานแทนคะแนนดิบที่นับได้จากแบบทดสอบ จากนั้นแบ่งระดับค่าคะแนนมาตรฐานเป็นช่วงระดับความสามารถ

ปัญหาและอุปสรรคของการใช้สื่อ หมายถึง ตัวการหรือสิ่งที่ยกยวบถวน การติดต่อสื่อสารหรือทำให้การติดต่อสื่อสารติดขัด สะดุดชะงักหรือเป็นไปได้อย่างไม่มีประสิทธิภาพ หรือบางครั้งอาจทำให้การติดต่อสื่อสารนั้นเป็นไปไม่ได้เลย (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2532 : 41)

การวัดระดับของปัญหา ใช้มาตรฐานการนับแบบกำหนดค่าแทนระดับของ Likert โดยกำหนดให้คะแนนการตอบของแต่ละตัวเลือกเป็น 5 4 3 2 1 ตามลำดับ ความหมายของค่าคะแนนที่กำหนดไว้มีดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2531: 114)

มีปัญหามากที่สุด	กำหนดค่าคะแนนเป็น	5
มีปัญหามาก	กำหนดค่าคะแนนเป็น	4
มีปัญหาปานกลาง	กำหนดค่าคะแนนเป็น	3
มีปัญหาน้อย	กำหนดค่าคะแนนเป็น	2
มีปัญหาน้อยที่สุด	กำหนดค่าคะแนนเป็น	1
ไม่มีปัญหา	กำหนดค่าคะแนนเป็น	0

ช่วงคะแนนที่กำหนดนำไปคำนวณน้ำหนักและค่าเฉลี่ย(weight mean score)

โดยจัดช่วงคะแนนระดับของปัญหาไว้ดังนี้

มีปัญหามากที่สุด	ช่วงคะแนน	4.21 – 5.00
มีปัญหามาก	ช่วงคะแนน	3.41 – 4.20
มีปัญหาปานกลาง	ช่วงคะแนน	2.61 – 3.40
มีปัญหาน้อย	ช่วงคะแนน	1.81 – 2.60
มีปัญหาน้อยที่สุด	ช่วงคะแนน	1.00 – 1.80

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

(Review of Related Literature)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งออกเป็นหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. กระบวนการประชาสัมพันธ์
2. ความสามารถ
3. การติดต่อสื่อสาร
4. การวางแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
5. หลักการพิจารณาเลือกสื่อ
6. การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. กระบวนการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี (good relationship) ระหว่างองค์การ สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือ และสนับสนุนจากประชาชนนั่นเอง (วิรัช ลิขิตรตนกุล, 2526: 21) ในการประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินงานเป็นขั้นตอนเป็นกระบวนการ เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์เป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการ (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2536: 477)

Scott M. Cutlip และ Allen H. Center ใน พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2536: 477) แบ่งกระบวนการประชาสัมพันธ์ ออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

- การวิจัย การรับฟัง (research - listening)
- การวางแผน การตัดสินใจ (planning - decision making)
- การสื่อสาร (communication)
- การประเมินผล (evaluation)

Friederich ใน รุ่งนภา พิตรปรีชา (2532: 71) กำหนดแบบจำลองกระบวนการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

- การศึกษาหาข้อมูล (fact - finding and research)
- การกำหนดนโยบายและวางแผนการประชาสัมพันธ์ (policy establishment and program planning)
- การสื่อสาร (communication)
- การประเมินผล (evaluation)

จะเห็นว่ากระบวนการประชาสัมพันธ์ ต่างก็ยึดกระบวนการดังกล่าว ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

1.1. การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น (research - listening)

เป็นการค้นคว้าหาข้อเท็จจริง ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาจากการวิจัย และรับฟังความคิดเห็น ซึ่งเป็นการสำรวจตรวจสอบประชาคมติ ความคิดเห็น ทศนคติ ตลอดจนปฏิกิริยาที่ประชาชนผู้เกี่ยวข้องมีต่อการดำเนินงานหรือนโยบายขององค์การ สรุปแล้วงานในขั้นนี้ก็คือ การถามตนเองว่า "องค์การของเรามีปัญหาอะไรบ้าง" (วิรัช ลิวิรัตนกุล, 2526: 216) การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น...เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย ตัวองค์กร ด้านบุคลากร ลักษณะการดำเนินงาน ลักษณะทางกายภาพ ประเภทของโครงการและกิจกรรมที่องค์การดำเนินงานอยู่ (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2532: 72)

การจัดเก็บรวบรวมข้อมูล มีวัตถุประสงค์เพื่อให้รู้จักตนเองหรือหน่วยงานของตนเองมากยิ่งขึ้น รู้จักประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ข้อมูลในการกำหนดนโยบายและวางแผนงานประชาสัมพันธ์ และเพื่อให้ได้ข้อมูลป้อนกลับ

การจัดเก็บข้อมูล สามารถกระทำได้ 2 วิธี คือ การสำรวจข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการตรวจสอบข้อมูลจากเอกสารและตัวบุคคลที่อยู่ในสถาบัน เช่น รายงานการประชุม รายงานประจำปี หรือคำติชม เป็นต้น... การจัดเก็บอีกลักษณะหนึ่งก็คือ การสำรวจข้อมูลอย่าง

เป็นทางการ เป็นการวางแผนดำเนินงานอย่างมีระบบ โดยการใช่วิจัยทางวิทยาศาสตร์...
(พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2536: 283-287)

การวิจัยเป็นการสำรวจหาข้อเท็จจริง ทศนคติ และปฏิกริยาของประชาชน ที่มีต่อนโยบายและการดำเนินงานของสถาบันอย่างไร เป็นการค้นคว้า "ปัญหาของเราคืออะไร" (วัฒนา พุทธางกูรานนท์, 2531: 100)

1.2 การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ (planning-decision making)

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2434: 7) ให้ความหมายไว้ คือ เป็นการกำหนด การตัดสินใจ และการดำเนินงานอย่างมีระบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ตั้งไว้...รวมถึงเป็นการแสวงหาเหตุผลของอุปสรรคและปัญหา ตลอดจนเป็นการเตรียมการแก้ไข ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น และยังเน้นถึงการเลือกใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมาย อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดผลดีต่อชื่อเสียง และภาพพจน์ของสถาบัน รวมทั้งการให้ได้รับความร่วมมือสนับสนุน ตลอดจนยอมรับจากประชาชนกลุ่มนั้นด้วย

1.2.1 วัตถุประสงค์ของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์หลักก็เพื่อป้องกันการเสียหาย เป็นแนวทางควบคุมการทำงานให้มีประสิทธิภาพ และเตรียมเผชิญปัญหา อุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น ตลอดจนใช้เป็นหลักและแนวทางปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์อื่น ได้แก่

- ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและการยอมรับ
- กระตุ้นให้เกิดการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมทางความคิด
- การอำนวยความสะดวก เพิ่มประสิทธิภาพและป้องกันมิให้เกิดความเข้าใจผิด

- เพื่อเตรียมเลือกและกำหนดการใช้สื่อในการติดต่อสื่อสาร ได้ถูกต้องมีประสิทธิภาพ
- เพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด หรือการแสดงออกของสาธารณชนที่มีต่อองค์การในทางลบ

รูปแบบการวางแผนประชาสัมพันธ์ Scott M. Cutlip และ Allen H. Center ใน พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2536: 514) จำแนกตามวัตถุประสงค์ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

- ประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง โดยควบคุมการได้รับข่าวสารผิด ๆ เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดี สนับสนุนการดำเนินงานของสถาบัน มักจะเป็นแผนระยะยาว
- การประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไข เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ลดความไม่พอใจให้หลักประกันว่าปัญหาจะไม่เกิดขึ้นอีก ส่วนใหญ่จะเป็นแผนระยะสั้น

1.2.2 ขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2536: 519) กล่าวว่า "ไม่มีสูตรสำเร็จที่จะใช้กับทุกสถาบันหรือทุกสถานการณ์ ดังนั้นลำดับขั้นตอนการวางแผนประชาสัมพันธ์จึงไม่มีรูปแบบโดยเฉพาะ"

Jefkins ใน จิตรารักษ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2534: 101-113) แบ่งขั้นตอนและให้รายละเอียดการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

ทำความเข้าใจสภาพการณ์และสภาพปัญหา โดยศึกษาข้อมูลให้มากที่สุด สังเกตการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์การ สิ่งแวดล้อม ทัศนคติของประชาชน ศึกษาเทคนิค ศึกษาปัญหา หรือใช้เทคนิคการวิจัยทางการประชาสัมพันธ์เพื่อระบุตัวปัญหาและหาสาเหตุ

กำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ เพื่อผู้วางแผนและผู้ปฏิบัติ จะได้ทราบทิศทางและวัตถุประสงค์ที่สำคัญของแผนงานนั้นว่าจะเน้นในเรื่องใด อย่างไร มีขอบเขตเพียงใด และโดยวิธีใด ซึ่งวัตถุประสงค์โดยทั่วไปก็เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน สร้างขวัญและกำลังใจ ส่วนภายนอกองค์การก็เพื่อสร้างภาพพจน์ เผยแพร่ชื่อเสียงของสถาบันต่อสาธารณชน

การกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อหาวิธีการที่จะเข้าถึงกลุ่มประชาชน เหล่านั้น ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มักจะแบ่งเป็นกลุ่มภายใน และภายนอกองค์การ นอกจากนี้ยังแบ่ง เป็นหลายกลุ่มโดยพิจารณาตัวแปรอื่น ๆ คือ ระดับการศึกษาระดับทางเศรษฐกิจ อายุ เพศ ฯลฯ

การเลือกใช้สื่อและเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เมื่อทราบว่ากลุ่มประชาชนเป้าหมายเป็นใครแล้ว การหาวิธีการและการวางแผนการใช้สื่อที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง โดยตระหนักถึงการครอบคลุม ความถี่และความต่อเนื่องของการใช้สื่อ

การกำหนดงบประมาณ โดยทั่ว ๆ ไปกระทำได้โดยดูจากงบประมาณของปีก่อน แล้วเพิ่มรายจ่ายที่คาดว่าจะเพิ่ม และเพิ่มรายจ่ายสำรองไว้อีก 10 % อีกวิธีคือ การคำนวณงบประมาณโดยแบ่งออกเป็นงวด ๆ ที่สำคัญในการกำหนดงบประมาณต้องคำนึงถึงตัวแปรทางสังคม เช่น การแข่งขันด้านตลาด สภาพแวดล้อม และการเมือง

ประเมินและติดตามผล เพื่อให้ทราบว่าแผนที่กำหนดมีโอกาสประสบความสำเร็จหรือไม่ มีผลกระทบอย่างไร ควรจะจัดการอย่างไรต่อไป

จะเห็นว่า การวางแผนเป็นกระบวนการที่นักประชาสัมพันธ์มองอนาคตเพื่อ กำหนดการตัดสินใจและการดำเนินงานอย่างมีระบบ โดยการแสวงหาวิธีการที่จะทำให้งานประชาสัมพันธ์ บรรลุผล การวางแผนเริ่มต้นจากการศึกษาสภาพปัญหา กำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย การเลือกสื่อและวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่าย และต้อง มีการประเมินผลติดตามผลทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการปฏิบัติงาน

1.3 การสื่อสาร (communication)

เมื่อวางแผนงานประชาสัมพันธ์เสร็จสิ้น สิ่งที่ต้องคำนึงต่อไปก็คือ ทำอย่างไรจึงจะสามารถส่งข่าวสารที่แฝงอยู่ในกิจกรรมต่าง ๆ ในแผนไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ สิ่งที่กล่าวมา ย่อมเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2536: 528) ซึ่งรายละเอียดในเรื่อง การสื่อสารจะขอก้าวในหัวข้อ การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

1.4 การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (evaluation)

การประเมินผลเป็นขั้นตอนหนึ่งในกระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อให้แผนนั้นเหมาะสมและนำไปใช้ได้ประสบผลสำเร็จ และเมื่อเราดำเนินงานสื่อสารเสร็จสิ้น ขั้นสุดท้ายของกระบวนการประชาสัมพันธ์ก็คือ การประเมินผลการประชาสัมพันธ์

1.4.1 วัตถุประสงค์ของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์นั้น จิตรารักษ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2534: 188) กล่าวว่า เพื่อตรวจสอบผลการปฏิบัติงานตามแผนประชาสัมพันธ์ ช่วยให้สถาบันได้รับผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ คำนวณต้นทุนหรือไม่ หรือให้คุณค่าประโยชน์แก่สังคม หรือสร้างคุณภาพชีวิตแก่คนในสังคมอย่างไรบ้าง อีกทั้งได้ข้อมูลช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหาร และศึกษาว่ากลุ่มเป้าหมายมีปฏิกิริยาโต้ตอบอย่างไรบ้าง ยังรวมถึงให้ทราบว่าทรัพยากรทั้งหลายเพียงพอหรือไม่

1.4.2 ประเภทการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ Scriven ใน จิตรารักษ์ สิทธิวรเศรษฐ์ (2534: 189) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- การประเมินความก้าวหน้า (formative evaluation)
- การประเมินผลสรุปของงาน (summative evaluation)

วิธีการประเมินผล Ibid ใน พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2536: 547) แบ่งวิธีการประเมินผลออกเป็น 2 วิธี คือ

- วิธีการประเมินผลโดยอาศัยการสังเกต (empirical evaluation method) วิธีนี้จะอาศัยความรู้ ประสบการณ์ ความชำนาญ และการสังเกตต่าง ๆ ของนักประชาสัมพันธ์เป็นหลักของการตัดสินใจคุณค่า
- วิธีการประเมินผลที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์ การประเมินผลนี้สามารถให้ข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือและเที่ยงตรง โดยปราศจากความลำเอียงของผู้ประเมิน

2. ความสามารถ

สามารถ หมายถึง เก่ง เชี่ยวชาญ ล้นเหลือ หรือทำได้ดี (มานิต มานิตเจริญ, 2536 : 970) ดังนั้นความสามารถก็คือ ความเก่ง ความเชี่ยวชาญ ความล้นเหลือ หรือทำได้ดี

2.1 ลักษณะของความสามารถ ความสามารถเกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ คือ ความสามารถโดยธรรมชาติ (native capacity) และความสามารถในการปฏิบัติ (performance) ซึ่งความสามารถโดยธรรมชาตินั้น เราไม่อาจทดสอบได้โดยตรงจากแบบสอบถามสติปัญญา แต่ความสามารถในทางปฏิบัติอาจทดสอบและวัดได้ (จรรยา สุวรรณทัต, 2521:51)

ความสามารถโดยธรรมชาติ และความสามารถในการปฏิบัติของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกัน บุคคลที่มีความสามารถด้านใดด้านหนึ่งที่เด่นกว่าคนอื่น จึงถือได้ว่าบุคคลนั้นมีความสามารถพิเศษ (special ability) ในด้านนั้น

ความสามารถพิเศษของบุคคล วิเชียร แพทยานคม (ไม่ระบุ: 414-422) จำแนกความสามารถพิเศษ ไว้ดังนี้

- ความสามารถพิเศษทางระบบประสาทเครื่องรับ (sensory capacities)
- ความสามารถทางการเคลื่อนไหว (motor capacities)
- ความสามารถในเรื่องความแม่นยำ (accuracy) ซึ่งต้องอาศัยการหัดให้เคยชิน (skill)
- ความสามารถในเรื่องความจำ (memory and ideation)
- ความสามารถทางศิลปะ (artistic ability)
- ความสามารถทางภาษา (linguistic ability)
- ความสามารถทางการคำนวณ (mathematical ability)
- ความสามารถในความชำนาญเฉพาะอย่างในทางมือ (mechanical ability)
- ความสามารถในงานเสมียนหรือเลขา (clerical ability)
- ความสามารถในการเข้ากับสังคมทั่วไป (social ability)

- ความสามารถในการหาความผาสุก หลีกเลี้ยงในสิ่งที่เกิดทุกข์
(practical considerations)

2.2 การวัดความสามารถ สุภาพ วาดเขียน (2525: 9) กล่าวถึงการวัดความสามารถของบุคคลแบ่งออกเป็น 2 ประการ คือ

2.2.1 วัดเพื่อให้รู้ว่าบุคคลแต่ละคน ได้เรียนรู้อะไรไปแล้วบ้างสักเท่าไรในอดีต คือการวัดผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้น

2.2.2 การวัดเพื่อทำนายว่า บุคคลสามารถจะเรียนรู้ จะทำอะไร หรือจะพัฒนาตัวเองด้วยวิธีการอย่างไร และมากน้อยเพียงใด ในอนาคต

2.3 ความสามารถของนักประชาสัมพันธ์

บุคคลแต่ละบุคคลมีความสามารถเฉพาะด้านที่แตกต่างกัน ดังที่กล่าวมาแล้ว ฉะนั้น ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ก็ควรจะมี ความสามารถเฉพาะด้าน โดยอาศัยความรู้เชิงวิชาการผสมผสานกับความชำนาญ นักประชาสัมพันธ์จึงมักจะเป็นผู้ศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์ หรือวารสารศาสตร์ หรือได้รับการอบรมเฉพาะด้าน (บุษบา สุธีธร, 2532: 61)

นักประชาสัมพันธ์จึงควรมีคุณสมบัติ ดังที่ Doug Newson and Alan Scott ใน วัชรลีขิตนกุล (2532: 449) กล่าวไว้ คือ

- มีความเข้าใจดีในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์
- มีความสามารถในการพูด
- เป็นคนช่างสังเกต เรียนรู้ได้เร็ว และมีความจำดี
- มีความกล้าที่จะทำในสิ่งที่ถูกที่ควร
- มีระเบียบวินัยควบคุมตนเองได้
- มีความคิดริเริ่มใหม่ ๆ เสมอ
- มีความสุขุมรอบคอบ
- คิดและแก้ไขสถานการณ์ในยามฉุกเฉินได้ดี
- มีความสามารถในการเขียน

- มีความสามารถในการจัดระเบียบข่าวสาร
- มีความรู้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี
- มีความรู้ทางด้านจิตวิทยา ปรัชญา การเมืองการปกครอง ฯลฯ
- มีความสามารถในการจัดระเบียบตนเองและผู้อื่น
- รู้จักขั้นตอนการทำงาน
- มีความสามารถเป็นนักการทูตในบางโอกาส
- บางครั้งต้องทำหน้าที่เป็นครู ผู้สั่งสอนแนะนำ
- ไม่เห็นด้วยกับฝ่ายบริหารโดยอัตโนมัติ

Childs ใน วิรัช ลภีรัตนกุล (2529: 107) ให้ทรรศนะที่มีต่อนักประชาสัมพันธ์ไว้ว่า "นักประชาสัมพันธ์ จะต้องมีความสามารถ ความรอบรู้ทางสังคมศาสตร์ ต้องมีความฉลาดทันเหตุการณ์ ทันความเปลี่ยนแปลงทางสังคม และการตัดสินใจได้ดี

3. การติดต่อสื่อสาร

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การ สิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องกระทำก็คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชน มีความรู้ ความเข้าใจหน่วยงาน องค์การ สถาบันอย่างถูกต้อง ถ่องแท้ การประชาสัมพันธ์จึงต้องอาศัยการเผยแพร่ หรือการกระจายข่าวสาร เรื่องราวเกี่ยวกับ นโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลงาน และการดำเนินงานขององค์การสถาบันให้ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ รับทราบและเข้าใจเพื่อสร้างความนิยม ศรัทธา และเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชน (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2526: 267) ซึ่งการที่จะส่งข่าวสารที่แฝงอยู่ในกิจกรรมต่าง ๆ ในแผนงานประชาสัมพันธ์ไปสู่ประชาชนเป้าหมายได้นั้นย่อมเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร, 2536: 528)

การสื่อสาร (communication) ณรงค์ สมพงษ์ (2530: 23) ให้ความหมายไว้ว่า "การสื่อสารเป็นการติดต่อเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน ด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในผู้รับสาร" และวิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2532: 21) สรุปความหมาย

ของการสื่อสารไว้ว่า "การสื่อสารนั้น (1) เป็นกระบวนการ (2) ประกอบด้วยผู้ส่งสาร ช่างสาร ช่องทางของการส่งข่าวสาร ผู้รับสาร และ (3) ผู้ส่งข่าวสารมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งในการส่งข่าวสาร"

3.1 องค์ประกอบของการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสารตามที่ วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ กล่าวไว้ จะเห็นว่ามียุคประกอบ 4 ประการ ด้วยกัน ซึ่ง พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2536: 528-531) ให้รายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบไว้ดังนี้

3.1.1 ผู้ส่งสาร (source หรือ sender) หมายถึง บุคคลที่ริเริ่มการสื่อสาร โดยจะเป็นผู้นำความคิด ความรู้ และประสบการณ์ ที่ต้องการถ่ายทอดออกไป มาแปลเป็นสัญญาณ แล้วส่งผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิผลเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผู้สื่อสารดังนี้

- ทักษะในการสื่อสาร
- ทักษะคิด
- ความรู้
- ระบบสังคม
- วัฒนธรรม

3.1.2 สาร (message) สารหรือข่าวสารเป็นผลผลิตในการแปลความคิด ความรู้ และประสบการณ์ของผู้ส่งสาร โดยสารนั้นจะเป็นเรื่องราวที่มีความหมายหนึ่งที่ผู้ส่งสาร ต้องการจะถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร เพื่อให้มีความรู้ร่วมกัน หรือตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง และสารควรมีองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ

- รหัสของสาร ทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษา
- เนื้อหาของสาร ทั้งข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็น
- การจัดสารซึ่งเป็นการจัดลำดับเรียบเรียงให้เหมาะสม

3.1.3 ช่องทางหรือสื่อ (channel) หมายถึงพาหนะที่นำสารไปยัง หู ตา จมูก กายสัมผัส หรือลิ้น ของผู้รับสาร

3.1.4 ผู้รับสาร (receiver) หมายถึง บุคคลที่เป็นเป้าหมาย ซึ่งจะถอดรหัสสารจากผู้ส่งให้มีความหมายเดียวกับผู้ส่งสาร สำหรับประสิทธิภาพในการถอดรหัสจะขึ้นอยู่กับคุณลักษณะเดียวกันกับผู้ส่งสาร...

นอกจากองค์ประกอบทั้ง 4 ประการแล้ว ฌองค็อง สมองซ์ (2535: 26) ยังได้เพิ่มองค์ประกอบที่ 5 ก็คือ ผลและปฏิกิริยาตอบสนอง

3.2 หลักการสื่อสาร

หลักสำคัญในการติดต่อสื่อสาร Cutlip and Center ใน วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2532: 34-35) ควรยึดหลัก 7'C ดังนี้...

3.2.1 ความเชื่อถือ (credibility) การสื่อสารจะได้ผลนั้นต้องเริ่มด้วยบรรยากาศแห่งความเชื่อถือ ไว้วางใจ ผู้รับต้องเชื่อถือผู้ให้ข่าวสารหรือแหล่งข่าว

3.2.2 ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม (context) การสื่อสารที่ดี ต้องมีความเหมาะสมกลมกลืนกับวัฒนธรรมและสภาพสังคม

3.2.3 เนื้อหาสาระ (content) ข่าวสารที่ดี ต้องมีความหมายสำหรับผู้รับ คือ มีสาระประโยชน์แก่กลุ่มชนนั้น ๆ

3.2.4 ความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency) คือ ต้องส่งบ่อย ๆ หรือมีการซ้ำ เพื่อเตือนความจำและมีความสม่ำเสมอ

3.2.5 ช่องทางข่าวสาร (channels) จะต้องส่งข่าวสารให้ถูกช่องทางถูกสายงาน ถูกฝา ถูกตัว

3.2.6 ชีตความสามารถของผู้รับ (capability of audience) การสื่อสารที่ดี จะต้องให้ผู้รับสารใช้ความพยายามให้น้อยที่สุด ดังนั้นการสื่อสารที่ดีจึงต้องพิจารณา ความสามารถของผู้รับ

3.2.7 ความแจ่มแจ้ง (clarity) ข่าวสารต้องง่าย ชัดเจน กระชับรัด ใช้ภาษาที่ผู้รับเข้าใจ

3.3 ประเภทของสื่อในงานประชาสัมพันธ์

บุษบา สุธีธร (2532: 39) แบ่งประเภทของสื่อในงานประชาสัมพันธ์ ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่...

3.3.1 สื่อบุคคล หมายถึง บุคคลผู้ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ สื่อบุคคลอื่น รวมถึงบุคคลผู้แสดงสื่อประเพณีต่าง ๆ สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวจิตใจ ชักจูงให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อพัฒนาจึงมักใช้สื่อบุคคล (บุษบา สุธีธร, 2532: 39)

3.3.2 สื่อมวลชน การสื่อสารมวลชน เป็นการติดต่อสื่อสารไปยังผู้รับสารที่มีจำนวนมาก ๆ หรือเป็นมวลชน (mass) มีความแตกต่างกันในปัจจัยต่าง ๆ เช่น เพศ วัย อาชีพ ฐานะ...

ประเภทของสื่อมวลชน แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

- ประเภทสิ่งพิมพ์ (printed media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
- ประเภทแสงเสียง (electronic media) ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2526: 177-178)

3.3.3 สื่อสิ่งพิมพ์ บุษบา สุธีธร (2532: 40) กล่าวถึงสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

- หนังสือพิมพ์ประจำหน่วยงาน
- วารสาร หรือรายงานประจำปี
- หนังสือเผยแพร่หน่วยงาน หรือหนังสือพิเศษในโอกาสต่าง ๆ
- แผ่นโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์
- แผ่นพับ แผ่นปลิว
- จดหมายส่งโดยตรง
- จดหมายข่าว
- จุลสาร
- อนุสาร
- หนังสือคู่มือปฏิบัติงาน

3.3.4 สื่อโสตทัศน เป็นเครื่องมือที่ให้ทั้งภาพและเสียง เพื่อนำข่าวสารจากหน่วยงานไปสู่ประชาชน พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2536: 587) แบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ

อุปกรณ์หรือเครื่องมือ เป็นเครื่องกล เครื่องยนต์ เครื่องไฟฟ้า หรืออิเล็กทรอนิกส์ ที่ต้องอาศัยวัสดุ ได้แก่

- เครื่องฉายภาพยนตร์
- เครื่องเทปบันทึกเสียง
- เครื่องเล่นแผ่นเสียง
- เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ
- เครื่องฉายสไลด์
- เครื่องฉายภาพทึบแสง
- เครื่องฉายฟิล์มสตริป
- เครื่องรับวิทยุกระจายเสียง
- เครื่องรับโทรทัศน์

วัสดุ เป็นสื่อที่อาจใช้ด้วยตัวของมันเอง และใช้ร่วมกับอุปกรณ์ หรือเครื่องมือ

ได้แก่

- ภาพถ่าย ภาพวาด
- สไลด์
- แผ่นโปร่งใส
- หุ่นหรือรูปจำลอง
- ของจริง
- กระดานนิเทศ
- เทปบันทึกเสียง
- เทปบันทึกภาพ
- แผ่นเสียง
- ฟิล์มภาพยนตร์

- फिल्मस्टริप
- ของตัวอย่าง

วิธีการ หมายถึง การนำสื่อโสตทัศนทั้งสองอย่างมานำเสนอ วิธีการนำเสนอ ได้แก่

- การแสดงสาธิต
- การฉายภาพยนตร์
- การจัดนิทรรศการ

3.3.5 สื่อกิจกรรม กิจกรรมเป็นเครื่องมือในการนำข่าวสาร สาระความรู้ ความเข้าใจ และการสร้างความนิยม ศรัทธาในหน่วยงานไปสู่ประชาชน และเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่มีความยืดหยุ่นสูงมาก กล่าวคือ สามารถใช้ความคิดริเริ่ม การสร้างสรรค์ และกลยุทธ์พลิกแพลงไปตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามกลุ่มเป้าหมาย ตามสถานการณ์จริงได้อย่างกว้างไกล (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2536: 579) กิจกรรมที่นิยมจัดทำเพื่อการประชาสัมพันธ์ วิจิตร อวาทะกุล (2534: 105) แยกออกเป็นหมวด ๆ แต่ละหมวดได้แก่

หมวดเกี่ยวกับศาสนา เช่น งานบวช งานกฐิน งานศพ งานเวียนเทียนเข้าพรรษา การรณรงค์ การพัฒนา ฯลฯ

หมวดการศึกษา เช่น การมอบทุน การสอน การอบรม วิชาชีพ การสัมมนา การประกวดเรียงความ โด่งกลอน วรรณกรรม ปาฐกถา ฯลฯ

หมวดความสำคัญของท้องถิ่น เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ การจัดตั้งกลุ่ม สโมสร สมาคม มูลนิธิ การสงเคราะห์ผู้ยากจน งานรื่นเริง การมอบรางวัล การประกวด

หมวดเกี่ยวกับสถาบันโดยตรง เช่น จัดงานส่งเสริมสถาบัน การรณรงค์ การจัดตั้งสรรค์สื่อมวลชน การนำชม นิทรรศการ การออกเยี่ยมเยียน การฉลองความสำเร็จของโครงการ ผลิตภัณฑ์ การออกร้านลดราคาลดราคา ตลาดนัด การมอบรางวัลคนทำดี ผู้ทำประโยชน์แก่หน่วยงาน การแสดงศิลปะ ดนตรี วรรณคดี ฯลฯ

4. การวางแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัยเกี่ยวกับวิธีการใช้สื่อการสอนให้มีประสิทธิภาพนั้น เราพบว่า การใช้สื่อการสอนจะมีผลดีที่สุด ถ้ามีการวางแผนและพิจารณาอย่างรอบคอบโดยกำหนดไว้เป็นส่วนหนึ่งของระบบการเรียนการสอน... ไม่ใช่เห็นสื่ออะไรที่มีอยู่แล้วก็ฉวยขึ้นมาใช้... ไม่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ (Chu and Schramm อ้างใน วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์: 1)

4.1 การส่งเสริมที่มีประสิทธิภาพต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบ การใช้สื่อเพื่อประกอบการส่งเสริมก็เช่นกัน ต้องมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2532: 87)

Heinich, Molenda และ Russell ใน วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2532: 87) กล่าวถึง ขั้นตอนการวางแผนการใช้สื่ออย่างเป็นระบบตามแบบจำลองที่ เรียกว่า ASSURE MODEL ดังนี้

4.1.1 ขั้นวิเคราะห์ลักษณะของบุคคลเป้าหมาย (analyze audience characteristics)

4.1.2 ขั้นกำหนดวัตถุประสงค์ (state Objectives)

4.1.3 ขั้นคัดเลือก, ปรับปรุง ดัดแปลง หรือออกแบบวัสดุอุปกรณ์ (select, modify, or design materials)

4.1.4 ขั้นใช้วัสดุ อุปกรณ์ (utilize materials) ...ควรประกอบด้วย กระบวนการย่อย ดังนี้

- ทดลอง
- เตรียมสิ่งแวดล้อม
- เตรียมบุคคลเป้าหมาย
- นำเสนอ

4.1.5 ขั้นต้องการ การตอบสนองของบุคคลเป้าหมาย (require audience response)

4.1.6 ขั้นประเมินผล (evaluate)

4.2 การวางแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะใช้หลักการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริม บางขั้นตอน และ ประจวบ อื่นออด (2532: 737-739) ได้กำหนดขั้นตอนการวางแผนการใช้สื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ขององค์การและสภาพการณ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่ง เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังขององค์การ สภาพแวดล้อม ธรรมชาติขององค์การ และ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง ข้อมูลเหล่านี้ทำให้เห็นภาพพจน์ขององค์การเด่นชัดขึ้น

4.2.1 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ ได้ แก่ เพื่อป้องกัน สร้างเสริมภาพพจน์ และการแก้ไข

4.2.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ เพราะการ ประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ย่อมไม่ใช้การสื่อสารแบบเหวี่ยงแหคลุมไปหมด

4.2.4 การกำหนดกิจกรรมและสื่อในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งอาจจะ กระทำกิจกรรมและใช้สื่อในการเผยแพร่พร้อมกันไป หรือเพียงอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ แต่จะได้ผล ดีที่สุดแล้วการกระทำที่สนับสนุนด้วยการใช้สื่อจะ ได้ผลทางการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุด

4.2.5 การจัดทำโครงการและแผนปฏิบัติงานการสื่อสาร คือ การทำรายการ ราย ละเอียดของกิจกรรมที่จะปฏิบัติในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เพื่อใช้เป็นคู่มือในการทำงาน

4.2.6 การกำหนดงบประมาณในการสื่อสาร ถึงแม้ว่าสื่อมวลชนจะเผยแพร่ข่าวให้ ฟรี แต่ก็ต้องมีงบประมาณในการผลิตสื่อ การทำกิจกรรม

4.2.7 การติดตามและประเมินผลงานการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการ ประเมินผลแผนก่อนนำไปปฏิบัติ การติดตามและประเมินผลหลังจากประชาสัมพันธ์ไปแล้วว่าได้ผล เป็นอย่างไร

การวางแผนการใช้สื่ออย่างเป็นระบบ จะต้องวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์การเพื่อ ให้เห็นภาพพจน์ วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ การกำหนดกิจกรรมและสื่อโดยมีหลักในการพิจารณาเลือกสื่ออย่างเหมาะสม วางแผนจัดกระบวนการผลิตสื่ออย่างเป็นระบบและมีบูรณาการ จัดทำแผนปฏิบัติงานการสื่อสาร จากนั้นจึงดำเนินงาน สื่อสารโดยมีการทดลองใช้ มีการเตรียมสิ่งแวดล้อม เตรียมบุคคลเป้าหมายและการนำเสนอ เมื่อ ใช้สื่อไปแล้วต้องศึกษาผลการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมาย และต้องมีการประเมินผลด้วย

5. หลักการพิจารณาเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

นักประชาสัมพันธ์มีโอกาสที่จะเลือกเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์มาใช้ได้อย่างกว้างขวางมากมายหลายประเภท ถ้าเลือกได้ถูกต้องเหมาะสมก็จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ยิ่งขึ้น (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2536: 598) ดังนั้นการเลือกใช้สื่อแต่ละครั้งต้องวิเคราะห์ส่วนประกอบต่าง ๆ หลาย ๆ ด้าน

5.1 การเลือกสื่อโดยทั่วไป ณรงค์ สมพงษ์ (2535: 58-60) เสนอหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกสื่อโดยทั่วไป ขึ้นอยู่กับปัจจัย ดังนี้...

5.1.1 จุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของแหล่งข่าวสารว่าต้องการให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปทางใดบ้าง

5.1.2 ลักษณะของผู้ได้รับสาร ในด้าน เพศ อายุ ฐานะ ทัศนคติ ความรู้ ตลอดจนพฤติกรรมในการสื่อสาร

5.1.3 จำนวนหรือขนาดของผู้รับสารว่าเป็นบุคคล เป็นกลุ่ม หรือมวลชน

5.1.4 สถานที่และเครื่องอำนวยความสะดวก

5.1.5 ทักษะในการสื่อสาร คือ ความสามารถในการสื่อสารของผู้ส่งสาร เช่น ทักษะในการพูด การเขียน การใช้ การจัดหาและการผลิตสื่อ

5.1.6 งบประมาณในการใช้สื่อ แต่ละหน่วยงานจะมีสภาพทางด้านงบประมาณไม่เหมือนกัน การเลือกใช้สื่อจึงขึ้นอยู่กับงบประมาณด้วย

5.2 ในการส่งเสริมนั้น วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2532: 18) รวบรวมปัจจัยในการเลือกสื่อที่ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกวิธีการส่งเสริม จากนักวิชาการต่างประเทศหลาย ๆ ท่าน ปัจจัยเหล่านั้น ได้แก่ บุคคลเป้าหมาย ระดับความยากง่ายของวิชาการ สิ่งที่ต้องการเปลี่ยนแปลง ทฤษฎีการเรียนรู้ วัตถุประสงค์หลักของการส่งเสริม ความต้องการและเวลา ข้อดีและความพร้อมของวิธีการ

จะเห็นว่าหลักการพิจารณาเลือกสื่อโดยทั่วไป และเพื่อการส่งเสริมมีปัจจัยหลาย ๆ ด้าน ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ เช่นกัน

5.3 หลักการพิจารณาเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2536: 598-617) ยึดหลักเกณฑ์ ดังต่อไปนี้ประกอบการพิจารณา

5.3.1 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปแล้วมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความนิยม รักษาชื่อเสียงที่ดี หรือแก้ไขชื่อเสียงไม่ดี และเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน วัตถุประสงค์ดังกล่าวเป็นวัตถุประสงค์ใหญ่ ยังไม่แน่ชัดว่าจะสื่อสารเพื่ออะไร กล่าวคือ เพื่อแจ้งให้ทราบ เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ หรือเพื่อโน้มน้าวใจให้มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน หากรู้แน่ชัดแล้วจะทำให้ทราบว่าต้องใช้เครื่องมืออะไรจึงจะเหมาะสมกว่ากัน

5.3.2 กลุ่มเป้าหมาย การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชน เป็นเรื่องยากลำบาก ทั้งนี้เพราะประชาชนมีความแตกต่างทั้งอายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม ภูมิสำเนา ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี ฯลฯ

ปกติการเลือกเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนั้น ควรคำนึงถึง

1. เนื้อหาสาระของข่าวสารที่ต้องการจะส่งให้แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงคุณสมบัติด้าน เนื้อที่ (space) และเวลา (time) การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย ความเร็วในการนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ความคงทนถาวรของสื่อ
2. เครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มประชาชนเป้าหมายสามารถหาได้ และด้วยความสะดวก เช่น มีวิทยุ โทรทัศน์ ภายในบ้านของตนเอง
3. เครื่องมือประชาสัมพันธ์นั้นกลุ่มเป้าหมายมีความคุ้นเคย เช่น อ่าน ฟังหรือชม เป็นประจำ
4. เครื่องมือประชาสัมพันธ์จะต้องมีความสอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

5.3.3 สถานการณ์และสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับสภาพของสังคม สภาพทางเศรษฐกิจ และสภาพทางการเมือง

5.3.4 ศักยภาพในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยปกติจะมองกัน 4 ด้าน คือ

- บุคลากร หมายถึง บุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์ บุคลากรฝ่ายอื่น
- บุคลากรนอกหน่วยงาน

- งบประมาณ ส่วนใหญ่จะมีการวางแผนงบประมาณไว้ล่วงหน้า
- วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือมีความพร้อม ความเพียงพอหรือไม่
- การจัดการ หมายถึง การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การพัฒนา การเปลี่ยนแปลงแผน การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

5.4 เทคนิคที่ วิจิตร อวระกุล (2534: 109-110) ใช้เป็นปัจจัยประกอบในการเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยสื่อที่เลือกนั้นต้อง

- เหมาะสมตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่จะรับเรื่องราวจากสื่อ นั้น ๆ สามารถแพร่กระจายไปยังผู้รับจำนวนมาก
- ประหยัดค่าใช้จ่าย ราคาย่อมเยากว่า เหมาะสมกว่า
- มีลักษณะยืดหยุ่น ปรับตัวเข้าได้ทุกกลุ่ม ทุกระดับมากกว่า
- สื่อสาร แพร่กระจายรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ตามต้องการ
- สื่อ นั้น ๆ อาจดำเนินการผ่านสื่อหรือเครื่องมือหลายชนิดรวมกัน เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มผู้ฟัง ได้อย่างทั่วถึง
- เปิดรับการเผยแพร่ ขององค์การได้สะดวก เต็มที่ ไม่จำกัดเนื้อหา เวลา ช่วงเวลาที่เหมาะสม ได้ตามประสงค์

5.5 การวางแผนการเลือกสื่อ การที่จะตัดสินใจว่าจะใช้สื่อชนิดใดในงานประชาสัมพันธ์สิ่งสำคัญต้องมีการวางแผนการเลือกสื่อ รุ่งนภา พิตรปรีชา (2532: 125-217) กล่าวถึงการวางแผนการเลือกใช้สื่อ โดยแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ระยะ คือ

5.5.1 ระยะศึกษาข้อมูลเพื่อการวางแผน โดยศึกษาประเด็นต่อไปนี้

- นโยบาย เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์การ
- แผนประชาสัมพันธ์ขององค์การ
- กลุ่มเป้าหมาย
- สภาพแวดล้อม

เมื่อนักประชาสัมพันธ์ศึกษาข้อมูลดังกล่าวแล้ว ก็จะนำข้อมูลเหล่านั้นมาพิจารณาขั้นตอนในการกำหนดสื่อ โดยอาศัยข้อมูลจากการวิจัยและประสบการณ์ของตนเองพิจารณา

5.5.2 ระยะเวลาวางแผนเพื่อเลือกสื่อ ประเด็นที่ต้องพิจารณามีดังนี้

- การเลือกสื่อ
- การจัดสรรงบประมาณสำหรับสื่อต่าง ๆ
- พิจารณาเลือกสื่อที่จะใช้ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์
- พิจารณานิตของสื่อในสื่อแต่ละประเภท เช่น ถ้าเลือกหนังสือพิมพ์ก็พิจารณาว่าจะใช้หนังสือพิมพ์ฉบับใด

5.5.3 การใช้สื่อ พิจารณาว่า เราจะใช้อย่างไร ใช้เมื่อไร ใช้ช่วงเวลาใดบ้าง ก็ครั้ง รวมถึงงบประมาณด้วย ซึ่งจุดประสงค์สำคัญของการพิจารณาในการใช้สื่อ ได้แก่

- การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสื่อ นั้น ๆ (reach)
- ความถี่ในการส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย (frequency)
- การจัดตารางสื่อ (continuity patterns)
- ผลที่จะได้จากการใช้สื่อ (impact)

6. การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่จะพิจารณาเลือกอย่างเหมาะสมเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น หากต้องผลิตขึ้นเอง จำเป็นต้องคำนึงถึงหลักการ กระบวนการ และเทคนิคต่าง ๆ ประกอบ เพื่อให้ได้สื่อที่น่าไปใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

6.1 กระบวนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

6.1.1 กระบวนการผลิตสื่อเพื่อการส่งเสริม ณรงค์ สมพงษ์(2535: 69-86)

กล่าวว่า ถ้าหากต้องการผลิตสื่อเพื่อใช้เองให้มีประสิทธิภาพสูงและมีบูรณาการ ก็จำเป็นต้องวางแผน โดยการพิจารณากระบวนการผลิตทั้งระบบ... ซึ่งมีขั้นตอนการผลิตสื่อดังนี้

- ตั้งจุดมุ่งหมายในการผลิตเฉพาะสื่อ เพื่อจำกัดขอบเขตของเนื้อหา
- เตรียมเนื้อหา และจัดทำโครงร่าง
- วางโครงเรื่อง ตามลำดับเหตุการณ์ ลำดับหัวข้อ ความยากง่าย

- การเขียนบท
- กำหนดตารางปฏิบัติงานทางเทคนิคและดำเนินการผลิต
- การเขียนคู่มือการใช้อุปกรณ์
- ทดลองใช้สื่อกับกลุ่มเป้าหมาย
- ปรับปรุงสื่อที่ผลิตขึ้น
- ผลิตเป็นจำนวนมาก

6.1.2 กระบวนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น รุ่งภา นิตรปรีชา (2532: 76-78) ยึดกระบวนการผลิต ดังต่อไปนี้

- ศึกษาข้อมูลเพื่อผลิตงานประชาสัมพันธ์
- กำหนดแนวคิดที่จะทำการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดึงดูดเด่นหรือประเด็นสำคัญที่องค์การต้องการจะประชาสัมพันธ์
- การจัดทำแผนและดำเนินการผลิต
- การเผยแพร่งานประชาสัมพันธ์

สื่อในการประชาสัมพันธ์มีหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทมีกระบวนการและเทคนิคในการผลิตที่แตกต่างกัน การตรวจเอกสารครั้งนี้จะเน้นการผลิตสื่อที่เป็นหมวดหลัก ๆ ของสื่อ ซึ่งได้แก่

6.2 การพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์

การพูดเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีอำนาจ การพูดจะช่วยประหยัดเวลาในการสื่อสาร ช่วยสร้างมนุษยสัมพันธ์และเป็นการพัฒนาบุคลิกภาพ การพูดเป็นทั้งศาสตร์ทั้งศิลป์ การจะพูดได้ดีจึงต้องรู้จักกฎเกณฑ์และจำเป็นต้องมีการฝึกฝน

ผู้ฟังจะเกิดความพึงพอใจต่อการพูดถ้าการพูดนั้นประกอบด้วย เนื้อหาสาระที่มีคุณค่า กระจ่างชัด มีการกล่าวน่าที่เร้าความสนใจ มีศิลปการถ่ายทอดที่ดี และมีการสรุปที่ประทับใจ

ประการสุดท้ายนักพูดที่ควรได้รับการยกย่องอย่างแท้จริงนั้น นอกจากจะเป็นนักพูดที่สามารถทำให้คนฟังประทับใจแล้ว ยังต้องเป็นนักพูดที่มีคุณธรรม กล่าวคือ พูดด้วยเจตนาอันดีงาม

ทุกคำพูดที่พูดต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานความถูกต้องชอบธรรม (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2532: 157)

การพูดเพื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง การพูดเพื่อให้ผู้ฟังมีความเข้าใจอันดีต่อการกิจการ เกิดความเลื่อมใสศรัทธา และมีทัศนคติที่ดีต่อการกิจการ ตลอดจนการพูดเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดต่าง ๆ ให้กลายเป็นความเข้าใจที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริง (กริช สืบสนธิ์, 2532: 144)

หลักการพูดเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ กริช สืบสนธิ์ (2532: 148) กล่าวถึงหลักการพูดเพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดี จะต้องวางรากฐานอยู่บนความถูกต้อง ข้อเท็จจริง และจะต้องอาศัยความสามารถในการถ่ายทอดเรื่องต่าง ๆ ออกเป็นภาษาพูดที่ชวนฟัง น่าสนใจ เข้าใจง่าย...

สำหรับการพูดเพื่อป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ยังต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์ ให้เหตุผล ตัวอย่าง พยานหลักฐาน หรือใช้เทคนิคให้ความจริงเป็นพื้นฐาน

6.2.1 หลักการพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ บ่อยครั้งที่นักประชาสัมพันธ์ ต้องปรากฏตัวต่อที่ชุมชน ฉะนั้นควรจะศึกษาหลักการพูดต่อที่ชุมชน ตามหลักการของ วิรัช ลิ้มวิทย์ (2526: 279) ดังนี้

- ศึกษาค้นคว้าเรื่องราวที่จะพูดให้เข้าใจถ่องแท้ รวมทั้งวิเคราะห์กลุ่มผู้ฟัง
- จัดเรียงลำดับ ความคิด เรื่องราวที่จะพูดไว้อย่างมีระบบ
- เตรียมตัวให้พร้อมทุกอย่างก่อนขึ้นพูด
- ทำใจให้สบาย มีความจริงใจ ปราศจากอคติและเป็นกันเองกับผู้ฟัง
- พูดออกไปอย่างเป็นธรรมชาติ ด้วยความมั่นใจ กระตือรือร้น ไม่เคอะเขิน

ประหม่า

- พูดด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส มีชีวิตชีวา น่าสนใจ
 - พูดด้วยภาษาที่ฟังเข้าใจง่าย มีความชัดเจน แจ่มแจ้ง ไม่เยิ่นเย้อ
 - พูดด้วยความคล่องแคล่ว ฉะฉาน ไม่ตะกุกตะกัก หรือติดอ่าง เอื้ออ้า น่า
- รำคาญ
- มีลีลา จังหวะในการพูดที่ดี เน้นเสียงหนักเบาในที่ที่ควรเน้น
 - พูดด้วยเสียงที่ได้ยินชัดเจนทั่วถึงกัน

- พูดด้วยความสุภาพ สำนวน ไม่หยิ่ง หรืออวดดี
- ใช้ท่าทางประกอบการพูดอย่างเหมาะสม มีชีวิตชีวา
- ประสานสายตากับผู้ฟัง
- ไม่ใช้ถ้อยคำ ซ้ำซาก จำเจ
- รักษาระยะเวลาที่พูดให้ตรงตามกำหนดเวลา

6.2.2 ลักษณะการพูดเพื่อประชาสัมพันธ์ กริช สืบสันธ (2532: 159-214) จัด รูปแบบไว้ดังนี้

การพูดอธิบายเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการพูดเพื่อให้ความกระจ่างแก่ผู้ฟัง
เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง

การพูดแสดงความคิดเห็นเพื่อการประชาสัมพันธ์ การพูดลักษณะนี้มีโอกาสที่จะ
กระทบกระทั่งกับกิจการหรือตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องได้ จึงควรระมัดระวัง

การพูดจรรโลงใจ เป็นการพูดเพื่อให้เกิดความประทับใจ

6.3 การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนโดยทั่วไป มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข่าวสาร ความรู้ หรือความบันเทิงสนุก
สนานเพลิดเพลินเป็นสำคัญ แต่การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์สำคัญ คือ การบอก
กล่าวให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายเกิดความเข้าใจในนโยบาย วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน ให้ประชา
ชนยอมรับ สนับสนุน ป้องกันมิให้เกิดความเข้าใจผิด สร้างภาพพจน์ที่ดี และแก้ไขความเข้าใจผิดที่
เกิดขึ้น

จุดเริ่มต้นของการเขียนอยู่ที่ความคิด (idea) เพราะประสิทธิภาพของการเขียน
ย่อมขึ้นอยู่กับสมรรถภาพทางความคิด และความสามารถในเชิงภาษา... (นภาพรณี อัจฉริยะกุล,
2532: 229)

หลักการเขียนโดยทั่วไป วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2531: 5) กล่าวว่า ควรยึด
หลัก...ความรับผิดชอบ ความประณีต ความชัดเจน ความถูกต้อง ความเรียบง่าย ความกระชับ

ความประทับใจ และความไพเราะ

หลักการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ก็ยึดหลักการดังกล่าว แต่จะเน้นที่แนวคิด "concept" มากกว่าความไพเราะของถ้อยคำ เพราะการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์มิใช่มุ่งเพื่อเป็นบทกวี แต่ต้องการผลสืบหน้า จึงต้องมีประเด็นที่ชัดเจน หรือข่าวสารที่ถ่ายทอดได้มีความเปลี่ยนแปลงที่ต้องกระตุ้นให้เกิดผล การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงต้องเขียนเพื่อให้ไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ (นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล, 2532: 232)

6.3.1 การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ข่าวเป็นสิ่งที่ทันสมัย เพิ่งเกิดขึ้นใหม่ นอกจากนั้นข่าวยังเป็นสิ่งที่ประชาชนสนใจ อยากแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบ หรืออยากพูดถึง ทั้งยังเป็นสิ่งนอกเหนือธรรมดาอีกด้วย (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2531: 134) การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ การให้ข่าวเกี่ยวกับนโยบาย ความมุ่งหมายหรือผลงาน และเหตุการณ์ เพื่อให้หนังสือพิมพ์นำไปลงพิมพ์เผยแพร่ให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ ความสนใจและนิยม เลื่อมใส ศรัทธา (นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล, 2532: 246)

รูปแบบการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์อาจทำได้ตามรูปแบบของ นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล (2532 : 246-248) ดังนี้

1. ข่าวแจก (news release) อาจทำในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ข่าวเพื่อบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ ข่าวเพื่อมุ่งให้เกิดความนิยมและศรัทธาในหน่วยงาน และข่าวเพื่อป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

2. ภาพข่าว (news photograph หรือ photo release) ซึ่งอาจทำในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ภาพข่าวบุคคล ภาพข่าวกิจกรรม และภาพข่าวสถานที่

โครงสร้างการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ก็คล้ายกับโครงสร้างการเขียนข่าวทั่วไป คือ แบบปิรามิดหัวกลับ

ส่วนต้นเรียกว่า ความนำ หรือโปรย เป็นส่วนที่สำคัญที่สุด เพราะผู้อ่านจะรู้เรื่องข่าวนั้นดีเพียงไร อยู่ที่ยกการเขียนข่าวในส่วนแรกนี้ ถ้าความนำดีถือว่าจุดสำคัญของเรื่องกระจาง ผู้อ่านจะรู้เรื่องข่าวนั้นร้อยละ 80

ข่าวนั้นดีเพียงไร อยู่กับการเขียนข่าวในส่วนแรกนี้ ถ้าความน่าเชื่อถือว่าจุดสำคัญของเรื่องกระจ่าง ผู้อ่านจะรู้เรื่องข่าวนั้นร้อยละ 80

ส่วนกลาง เรียกว่า ความเชื่อม เป็นส่วนตัวเชื่อมโยงระหว่างส่วนต้นกับส่วนท้าย

ส่วนท้าย ตัวเรื่องหรือรายละเอียดของข่าว ที่มีความเกี่ยวข้องกับส่วนต้น เป็นส่วนขยายให้เข้าใจข่าวที่เกิดขึ้นนั้นให้กระจ่างมากขึ้น (เนกาภรณ์ อัจฉริยะกุล, 2532: 248)

การเขียนข่าวแบบสากลนั้น ข่าวจะประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ตามที่ วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2531: 155-167) กล่าวไว้ คือ

1. พาดหัวข่าว (headline) หมายถึง ส่วนบนสุดของข่าวที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นการสรุปสาระสำคัญของข่าว และแนะนำข่าว
2. ความนำ (Lead) หมายถึง ย่อหน้าแรกของเนื้อข่าวหรือสารคดีที่คัดลงมาจากพาดหัวข่าวหรือหัวเรื่อง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อดึงดูดความสนใจ ทราบเนื้อหาในเวลาอันสั้น และทำให้ผู้อ่านไม่สับสนและคัดเลือกข่าวที่จะอ่านตามความสนใจของตนเองได้
3. ส่วนต่อหรือส่วนเชื่อม (bridge or neck) เป็นส่วนเชื่อมความนำกับเนื้อเรื่อง โดยมากจะเป็นชื่อบุคคลในข่าว ชื่อสถานที่ แหล่งข่าว วันเวลา ที่เกิดเหตุการณ์เป็นข่าว หรือท้าวความโดยย่อจากข่าวที่เสนอไปแล้ว
4. เนื้อเรื่อง (body) หมายถึง รายละเอียดของความนำ ซึ่งนำมาขยายให้มีเนื้อหาเพิ่มขึ้นเพื่ออธิบายรายละเอียดของความนำ และเพิ่มข้อเท็จจริงประเด็นอื่น ๆ ซึ่งยังมีได้กล่าวถึงเลยในวรรคหน้า

การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไป มีหลักการสำคัญ คือ ใช้ถ้อยคำสั้น กระชับ ย่อหน้าหนึ่งไม่ควรมีหลายประโยค ใช้วิธีการเขียนแบบปิรามิดหัวกลับ ไม่ใช่ถ้อยคำขยายความมาก จะเขียนข่าวเฉพาะที่เป็นข้อเท็จจริงและตรงไปตรงมา (เนกาภรณ์ อัจฉริยะกุล, 2532: 257)

6.3.2 การเขียนบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเขียนบทความเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ กล่าวคือ ต้องอาศัยกฎเกณฑ์บางประการ และต้องการ การฝึกฝน จนเกิดความแนบเนียนในการสื่อความหมายได้อย่างประทับใจ

ผู้เขียนบทความ นอกจากจะมีความรู้ มีเหตุผล มีศิลปะการแสดงออกและมีจิตใจที่เป็นธรรมแล้ว ยังต้องมีความคิดสร้างสรรค์ และเป็นผู้มีความรับผิดชอบอย่างสูงต่อสังคมส่วนรวมอีกด้วย... (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2531: 172)

หลักการเขียนบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์ นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล (2532: 283) กล่าวว่า ผู้เขียนควรศึกษาองค์ประกอบ ดังนี้...

1. วัตถุประสงค์ของบทความ
2. แนวความคิดในเรื่องที่จะเขียน
3. ข้อมูลประกอบการเขียน
4. กลุ่มผู้รับเป้าหมาย
5. ศิลปะในการใช้ภาษาสื่อความหมาย

โครงสร้างของบทความ วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2531: 182) แบ่งได้ 4 ส่วน

คือ

1. ชื่อเรื่อง (title)
2. ความนำ (introduction)
3. เนื้อเรื่องหรือเนื้อหา (body หรือ content)
4. สรุปหรือความลงท้าย (conclusion)

1. ชื่อเรื่อง (Title) การตั้งชื่อเรื่องควรยึดหลักความถูกต้อง (accurate) หลักความดึงดูด (attractive) และหลักความกระชับ ชัดเจน (concise and clear) (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2531: 182)

2. ความนำ (introduction) เป็นการปูพื้น เป็นส่วนที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้เกิดความต้องการที่จะอ่านข้อความของบทความนั้นต่อ ๆ ไป... ดังนั้นการเขียนความขึ้นต้นจึงจำเป็นต้องสร้างแนวความคิดให้น่าสนใจ (นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล, 2532: 284)

3. เนื้อเรื่อง (body) ต้องเขียนให้ตรงจุดประสงค์ และความคิดสำคัญ (main idea) ที่ต้องการแสดงหรือประสงค์จะสื่อสาร (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2529: 36) นอกจากข้อมูลสำคัญแล้วอาจสอดแทรกความคิดเห็นของผู้เขียนลงไปในส่วนนี้ เพื่อให้เกิดความศรัทธา เชื่อถือ

น่าสนใจ และผู้อ่านเกิดความรู้สึกคล้อยตาม เกิดความคิดร่วมด้วย (นภาพรณ อัจฉริยะกุล, 2532 : 284)

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2531: 192) กล่าวว่า "บุพพจารย์ทางการเขียนทั้งหลายต่างเห็นพ้องต้องกันว่า ข้อเขียนใด ๆ ก็ตามควรประกอบด้วย เอกภาพ (unity) สัมพันธภาพ (coherence) และสำรัดภาพ (emphasis)..."

4. บทส่งท้าย หรือสรุป (conclusion) ในส่วนนี้อาจเน้นความคิดของผู้เขียนให้เห็นชัดเจน จริงจังขึ้น เพื่อบ่งชี้ให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่อ่าน หรือมีความคิดเห็นคล้อยตามอย่างมีเหตุ มีผล (นภาพรณ อัจฉริยะกุล, 2532: 284) สรุปที่ดีต้องกระชับรัดกุม หรือมีความยาวไล่เลี่ยกับคำนำ (เสนีย์ วิลาวรรณ ใน วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2531: 198)

บทความที่ดีต้องมีคุณภาพทั้งด้านเนื้อหาและการเรียบเรียง ซึ่งบทความดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีการวิเคราะห์ผู้อ่าน วิเคราะห์ตัวผู้เขียนเอง (ว่าผู้เขียนเป็นใคร มีบทบาทอะไรต่อผู้อ่าน) กำหนดวัตถุประสงค์ในการเขียน และต้องมีการวางแผนโครงเรื่องการเขียนอย่างดี

ผู้เขียนบทความควรมีความรู้ มีเหตุผล มีศิลปะในการสื่อสารและมีจิตใจที่เป็นธรรม มุ่งสร้างสรรค์สังคมโดยส่วนรวม ความคิดต่าง ๆ ที่แสดงออกไปจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานความจริง (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2531: 215)

6.3.3 การเขียนสารคดีเพื่อการประชาสัมพันธ์ สารคดี เป็นข้อเขียนเชิงสร้างสรรค์ อาจมีการแทรกความรู้สึกนึกคิดส่วนตัว มีการเน้นจุดใดจุดหนึ่งเป็นพิเศษ ด้วยลีลาการเขียนที่น่าสนใจ มีวัตถุประสงค์ทั้งให้ความเพลิดเพลิน และความรู้ข่าวสาร อันเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับเหตุการณ์ บุคคล ในบางแง่มุมที่น่าสนใจ (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2531: 223)

หลักการเขียนสารคดีเพื่อการประชาสัมพันธ์ นภาพรณ อัจฉริยะกุล (2532: 289-293) ยึดหลัก ดังต่อไปนี้

1. การเตรียมตัว กล่าวคือ ก่อนลงมือเขียนจะต้องค้นคว้าหาหลักฐานข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่จะนำมาเป็นวัตถุดิบ
2. เนื้อหาของสารคดีจะต้องอยู่ในความสนใจและตรงกับวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์

3. วิธีเขียน ต้องนำอ่าน ใช้สำนวนภาษาที่เข้าใจง่าย เพลิดเพลิน ชวนติดตามตั้งแต่ต้นจนจบเรื่อง

การเขียนสารคดีนั้นจะมีการสร้างแก่นของเรื่อง (theme) เพื่อเป็นวิธีการในการจัดข้อมูลในการเขียนให้บรรลุผลในการ โน้มน้าวให้ความรู้ ความเข้าใจในประเด็นใดประเด็นหนึ่งที่นำเสนอที่สุด สำคัญที่สุดหรือเป็นประโยชน์ที่สุด (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2531: 229)

สารคดี อาจจะต้องใช้ภาพประกอบ ภาพต้องตรงกับเนื้อเรื่อง เสริมความเข้าใจ มีน้ำหนักน่าเชื่อถือ (นภาพรณ อัจฉริยะกุล, 2532: 290)

โครงสร้างของสารคดี ประกอบด้วย ความนำ เนื้อเรื่อง และส่วนลงท้าย (นภาพรณ อัจฉริยะกุล, 2532: 290) ซึ่งมีวิธีการเขียนในแต่ละส่วนดังนี้

1. ความนำ จะต้องดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ด้วยถ้อยคำหรือความหมายที่เชิญชวนให้อ่านเนื้อเรื่องต่อไป (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2531: 230)

2. เนื้อเรื่อง เป็นส่วนที่ยาวที่สุดของเรื่อง ประสิทธิภาพ (อ้างใน นภาพรณ อัจฉริยะกุล, 2532: 292) ระบุถึงหลักการเขียนเนื้อเรื่องไว้ดังนี้

- มีความคิดเดียวไม่ออกนอกเรื่อง
- ทุกส่วนสัมพันธ์กันตลอด
- ชัดเจน ถูกต้อง มีเหตุผลรับกัน
- เน้นในส่วนสำคัญที่ควรเน้น
- เขียนตามลำดับขั้นตอนของเรื่อง ได้ความสมบูรณ์

เนื่องจากตัวเรื่องเป็นส่วนที่มีความยาว จึงแบ่งออกหลายย่อหน้า ในแต่ละย่อหน้าต้องมีข้อคิดหรือประเด็นสำคัญเพียงอย่างเดียว

3. ส่วนลงท้าย ต้องจบด้วยความประทับใจหรือให้ข้อคิดแก่ผู้อ่าน หรือขมวดท้ายให้ผู้อ่านจดจำ (นภาพรณ อัจฉริยะกุล, 2532: 292)

สารคดี เป็นการบรรยายเรื่องราวเชิงเจาะลึกเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เน้นการให้ความรู้ และการสร้างความรู้สึกลึกทางอารมณ์ควบคู่กันไป (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2531: 259)

6.3.4 การเขียนรายงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเขียนรายงานเพื่อ
 การประชาสัมพันธ์ นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล (2532: 295-307) แบ่งรูปแบบการเขียนออกเป็น
 3 ลักษณะ คือ

- การเขียนรายงานประจำปี
- การเขียนคำปราศรัย เขียนเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ความ
 เข้าใจ ในเรื่องที่จะประชาสัมพันธ์ หรือเพื่อชักจูง โน้มน้าวใจ นิยม
 เลื่อมใส ศรัทธา หรือเพื่อให้ทราบคะแนนความคิดเห็น
- การเขียนสารแสดงความยินดีและคำขวัญ เป็นการเขียนเนื่องใน
 โอกาสสำคัญ ๆ เพื่อแสดงความยินดี แสดงความจริงใจและสร้าง
 ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

6.4. การผลิตวัสดุ สิ่งพิมพ์เพื่องานประชาสัมพันธ์

การผลิตสื่อวัสดุ สิ่งพิมพ์ ส่วนใหญ่ใช้ตัวอักษรและภาพ เป็นตัวสื่อความหมายหลัก
 (สมเชาว์ เนตรประเสริฐ และสมพงษ์ แดงตาด, 2532: 315) สำหรับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์
 มีหลักในการออกแบบ ดังนี้

รูปแบบของตัวอักษร วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2532: 165-170) ระบุว่า ตัว
 อักษรแนวอนั้นอ่านง่ายและเป็นธรรมดา ๆ ดีกว่าตัวหนังสือแนวตั้ง ซึ่งอ่านยาก...ขนาดตัวอักษร
 สำหรับแผ่นโฆษณาขนาด 22 x 28 นิ้ว ควรมีความสูงของ title 2 ถึง 4 นิ้ว... ส่วนราย
 ละเอียด ควรมีขนาดตัวอักษร 1/4 - 1/3 ของความสูงของ title...ความหนาตัวอักษร ควร
 มีขนาด 1/6 ของความสูงของตัวอักษร

ช่องไฟของตัวอักษร ควรใช้การประมาณด้วยสายตาดูกลมกลืนกว่าการใช้ไม้บรรทัด
 วัดระยะห่างของตัวอักษร (สมเชาว์ เนตรประเสริฐ และสมพงษ์ แดงตาด, 2532: 331)

ภาพ ที่ใช้ในการผลิตวัสดุ สิ่งพิมพ์ มี 3 ชนิด ได้แก่

- ภาพจริง อาจจะเป็นภาพเขียนหรือภาพถ่ายก็ได้ (สมเชาว์ เนตรประเสริฐ
 และสมพงษ์ แดงตาด, 2532: 332) ภาพถ่ายเป็นสื่อที่มีประโยชน์ในการถ่ายทอดความรู้ ช่วยใน

การตีความและจดจำเนื้อหา ทั้งยังมีราคาถูก (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2532: 257)

- ภาพการ์ตูน ใช้เพื่อแก้ความจำและสร้างบรรยากาศ การดูให้แจ่มใส
- ภาพนามธรรม ใช้ในงานเขียนกราฟิก มักจะเขียนประกอบลงในภาพเพื่อ

ให้เกิดความสมดุล

องค์ประกอบในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ บุขบา สุธีธร (2532: 418-426) มีหลักสำคัญ เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา 6 ประการ ได้แก่

สัดส่วน (proportion) รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีสัดส่วน 1 : 1 หรือ 1 : 2 จะดูไม่น่าสนใจ ต้องออกแบบให้ดูไม่ชัดเจนว่าเป็นสัดส่วนเท่าไร

ความสมดุล (balance) องค์ประกอบหนึ่ง ๆ ในภาพถูกจัดวางไว้ให้น้ำหนักเท่ากัน น้ำหนักเกิดขึ้นจาก ขนาด รูปร่าง สีและความเข้มจาง ความสมดุลมี 2 แบบ คือ สมดุลแบบซ้ายขวาเหมือนกัน และไม่เหมือนกัน ความสมดุลแบบไม่เหมือนกันจะดูมีความรู้สึกตื่นเต้นกว่า

ความแตกต่าง (contrast) การเน้นให้เกิดจุดเด่น น่าสนใจ โดยเน้นที่ขนาด รูปร่าง ความแตกต่างของสี และทิศทาง

ลีลา (rhythm) หมายถึง การเคลื่อนไหวที่มีความซ้ำและต่อเนื่องเป็นระยะ จะทำให้เกิด รูปร่าง ขนาด รูปลักษณะต่าง ๆ กันออกไป

ความมีเอกภาพ (unity) โดยการแบ่งกลุ่มองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันเข้าด้วยกัน โดยใช้เทคนิค เช่น การจัดกรอบ การวางภาพให้หลอมกัน

ความผสมกลมกลืน (harmony) หมายถึงความพอดี พอเหมาะของส่วนต่าง ๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นสิ่งพิมพ์ มีลักษณะพอเหมาะพอดี เกิดได้จาก สี รูปร่าง ลักษณะตัวอักษร

การผลิตเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ สุพนัน ปัญญามาก และ สมภพ โรจนพันธ์ (2532: 401-402) กล่าวถึง การวางแผนการผลิต โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ

ระยะแรก เป็นการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ รูปเล่ม ลักษณะเนื้อหาเค้าโครงเรื่องของเอกสาร การเลือกนักเขียน การพิจารณาแหล่งข่าวและกำหนดผู้รับผิดชอบงาน

ระยะที่สอง เป็นการเลือกสรรเนื้อเรื่อง เพื่อนำตีพิมพ์ในหนังสือ หรือเอกสาร ซึ่งเป็นระยะการปฏิบัติงานของกองบรรณาธิการ

ระยะที่สาม เป็นการวางแผนการผลิตโดยการพิจารณาด้านการออกแบบและการพิมพ์

6.5. การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะเน้นในด้านกิจกรรมพิเศษและสื่อพื้นบ้าน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

6.5.1 กิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น สุนัน ปัญญามาก (2532: 794-859) แบ่งเป็นกิจกรรมย่อย ได้แก่ การจัดกิจกรรมเผชิญหน้า การจัดกิจกรรมนิเทศทัศน์ การจัดกิจกรรมแข่งขันและวิ่งเริง และการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม

6.5.2 สื่อพื้นบ้านเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ถ่ายทอดปากต่อปากไม่เป็นลายลักษณ์อักษร ไม่รู้ที่มาต้นกำเนิดของตัวสื่อ และมีมาแต่ก่อนในสังคมแบบเก่า เรียกว่า สื่อพื้นบ้าน (เอนก นาวิกมูล, 2532: 870)

เอนก นาวิกมูล (2532: 870-902) ได้แบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านไว้ดังนี้

- สื่อพื้นบ้านภาคกลาง ได้แก่ เพลงพื้นบ้าน ลิเก แห่
- สื่อพื้นบ้านภาคใต้ ได้แก่ หึงตะลุง เพลงบอก
- สื่อพื้นบ้านภาคอีสาน ได้แก่ หมอลำ เพลงโคราช หึงประโมทัย
- สื่อพื้นบ้านภาคเหนือ ได้แก่ ซอ จ๊อย

การเตรียมการใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อการประชาสัมพันธ์ เอนก นาวิกมูล (2532: 928) วางลำดับขั้นตอนในการทำงานไว้ดังนี้

- กำหนดเป้าหมายว่าจะประชาสัมพันธ์เรื่องอะไร
- เลือกสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สื่อที่ชุมชนนั้นนิยมเป็นพิเศษ
- ทำความเข้าใจกับศิลปินเจ้าของสื่อ ว่าต้องการให้ศิลปินถ่ายทอดข่าวสารอะไรไปบ้าง

โดยทั่วไปข่าวสาร เรื่องราว แนวคิด จะเป็นเพียงส่วนประกอบของเนื้อเรื่องที่ศิลปินแสดง หมายความว่า เป็นสิ่งสอดแทรกที่จะเข้าไปผสมผสานกลมกลืนอยู่ในกิริยาอาการและคำพูดของผู้แสดงแต่พองาม มิใช่เป็นตัวเด่นสุด หรือนำไปเป็นชื่อเรื่อง

7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดวงใจ เครือแรงค์ (2534: 138) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารที่ครูอาสาสมัคร การศึกษานอกโรงเรียน ใช้ในการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียน อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า

รูปแบบการสื่อสาร ครูอาสาใช้ในการนัดประชุมชี้แจงมากที่สุด รองลงมาคือ แจ้งผู้นำชาวบ้านให้ถ่ายทอดข่าวสาร และนิยมออกไปพบชาวบ้านในช่วงเวลา 13.00 – 15.00 น.

บทบาท และประสิทธิภาพของสื่อ ครูอาสาจะใช้สื่อหลาย ๆ ชนิดผสมกันมักจะใช้สื่อบุคคลโดยแจ้งข่าวสารผ่าน ผู้นำ และหอกระจายข่าว

รัตติยา โตจีน (2537: 10-11) ศึกษา ความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมในทรรคณะของเจ้าพนักงานการเกษตร ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า

ด้านการวางแผนการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริม มีความสามารถระดับสูง โดยมีการรวบรวมข้อมูลก่อนการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ จากนั้นจึงคัดเลือกปรับปรุง ออกแบบก่อนนำเสนอ สื่อ รวมทั้งมีการประเมินผล

ด้านการผลิตสื่อเพื่อการส่งเสริม มีระดับความสามารถต่ำ สำหรับการนำสื่อไปใช้ แผ่นพับ แผ่นปลิว ภาพพลิก โปสเตอร์ มีความสามารถในการใช้สูง ส่วนสไลด์ จดหมายข่าว หนังสือคู่มือ โทรทัศน์ วิทยุ มีความสามารถในการใช้ต่ำ

ประเสริฐ จรรยาสุภาพ (2537: 1-2) ศึกษาสถานการณ์การประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ในประเทศไทย พบว่า

ข้าราชการกับพนักงานสหกรณ์มีความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สหกรณ์ทุกประเภทไม่มีบุคลากรทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โดยตรง กรมส่งเสริมสหกรณ์ และสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย ก็มีเฉพาะส่วนกลางเท่านั้น

สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ พบว่า ขาดการรวบรวม แสวงหาข้อมูล การวางแผนและประเมินผลที่ดีพอ สำหรับวิธีการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่เน้นไปยังบุคคลภายในสหกรณ์เท่านั้น โดยใช้วิธีการประชุมอบรมหรือสัมมนา

ภาคสรุป (Overview)

สหกรณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ดีที่สุด ที่จะช่วยแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคม ให้มีความอยู่ดีกินดี และมีสันติสุข แต่วิธีการสหกรณ์จะได้ผลอย่างจริงจังก็ต่อเมื่อ สมาชิกหรือประชาชนทั่วไป มีความรู้ ความเข้าใจ วิธีการสหกรณ์อย่างแท้จริง ดังนั้น กรมส่งเสริมสหกรณ์ที่ทำหน้าที่ด้านนี้โดยตรง ต้องส่งเสริม เผยแพร่ อุดมการณ์และวิธีการสหกรณ์ รวมทั้ง เผยแพร่ความรู้ ข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบ

กรมส่งเสริมสหกรณ์ ได้ตั้งวัตถุประสงค์ด้านการส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องสหกรณ์ เกิดการยอมรับ และเป็นแนวร่วมสนับสนุนงานสหกรณ์ในอนาคต โดยวางกลยุทธ์ในด้านการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ไว้เป็นแนวทางปฏิบัติ

การประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ เป็นการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ให้เห็นความสำคัญ ประโยชน์ หรือเพื่อป้องกันรักษาชื่อเสียง แก่สหกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์

ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จะต้องทราบถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะวางแผนงานประชาสัมพันธ์ได้สอดคล้องกับสถานการณ์ของสหกรณ์ที่กำลังเป็นอยู่ ซึ่งต้องมีการวิเคราะห์สภาพปัญหา กำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย วางแผนการใช้สื่ออย่างเป็นระบบ กำหนดงบประมาณที่เหมาะสม จนกระทั่งประเมินและติดตามผล

การจะประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ให้ออกมาเป็นรูปธรรมนั้น จำเป็นต้องใช้สื่อ เพราะสื่อช่วยให้ประชาสัมพันธ์ได้รวดเร็ว ชัดเจน จูงใจได้ดียิ่ง แต่การใช้สื่อให้เกิดประสิทธิผลนั้น จะต้องวางแผนการใช้สื่ออย่างเป็นระบบ

การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ประสบผลตามวัตถุประสงค์ได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับสื่อที่จะใช้ว่ามีข้อดี ข้อจำกัดอย่างไร เพื่อที่จะเลือกสื่อมาใช้ได้อย่างเหมาะสม สื่อบางประเภทจะต้องผลิตเอง หรือออกแบบ ทำโครงร่างก่อนที่จะส่งไปยังผู้จ้างเหมาผลิต หรือแหล่งแพร่ข่าวสาร

สื่อแต่ละประเภท มีหลักในการพิจารณาเลือก ผู้ใช้สื่อจะต้องคำนึงถึง วัตถุประสงค์ของการใช้ กลุ่มเป้าหมาย ระดับความยากง่าย สิ่งที่ต้องการจะเปลี่ยนแปลง ข้อดี ข้อจำกัด ความเป็นไปได้ของวิธีการ ตลอดจนศักยภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีความรู้ในการพิจารณาเลือกสื่อ การผลิตสื่อ และหลักในการนำไปใช้

จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาถึง ระดับความสามารถในการใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด เพราะมีหน้าที่ด้านนี้โดยตรง เพื่อจะได้ใช้ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นแนวทางการพัฒนา การประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของแต่ละจังหวัด ต่อไป

บทที่ 3
วิธีดำเนินงานวิจัย
(METHODOLOGY)

การวิจัยเรื่อง ความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของนัก
วิชาการสหกรณ์ ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด มีวิธีดำเนินงานวิจัย ดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย
(Locale of the Study)

ทุกจังหวัดจะมีสำนักงานสหกรณ์จังหวัด ซึ่งมีนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์
จังหวัด ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์แก่เจ้าหน้าที่หนึ่งด้วย การวิจัยครั้งนี้ จึงครอบคลุมพื้นที่ทั่ว
ประเทศ

ผู้ให้ข้อมูล
(The Respondents)

นักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัดทุกจังหวัด เป็นผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย
ครั้งนี้ ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะมีนักวิชาการดำรงตำแหน่งประจำ 2 ถึง 3 คน (รายละเอียดการแต่งตั้ง
ข้าราชการกรมส่งเสริมสหกรณ์ พ.ศ.2539-2541) จำนวน 170 คน ดังนั้น ประชากรในการ
วิจัยครั้งนี้ มีจำนวนทั้งหมด 170 คน

เหตุผลที่เลือกข้าราชการดังกล่าวเป็นประชากรในการวิจัยครั้งนี้ เพราะว่าบุคคล
เหล่านั้นทำหน้าที่ด้านอยู่เป็นประจำและมีโอกาสที่จะใช้สื่ออยู่เป็นประจำ

เนื่องจากจำนวนประชากรมีไม่มาก และอยู่ในวิสัยที่ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลได้ จึงใช้
ประชากรทั้งหมดเป็นผู้ให้ข้อมูล โดยไม่มีการสุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

(Research Instrument)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้แบบทดสอบและแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามปัญหาและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ แบ่งออกเป็น

- ตอนที่ 1 รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล และลักษณะการปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ โดยใช้แบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ความสามารถในการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ โดยใช้แบบทดสอบ
- ตอนที่ 3 รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ปัญหาและอุปสรรคของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยใช้แบบสอบถามประมาณค่าแทนระดับ

การทดสอบแบบสอบถาม

(Pre-testing of the Instruments)

ผู้วิจัย นำแบบสอบถามและแบบทดสอบ ที่สร้างขึ้นไปทดสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหา (content validity) โดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้รอบรู้เฉพาะเรื่อง (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2531: 123) ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการวิจัย

หลังจากทดสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหาแล้ว จึงนำแบบทดสอบไปทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) และทดสอบอำนาจการจำแนก (discrimination) ระดับความยากง่าย (difficulty) โดยนำไปทดสอบกับ เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม ของศูนย์ฝึกอบรมสหกรณ์ที่ 1 - 10 รวม 30 คน

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบทดสอบในตอนี่ 2 ใช้แบบทดสอบเพียงครั้งเดียวและหาค่าความคงที่ภายใน ตามวิธีทาง คูเดอร์ริชาร์ดสัน (Kuder Richardson) r_{KR-21} อ้างใน สุภาพ วาดเขียน (2525: 43-45)

$$r_{KR-21} = \frac{K}{K-1} \left| 1 - \frac{\bar{X}(K-\bar{X})}{S^2} \right|$$

$$\begin{aligned} r_{KR} &= \text{สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น} \\ S^2 &= \text{ค่าความแปรปรวนของข้อสอบทั้งฉบับ} \\ K &= \text{จำนวนข้อของแบบทดสอบทั้งหมด} \\ \bar{X} &= \text{ค่าเฉลี่ยของทุกข้อ} \end{aligned}$$

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ตอนที่ 1 และตอนที่ 3 เฉพาะหัวข้อที่ให้เลือกตอบแบบกำหนดค่าคะแนนแทนระดับ (rating scale) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS /PC⁺ วัดความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (coefficient of alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.95

การทดสอบอำนาจการจำแนก และระดับความยากง่ายของแบบทดสอบ ดำเนินการโดยเรียงคะแนนจากสูงสุด ถึงต่ำสุด แล้วแบ่งออกเป็นกลุ่มคะแนนสูง และกลุ่มคะแนนต่ำ โดยใช้เทคนิค 27 % และหาค่าอำนาจการจำแนก และระดับความยากง่าย ตามสูตร อังโน นงนุช ภัทรนคร (2538: 324-327) ดังนี้

$$\text{ดัชนีอำนาจการจำแนก (D)} = \frac{Ru - Rl}{Nu}$$

$$\text{ระดับความยากง่าย (P)} = \frac{Ru + Rl}{Nu + Nl}$$

Ru = จำนวนคนที่ตอบข้อสอบได้ถูก ในกลุ่มสูง

Rl = จำนวนคนที่ตอบข้อสอบได้ถูก ในกลุ่มต่ำ

Nu = จำนวนคนในกลุ่มคะแนนสูง

Nl = จำนวนคนในกลุ่มคะแนนต่ำ

การเลือกข้อสอบ เลือกข้อที่มีระดับความยากง่าย ใกล้เคียง 0.5 หรือระหว่าง 0.2-0.8 สำหรับอำนาจการจำแนกต้องให้มากที่สุด อย่างน้อยควรเกิน 0.2 ใน วิเชียร เกตุสิงห์ (2529: 103)

ผลการทดสอบสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของข้อสอบ 40 ข้อ ในตอนที่ 2 โดยใช้สูตร KR_{21} มีค่าเท่ากับ 0.42 สำหรับระดับความยากง่ายและอำนาจการจำแนกของข้อสอบ ปรากฏว่ามีข้อสอบอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด คือ ระดับความยากง่ายระหว่าง 0.2-0.8 และอำนาจการจำแนกตั้งแต่ 0.2 ขึ้นไป มีทั้งหมด 25 ข้อ อีก 15 ข้อ ไม่อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดจึงตัดออก

จากนั้น นำข้อสอบที่ได้ทั้ง 25 ข้อ คำนวณสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นตามสูตรเดิมได้ค่าเท่ากับ 0.70 ดังนั้น การจัดเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ จึงใช้แบบสอบถามตอนที่ 1 และตอนที่ 3 ตามที่ออกแบบไว้ พร้อมทั้งแก้ไขเพื่อให้ดียิ่งขึ้น สำหรับแบบทดสอบตอนที่ 2 ใช้ข้อสอบ 25 ข้อที่อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด

วิธีการรวบรวมข้อมูล (Data Gathering)

การรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจัดเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งได้วางขั้นตอนการดำเนินงานไว้ดังนี้

1. สืบรวจรายชื่อนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัดทุกจังหวัดจากหนังสือรายละเอียดการแต่งตั้งข้าราชการกรมส่งเสริมสหกรณ์ พ.ศ.2539-2541
2. ทำหนังสือจากสถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้ ในนามบัณฑิตศึกษา และผู้วิจัยถึงนักวิชาการสหกรณ์ตามรายชื่อที่สำรวจได้โดยตรง
3. ได้รับเครื่องมือคืน 149 ชุด คิดเป็นร้อยละ 87.65 ของประชากรทั้งหมด

170 คน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

(Analysis of Data)

1. ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบทดสอบและแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำข้อมูลมาตรวจสอบเพื่อความถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์อีกครั้ง จากนั้น ลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อไป
2. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical package for the social science : SPSS/PC⁺)
3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้
 - 3.1 ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลและลักษณะการปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ วัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง โดยใช้มัธยฐาน ฐานนิยม และค่าเฉลี่ย ส่วนข้อมูลที่เป็น rating scale หาค่าเฉลี่ย โดยใช้มัธยฐานเลขคณิตถ่วงน้ำหนัก (weight mean score)
 - 3.2 ความสามารถในการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ วัดระดับความสามารถ ดังนี้
 - 3.2.1 ความสามารถในการใช้สื่อแต่ละชนิด หาได้โดย นำค่าคะแนนดิบแต่ละข้อ ไปหาสัดส่วน ซึ่งแสดงค่าของเลขจำนวนนั้นกับจำนวนเต็ม จากสูตร อ้างใน บุญธรรมกิจปริดาภิรักษ์ (2535: 285) ดังนี้

$$\text{สัดส่วน} = \frac{\text{จำนวนคนที่ตอบถูก}}{\text{จำนวนคนที่ตอบแบบทดสอบทั้งหมด}}$$

จากนั้นแปลงค่าสัดส่วนเป็นร้อยละ โดยคูณด้วย 100 (จิระจิตต์ ราคา, 2538: 96)

- 3.2.2 ความสามารถในการใช้สื่อ จากแบบทดสอบทุกข้อของผู้ตอบทั้งหมด และความสามารถในการใช้สื่อของนักวิชาการแต่ละคน คำนวณระดับความสามารถโดยนำค่าคะแนนดิบแปลงเป็นคะแนนมาตรฐาน (Z-score) จากสูตร อ้างใน นงนุช ภัทรนคร (2538: 345-347) ดังนี้

$$Z = \frac{X - \bar{X}}{S.D.}$$

S.D.

Z = คะแนนมาตรฐาน

X = คะแนนดิบ

$\bar{X}$ = ตัวกลางเลขคณิตของข้อมูลชุดนั้น

S.D. = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลชุดนั้น ๆ

การแบ่งระดับความสามารถ ใช้การเทียบเคียงกับการแบ่งระดับค่าคะแนนมาตรฐาน เป็นระดับ A B C D และ F ตามตารางของ Blommers and Luidguist อ้างใน นงนุช ภัทรนคร (2538: 345-347) ดังนี้

ตาราง 1 การตัดเกรด ตามแบบของ Blommers and Luidguist

เกรด	ขอบเขตคะแนน	จำนวนร้อยละของผู้ทดสอบ
A	+1.8 - +∞	3.60
B	+0.6 - +1.6	23.80
C	-0.6 - +0.6	45.20
D	-1.8 - -0.6	23.80
F	-∞ - -1.8	3.60

3.3 ปัญหาและอุปสรรคการใช้สื่อ วัตรระดับของปัญหา โดยกำหนดค่ามัชฌิมเลขคณิตถ่วงน้ำหนัก (weight mean score) ของคำถามแต่ละข้อจากสูตร อังใน ชุศรี วงศ์รัตน์ (2525: 33) คือ

$$WMS (\bar{x}) = \frac{x_1 f_1 + x_2 f_2 + x_3 f_3 + x_4 f_4 + x_5 f_5}{f_1 + f_2 + f_3 + f_4 + f_5}$$

f_1 = จำนวนผู้ให้ข้อมูลที่เลือกตอบว่า มีปัญหามากที่สุด

f_2 = จำนวนผู้ให้ข้อมูลที่เลือกตอบว่า มีปัญหามาก

f_3 = จำนวนผู้ให้ข้อมูลที่เลือกตอบว่า มีปัญหาปานกลาง

f_4 = จำนวนผู้ให้ข้อมูลที่เลือกตอบว่า มีปัญหาน้อย

f_5 = จำนวนผู้ให้ข้อมูลที่เลือกตอบว่า มีปัญหาน้อยที่สุด

x_1, x_2, x_3, x_4, x_5 = ระดับค่าคะแนนของปัญหา ตั้งแต่ 5 4 3 2 1 ตามลำดับ

ค่ามัชฌิมเลขคณิตถ่วงน้ำหนักที่คำนวณได้ แบ่งเป็นระดับของปัญหา ดังนี้

มีปัญหามากที่สุด	ช่วงคะแนน	4.21 – 5.00
มีปัญหามาก	ช่วงคะแนน	3.41 – 4.20
มีปัญหาปานกลาง	ช่วงคะแนน	2.61 – 3.40
มีปัญหาน้อย	ช่วงคะแนน	1.81 – 2.60
มีปัญหาน้อยที่สุด	ช่วงคะแนน	1.00 – 1.80

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

(Research Duration)

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2539 ถึงเดือน

ตุลาคม 2540

งบประมาณที่ใช้ในการวิจัย
(Budgeting of the Study)

การวิจัยครั้งนี้ ใช้งบประมาณส่วนตัวของผู้วิจัย ซึ่งมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการวิจัย
ดังต่อไปนี้

1. ประเภทค่าใช้จ่าย		
1.1 ค่าพาหนะเดินทางติดต่อประสานงาน	5,000	บาท
1.2 ค่าจ้างเหมาวิเคราะห์ข้อมูล	3,000	บาท
1.3 ค่าซองและแสตมป์ในการจัดส่งแบบสอบถาม	2,000	บาท
1.4 ค่าถ่ายเอกสาร	3,000	บาท
1.5 ค่าพิมพ์ หารูปเล่ม	4,000	บาท
2. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000	บาท
รวมงบประมาณทั้งสิ้น	<u>20,000</u>	บาท

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

(RESULTS AND DISCUSSION)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบ ระดับความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด

การนำเสนอผลการวิจัยและข้อวิจารณ์ แยกออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด และลักษณะการปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 2 ระดับความสามารถในการใช้สื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักวิชาการสหกรณ์ และการปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

1.1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักวิชาการสหกรณ์

1.1.1 เพศ

ผลการวิจัยจากตาราง 2 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด (149 คน) ร้อยละ 63.09 (94 คน) เป็นชาย ร้อยละ 36.91 (55 คน) เป็นหญิง จะเห็นว่าสัดส่วนของเพศชาย มากกว่าเพศหญิง

วิรัช ลิขิตรัตนกุล (2529: 117) กล่าวว่า...บุคคลที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์มิได้อยู่ที่เพศชายหรือเพศหญิง ความแตกต่างระหว่างเพศมิได้เป็นอุปสรรค หรือปัจจัยสำคัญแต่อย่างใด ประเด็นสำคัญอยู่ที่คุณสมบัติและความรู้ความสามารถของบุคคลมากกว่า...

จึงอาจกล่าวได้ว่าผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สหกรณ์เป็นเพศใดก็ได้ แต่ต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติและความรู้ความสามารถทางด้านการประชาสัมพันธ์

1.1.2 อายุ

ผลการวิจัยจากตาราง 2 พบว่า นักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด มีอายุเฉลี่ย 39.33 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.95 ปี ซึ่งมีอายุสูงสุด 58 ปี อายุต่ำสุด 29 ปี ร้อยละ 44.30 (66 คน) มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 40.27 (60 คน) อายุระหว่าง 40-49 ปี

1.1.3 ระยะเวลารับราชการ

ผลการวิจัยจากตาราง 2 พบว่า นักวิชาการสหกรณ์มีระยะเวลารับราชการเฉลี่ย 15.23 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.64 ปี โดยมีระยะเวลารับราชการสูงสุด 33 ปี ต่ำสุด 3 ปี และนักวิชาการสหกรณ์ ร้อยละ 58.39 มีระยะเวลารับราชการระหว่าง 11-20 ปี

1.1.4 วุฒิการศึกษา

ผลการวิจัยจากตาราง 2 พบว่า วุฒิกศึกษาล้วนใหญ่ ร้อยละ 91.95 (137 คน) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และร้อยละ 8.05 (12 คน) จบการศึกษาระดับปริญญาโท

1.1.5 สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา

ผลการวิจัยจากตาราง 2 พบว่า ร้อยละ 32.89 (49 คน) สำเร็จการศึกษาสาขา เศรษฐศาสตร์สหกรณ์มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 25.50 (38 คน) สาขาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ ร้อยละ 12.75 สาขาเศรษฐศาสตร์ และสาขาอื่น ๆ ได้แก่ สาขาเกษตรศาสตร์ สาขา เศรษฐศาสตร์เกษตร สาขานิติศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ สาขารัฐศาสตร์ สาขารัฐประศาสนศาสตร์ และสาขาศิลป ศาสตร์

1.1.6 การเข้ารับการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัยจากตาราง 2 พบว่า ร้อยละ 69.13 (103 คน) เคยเข้ารับการอบรม ทางด้านการประชาสัมพันธ์ อีกร้อยละ 30.87 (46 คน) ไม่เคยเข้ารับการอบรมด้านนี้

ส่วนใหญ่นักวิชาการสหกรณ์เคยเข้ารับการอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งโครงการอบรมของกรมส่งเสริมสหกรณ์ จะเป็นหลักสูตรระยะสั้นเพียง 5 วันเท่านั้น และจัดอบรมปีละครั้ง (กองฝึกอบรม กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2537) ดังนั้น นักวิชาการแต่ละคนจึงอาจจะมีความรู้ความสามารถในด้านการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอสำหรับการทำงานด้านนี้

ตาราง 2 ความถี่ ร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด

รายการ	จำนวน (N=149)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	94	63.09
หญิง	55	36.91
อายุ 1/		
ต่ำกว่า 30 ปี	12	8.05
30 - 39 ปี	66	44.30
40 - 49 ปี	60	40.27
50 - 59 ปี	11	7.38
ระยะเวลารับราชการ 2/		
1 - 10 ปี	37	24.83
11 - 20 ปี	87	58.39
21 - 30 ปี	23	15.44
มากกว่า 30 ปี	2	1.34
วุฒิการศึกษา		
ปริญญาตรี	137	91.95
ปริญญาโท	12	8.05

ตาราง 2 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (N=149)	ร้อยละ
สาขาวิชา		
เศรษฐศาสตร์สหกรณ์	49	32.89
ส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์	38	25.50
เศรษฐศาสตร์	19	12.75
เศรษฐศาสตร์เกษตร	8	5.38
บริหารธุรกิจ	9	6.04
เกษตรศาสตร์	9	6.04
รัฐศาสตร์	4	2.68
รัฐประศาสนศาสตร์	4	2.68
ศิลปศาสตร์	3	2.01
อื่น ๆ	6	4.03
การฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์		
เคย	103	69.13
ไม่เคย	46	30.87

1/ อายุเฉลี่ย 39.33 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.95 ปี อายุสูงสุด 58 ปี ต่ำสุด 29 ปี

2/ ระยะเวลารับราชการเฉลี่ย 15.23 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.65 ปี ระยะเวลารับราชการสูงสุด 33 ปี ต่ำสุด 3 ปี

1.2 ลักษณะการปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์

การปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ ศึกษาถึงความถี่ และค่าเฉลี่ยในการปฏิบัติงานแต่ละกระบวนการในทหระณะของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด โดยจัดระดับการปฏิบัติ ดังนี้

บ่อยครั้งมากที่สุด	ช่วงคะแนน	4.21 - 5.00
บ่อยครั้งมาก	ช่วงคะแนน	3.41 - 4.20
ปานกลาง	ช่วงคะแนน	2.61 - 3.40
น้อยครั้ง	ช่วงคะแนน	1.81 - 2.60
น้อยครั้งที่สุด	ช่วงคะแนน	1.00 - 1.80

1.2.1 การปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์

การปฏิบัติงานด้านการวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ หรือการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานสหกรณ์ ผลการวิจัยจากตาราง 3 พบว่า นักวิชาการสหกรณ์ที่ระบุว่าเคยปฏิบัติงานด้านนี้ เฉลี่ยแล้วปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 ในขณะที่มีนักวิชาการสหกรณ์ ร้อยละ 16.78 (25 คน) ระบุว่าไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ที่เคยปฏิบัติงานด้านนี้ ปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 มีเพียงร้อยละ 2.68 (4 คน) ที่ระบุว่าไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ที่เคยปฏิบัติงานด้านนี้ ปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 มีเพียงร้อยละ 1.34 (2 คน) ที่ไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยปฏิบัติงานด้านนี้ ปฏิบัติงานอยู่ในระดับน้อยครั้ง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 ในขณะที่มีร้อยละ 18.79 (28 คน) ระบุว่าไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

1.2.2 การรวบรวมข้อมูลเพื่อทราบประชาคมติหรือความคิดเห็นของประชาชน

การรวบรวมข้อมูลโดยการวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยปฏิบัติงานด้านนี้ เฉลี่ยแล้วปฏิบัติงานอยู่ในระดับน้อยครั้ง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13 ในขณะที่นักวิชาการสหกรณ์ ถึงร้อยละ 30.87 (46 คน) ที่ระบุว่าไม่เคยทำการวิจัยทางการประชาสัมพันธ์

การรวบรวมข้อมูลโดยการตรวจเอกสาร หรือรายงานที่เกี่ยวข้องกับงานสหกรณ์ พบว่า ผู้ที่เคยปฏิบัติงานด้านนี้ ปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และอีกร้อยละ 7.38 (11 คน) ที่ระบุว่าไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

การรวบรวมข้อมูล โดยการศึกษาสถานการณ์สหกรณ์จากสื่อมวลชน พบว่า เคยปฏิบัติงานด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 และร้อยละ 12.75 (19 คน) ที่ไม่เคยปฏิบัติ

การรวบรวมข้อมูล โดยการสอบถามพูดคุยกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์ พบว่า ผู้ที่เคยปฏิบัติงานด้านนี้ ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบ่อยครั้งมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 มีเพียงร้อยละ 4.70 (7 คน) ที่ระบุว่าไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

1.2.3 การวางแผนงานประชาสัมพันธ์

การปฏิบัติงานตามขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ โดยเริ่มจาก การศึกษาสภาพทั่วไปของสหกรณ์ ผลการวิจัยจากตาราง 3 พบว่า นักวิชาการสหกรณ์เคยปฏิบัติงานด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และร้อยละ 4.70 (7 คน) ที่ไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

การวิเคราะห์ปัญหา ระบุปัญหา หาสาเหตุ และแนวทางแก้ไข พบว่า ผู้ที่เคยปฏิบัติงานด้านนี้ เฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และร้อยละ 4.70 (7 คน) ที่ไม่เคยปฏิบัติ

การกำหนดวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ที่เคยกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 มีเพียงร้อยละ 2.01 (3 คน) ที่ไม่เคยปฏิบัติปฏิบัติงานด้านนี้

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ที่เคยกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะประชาสัมพันธ์ เฉลี่ยแล้วปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 มีเพียงร้อยละ 2.01 (3 คน) ที่ไม่เคยปฏิบัติ

การวางแผนการสื่อสาร พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยวางแผนการสื่อสาร เฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 มีเพียงร้อยละ 2.68 (5 คน) ที่ไม่เคยปฏิบัติ

การกำหนดงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยกำหนดงบประมาณ เฉลี่ยแล้วปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73 และร้อยละ 7.38 (11 คน) ที่ไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

การประเมินและติดตามผล พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยปฏิบัติงานด้านนี้มีค่าเฉลี่ยในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 และร้อยละ 14.09 (21 คน) ที่ไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

1.2.4 การวางแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

การปฏิบัติงานตามขั้นตอนการวางแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเริ่มจากการศึกษาสภาพทั่วไปของสหกรณ์ เพื่อทราบถึงภาพพจน์ของสหกรณ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยปฏิบัติงานด้านนี้ ปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และร้อยละ 3.36 (5 คน) ที่ไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ในด้านความสนใจต่อการรับข่าวสาร ทักษะการฟัง การพูด การอ่าน รวมทั้งด้านสังคมประเพณีและวัฒนธรรม พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เฉลี่ยแล้วปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 และร้อยละ 4.70 (7 คน) ที่ไม่เคยวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายก่อนการใช้สื่อ

การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยปฏิบัติงานด้านนี้ปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 และร้อยละ 3.36 (5 คน) ไม่เคยกำหนดวัตถุประสงค์การใช้สื่อ

การพิจารณาเลือกสื่ออย่างเหมาะสมเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยปฏิบัติ เฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 มีเพียงร้อยละ 2.01 (3 คน) ที่ไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

การจัดทำแผนปฏิบัติงานการสื่อสาร พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยจัดทำแผนปฏิบัติงานการสื่อสาร เฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 และร้อยละ 6.71 (5 คน) ที่ไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

การกำหนดงบประมาณการสื่อสาร พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยปฏิบัติงานด้านนี้ เฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับน้อยครั้ง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57 และร้อยละ 10.07 (15 คน) ที่ไม่เคยกำหนดงบประมาณ

การผลิตสื่อหรือจ้างเหมาผลิตสื่อ พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยปฏิบัติงานด้านนี้ เฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 มีเพียงร้อยละ 3.36 (5 คน) ที่ไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

นำสื่อไปใช้ พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยนำสื่อไปใช้ เฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 มีเพียงร้อยละ 3.36 (5 คน) ที่ไม่เคยนำไปใช้

การประเมินผลการใช้สื่อ พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยประเมินผลการใช้สื่อ เฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับน้อยครั้งที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 ในขณะที่ร้อยละ 16.78 (25 คน) ที่ไม่เคยประเมินผล

ตาราง 3 ความถี่และค่าเฉลี่ยในการปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์

กระบวนการประชาสัมพันธ์	เคยปฏิบัติ			ไม่เคยปฏิบัติ	
	จำนวน	ร้อยละ	WMS.	จำนวน	ร้อยละ
กระบวนการประชาสัมพันธ์					
การวิจัย รับฟังความคิดเห็น	124	83.22	2.82	25	16.78
การวางแผนงานประชาสัมพันธ์	145	97.32	2.84	4	2.68
การติดต่อสื่อสาร	147	98.66	3.16	2	1.34
การประเมินผล	121	81.21	2.45	28	18.79
การดำเนินการเพื่อทราบประชาสัมพันธ์					
การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์	103	69.13	2.13	46	30.87
ตรวจสอบเอกสารรายงานเกี่ยวกับสหกรณ์	138	92.62	3.31	11	7.38
รวบรวมข้อมูลจากสื่อมวลชน	130	87.25	2.72	19	12.75
สอบถามข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้อง	142	95.30	3.84	7	4.70
การปฏิบัติงานตามขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์					
การศึกษาสภาพทั่วไปของสหกรณ์	142	95.30	3.35	7	4.70
การระบุปัญหา สาเหตุ แนวทางแก้ไข	142	95.30	3.35	7	4.70
กำหนดวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์	146	97.99	3.11	3	2.01
กำหนดกลุ่มเป้าหมาย	146	97.99	3.35	3	2.01
วางแผนการสื่อสาร	145	97.32	3.03	5	2.68
กำหนดงบประมาณ	138	92.62	2.73	11	7.38
ประเมินและติดตามผล	128	85.91	2.63	21	14.09

ตาราง 3 (ต่อ)

กระบวนการประชาสัมพันธ์	เคยปฏิบัติ			ไม่เคยปฏิบัติ	
	จำนวน	ร้อยละ	WMS.	จำนวน	ร้อยละ
การวางแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์					
ศึกษาข้อมูลเพื่อทราบประชาคมติ	144	96.64	3.17	5	3.36
วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย	142	95.30	3.10	7	4.70
กำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสาร	144	96.64	2.97	5	3.36
พิจารณาเลือกสื่ออย่างเหมาะสม	146	97.99	3.27	3	2.01
จัดทำแผนปฏิบัติงานสื่อสาร	139	93.29	2.96	10	6.71
กำหนดงบประมาณการสื่อสาร	134	89.93	2.57	15	10.07
ผลิตสื่อหรือจ้างเหมาผลิตสื่อ	144	96.64	2.87	5	3.36
นำสื่อไปใช้	144	96.64	3.35	5	3.36
ประเมินผลการใช้สื่อ	124	83.22	2.52	25	16.78

1.2.5 ภาพพจน์งานสหกรณ์ตามทรรศนะของนักวิชาการสหกรณ์

ภาพพจน์ของงานสหกรณ์ตามทรรศนะของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด ผลการวิจัยจากตาราง 4 พบว่า ร้อยละ 53.02 (79 คน) เห็นว่ามีภาพพจน์ที่ดีเป็นองค์กรที่ช่วยเหลือประชาชนที่ประสบปัญหา ร้อยละ 42.28 (63 คน) เห็นว่าประชาชนไม่สนใจ นอกจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานสหกรณ์เท่านั้น ที่สำคัญ ร้อยละ 0.67 (1 คน) เห็นว่าประชาชนมองสหกรณ์ในแง่ลบ มีการทุจริต และร้อยละ 4.03 (6 คน) มีภาพพจน์ในลักษณะอื่น เช่น เป็นองค์กรที่ช่วยเหลือกันเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

ภาพพจน์ (image) เป็นเรื่องของภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคล ที่มีต่อบุคคลวัตถุหรือสถาบัน โดยได้รับอิทธิพลจากการรู้จัก การมีประสบการณ์ด้วย ทั้งนี้ต้องมีความประทับใจเพียงพอที่จะสร้างเป็นภาพอย่างใดอย่างหนึ่ง (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2533: 25) ชื่อหรือฉายาก็มีส่วนในการส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีและไม่ดีของหน่วยงานด้วย (อรุณ งามดี, 2533: 74)

อาจกล่าวได้ว่า ประชาชนทั่วไป และผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานสหกรณ์ โดยเฉพาะสมาชิกสหกรณ์ พนักงานและข้าราชการสหกรณ์ มองสหกรณ์ในภาพพจน์ที่ดี มีส่วนช่วยเหลือผู้ที่ประสบปัญหาในการดำรงชีวิต สำหรับประชาชนทั่วไป บางส่วนให้ความสนใจ มองภาพพจน์ในทางบวก เพราะเชื่อว่าสหกรณ์ช่วยแก้ปัญหาได้จริง บางส่วนไม่ให้ความสนใจ และมีส่วนน้อยที่มองสหกรณ์ในแง่ลบ อาจเนื่องจากทราบข่าวการทุจริตในวงการสหกรณ์

1.2.6 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

ผลการวิจัยจากตาราง 4 พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 84.57 (126 คน) มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงของสหกรณ์ และภาพพจน์ที่ดีของงานสหกรณ์ ร้อยละ 2.01 (3 คน) มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันรักษาชื่อเสียงมิให้มองสหกรณ์ในแง่ลบ ร้อยละ 1.34 (2 คน) มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขการเข้าใจผิดในเรื่องการทุจริตในงานสหกรณ์ ร้อยละ 6.71 (10 คน) มีวัตถุประสงค์ทุกข้อที่กล่าวมา

จะเห็นว่าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อ เผยแพร่ชื่อเสียงสหกรณ์และภาพพจน์ที่ดีของงานสหกรณ์ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องและประชาชนทั่วไปทราบ เพื่อหวังความร่วมมือและเป็นแนวร่วมสนับสนุนงานสหกรณ์ อาจจะเป็นเพราะว่า เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์รวมของแผนทิศทางการส่งเสริม

สหกรณ์ในทศวรรษหน้า ที่กำหนดให้ สร้างเสริมให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่อง สหกรณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อก่อให้เกิดการยอมรับ และเป็นแนวร่วมสนับสนุนงานสหกรณ์ (กรมส่งเสริม สหกรณ์, 2537: 54) และ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2533: 22) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ ในประเทศไทย นั้น พัฒนามาถึงจุดที่มีปริมาณและคุณภาพ ดังรูปปิรามิด โดยฐานของปิรามิด ก็คือ การประชาสัมพันธ์ในลักษณะของการสื่อสารโน้มน้าวใจในทิศทางเดียวหรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการ บอกกล่าวเผยแพร่ (publicity) ถัดไปเป็นการสื่อสารแบบสองทาง คือรับฟังความคิดเห็นของ ประชาชนด้วย และปลายแหลมสุดเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างภาพพจน์

ตาราง 4 ประชามติ หรือภาพพจน์งานสหกรณ์ และวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
ภาพพจน์งานสหกรณ์		
ภาพพจน์ที่ดี ช่วยเหลือประชาชนที่มีปัญหา	79	53.02
ประชาชนไม่สนใจ นอกจากผู้ที่เกี่ยวข้อง	63	42.28
ภาพพจน์ในทางลบ	1	0.67
อื่น ๆ	6	4.03
วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์		
เผยแพร่และสร้างภาพพจน์ที่ดีต่องานสหกรณ์	126	84.57
ป้องกันรักษาชื่อเสียงมิให้มองสหกรณ์ในแง่ลบ	3	2.01
แก้ไขการเข้าใจผิดในเรื่องการทุจริต	2	1.34
วัตถุประสงค์ลำดับที่ 1 และ 2	3	2.01
วัตถุประสงค์ลำดับที่ 1 และ 3	5	3.36
ทุกวัตถุประสงค์	10	6.71

1.2.7 ความถี่และค่าเฉลี่ยในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

ผลการวิจัยจากตาราง 5 สื่อที่นักวิชาการสหกรณ์เคยใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ ซึ่งจัดลำดับตามค่าเฉลี่ยในการนำไปใช้ อันดับแรก คือ การพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยมีการใช้อยู่ในระดับบ่อยครั้งมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ซึ่งทุกคน(149 คน) ระบุว่าเคยใช้

รองลงมา คือ การใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ ซึ่งผู้ที่ระบุว่าเคยใช้ มีการใช้อยู่ในระดับบ่อยครั้งมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และร้อยละ 3.36 (5 คน) ที่ระบุว่าไม่เคยใช้

อันดับสาม คือ การจัดนิทรรศการ โดยผู้ที่ระบุว่าเคยจัดนิทรรศการ มีการจัดอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 มีเพียงร้อยละ 1.34 (2 คน) ที่ไม่เคยจัด

อันดับต่อมา คือ การใช้แผ่นพับ ซึ่งผู้ที่เคยใช้ มีการใช้อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 และร้อยละ 4.70 (7 คน) ที่ไม่เคยใช้

การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยจัดกิจกรรม เฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 และร้อยละ 4.70 (7 คน) ที่ไม่เคยจัดกิจกรรม

การใช้โปสเตอร์ พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยใช้ มีการใช้อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 มีเพียงร้อยละ 2.68 (4 คน) ที่ไม่เคยใช้

การเขียนข่าว เพื่อแพร่ทางหนังสือพิมพ์ หรือสถานวิทยุ พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยเขียนข่าว เฉลี่ยแล้วเคยเขียนข่าวอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 ในขณะที่นักวิชาการสหกรณ์อีกร้อยละ 12.75 (19 คน) ไม่เคยเขียนข่าว

การใช้จดหมายข่าว พบว่า ผู้ที่เคยใช้ มีการใช้อยู่ในระดับน้อยครั้ง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41 ในขณะที่อีกร้อยละ 12.08 (18 คน) ระบุว่าไม่เคยใช้

การใช้โทรทัศน์ วีดิโอเทป พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยใช้ มีการใช้อยู่ในระดับน้อยครั้ง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.31 และมีนักวิชาการสหกรณ์ถึงร้อยละ 24.16 (36 คน) ที่ระบุว่าไม่เคยใช้

การใช้สไลด์ พบว่า นักวิชาการสหกรณ์ที่เคยใช้ มีการใช้อยู่ในระดับน้อยครั้ง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.28 และมีนักวิชาการสหกรณ์ถึงร้อยละ 20.13 (30 คน) ที่ไม่เคยใช้

จะเห็นว่า นักวิชาการสหกรณ์ส่วนใหญ่ ใช้การพูด และเครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ (overhead projector) ในการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์บ่อยครั้งกว่าสื่อประเภทอื่น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในการใช้บ่อยครั้ง อาจจะเป็นเพราะว่าทุกจังหวัดมีเครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ และจัดประชุม

อบรมอยู่เป็นประจำ จึงมักจะใช้การบรรยายประกอบการใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ รองลงมาคือการจัดนิทรรศการ การใช้แผ่นพับ การใช้โปสเตอร์ และการจัดกิจกรรม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในการใช้อยู่ในระดับปานกลาง เพราะว่ากรมส่งเสริมสหกรณ์ผลิตโปสเตอร์ แผ่นพับแจกให้แต่ละจังหวัด และมีการจัดนิทรรศการ เนื่องในวันสหกรณ์แห่งชาติ หรืองานประจำปีของแต่ละจังหวัดทุก ๆ ปี ส่วนสื่อประเภทโทรทัศน์ สไลด์ หรือจดหมายข่าว มีการใช้น้อยครั้ง อาจจะเป็นเพราะว่างานประชาสัมพันธ์มีเจ้าหน้าที่หลักของนักวิชาการสหกรณ์ เพียงแต่ได้รับมอบหมายจากสหกรณ์จังหวัดให้ทำหน้าที่นี้ อีกทั้งมีการะงานมากอยู่แล้ว จึงเน้นที่จะปฏิบัติงานในเรื่องที่เร่งด่วนและมีความจำเป็นก่อน นอกจากนี้แต่ละจังหวัดไม่มีบุคลากรด้านโสตทัศนศึกษา หรือผู้ที่จบการศึกษาด้านการสื่อสาร ทำให้ขาดผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์ สื่อมัลติมีเดีย จึงเลือกใช้สื่อที่มีอยู่ ที่หาง่ายและไม่ยุ่งยากต่อการใช้งาน

ตาราง 5 ความถี่และค่าเฉลี่ยในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

ประเภทของสื่อ	เคยใช้			ไม่เคยใช้	
	จำนวน	ร้อยละ	WMS.	จำนวน	ร้อยละ
การพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์	149	100	4.02		
การใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ	144	96.64	3.66	5	3.36
การจัดนิทรรศการ	147	98.66	3.13	2	1.34
การใช้แผ่นพับ	142	95.30	2.78	7	4.70
การจัดกิจกรรม	142	95.30	2.72	7	4.70
การใช้โปสเตอร์	145	97.32	2.68	4	2.68
การเขียนข่าว เขียนบทความ	130	87.25	2.62	19	12.75
การใช้จดหมายข่าว	131	87.92	2.41	18	12.08
การใช้โทรทัศน์ วีดีโอเทป	113	75.84	2.31	36	24.16
การใช้สไลด์	119	79.87	2.28	30	20.13

ตอนที่ 2 ระดับความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของนักศึกษา

การสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด

การวัดระดับความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ยึดหลักการตัดเกรดการเรียนรู้ตามตารางของ Blommers and Luidguist อ้างใน นงนุช ภัทราคร (2538: 349) โดยแปลงคะแนนดิบเป็นค่าคะแนนมาตรฐาน (Z-score) และจัดระดับความสามารถ ดังนี้

ขอบเขตคะแนน (Z)	เกรด	ระดับความสามารถ
+1.8 - +∞	A	ความสามารถสูงมาก
+0.6 - +1.8	B	ความสามารถสูง
(-0.6) - +0.6	C	ความสามารถปานกลาง
(-1.8) - (-0.6)	D	ความสามารถต่ำ
-∞ - (-1.8)	F	ความสามารถต่ำมาก

2.1 ระดับความสามารถในการใช้สื่อของนักวิชาการสหกรณ์

ผลการวิจัยจากตาราง 6 พบว่า นักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัดสามารถตอบแบบทดสอบโดยมีคะแนนเฉลี่ย 13.93 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.28 คะแนน ได้คะแนนสูงสุด 23 คะแนน ต่ำสุด 4 คะแนน จากคะแนนเต็ม 25 คะแนน เมื่อนำคะแนนดิบของแต่ละคนไปคำนวณค่าคะแนนมาตรฐานเพื่อจัดระดับความสามารถของแต่ละคนปรากฏว่า ร้อยละ 3.35 (5 คน) มีระดับความสามารถในการใช้สื่ออยู่ในระดับสูงมาก โดยสามารถตอบแบบทดสอบได้ตั้งแต่ 20 ข้อขึ้นไป จากทั้งหมด 25 ข้อ ร้อยละ 26.18 (39 คน) มีความสามารถในการใช้สื่ออยู่ในระดับความสามารถสูง โดยตอบแบบทดสอบได้ 16 - 19 ข้อ ร้อยละ 38.93 (58 คน) มีความสามารถอยู่ในระดับปานกลาง ตอบแบบทดสอบได้ 13 - 15 ข้อ ร้อยละ 25.50 (38 คน) มีความสามารถอยู่ในระดับต่ำ โดยตอบแบบทดสอบได้ 9 - 12 ข้อ และร้อยละ 6.04 (9 คน) มีความสามารถอยู่ในระดับต่ำมาก โดยตอบแบบทดสอบได้น้อยกว่า 9 ข้อ

จะเห็นว่า นักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด มีระดับความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเปรียบเทียบจากคะแนนเฉลี่ย 13.93 คะแนน อยู่ในช่วงชั้น 13 - 15 คะแนน

จึงอาจกล่าวได้ว่า ประสิทธิภาพในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของนักวิชาการสหกรณ์ ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด โดยใช้ความรู้ความสามารถจากการปฏิบัติจริง จากการเข้ารับการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ ทำให้มีความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น นักวิชาการสหกรณ์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานมาก จะมีความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์สูงกว่าผู้ที่มีประสบการณ์น้อย

ตาราง 6 ระดับความสามารถในการใช้สื่อของนักวิชาการสหกรณ์

คะแนน (Z)	คะแนนสอบ	จำนวน	ร้อยละ	ระดับความสามารถ
+1.8 - +∞	20 - 25	5	3.35	(A) ความสามารถสูงมาก
+0.6 - +1.8	16 - 19	39	26.18	(B) ความสามารถสูง
(-0.6) - +0.6	13 - 15	58	38.93	(C) ความสามารถปานกลาง
(-1.8) - (-0.6)	9 - 12	38	25.50	(D) ความสามารถต่ำ
-∞ - (-1.8)	ตั้งแต่ 8 ลงมา	9	6.04	(F) ความสามารถต่ำมาก

$$\bar{X} = 13.93 \text{ คะแนน}$$

$$S.D. = 3.28 \text{ คะแนน}$$

คะแนนสูงสุด 23 คะแนน

คะแนนต่ำสุด 4 คะแนน

2.2 ความสามารถในการใช้สื่อแต่ละประเภท

วัดระดับความสามารถโดยนับจำนวนผู้ที่ตอบถูกแต่ละข้อ แล้วนำมาแปลงเป็นคะแนนมาตรฐาน (Z-score) และเปรียบเทียบระดับความสามารถตามตาราง 1 ซึ่งผลการวิจัยถึงความสามารถในการใช้สื่อ ตามลำดับคะแนน ดังนี้

การทดสอบความรู้ความสามารถเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร โดยใช้คำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของการติดต่อสื่อสาร ผลการวิจัยจากตาราง 7 พบว่า ร้อยละ 87.25 (130 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 1.64

การทดสอบความสามารถในการใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ โดยใช้คำถามเกี่ยวกับหลักการผลิตแผ่นใส ผลการวิจัยจากตาราง 7 พบว่า ร้อยละ 77.18 (115 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 1.13

การทดสอบความสามารถในการใช้แผ่นพับ โดยใช้คำถามเกี่ยวกับการออกแบบแผ่นพับให้น่าสนใจ พบว่า ร้อยละ 74.50 (111 คน) ที่ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.99

การทดสอบความสามารถในการใช้โปสเตอร์ โดยใช้คำถามเกี่ยวกับการติดโปสเตอร์ให้น่าสนใจ พบว่า ร้อยละ 72.48 (108 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.89

การทดสอบความสามารถในการพูด โดยใช้คำถามเกี่ยวกับแบบและเทคนิคของการพูด ผลการวิจัยจากตาราง 7 พบว่า ร้อยละ 71.81 (107 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.86

การทดสอบความสามารถในการใช้วีดิทัศน์ ซึ่งใช้คำถามเกี่ยวกับการติดตั้งใช้งานวีดิทัศน์ พบว่า ร้อยละ 71.81 (107 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.86

การทดสอบความสามารถในการใช้จดหมายข่าว โดยใช้คำถามเกี่ยวกับการนำจดหมายข่าวไปใช้ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ผลการวิจัยจากตาราง 7 พบว่า ร้อยละ 69.80 (104 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.76

การทดสอบความสามารถในการเขียนข่าว ซึ่งใช้คำถามเกี่ยวกับส่วนประกอบในการเขียนข่าว ผลการวิจัย พบว่า ร้อยละ 67.79 (101 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.65

การทดสอบความสามารถในการถ่ายภาพ โดยใช้คำถามเกี่ยวกับการเลือกใช้ฟิล์มถ่ายรูป พบว่า ร้อยละ 66.43 (99 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.59

การทดสอบความสามารถในการใช้วีดิทัศน์ โดยใช้คำถามเกี่ยวกับลักษณะภาพในการใช้กล้องโทรทัศน์ พบว่า ร้อยละ 65.10 (97 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.52

การทดสอบความสามารถในการใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ โดยใช้คำถามเกี่ยวกับเทคนิคการใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะให้ตรงความสนใจของผู้ฟัง พบว่า ร้อยละ 64.43 (96 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.48

การทดสอบความสามารถในการถ่ายภาพ โดยใช้คำถามเกี่ยวกับการปรับความเร็วชัตเตอร์เพื่อให้สัมพันธ์กับลักษณะภาพ พบว่า ร้อยละ 64.43 (96 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.48

การทดสอบความสามารถในการใช้โปรสเตอร์ ซึ่งใช้คำถามเกี่ยวกับการออกแบบโปสเตอร์ ผลการวิจัยจากตาราง 7 พบว่า ร้อยละ 59.73 (89 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.25

การทดสอบความสามารถในการถ่ายภาพ โดยใช้คำถามเกี่ยวกับการปรับรูรับแสงของกล้องให้เหมาะสมกับลักษณะภาพ พบว่า ร้อยละ 56.38 (84 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.08

การทดสอบความสามารถในการจัดกิจกรรม โดยใช้คำถามเกี่ยวกับ ลักษณะการจัดประชุม การสัมมนา ผลการวิจัยจากตาราง 7 พบว่า ร้อยละ 54.36 (81 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน -0.02

การทดสอบความสามารถในการถ่ายภาพ ซึ่งใช้คำถามเกี่ยวกับการจัดองค์ประกอบภาพในการถ่ายรูป พบว่า ร้อยละ 53.69 (80 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้วมีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน -0.06

การทดสอบความรู้ความสามารถในการสื่อสาร โดยใช้คำถามเกี่ยวกับการพิจารณาเลือกสื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ พบว่า ร้อยละ 53.02 (79 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้วมีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน -0.09

การทดสอบความสามารถในการใช้สไลด์ ซึ่งใช้คำถามเกี่ยวกับเทคนิคการใช้ภาพสไลด์ให้น่าสนใจ พบว่า ร้อยละ 42.95 (64 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถต่ำ ที่คะแนนมาตรฐาน -0.60

การทดสอบความสามารถในการจัดนิทรรศการ โดยใช้คำถามเกี่ยวกับการออกแบบนิทรรศการให้น่าสนใจ ผลการวิจัย พบว่า ร้อยละ 42.28 (63 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถต่ำ ที่คะแนนมาตรฐาน -0.64

การทดสอบความสามารถในการใช้วิทัศน์ โดยใช้คำถามเกี่ยวกับประเภทของกล้องโทรทัศน์และความเหมาะสมในการใช้งาน ผลการวิจัยจากตาราง 7 พบว่า ร้อยละ 39.60 (59 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถต่ำ ที่คะแนนมาตรฐาน -0.77

การทดสอบความสามารถในการจัดกิจกรรม โดยใช้คำถามเกี่ยวกับประเภทของกิจกรรม พบว่า ร้อยละ 36.91 (55 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถต่ำ ที่คะแนนมาตรฐาน -0.91

การทดสอบความสามารถในการใช้จดหมายข่าว โดยใช้คำถามเกี่ยวกับส่วนประกอบของจดหมายข่าว พบว่า ร้อยละ 33.56 (50 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถต่ำ ที่คะแนนมาตรฐาน -1.08

การทดสอบความสามารถในการจัดนิทรรศการ โดยใช้คำถามเกี่ยวกับการเลือกใช้วัสดุสำหรับจัดนิทรรศการให้น่าสนใจ พบว่า ร้อยละ 19.46 (29 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถต่ำ ที่คะแนนมาตรฐาน -1.79

การทดสอบความสามารถในการใช้สไลด์ โดยใช้คำถามเกี่ยวกับความยาวของเนื้อเรื่องที่เหมาะสม พบว่า ร้อยละ 18.79 (28 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถต่ำมาก ที่คะแนนมาตรฐาน -1.82

การทดสอบความรู้ความสามารถในการเขียนข่าว ซึ่งใช้คำถามเกี่ยวกับความสำคัญของบทนำในการเขียนข่าว พบว่า ร้อยละ 7.38 (11 คน) ตอบถูก เมื่อจัดระดับความสามารถแล้ว มีความสามารถต่ำมาก ที่คะแนนมาตรฐาน -2.4

จะเห็นว่าผู้ให้ข้อมูลมีความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสารในระดับสูงแต่สามารถเลือกสื่อให้เหมาะสมได้ในระดับปานกลาง จึงอาจกล่าวได้ว่า นักวิชาการสหกรณ์มีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร แต่ไม่ทราบถึงหลักการพิจารณาเลือกสื่ออย่างเหมาะสม สำหรับการใช้อสื่อแต่ละประเภท ปรากฏว่า

นักวิชาการสหกรณ์ทราบถึงแบบและเทคนิคของการพูด อาจจะเป็นเพราะว่ามีคำแนะนำในการให้อยู่ในระดับบ่อยครั้งมาก จึงมีประสบการณ์ในการพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ ทำให้มีความสามารถด้านนี้สูงด้วย

ในการเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนจะเห็นว่านักวิชาการสหกรณ์ทราบถึงโครงสร้างของข่าวแต่ไม่สามารถเขียนรายละเอียดในแต่ละโครงสร้าง จะสังเกตได้จากการใช้อสื่อประเภทนี้อยู่ในระดับน้อยครั้ง (ตาราง 5) ทำให้ไม่มีประสบการณ์ในการเขียนจึงมีความสามารถด้านนี้ต่ำ

การใช้อสื่อสิ่งพิมพ์ จะเห็นว่ามีความสามารถสูงในการนำจดหมายข่าวไปใช้ การติดโปสเตอร์ใช้งานและการออกแบบแผ่นพับที่น่าสนใจ อีกทั้งมีความสามารถปานกลางในการออกแบบโปสเตอร์ที่น่าสนใจ และมีความสามารถต่ำในการจัดทำจดหมายข่าว

การใช้อสื่อโสตทัศน์ พบว่า มีความสามารถปานกลาง ในการใช้กล้องถ่ายรูป หลักการถ่ายภาพ การปรับรูรับแสง การปรับความเร็วชัตเตอร์และการเลือกใช้ฟิล์มที่ถูกต้อง มีความสามารถต่ำในด้านเทคนิคการใช้สไลด์ และมีความสามารถต่ำมากในการผลิตสไลด์ สำหรับการใช้อสื่อวิทยุโทรทัศน์ จะเห็นว่ามีความสามารถต่ำในการเลือกใช้อกล้องถ่ายโทรทัศน์ มีความสามารถปานกลางในการใช้อกล้องโทรทัศน์ และมีความสามารถสูงในการติดตั้งวิทยุโทรทัศน์ใช้งาน

การจัดกิจกรรม พบว่า มีความสามารถต่ำในการจำแนกกิจกรรมประเภทต่าง ๆ และมีความสามารถปานกลางในการจัดประชุม หรือการจัดสัมมนา สำหรับการจติดนทรรศการ จะเห็นว่ามีความสามารถต่ำในด้านการออกแบบและการเลือกใช้วัสดุสำหรับนำมาจติดนทรรศการให้น่าสนใจ

ตาราง 7 ระดับความสามารถในการใช้สื่อแต่ละประเภท

แบบทดสอบความสามารถในการใช้สื่อ	ตอบถูก	สัดส่วน	ร้อยละ	Z-score	ความสามารถ
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร	130	.8725	87.25	1.64	B
การผลิตแผ่นใสให้น่าสนใจ	115	.7718	77.18	1.13	B
การออกแบบแผ่นพับให้น่าสนใจ	111	.7450	74.50	0.99	B
การติดโปสเตอร์ให้น่าสนใจ	108	.7248	72.48	0.89	B
การติดตั้งวิดิทัศน์	107	.7181	71.81	0.86	B
แบบและเทคนิคการพูด	107	.7181	71.81	0.86	B
การใช้จดหมายข่าว	104	.6980	69.80	0.76	B
โครงสร้างของข่าว	101	.6779	67.79	0.65	B
การเลือกฟิล์ม	99	.6643	66.43	0.59	C
ลักษณะภาพในการถ่ายภาพทางโทรทัศน์	97	.6510	65.10	0.52	C
การใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ	96	.6443	64.43	0.48	C
การปรับความเร็วชัตเตอร์ของกล้อง	96	.6443	64.43	0.48	C
การออกแบบโปสเตอร์	89	.5973	59.73	0.25	C
การปรับรูรับแสงของกล้องถ่ายรูป	84	.5638	56.38	0.08	C
ลักษณะการจัดประชุม การสัมมนา	81	.5436	54.36	-0.02	C
การจัดองค์ประกอบภาพในการถ่ายรูป	80	.5369	53.69	-0.06	C
การพิจารณาเลือกสื่อให้เหมาะสม	79	.5302	53.02	-0.09	C

ตาราง 7 (ต่อ)

แบบทดสอบความสามารถในการใช้สื่อ	ตอบถูก	สัดส่วน	ร้อยละ	Z-score	ความสามารถ
เทคนิคการใช้ภาพสไลด์	64	.4295	42.95	-0.60	D
การออกแบบนิทรรศการให้น่าสนใจ	63	.4228	42.28	-0.64	D
ประเภทของกล้องโทรทัศน์	59	.3960	39.60	-0.77	D
ประเภทของกิจกรรม	55	.3691	36.91	-0.91	D
การจัดทำจดหมายข่าว	50	.3356	33.56	-1.08	D
การเลือกวัสดุเพื่อจัดนิทรรศการ	29	.1946	19.56	-1.79	D
การผลิตสไลด์	28	.1879	18.79	-1.82	F
ความสำคัญของบทนำในการเขียนข่าว	11	.0738	7.38	-2.40	F

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

ปัญหาและอุปสรรคของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด วัดระดับของปัญหา ดังนี้

มีปัญหามากที่สุด	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00
มีปัญหามาก	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20
มีปัญหาปานกลาง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40
มีปัญหาน้อย	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60
มีปัญหาน้อยที่สุด	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80

ปัญหาในการใช้สื่อแต่ละประเภทเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาในการใช้สื่อตามค่าเฉลี่ยในการใช้ ได้ดังนี้

3.1 ปัญหาของการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์

ผลการวิจัยจากตาราง 8 พบว่า ปัญหาของการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์ มีปัญหาในด้านต่าง ๆ จัดเรียงความสำคัญของปัญหา ได้ดังนี้

อันดับแรก ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีปัญหา มากที่สุดในด้านงบประมาณสนับสนุน ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ซึ่งผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 149 คน ระบุว่ามีปัญหาด้านนี้

รองลงมา ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า มีปัญหา มากในด้านแหล่งบริการจ้างเหมาผลิตและเผยแพร่ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 มีเพียงร้อยละ 0.67 (1 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

อันดับสาม มีปัญหา มากในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีอยู่ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 มีเพียงร้อยละ 2.01 (3 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหา

อันดับต่อมา มีปัญหา มากในด้านโอกาสที่จะประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และร้อยละ 2.68 (4 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

นอกจากนี้ มีปัญหา มากในการติดต่อสถานีโทรทัศน์มาทำข่าวสหกรณ์ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีเพียงร้อยละ 1.34 (2 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

มีปัญหามากในด้านความรู้และทักษะการใช้กล้องโทรทัศน์ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 มีเพียงร้อยละ 0.67 (1 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหา

มีปัญหาปานกลางในด้าน ความสนใจ ความนิยม ค่านิยม สังคมประเพณีและวัฒนธรรม ของกลุ่มเป้าหมาย ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 และร้อยละ 2.68 (4 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหาด้านนี้

จะเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์มีปัญหามากที่สุด ในด้านงบประมาณสนับสนุน ส่วนด้านอื่น ๆ นั้น มีปัญหามากในทุกด้าน อาจจะเป็นเพราะว่าไม่มีหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรงเพียงแต่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชาในระดับจังหวัดจึงขาดงบประมาณสนับสนุนจากกรมส่งเสริมสหกรณ์ และมีการใช้น้อยครั้งจึงขาดประสบการณ์ในการใช้ทำให้มีปัญหามากในทุก ๆ ด้าน

3.2 ปัญหาของการถ่ายภาพเพื่อใช้ผลิตงานประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

ผลการวิจัยจากตาราง 8 พบว่า การถ่ายภาพมีปัญหาในด้านต่าง ๆ จัดเรียงความสำคัญของปัญหาจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

อันดับแรก ผู้ให้ข้อมูลระบุว่าโดยเฉลี่ยแล้วมีปัญหามากในด้านงบประมาณในการจัดทำ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 มีเพียงร้อยละ 2.01 (3 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหา

อันดับสอง คือ ปัญหาด้านวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ เช่น กล้องถ่ายภาพ ฟิล์มถ่ายภาพ เป็นต้น โดยผู้ระบุว่าไม่มีปัญหาด้านนี้เฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับมีปัญหามาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และร้อยละ 4.03 (6 คน) ที่ไม่มีปัญหา

อันดับสาม คือ ปัญหาด้านความรู้ความสามารถในการใช้กล้อง ซึ่งผู้ระบุว่าไม่มีปัญหาด้านนี้เฉลี่ยแล้วมีปัญหายอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 มีเพียงร้อยละ 2.01 (3 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

อันดับสุดท้าย คือ ปัญหาด้านความรู้ความสามารถในการถ่ายภาพ ซึ่งผู้ระบุว่าไม่มีปัญหาด้านนี้เฉลี่ยแล้วมีปัญหายอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 มีเพียงร้อยละ 1.34 (2 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

จะเห็นว่า การถ่ายภาพเพื่อนำมาผลิตงานประชาสัมพันธ์ มีปัญหามากในด้าน งบประมาณสนับสนุน อีกทั้งขาดเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ที่จะใช้งาน สำหรับด้านอื่น มีปัญหาปานกลาง อาจจะเป็นเพราะว่าไม่มีครุภัณฑ์ประเภทกล้องถ่ายรูปในทะเบียนครุภัณฑ์ของทางราชการ ทำให้ไม่สามารถจัดซื้อจัดจ้างวัสดุโฆษณาและเผยแพร่ได้ ซึ่งนักวิชาการสหกรณ์ส่วนใหญ่ใช้กล้องถ่ายรูปของตนเองเพื่อการนี้

3.3 ปัญหาของการใช้สไลด์เพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

การใช้สไลด์เพื่อการประชาสัมพันธ์มีปัญหาในด้านต่าง ๆ ซึ่งจัดเรียงความสำคัญของปัญหาได้ดังนี้

อันดับแรก ผู้ให้ข้อมูลระบุว่ามีปัญหามาก ในด้านงบประมาณสนับสนุน ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และร้อยละ 2.68 (4 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหาด้านนี้

รองลงมา ผู้ให้ข้อมูลระบุว่ามีปัญหามากในด้านกระบวนการผลิตสไลด์ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และร้อยละ 2.68 (4 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหาด้านนี้

อันดับต่อมา มีปัญหามากในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีอยู่ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และร้อยละ 3.36 (6 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

นอกจากนี้ มีปัญหามากในด้านความรู้ความสามารถในการจัดทำ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 มีเพียงร้อยละ 1.34 (2 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

มีปัญหในระดับปานกลางในด้านสถานที่และโอกาสที่จะนำสไลด์ไปใช้งาน ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และร้อยละ 2.68 (4 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

จะเห็นว่า การใช้สไลด์เพื่องานประชาสัมพันธ์ มีปัญหามากในด้านงบประมาณสนับสนุน ด้านกระบวนการผลิต ด้านเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ อีกทั้ง ไม่มีความรู้ความสามารถในการจัดทำ อาจจะเป็นเพราะว่า สำนักงานสหกรณ์จังหวัด ไม่มีบุคลากรที่ทำหน้าที่ผลิตสื่อโดยตรง จึงไม่ได้รับการสนับสนุนด้านที่มีปัญหาดังกล่าว จึงมีการใช้สื่อประเภทอื่นอยู่ในระดับน้อยครั้ง

3.4 ปัญหาของการจัดนิทรรศการเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

ผลการวิจัยจากตาราง 8 พบว่า การจัดนิทรรศการมีปัญหาในด้านต่าง ๆ จัดเรียงความสำคัญของปัญหา ได้ดังนี้

อันดับแรก ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีปัญหามากในด้านงบประมาณในการจัดทำ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 มีเพียงร้อยละ 2.01 (3 คน) ที่ไม่มีปัญหา

รองลงมา ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีปัญหามากในด้านความสนใจในการชมนิทรรศการของประชาชน ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 มีเพียงร้อยละ 1.34 (2 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

อันดับต่อมา คือ ปัญหาด้านเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์สำหรับจัดนิทรรศการ ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่าไม่มีปัญหา โดยเฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และร้อยละ 2.68 (4 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหาด้านนี้

นอกจากนี้ มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางในด้านความรู้ความสามารถในการจัดนิทรรศการ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 และร้อยละ 5.37 (8 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

มีปัญหาปานกลางในด้านสถานที่และ โอกาสที่จะจัดนิทรรศการ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และร้อยละ 3.36 (5 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

จะเห็นว่า การจัดนิทรรศการเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีปัญหามากในด้านงบประมาณสนับสนุน และความสนใจในการเข้าชมของประชาชน ส่วนด้านอื่น ๆ มีปัญหาปานกลาง อีกทั้งผลการวิจัยจากตาราง 7 ถึงระดับความสามารถในการจัดนิทรรศการ ก็อยู่ในระดับต่ำ จึงอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้การจัดนิทรรศการขาดความน่าสนใจ

3.5 ปัญหาของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

ผลการวิจัยจากตาราง 8 พบว่า การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์มีปัญหาในด้านต่าง ๆ จัดเรียงความสำคัญของปัญหา ได้ดังนี้

อันดับแรก ผู้ให้ข้อมูลระบุว่าโดยเฉลี่ยแล้วมีปัญหามากในด้านงบประมาณสนับสนุน ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และร้อยละ 4.70 (7 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

รองลงมา ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีปัญหามากในด้านเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์สำหรับจัดกิจกรรม ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และร้อยละ 2.68 ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

อันดับต่อมา ผู้ให้ข้อมูลระบุว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางในด้านทีมงานในการจัดกิจกรรม ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และร้อยละ 4.03 (6 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหาด้านนี้

มีปัญหาปานกลางในการเลือกกิจกรรมให้เหมาะสมกับแผนการประชาสัมพันธ์ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 และร้อยละ 3.36 (5 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหา

มีปัญหาปานกลางในด้านสถานที่ และ โอกาสที่จะจัดกิจกรรม ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 และร้อยละ 4.70 (7 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

มีปัญหาปานกลางในด้านความรู้ความสามารถในการจัดกิจกรรม ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 และร้อยละ 8.05 (12 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหาด้านนี้

จะเห็นว่า การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์มีปัญหามากในด้านงบประมาณ สับสนุน และเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ที่จะใช้จัด ส่วนด้านอื่น ๆ มีปัญหาปานกลาง

3.6 ปัญหาของการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์และแผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัยจากตาราง 8 พบว่า การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์และแผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีปัญหาในด้านต่าง ๆ จัดเรียงความสำคัญของปัญหา ได้ดังนี้

อันดับแรก ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีปัญหามากในด้านกระบวนการผลิตและเผยแพร่ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 มีเพียงร้อยละ 2.01 (3 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

รองลงมา มีปัญหามากในด้านงบประมาณในการจัดทำ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 มีเพียงร้อยละ 1.34 (2 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหาด้านนี้

อันดับต่อมา ผู้ให้ข้อมูลระบุว่ามีปัญหาปานกลาง ในด้านความรู้ความสามารถในการออกแบบ และผลิตให้น่าสนใจ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และร้อยละ 4.70 (7 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหาด้านนี้

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางในด้าน ความสนใจชม ค่านิยม สังคมประเพณีและวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 และร้อยละ 3.36 (5 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหา

จะเห็นว่า การใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์มีปัญหามากในด้านกระบวนการผลิตและงบประมาณในการจัดทำ ส่วนความรู้ความสามารถในการจัดทำ ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายที่จะนำไปใช้มี ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง อาจจะเป็นเพราะว่ากรมส่งเสริมสหกรณ์ ผลิตและแจกจ่ายให้แต่ละจังหวัดอยู่แล้ว จึงไม่ค่อยมีการจัดทำ ทำให้ขาดความรู้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ขาดการติดต่อจ้างเหมา ผลิต จึงมีปัญหามากในด้านที่กล่าว

3.7 ปัญหาของการใช้จดหมายข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทจดหมายข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์มีปัญหาในด้านต่าง ๆ จัดเรียงความสำคัญของปัญหา ได้ดังนี้

อันดับแรก นักวิชาการสหกรณ์ระบุว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีปัญหามากในด้านงบประมาณในการจัดทำ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และร้อยละ 2.68 (4 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหา

รองลงมา ผู้ให้ข้อมูลระบุว่ามีปัญหาปานกลางในด้านกระบวนการผลิตและเผยแพร่ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 มีเพียงร้อยละ 0.67 (1 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

อันดับต่อมา มีปัญหาโดยเฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านแหล่งข้อมูลที่จะนำมาจัดทำจดหมายข่าว ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 มีเพียงร้อยละ 1.34 (2 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

นอกจากนี้ มีปัญหาปานกลางในด้านความสนใจ ทักษะการอ่าน ตลอดจนสังคมประเพณีและวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 และร้อยละ 2.01 (3 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหาด้านนี้

อีกทั้งมีปัญหาปานกลางในด้านความรู้ความสามารถในการจัดทำจดหมายข่าว ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และร้อยละ 4.70 (7 คน) ที่ไม่มีปัญหา

จะเห็นว่าปัญหาในการจัดทำจดหมายข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านงบประมาณในการจัดทำ ที่มีปัญหามาก

3.8 ปัญหาของการเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน

การเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน จัดลำดับความสำคัญของปัญหา ได้ดังนี้

อันดับแรก ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีปัญหามากในด้านงบประมาณสนับสนุน ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 มีเพียงร้อยละ 0.67 (1 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

รองลงมา มีปัญหาปานกลางในด้านความรู้ความสามารถในการเขียนข่าว ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และร้อยละ 4.03 (6 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

อันดับต่อมา มีปัญหาปานกลางในด้านแหล่งค้นคว้าข้อมูลเพื่อนำมาเขียนข่าว ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 มีเพียงร้อยละ 1.34 (2 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางในด้านความสนใจอ่านหนังสือพิมพ์ หรือรับฟังวิทยุ หรือด้านสังคมประเพณีและวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 มีเพียงร้อยละ 1.34 (2 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

มีปัญหาปานกลางในด้านเครื่องมือสื่อสารที่กลุ่มเป้าหมายมีอยู่ เช่น ที่อ่านหนังสือพิมพ์ เครื่องรับวิทยุ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 และร้อยละ 3.36 (5 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหา

และมีปัญหาปานกลางในด้านแหล่งบริการแพร่ข่าวสาร ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 โดยผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 2.68 (4 คน) ระบุว่าไม่มีปัญหา

จะเห็นว่า การเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านงบประมาณในการจัดทำที่มีปัญหามาก ซึ่งคาดว่านักวิชาการสหกรณ์คงหมายถึงสื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์ แต่ถ้าเป็นสื่อมวลชนทางด้านหนังสือพิมพ์และวิทยุ จากการที่ผู้วิจัยเคยประสานงานกับสื่อมวลชนดังกล่าว ปรากฏว่าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น ถ้าเป็นการประชาสัมพันธ์สหกรณ์ ที่เป็นองค์กรของคนยากจน ช่วยเหลือผู้ที่ได้รับความเดือดร้อน

3.9 ปัญหาของการพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

ผลการวิจัยจากตาราง 8 พบว่า การพูดมีปัญหาซึ่งจัดเรียงความสำคัญของปัญหาตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

อันดับแรก ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีปัญหาปานกลางในด้านความรู้ความสามารถในเทคนิค และวิธีการพูด ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 และร้อยละ 8.05 (12 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

รองลงมา ผู้ให้ข้อมูลระบุว่ามีปัญหาปานกลาง ในด้านแหล่งค้นคว้าข้อมูลเพื่อใช้เขียนต้นร่างเตรียมเรื่องที่จะพูด ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และร้อยละ 4.03 (6 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหา

อันดับต่อมา มีปัญหาปานกลางในด้านสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องขยายเสียง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 และร้อยละ 3.36 (5 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

นอกจากนี้ มีปัญหาปานกลางในด้านโอกาสที่จะพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 และร้อยละ 4.03 (6 คน) ที่ระบุว่าไม่มีปัญหาด้านนี้

3.10 ปัญหาของการใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ

ผลการวิจัยจากตาราง 8 พบว่า การใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะมีปัญหาในด้านต่าง ๆ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

อันดับแรก ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีปัญหาปานกลางในด้านงบประมาณในการจัดทำแผ่นใส ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และร้อยละ 9.40 (14 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

รองลงมา มีปัญหาปานกลางในด้านความสนใจ ทักษะการฟัง การอ่าน ตลอดจนสิ่งคม ประเพณี และวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.7 และร้อยละ 12.75 (19 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลระบุว่ามีปัญหาปานกลางในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีอยู่ เช่น เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะหรือแผ่นใส ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.7 และร้อยละ 16.11 (24 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

มีปัญหาน้อยในด้านสถานที่และโอกาสที่จะใช้ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 และร้อยละ 7.38 (11 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

และมีปัญหาน้อย ในด้านความรู้ความสามารถในการจัดทำแผ่นใส ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 ในขณะที่ร้อยละ 12.75 (19 คน) ที่ไม่มีปัญหาด้านนี้

จะเห็นว่า การใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะส่วนมากมีปัญหาอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลางอาจจะเป็นเพราะว่าเป็นสื่อที่มีราคาไม่แพงนัก และมีค่าเฉลี่ยในการใช้บ่อยครั้ง (จากตาราง 5) จึงมีประสบการณ์ในการใช้สื่อประเภทนี้สูง

ตาราง 8 ระดับของปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

ประเภทของสื่อ	มีปัญหา			ไม่มีปัญหา	
	จำนวน	ร้อยละ	WMS.	จำนวน	ร้อยละ
การประชาสัมพันธ์ทาง โทรทัศน์					
งบประมาณในการผลิต	149	100.00	4.27		
แหล่งบริการจ้างเหมา	148	99.33	3.78	1	0.67
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีอยู่	146	97.99	3.76	3	2.01
โอกาสที่จะประชาสัมพันธ์ทาง โทรทัศน์	145	97.32	3.75	4	2.68
การติดต่อสถานีโทรทัศน์มาทำข่าว	147	98.66	3.67	2	1.34
ความรู้ความ ทักษะในการใช้กล้อง	148	99.33	3.62	1	0.67
กลุ่มเป้าหมาย	145	97.32	2.97	4	2.68
การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์					
งบประมาณ	146	97.99	3.90	3	2.01
วัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่	143	95.97	3.57	6	4.03
ความรู้ความสามารถในการใช้กล้อง	146	97.99	3.40	3	2.01
ความรู้ความสามารถในการถ่ายภาพ	147	98.66	3.35	2	1.34
การใช้สไลด์เพื่อการประชาสัมพันธ์					
งบประมาณ	145	97.32	3.94	4	2.68
กระบวนการผลิตสไลด์	145	97.32	3.86	4	2.68
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีอยู่	144	96.64	3.60	4	3.36
ความรู้ความสามารถในการจัดทำ	147	98.77	3.46	2	1.34

ตาราง 8 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	มีปัญหา			ไม่มีปัญหา	
	จำนวน	ร้อยละ	WMS.	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่และโอกาสจะนำไปใช้	145	97.32	3.28	4	2.68
ความรู้ความสามารถในการใช้เครื่อง	143	95.97	3.04	6	4.03
กลุ่มเป้าหมาย	144	96.64	2.89	5	3.36
นิทรรศการเพื่อการประชาสัมพันธ์					
งบประมาณ	146	97.99	3.69	3	2.01
ความสนใจในการชมนิทรรศการ	147	98.66	3.58	2	1.34
วัสดุอุปกรณ์สำหรับจัดนิทรรศการ	145	97.32	3.31	4	2.68
ความรู้ความสามารถในการจัดทำ	141	94.63	3.04	8	5.37
สถานที่และ โอกาสที่จะจัด	144	96.64	3.00	5	3.36
การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์					
งบประมาณ	142	95.30	3.65	7	4.70
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีอยู่	145	97.32	3.58	4	2.68
ทีมงานในการจัดกิจกรรม	143	95.97	3.34	6	4.03
การเลือกกิจกรรมอย่างเหมาะสม	144	96.64	3.05	5	3.36
สถานที่และ โอกาสที่จะจัด	142	95.30	3.05	7	4.70
ความรู้ความสามารถในการจัด	137	91.95	3.05	12	8.05

ตาราง 8 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	มีปัญหา			ไม่มีปัญหา	
	จำนวน	ร้อยละ	WMS.	จำนวน	ร้อยละ
สิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์และแผ่นพับ					
กระบวนการผลิตเพื่อเผยแพร่	146	97.99	3.60	3	2.01
งบประมาณ	147	98.66	3.42	2	1.34
ความรู้ความสามารถในการจัดทำ	142	95.30	3.18	7	4.70
กลุ่มเป้าหมายที่จะนำไปใช้	144	96.64	2.96	5	3.36
จดหมายข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์					
งบประมาณ	145	97.32	3.42	4	2.68
กระบวนการผลิตเพื่อเผยแพร่	148	99.33	3.39	1	0.67
ข้อมูลที่จะนำมาจัดทำ	147	98.66	3.02	2	1.34
กลุ่มเป้าหมายที่จะนำไปใช้	146	97.99	3.01	3	2.01
ความรู้ความสามารถในการจัดทำ	142	95.30	3.00	7	4.70
การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน					
งบประมาณในการทำข่าว	148	99.33	3.60	1	0.68
ความรู้ความสามารถในการเขียนข่าว	143	95.97	3.22	6	4.03
แหล่งข้อมูลที่จะนำมาเขียนข่าว	147	98.66	3.16	2	1.34
กลุ่มเป้าหมาย	147	98.66	3.12	2	1.34
เครื่องมือสื่อสารที่กลุ่มเป้าหมายมีอยู่	144	96.64	2.94	5	3.36
แหล่งบริการแพร่ข่าวสาร	145	97.32	2.83	4	2.68

ตาราง 8 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	มีปัญหา			ไม่มีปัญหา	
	จำนวน	ร้อยละ	WMS.	จำนวน	ร้อยละ
การพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์					
ความรู้ความสามารถ วิธีการพูด	137	91.95	3.13	12	8.05
แหล่งข้อมูลเพื่อจัดเตรียมเนื้อหา	143	95.97	3.03	6	4.03
สถานที่ และอุปกรณ์เครื่องเสียง	144	96.64	2.96	5	3.36
โอกาสที่จะพูด	143	95.97	2.83	6	4.03
การใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ					
งบประมาณ	135	90.60	3.11	14	9.40
กลุ่มเป้าหมาย	130	87.25	2.70	19	12.75
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีอยู่	125	83.89	2.70	24	16.11
สถานที่และโอกาสที่จะนำไปใช้	138	92.62	2.56	11	7.40
ความรู้ความสามารถในการจัดทำแผ่นใส	130	87.25	2.56	19	12.75

บทที่ 5

สรุป และข้อเสนอแนะ

(SUMMARY AND RECOMMENDATIONS)

การวิจัยถึงความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ ของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด ระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2540 ถึงวันที่ 1 กรกฎาคม 2540 มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษา

1. ลักษณะการปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์
2. ระดับความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์
3. ปัญหาและอุปสรรคของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัดทุกจังหวัด จำนวน 170 คน

เครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ แบบสอบถาม ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของนักวิชาการสหกรณ์ ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อ ส่วนการรวบรวมข้อมูลเพื่อทราบระดับความสามารถในการใช้สื่อนั้น ใช้แบบทดสอบ

การทดสอบเครื่องมือ ได้ทดสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหา (content validity) โดยนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมด

การทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) อำนาจการจำแนก (discrimination) และความยากง่าย (difficulty) ของเครื่องมือ ได้นำไปทดสอบกับเจ้าหน้าที่ฝึกอบรม ของศูนย์ฝึกอบรมสหกรณ์ที่ 1 - 10 จำนวน 30 คน

ผลการทดสอบปรากฏว่า ส่วนที่เป็นแบบสอบถามในลักษณะกำหนดค่าคะแนนแบบระดับ (rating scale) ได้สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.95

การทดสอบอำนาจการจำแนก และความยากง่ายของแบบทดสอบซึ่งออกแบบไว้ทั้งหมด 40 ข้อ เมื่อนำไปวิเคราะห์แล้ว คัดเลือกแบบทดสอบเฉพาะข้อที่อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด คือ อำนาจการจำแนกตั้งแต่ 0.2 ขึ้นไป ความยากง่ายระหว่าง 0.2 - 0.8 ปรากฏว่ามีแบบทดสอบที่อยู่ในเกณฑ์จำนวน 25 ข้อ จากนั้นนำแบบทดสอบทั้ง 25 ข้อ ไปหาความเชื่อมั่นซึ่งได้เท่ากับ 0.70

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การจัดเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์ โดยส่งหนังสือในนามบัณฑิตวิทยาลัยพร้อมเครื่องมือรวบรวมข้อมูลถึงนักวิชาการสหกรณ์แต่ละจังหวัดโดยตรง ตามรายชื่อที่รวบรวมไว้ปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามและแบบทดสอบคืน จำนวน 149 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 87.65 ของประชากรทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS/PC⁺ คำนวณค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าคะแนนมาตรฐาน (Z-score)

ผลการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคล

จากการวิจัยพบว่า นักวิชาการสหกรณ์ ร้อยละ 63.09 เป็นชาย ร้อยละ 36.91 เป็นหญิง อายุเฉลี่ย 39.33 ปี ร้อยละ 44.30 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 40.27 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี ระยะเวลารับราชการเฉลี่ย 15.23 ปี ส่วนใหญ่ร้อยละ 91.95 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 8.05 จบการศึกษาระดับปริญญาโท สำหรับสาขาที่สำเร็จการศึกษาร้อยละ 32.89 จบสาขาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ ร้อยละ 25.50 จบสาขาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ ร้อยละ 12.75 จบสาขาเศรษฐศาสตร์ และร้อยละ 69.13 ที่เคยเข้ารับการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์

2. การดำเนินงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ ซึ่งแบ่งเป็น 4 กระบวนการ ดังนี้

2.1 การวิจัย หรือรับฟังความคิดเห็นของประชาชนทั่วไปและผู้ที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์ เพื่อทราบประจักษ์หรือภาพพจน์ของงานสหกรณ์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเคยปฏิบัติงานโดยเฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับปานกลาง และร้อยละ 30.87 ที่ไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

การรวบรวมข้อมูลเพื่อทราบประจักษ์หรือภาพพจน์ที่มีต่องานสหกรณ์นั้น พบว่าบ่อยครั้งมาก ที่รวบรวมข้อมูลด้วยการสอบถามพูดคุยกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานสหกรณ์ และน้อยครั้งที่มีการวิจัยทางการประชาสัมพันธ์

ในส่วนของการประจักษ์ หรือภาพพจน์ของสหกรณ์นั้น พบว่า ร้อยละ 53.02 ที่ระบุว่ามีความพจน์ที่ดี เป็นองค์กรที่ช่วยเหลือผู้ที่เดือดร้อน ร้อยละ 42.28 ระบุว่าประชาชนไม่สนใจ นอกจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานสหกรณ์เท่านั้น และร้อยละ 0.67 ที่ระบุว่ามีการทุจริตในวงการสหกรณ์

2.2 การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยปฏิบัติงานด้านนี้ มีค่าเฉลี่ยในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับในแต่ละขั้นตอนของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ พบว่า ทุกขั้นตอนมีค่าเฉลี่ยในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง

ในส่วนของวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนใหญ่ ร้อยละ 84.57 มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ภาพพจน์ที่ดีต่องานสหกรณ์

2.3 การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า โดยเฉลี่ยแล้วเคยปฏิบัติงานด้านการติดต่อสื่อสารอยู่ในระดับปานกลาง

สำหรับขั้นตอนในการวางแผนการใช้สื่อนั้น พบว่า มีการศึกษาสภาพทั่วไปของสหกรณ์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร การพิจารณาเลือกสื่ออย่างเหมาะสม การวางแผนการปฏิบัติงานสื่อสาร และการนำสื่อไปใช้ โดยเฉลี่ยแล้วปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอนที่กล่าวมาอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการกำหนดงบประมาณและการประเมินผลการสื่อสารนั้น มีค่าเฉลี่ยในการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยครั้ง

การใช้สื่อแต่ละประเภท จัดเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยในการใช้ จากบ่อยครั้งที่สุดไปยังน้อยครั้งที่สุดตามลำดับ ได้ดังนี้

- การพูดเพื่อประชาสัมพันธ์ เฉลี่ยแล้วเคยใช้อยู่ในระดับบ่อยครั้ง (4.02)
- การใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ เฉลี่ยแล้วส่วนใหญ่มีการใช้อยู่ในระดับบ่อยครั้ง (3.66)
- การจัดนิทรรศการ เฉลี่ยแล้วส่วนใหญ่เคยใช้อยู่ในระดับปานกลาง (3.13)
- การใช้แผ่นพับ เฉลี่ยแล้วเคยใช้อยู่ในระดับปานกลาง (2.78)
- การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ เฉลี่ยแล้วส่วนใหญ่เคยจัดอยู่ในระดับปานกลาง (2.72)
- การใช้โปสเตอร์ เฉลี่ยแล้วส่วนใหญ่เคยใช้อยู่ในระดับปานกลาง (2.68)
- การเขียนข่าวเพื่อแพร่ทางหนังสือพิมพ์ หรือสถานวิทยุกระจายเสียง เฉลี่ยแล้วเคยใช้อยู่ในระดับปานกลาง (2.62) และร้อยละ 12.75 ที่ไม่เคยใช้
- การใช้จดหมายข่าว เฉลี่ยแล้วเคยใช้อยู่ในระดับน้อยครั้ง (2.41) และร้อยละ 12.08 ที่ไม่เคยใช้

- การใช้ชีวิตที่เครียดแล้วเคยใช้อ้อยในระดับน้อยครั้ง (2.31) และร้อยละ 24.16 ที่ไม่เคยใช้
- การใช้สไลด์ มีค่าเฉลี่ยในการใช้น้อยครั้ง (2.28) และร้อยละ 20.13 ที่ไม่เคยใช้

2.4 การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ที่ระบุว่าเคยปฏิบัติงานด้านนี้โดยเฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับน้อยครั้ง และนักวิชาการสหกรณ์ร้อยละ 18.79 ที่ไม่เคยปฏิบัติงานด้านนี้

3. ระดับความสามารถในการใช้สื่อของนักวิชาการสหกรณ์

3.1 ระดับความสามารถในการใช้สื่อของนักวิชาการแต่ละคน พบว่า ร้อยละ 3.35 ที่มีความสามารถสูงมาก $[Z > 1.8]$ โดยตอบแบบทดสอบได้ 20-25 ข้อ จากทั้งหมด 25 ข้อ ร้อยละ 26.18 ที่มีความสามารถสูง $[Z=0.6-1.8]$ โดยตอบแบบทดสอบได้ 16-19 ข้อ ร้อยละ 38.93 ที่มีความสามารถปานกลาง $[Z=(-0.6)-0.6]$ โดยตอบแบบทดสอบได้ 13-15 ข้อ ร้อยละ 25.50 ที่มีความสามารถต่ำ $[Z=(-0.6)-(-1.8)]$ โดยตอบแบบทดสอบได้ 9-12 ข้อ และร้อยละ 6.04 ที่มีความสามารถในการใช้สื่อต่ำมาก $[Z < (-1.8)]$ โดยสามารถตอบแบบทดสอบได้ต่ำกว่า 9 ข้อ

3.2 ระดับความสามารถในการใช้สื่อแต่ละประเภท

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่า นักวิชาการสหกรณ์มีความรู้ในด้านองค์ประกอบของการสื่อสารในระดับสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 1.64 ส่วนการเลือกสื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน -0.09 สำหรับความสามารถในการใช้สื่อแต่ละประเภทมีดังนี้

สื่อบุคคล พบว่า มีความสามารถในการเลือกแบบ และเทคนิคการพูดอยู่ในระดับสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.86

สื่อมวลชน พบว่า มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับโครงสร้างของการเขียนข่าวในระดับสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.65 ส่วนรายละเอียดการเขียนในแต่ละโครงสร้างมีความสามารถต่ำมาก ที่คะแนนมาตรฐาน -2.40

สื่อสิ่งพิมพ์ แยกเป็น จดหมายข่าว พบว่า มีความรู้ความสามารถในการนำไปใช้ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.76 ส่วนความสามารถในการจัดทำ

จดหมายข่าว มีความสามารถต่ำ ที่คะแนนมาตรฐาน -1.08

โปสเตอร์ พบว่า มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับหลักการออกแบบโปสเตอร์ที่น่าสนใจ อยู่ในระดับปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.25 แต่มีความสามารถสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.89 ในการนำโปสเตอร์ไปติดใช้งาน

แผ่นพับ พบว่า มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับหลักการออกแบบแผ่นพับที่น่าสนใจ อยู่ในระดับสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.99

สื่อกิจกรรม พบว่า นักวิชาการสหกรณ์มีความรู้ความสามารถต่ำ ที่คะแนนมาตรฐาน -0.91 เกี่ยวกับประเภทของกิจกรรม และมีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน -0.02 เกี่ยวกับลักษณะการจัดประชุมและการสัมมนา นอกจากนี้ยังพบว่า นักวิชาการสหกรณ์มีความสามารถต่ำ ที่คะแนนมาตรฐาน -0.64 ในด้านความรู้ความสามารถในวิธีการจัดนิทรรศการที่น่าสนใจ และมีความสามารถต่ำ ที่คะแนนมาตรฐาน -1.79 ในการเลือกวัสดุเพื่อนำมาจัดนิทรรศการที่น่าสนใจ

สื่อโสตทัศนฯ แยกเป็นสื่อประเภทเครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ ผลการวิจัยพบว่า นักวิชาการสหกรณ์มีความสามารถสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 1.13 ในด้านความรู้ความสามารถในหลักการผลิตแผ่นใสที่น่าสนใจ และมีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.48 ในด้านเทคนิคการใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะให้ตรงความสนใจของผู้ฟัง

การถ่ายภาพเพื่อนำไปผลิตงานประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน -0.06 เกี่ยวกับหลักการจัดองค์ประกอบภาพ และมีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.08 ในหลักการและวิธีการใช้กล้องซึ่งสามารถปรับรูรับแสงให้สัมพันธ์กับลักษณะภาพที่ต้องการ นอกจากนี้ยังมีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.48 ในการปรับความเร็วชัตเตอร์ให้สัมพันธ์กับลักษณะภาพที่ต้องการ รวมถึงสามารถเลือกฟิล์มถ่ายภาพที่เหมาะสมกับงานในระดับปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.59

การใช้สไลด์ พบว่า นักวิชาการสหกรณ์มีความสามารถต่ำมาก ที่คะแนนมาตรฐาน -1.82 ในหลักการ การกำหนดความยาวของเนื้อเรื่องสไลด์ให้เหมาะสม และมีความสามารถต่ำ ที่คะแนนมาตรฐาน -0.60 ในด้านเทคนิคในการใช้ภาพสไลด์เพื่อตรงความสนใจของผู้ฟัง

การใช้วัดทัศน พบว่า นักวิชาการสหกรณ์มีความสามารถต่ำ ที่คะแนนมาตรฐาน -0.77 ในด้านความรู้เกี่ยวกับประเภทของกล้องโทรทัศน์และความเหมาะสมในการใช้งาน และมีความสามารถปานกลาง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.52 ในการถ่ายภาพโดยใช้กล้องโทรทัศน์ อีกทั้งมีความสามารถสูง ที่คะแนนมาตรฐาน 0.86 ในการติดตั้งวัดทัศนใช้งาน

4. ปัญหาและอุปสรรคของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ จัดเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาด้านต่าง ๆ ของสื่อแต่ละประเภทได้ ดังนี้

4.1 การประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลระบุว่ามีปัญหามากที่สุดในด้านงบประมาณสนับสนุน (4.27) ส่วนในด้านอื่น ๆ ปรากฏว่า มีปัญหามากในด้านแหล่งบริการจ้างเหมาผลิตและเผยแพร่ (3.78) ด้านเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ (3.76) ด้านโอกาสที่จะประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์ (3.75) ด้านการติดต่อสถานีโทรทัศน์ (3.67) รวมถึงในด้านความรู้ทักษะการใช้กล้อง (3.62)

4.2 การถ่ายภาพเพื่อนำไปผลิตงานประชาสัมพันธ์ พบว่า มีปัญหามากในด้านงบประมาณสนับสนุน (3.90) และด้านวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ (3.57)

4.3 การใช้สไลด์เพื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่า มีปัญหามากในด้านงบประมาณสนับสนุน (3.94) ด้านกระบวนการผลิตสไลด์ (3.86) ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีอยู่ (3.60) และด้านความรู้ความสามารถในการจัดทำ (3.46)

4.4 การจัดนิทรรศการเพื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่า มีปัญหามากในด้านงบประมาณสนับสนุน (3.69) และด้านความสนใจเข้าชมนิทรรศการของประชาชน (3.58)

4.5 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่า มีปัญหามากในด้านงบประมาณสนับสนุน (3.65) และด้านเครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ (3.58)

4.6 การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า มีปัญหามากในด้านกระบวนการผลิต (3.60) และด้านงบประมาณสนับสนุน (3.42)

4.7 การใช้จดหมายข่าว พบว่า มีปัญหามากในด้านงบประมาณสนับสนุน (3.42) ส่วนด้านอื่นมีปัญหาปานกลาง

4.8 การเขียนข่าว พบว่า มีปัญหามากในด้านงบประมาณสนับสนุน (3.60) ส่วนด้านอื่นมีปัญหาปานกลาง

4.9 การพูดประชาสัมพันธ์ พบว่า ส่วนมากมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

4.10 การใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ พบว่า ส่วนมากมีปัญหาปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

(Recommendation)

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึง การปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ ระดับความสามารถในการใช้สื่อ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ ดังนี้

1. การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า การปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ ในด้านการวิจัยและรับฟังความคิดเห็น ด้านการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ และด้านการติดต่อสื่อสาร โดยเฉลี่ยแล้วเคยปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการประเมินผลเคยปฏิบัติงานอยู่ในระดับน้อยครั้ง และมีนักวิชาการสหกรณ์อีก ร้อยละ 30.87 ที่ไม่เคยทำวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 18.79 ไม่เคยประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น

สำนักงานสหกรณ์จังหวัด ควรกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ให้เด่นชัด เพื่อผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จะได้ดำเนินงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ให้เป็นประจำและต่อเนื่อง โดยมีการวิจัยและรับฟังความคิดเห็นของประชาชน มีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ แผนการติดต่อสื่อสาร และประเมินผลทุกครั้งที่ทำเนิงานประชาสัมพันธ์

นักวิชาการสหกรณ์ ร่วมมือกับทีมงานประชาสัมพันธ์ของแต่ละจังหวัดแต่งตั้งไว้ ดำเนินงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ เพื่อทราบถึงสถานการณ์สหกรณ์ ทราบปัญหา กำหนดแผนปฏิบัติที่แน่นอน กำหนดงบประมาณได้ถูกต้องเพียงพอ และบ่งชี้ได้ว่าดำเนินการประสบผลสำเร็จหรือไม่

2. การพัฒนาบุคลากรผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการใช้สื่อ มีความสามารถสูงเฉพาะสื่อที่เคยใช้เป็นประจำ ซึ่งได้แก่การพูดประกอบเครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีความสามารถต่ำมาก ได้แก่ การเขียนรายละเอียดในแต่ละโครงสร้างของการเขียนข่าว และการผลิตสไลด์ สื่อที่มีความสามารถต่ำ ได้แก่ การจัดทำจดหมายข่าว การออกแบบและเลือกใช้วัสดุสำหรับจัดนิทรรศการให้น่าสนใจ เทคนิคการใช้สไลด์ การใช้กล้องโทรทัศน์ การจัดกิจกรรม และที่มีความสามารถปานกลาง ได้แก่ การถ่ายภาพเพื่อใช้ผลิตงาน

ประชาสัมพันธ์ การออกแบบโปสเตอร์ ดังนั้น

สำนักงานสหกรณ์จังหวัด ประสานงานกับศูนย์ฝึกอบรมสหกรณ์ที่รับผิดชอบในพื้นที่ เพื่อกำหนดหลักสูตรการฝึกอบรมในด้านการออกแบบและการผลิตสื่อที่มีความสามารถปานกลางถึงต่ำมาก ตามผลการวิจัยที่พบ อีกทั้งโครงการฝึกอบรมควรเป็นการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ที่สำคัญต้องอบรมอย่างต่อเนื่อง

นักวิชาการสหกรณ์ ต้องหมั่นศึกษาหาความรู้และฝึกปฏิบัติเพื่อสร้างประสบการณ์ ในการติดต่อสื่อสาร เช่น การเขียนข่าวเขียนบทความเพื่อแพร่ทางสื่อมวลชน หรือศึกษาถึงหลักการ เทคนิคในการผลิตสไลด์ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เรียนรู้ถึงหลักการ การจัดนิทรรศการและการจัด กิจกรรมที่น่าสนใจ ฝึกปฏิบัติถ่ายภาพให้ชำนาญ ซึ่งจะสามารถนำไปใช้ผลิตงานประชาสัมพันธ์ ได้อย่างกว้างขวาง เป็นต้น

กรมส่งเสริมสหกรณ์ ควรสนับสนุนโครงการฝึกอบรม หรือส่งบุคลากรไปเข้ารับการ อบรมตามโครงการที่หน่วยงานอื่นจัดอบรมทางด้านการใช้สื่อ ที่สำคัญต้องสนับสนุนงบประมาณ จัด อบรมอย่างเต็มที่ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีทักษะในด้านนี้

3. การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัญหาในการใช้สื่อ พบว่าทุกสื่อ มีปัญหามากในด้านงบประมาณสนับสนุน ส่วนในด้านอื่น แยกตามประเภทของสื่อ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์มีปัญหามากในทุกด้าน สไลด์มีปัญหามากในด้านกระบวนการผลิตและเผยแพร่ ด้านเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ รวมทั้งด้านความรู้ความสามารถในการใช้กล้องถ่ายภาพและการผลิตสไลด์ การจัดนิทรรศการมีปัญหามากในด้านความสนใจชมของประชาชน การจัดกิจกรรมมีปัญหามากในด้านวัสดุอุปกรณ์สำหรับจัดกิจกรรม และสื่อสิ่งพิมพ์มีปัญหามากในด้านกระบวนการผลิตและเผยแพร่ ดังนั้น เพื่อเป็นการพัฒนาสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์จึงควรดำเนินการ ดังนี้

สำนักงานสหกรณ์จังหวัด ต้องวางแผนงานประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง และวางแผนการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นระบบ เพื่อจะได้ทราบงบประมาณที่แท้จริง และดำเนินการของงบประมาณสนับสนุนตามแผนงานที่กำหนด

ทุกจังหวัด ควรมีเครื่องมือวัสดุและอุปกรณ์ที่สามารถใช้ออกแบบ หรือผลิตสื่อที่มีกระบวนการไม่ยุ่งยากซับซ้อน เช่น กล้องถ่ายภาพ เครื่องมือเขียนแบบ เป็นต้น และปัจจุบันนี้ทุกจังหวัดมีคอมพิวเตอร์ ที่สามารถใช้ผลิตงานด้านนี้ได้เป็นอย่างดี ควรหมั่นฝึกฝนเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ สำหรับ

เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีที่ยากและราคาสูง เช่น กล้องถ่ายภาพโทรทัศน์หรือเครื่องฉายสไลด์ ควรดำเนินการของงบประมาณทุก ๆ ปี

กรมส่งเสริมสหกรณ์ ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณในการผลิต การจ้างเหมาเผยแพร่ และงบประมาณค่าครุภัณฑ์ด้านการประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

(Recommendation for further study)

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ มีบางประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นว่า ควรจะมีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมและเจาะลึก ไปสู่ความรู้และทฤษฎีใหม่ ดังนี้

1. ศึกษาถึงระดับความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ของผู้ปฏิบัติงาน นอกเหนือจากที่เคยศึกษาเฉพาะความถี่ที่เคยปฏิบัติ
2. ความสามารถในการใช้สื่อแต่ละประเภทควรออกแบบเครื่องมือให้ครอบคลุมทุกประเด็น ถ้าเป็นไปได้ควรแยกวิจัยเฉพาะสื่อ เช่น ความสามารถในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสารมวลชน เป็นต้น
3. ศึกษาถึงสื่อที่เหมาะสมต่อวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์แต่ละวัตถุประสงค์ เช่น ถ้าต้องการเผยแพร่ชื่อเสียงของสหกรณ์ ควรใช้สื่ออะไรให้เหมาะสม ถ้าต้องการแก้ไขการเข้าใจผิด ควรใช้สื่ออะไรบ้างที่เหมาะสมที่สุด
4. ศึกษาถึงความสามารถการใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ฝ่ายอื่น ได้แก่ ผู้จัดการสหกรณ์ ผู้นำสหกรณ์ หรือข้าราชการสหกรณ์ที่ปฏิบัติงานในแต่ละอำเภอ

เอกสารอ้างอิง

- กริช สืบสันต์. 2532. "การพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์" การผลิตงานประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กองฝึกอบรม กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2537. "นักประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์" ในเอกสารโครงการฝึกอบรมที่ 23. เชียงใหม่: ศูนย์ฝึกอบรมสหกรณ์ที่ 5 เชียงใหม่.
- กองวิชาการ กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2535. การสหกรณ์ในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2537. แผนทิศทางการส่งเสริมสหกรณ์ในทศวรรษหน้า. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. 2534. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรรยา สุวรรณทัต. 2521. พฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- จิระจิตต์ รากา. 2538. "การนำเสนอข้อมูลและการวิเคราะห์พื้นฐาน". คณิตศาสตร์และสถิติ. (พิมพ์ครั้งที่ 8). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชัยนันท์ นันทพันธ์. 2536. ประชาสัมพันธ์ให้ได้ผล. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2525. การใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: เจริญผลการพิมพ์.
- ณรงค์ สมพงษ์. 2535. สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โอเอสพริ้นติ้งเฮาส์.
- ณรงค์ สมพงษ์. 2530. สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดวงใจ เครือณรงค์. 2534. รูปแบบการสื่อสารที่ครูอาสาสมัคร การศึกษานอกโรงเรียนใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียน. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนวดี บุญลือ. 2533. "หลักการวางแผนงานประชาสัมพันธ์". การวางแผนงานประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นภาพร อัจฉริยะกุล. 2532. "การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์". การผลิตงานประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

นภาพรณ อัจฉริยะกุล และ อนันต์ บัวสุวรรณ. 2532. "การผลิตงานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ทางสื่อสารมวลชน". การผลิตงานประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

นงนุช ภัทราคร. 2538. สถิติการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สุริยสาส์น.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสิทธิ์. 2535. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: B&B Publishing.

บุษบา สุธีธร. 2532. "แนวความคิดเกี่ยวกับการผลิตสื่อเพื่องานประชาสัมพันธ์" การผลิตงานประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

บุษบา สุธีธร. 2533. "กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์". การวางแผนงานประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ประคอง กรรณสุต. 2528. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. ปทุมธานี: ศูนย์หนังสือ ดร.ศรีสง่า จำกัด.

ประจวบ อินออด. 2532. "การวางแผนการสื่อสารเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์".

การวางแผนและการจัดการงานสื่อสารมวลชน. (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ประเสริฐ จรรยาสุภาพ. 2532. "การประชาสัมพันธ์: จากนโยบายสู่แนวทางปฏิบัติ". หนังสือพิมพ์สหกรณ์. (กรกฎาคม - กันยายน): 55.

ประเสริฐ จรรยาสุภาพ. 2537 "สถานการณ์การประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ในประเทศไทย" รายงานผลงานวิจัย. เชียงใหม่: สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.

เผด็จ เฉลิมพัคตร์. 2531. "การประชาสัมพันธ์กับงานส่งเสริมสหกรณ์" ในการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์. เชียงใหม่: ศูนย์ฝึกอบรมสหกรณ์ที่ 5 เชียงใหม่.

เผด็จ เฉลิมพัคตร์. 2533. "สหกรณ์กับการประชาสัมพันธ์ตัวเอง" หนังสือพิมพ์สหกรณ์ (กรกฎาคม-กันยายน) : 9.

พีระศักดิ์ บุรณะโสภณ. 2535. "การจัดประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์". หนังสือพิมพ์สหกรณ์. (ตุลาคม-ธันวาคม): 21.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2531. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: เจริญผลการพิมพ์.

พูนสุข ไทยสวัสดิ์. 2534. "สหกรณ์ คืออะไร". รู้จักสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์กับการพัฒนางานสหกรณ์. ขอนแก่น: หจก. ขอนแก่นการพิมพ์.

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2536. "กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์" หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 8). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

_____. 2536. "เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์" หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 8). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

_____. 2533. ภาพพจน์อันสำคัญยิ่งการประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มานิต มานิตเจริญ. 2536. พจนานุกรมไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพมหานคร: หสน.นิยมวิทยา.

รุ่งนภา นิตกรปรีชา. 2532. "กระบวนการผลิตงานประชาสัมพันธ์". การผลิตงานประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

รัตติยา โตจีน. 2537. ความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมในวรรณคดีของเจ้าพนักงานการเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.

วิจิตร อาวะกุล. 2534. "สื่อกลยุทธ์สำคัญในการประชาสัมพันธ์" เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: โอ เอส พริ้นติ้ง เฮาส์.

วิเชียร เกตุสิงห์. 2529. หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด

วิเชียร แพทยาคม. จิตวิทยาเบื้องต้นและสังคม.

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. 2531. การเขียนในงานส่งเสริม. (พิมพ์ครั้งที่ 3). เชียงใหม่: สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.

_____. 2532. แนวความคิดและวิธีการสื่อสารการเกษตร. (พิมพ์ครั้งที่ 4). เชียงใหม่: สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.

_____. 2536 "การวางแผนและการใช้สื่อการสอนในงานส่งเสริม" เอกสารการสอนสื่อสารการเกษตร. เชียงใหม่: สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.

วิรัช ลภิตนกุล. 2526. การประชาสัมพันธ์กับสมบุรณ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. 2529. นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

วัฒนา พุทธางกูรานนท์. 2531. การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- เสงี่ยม มาทั้นไวย. 2533. "สัมภาษณ์พิเศษ" หนังสือพิมพ์สทกณ์ (กรกฎาคม-กันยายน): 9.
- สุพิน ปัญญาภ. 2532. "การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์". การผลิตงานประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุพิน ปัญญาภ. และสมภว โรจนพันธ์. 2532. "การผลิตเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์" การผลิตงานประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุภาพ วาดเขียน. 2525. เครื่องมือวิจัยทางสังคมศาสตร์ ลักษณะที่ดี ชนิด และวิธีการหาคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด
- สมเชาว์ เนตรประเสริฐ และสงพงษ์ แดงตาต. 2532. "การผลิตวัสดุเพื่อการประชาสัมพันธ์". การผลิตงานประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เอนก นาวิกมูล. 2532. "การผลิตและการใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อการประชาสัมพันธ์" การผลิตงานประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อำพล เสนาณรงค์. 2535. 20 ปี กรมส่งเสริมสหกรณ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์ การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- อรุณ งามดี. 2533. ภาพพจน์ที่สำคัญยิ่ง การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.





แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลการวิจัย

() 1 () 2 () 3

เรื่อง ความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ ของนักวิชาการสหกรณ์
ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด

วัตถุประสงค์ของแบบทดสอบและแบบสอบถาม

ในการกรอกข้อมูล ใคร่ขอความร่วมมือนักวิชาการสหกรณ์ทุกท่าน อ่านและพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วน แล้วค่อยตัดสินใจตอบในแบบสอบถามและแบบทดสอบ ตามความรู้ความสามารถที่มีอยู่ ตลอดจนเคยนำไปใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์อยู่เป็นประจำ โดยที่ไม่จำเป็นต้องค้นคว้า หรือปรึกษาเพื่อนร่วมงานก่อนที่จะตัดสินใจตอบ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงที่สุด ซึ่งจะทำให้การวิจัยครั้งนี้ราบถึง

1. การปฏิบัติงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์
 2. ระดับความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด
 3. ปัญหาและอุปสรรคของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์อย่างแท้จริง
- การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการโดย นายนำโชค คีลกุล นักศึกษาปริญญาโทสาขาสังเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล และกระบวนการประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง กาเครื่องหมาย (✓) หน้าข้อความ หรือเติมข้อความตามความเป็นจริง

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง () 4
2. อายุ.....ปี () 5 () 6
3. วุฒิกการศึกษา () 1. ปริญญาตรี () 2. ปริญญาโท () 7
4. สาขาที่สำเร็จการศึกษา
() 1. สังเสริมการเกษตรและสหกรณ์ () 5. รัฐศาสตร์ () 8
() 2. เศรษฐศาสตร์สหกรณ์ () 6. นิติศาสตร์
() 3. เศรษฐศาสตร์ทั่วไป () 7. อื่น ๆ (ระบุ).....
() 4. บริหารธุรกิจ
5. ระยะเวลาที่รับราชการ.....ปี () 9 () 10
6. เคยผ่านการอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ หรือการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์บ้างหรือไม่ () 1. เคย () 2. ไม่เคย () 11
7. ภาพพจน์งานสหกรณ์ในจังหวัดของท่าน สมาชิกและประชาชนที่เกี่ยวข้องมองภาพของสหกรณ์ในลักษณะใด () 12
() 1. ภาพพจน์ที่ดีเป็นขบวนการที่ช่วยเหลือประชาชนที่ประสบปัญหา
() 2. ประชาชนไม่สนใจ นอกจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานสหกรณ์เท่านั้น
() 3. ภาพพจน์ในทางลบ มองสหกรณ์ในเรื่องการคดโกง
() 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ของสำนักงานสหกรณ์จังหวัดที่ท่านปฏิบัติงานอยู่ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์อย่างไร

- () 1. เผยแพร่และสร้างภาพพจน์ที่ดีต่องานสหกรณ์
 () 2. ป้องกันรักษาชื่อเสียงมิให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมองสหกรณ์ในแง่ลบ
 () 3. แกไขการเข้าใจผิดในเรื่องของการทุจริตในงานสหกรณ์

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย (✓) ในช่องระดับค่าคะแนนที่กำหนดให้ จากที่ท่านเคยปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ตามความเป็นจริง

9. การประชาสัมพันธ์มีความถี่ในการปฏิบัติงานตามกระบวนการเหล่านี้หรือไม่	ความถี่ในการปฏิบัติงาน					ไม่เคยปฏิบัติ
	บ่อยมาก	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก	
	5	4	3	2	1	
9.1 การวิจัยและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่เกี่ยวข้อง	()	()	()	()	()	() () 14
9.2 การวางแผนงานประชาสัมพันธ์	()	()	()	()	()	() () 15
9.3 การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์	()	()	()	()	()	() () 16
9.4 การประเมินผลการประชาสัมพันธ์	()	()	()	()	()	() () 17
10. ขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ท่านเคยปฏิบัติตามขั้นตอนข้างล่างนี้หรือไม่	ความถี่ในการปฏิบัติงาน					ไม่เคยปฏิบัติ
	บ่อยมาก	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก	
	5	4	3	2	1	
10.1 การศึกษาสภาพทั่วไปของสหกรณ์	()	()	()	()	()	() () 18
10.2 การระบุปัญหา หาสาเหตุ แนวทางแก้ไข	()	()	()	()	()	() () 19
10.3 การกำหนดวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์	()	()	()	()	()	() () 20
10.4 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะประชาสัมพันธ์	()	()	()	()	()	() () 21
10.5 การวางแผนการสื่อสาร	()	()	()	()	()	() () 22
10.6 การกำหนดงบประมาณ	()	()	()	()	()	() () 23
10.7 การประเมินผลและติดตามผล	()	()	()	()	()	() () 24

11. การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น เพื่อทราบประชาคมติ หรือภาพพจน์ของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ท่านรวบรวม ข้อมูลโดย	ความถี่ในการปฏิบัติงาน					ไม่เคย ปฏิบัติ	
	บ่อย	บ่อย	ปาน	น้อย	น้อย		
	มาก		กลาง		มาก		
	5	4	3	2	1		
11.1 การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์	()	()	()	()	()	()	() 25
11.2 ตรวจเอกสารรายงานจากสหกรณ์	()	()	()	()	()	()	() 26
11.3 รวบรวมข้อมูลจากสื่อมวลชน	()	()	()	()	()	()	() 27
11.4 การสอบถามพูดคุยกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์	()	()	()	()	()	()	() 28
12. การวางแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ตาม ข้างล่างนี้ ท่านเคยปฏิบัติบ่อยครั้งอย่างไรบ้าง	ความถี่ในการปฏิบัติงาน					ไม่เคย ปฏิบัติ	
	บ่อย	บ่อย	ปาน	น้อย	น้อย		
	มาก		กลาง		มาก		
	5	4	3	2	1		
12.1 ศึกษาข้อมูล เพื่อทราบถึงภาพพจน์ที่มีต่องาน สหกรณ์	()	()	()	()	()	()	() 29
12.2 ศึกษาความสามารถในการพูด ฟัง อ่าน เขียน สังคมวัฒนธรรม ของกลุ่มเป้าหมาย	()	()	()	()	()	()	() 30
12.3 การกำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสาร	()	()	()	()	()	()	() 31
12.4 การพิจารณาเลือกสื่ออย่างเหมาะสม	()	()	()	()	()	()	() 32
12.5 การจัดทำแผนปฏิบัติงานติดต่อสื่อสาร	()	()	()	()	()	()	() 33
12.6 การกำหนดงบประมาณการสื่อสาร	()	()	()	()	()	()	() 34
12.7 การผลิตสื่อหรือจ้างเหมาผู้รับจ้าง	()	()	()	()	()	()	() 35
12.8 การนำสื่อไปใช้	()	()	()	()	()	()	() 36
12.9 การประเมินผลการใช้สื่อ	()	()	()	()	()	()	() 37

13. สื่อที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ตามหัวข้อที่กำหนด มีความถี่ในการใช้ในแต่ละปีอย่างไรบ้าง	ความถี่ในการปฏิบัติงาน					ไม่เคยใช้	
	บ่อยมาก	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก		
	5	4	3	2	1		
13.1 การพูดประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์	()	()	()	()	()	()	() 38
13.2 การเขียนข่าว เขียนบทความประชาสัมพันธ์	()	()	()	()	()	()	() 39
13.3 การใช้จดหมายข่าว	()	()	()	()	()	()	() 40
13.4 การใช้แผ่นพับ	()	()	()	()	()	()	() 41
13.5 การใช้โปสเตอร์	()	()	()	()	()	()	() 42
13.6 การใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ	()	()	()	()	()	()	() 43
13.7 การใช้สไลด์	()	()	()	()	()	()	() 44
13.8 การใช้โทรทัศน์ วีดีโอเทป	()	()	()	()	()	()	() 45
13.9 การจัดนิทรรศการ	()	()	()	()	()	()	() 46
13.10 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	()	()	()	()	()	()	() 47

ตอนที่ 2 กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องคำตอบว่า ใช่ หรือ ไม่ใช่ เพียงคำตอบเดียว หลังจากที่ทำอ่านคำถามอย่างละเอียด และพิจารณาอย่างถี่ถ้วน โดยอาศัยความรู้ ความเข้าใจและประสบการณ์ที่มีอยู่ และไม่ค้นคว้าข้อมูลหรือปรึกษาผู้รู้ก่อนตอบ คำตอบที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์ ต่อไป

ข้อ	คำถามเกี่ยวกับความสามารถในการใช้สื่อ	ใช่	ไม่ใช่	
	<u>การติดต่อสื่อสาร</u>			
1.	การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิผล ต้องมีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ คือ (1) ผู้ส่งสาร (2) ข่าวนสาร (3) ช่องทางการสื่อสาร (4) ผู้รับสาร	()	()	() 1
2.	ถ้าวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขการเข้าใจผิด ดังนั้น ควรให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่องานสหกรณ์ เพื่อให้ บรรล่วัตถุประสงค์ดังกล่าวจำเป็นต้องเลือกสื่อให้เหมาะสม ฉะนั้น เราควรเลือกใช้สื่อสารมวลชน เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ	()	()	() 2
	<u>การพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์</u>			
3.	การพูดโดยการอ่านจากต้นฉบับ วิธีนี้ใช้ได้กับการพูดโดยทั่วไป สามารถใช้คำได้ถูกต้อง แบ่งวรรคแบ่งตอนได้อย่างเหมาะสม เป็น สิ่งบ่งชี้ว่าผู้พูดเตรียมตัวมาอย่างดี	()	()	() 3
	<u>การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์</u>			
4.	การเขียนข่าวทางหนังสือพิมพ์ มีส่วนประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน คือ (1) พาดหัวข่าว (2) บทนำ (3) ส่วนเชื่อม (4) เนื้อเรื่อง	()	()	() 4
5.	พาดหัวข่าวเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดเพราะผู้อ่านจะสนใจและรู้เรื่องข่าว นั้นประมาณร้อยละ 80 ของเนื้อเรื่องทั้งหมด	()	()	() 5
	<u>จดหมายข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์</u>			
6.	จดหมายข่าวเป็นเอกสารเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะกลุ่มเพื่อบรรล่วัตถุประสงค์เฉพาะอย่าง หรือชี้แจงข่าวสาร เรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น จึงไม่เหมาะที่จะแพร่ข่าวสารในเรื่อง กว้าง ๆ เกี่ยวข้องกับคนทั่ว ๆ ไป	()	()	() 6
7.	จดหมายข่าวมักจะเขียนเป็นแบบปิรามิดหัวกลับ ประกอบด้วย หัวจด หมายข่าว ส่วนเชื่อม ความนำ และเนื้อเรื่อง	()	()	() 7
	<u>สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์</u>			
8.	ส่วนประกอบของโปสเตอร์ คือ (1) ชื่อเรื่อง (2) ภาพประกอบ (3) รายละเอียด (4) ช่องว่าง การออกแบบจำเป็นต้องออกแบบให้ ภาพประกอบหรือตัวหนังสือส่วนใดส่วนหนึ่งเด่นชัดน่าสนใจเพียง ส่วนเดียว	()	()	() 8

ข้อ	คำถามเกี่ยวกับความสามารถในการใช้สื่อ	ใช่	ไม่ใช่	
9.	คนส่วนใหญ่มองภาพโปสเตอร์เพียงแค่ว่าโฆษณาอะไรเท่านั้น หากน่าสนใจก็จะหยุดอ่านรายละเอียดที่หลัง ดังนั้น การติดโปสเตอร์จึงติดบริเวณไหนก็ได้ เช่น ข้างทางด่วน	()	()	() 9
10.	แผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์ ควรมีภาพประกอบ และรายละเอียดบ้างเล็กน้อยหากน่าสนใจผู้อ่านจะติดตามรายละเอียดที่หลัง	()	()	() 10
11.	<u>นิทรรศการเพื่อการประชาสัมพันธ์</u> นิทรรศการก่อผล 3 ประการ คือ (1)กระตุ้นความสนใจ (2)กระตุ้นความคิด (3)ก่อให้เกิดการกระทำ ฉะนั้น การจัดนิทรรศการต้องให้รายละเอียดของข้อความมากเพราะผู้ชมมีเวลาอ่านนานพอควร	()	()	() 11
12.	การใช้หุ่นจำลองในการจัดนิทรรศการจะน่าสนใจกว่าการใช้ของจริงมาแสดงเพราะสามารถย่อส่วนให้เห็นกระบวนการทั้งหมด	()	()	() 12
13.	<u>เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ แผ่นใส</u> การเขียนแผ่นใส ควรเขียนให้อ่านง่าย แต่งประโยคให้ได้ใจความให้รายละเอียดของเนื้อหาให้ครบทุกคำเพื่อจะได้ไม่ลืมนั้นบรรยาย	()	()	() 13
14.	ผู้พูดจะไม่สามารถรักษาการใช้สายตาขณะบรรยาย เมื่อใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะกับผู้ฟังได้ เพราะจุดสนใจของผู้ฟังจะอยู่ที่แสงสว่างที่จอภาพ	()	()	() 14
15.	<u>การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์</u> การถ่ายภาพในแต่ละภาพควรเก็บรายละเอียด จุดสนใจอื่น ๆ ให้ได้มากที่สุดเพื่อที่ภาพหนึ่ง ๆ จะช่วยอธิบายเรื่องราวได้หลากหลาย	()	()	() 15
16.	กล้องถ่ายภาพแบบ single-lens reflex หรือแบบปรับความเร็ว วัดแสงด้วยมือ จะเห็นว่าที่เลนส์มีวงแหวนปรับรับแสง มีเลขระบุไว้ตั้งแต่ 1.4, 2, 2.8, 4, 5.6, 8, 11... ถ้าเราถ่ายภาพในที่ที่มีแสงจ้ามืดมากและต้องการความคมชัดลึก ต้องบิดตัวเลขไปที่ 8, 11 ขึ้นไป	()	()	() 16
17.	กล้องถ่ายภาพแบบ single lens reflex หรือแบบปรับความเร็ว วัดแสงด้วยมือ จะมีปุ่มปรับความเร็วชัตเตอร์ ตั้งแต่ B, 1, 2 ... 60, 125... 4000 ตำแหน่ง B มีไว้เพื่อถ่ายภาพกลางคืนที่มีแสงน้อย	()	()	() 17
18.	ฟิล์ม ASA100 ความคมชัดดีกว่า ASA200 แต่ความไวแสงของฟิล์ม ASA200 จะไวแสงดีกว่า ASA100	()	()	() 18
19.	<u>สไลด์เพื่อการประชาสัมพันธ์</u> สไลด์เรื่องหนึ่ง ๆ ควรมีความคิรวบยอดเพียงอย่างเดียว และมีความยาวไม่เกิน 15 นาที	()	()	() 19

ข้อ	คำถามเกี่ยวกับความสามารถในการใช้สื่อ	ใช่	ไม่ใช่	
20.	ภาพสไลด์แต่ละภาพควรค้างภาพนานมากกว่า 20 วินาทีเพื่อผู้ชมจะได้ศึกษารายละเอียดในภาพอย่างถึถ้วน <u>วัดทัศนเพื่อการประชาสัมพันธ์</u>	()	()	() 20
21.	กล้องถ่ายภาพโทรทัศน์ระบบเบต้าแคม(bata cam)ความคมชัดจะดีกว่าระบบยูแมติก (U-matic)และระบบ U-matic จะคมชัดกว่าระบบ VHS. ดังนั้นการเลือกซื้อกล้องไว้ใช้ประจำสำนักงานสหกรณ์หรือไว้ใช้ส่วนตัว จึงควรใช้กล้องระบบเบต้าแคม(bata cam)	()	()	() 21
22.	การถ่ายภาพวิดีโอ ในลักษณะภาพ long shot (LS)หมายถึงภาพในระยะไกลเพื่อให้เห็นทิวทัศน์เช่น ทุ่งนา ทุ่งป่า ภูเขา เป็นต้น	()	()	() 22
23.	โทรทัศน์ที่มีระบบ AV เราสามารถต่อสาย video,audio เข้ากับหัว video,audio ของเครื่องเล่น VDO.แล้วเปิดเครื่องได้เลย แต่ถ้าโทรทัศน์ไม่มีระบบ AV ต้องต่อสาย RF และturn ที่โทรทัศน์ <u>การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์</u>	()	()	() 23
24.	การประชุมเป็นวิธีการที่เสริมสร้างให้คนเกิดความคิด มีการใช้ประสบการณ์ พลังสติปัญญาในการแก้ไขปัญหา หรือตัดสินใจร่วมกันซึ่งมีความหมายเดียวกันกับการสัมมนาเพียงแต่ชื่อเรียกต่างกันเท่านั้น	()	()	() 24
25.	การจัดกิจกรรมนิเทศทัศน์ หมายถึงการจัดแถลงข่าว โดยเชิญนักข่าวมาทำข่าวสหกรณ์	()	()	() 25

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์

จำชี้แจง กาเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ท่านประสบปัญหาการใช้สื่อตามระดับของ
ปัญหาที่กำหนด จากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด หรือ ไม่มีปัญหาในช่องขวาสุด

1. ปัญหาและอุปสรรคของการพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์	ระดับของปัญหา					ไม่มี ปัญหา
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1.1 ความรู้ความสามารถ เทคนิค วิธีการพูด	()	()	()	()	()	() 1
1.2 แหล่งค้นคว้าข้อมูล	()	()	()	()	()	() 2
1.3 โอกาสที่จะพูดประชาสัมพันธ์	()	()	()	()	()	() 3
1.4 สถานที่และอุปกรณ์เครื่องกระจายเสียง	()	()	()	()	()	() 4

2. ปัญหาและอุปสรรคของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์	ระดับของปัญหา					ไม่มี ปัญหา
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
2.1 ความรู้ความสามารถในการเขียนข่าว	()	()	()	()	()	() 5
2.2 ข้อมูลที่จะนำมาเขียนเพื่อให้ได้ข่าวที่น่าสนใจ	()	()	()	()	()	() 6
2.3 แหล่งบริการแพร่ข่าวสาร เช่น สถานีวิทยุ	()	()	()	()	()	() 7
2.4 ความสนใจ ทักษะการพูด ฟัง อ่าน เขียน สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม ของกลุ่มเป้าหมาย	()	()	()	()	()	() 8
2.5 เครื่องมือสื่อสารที่กลุ่มเป้าหมายมีอยู่ เช่น เครื่องรับวิทยุ ที่อ่านหนังสือพิมพ์หมู่บ้าน	()	()	()	()	()	() 9
2.6 งบประมาณในการทำข่าว	()	()	()	()	()	() 10

3. ปัญหาและอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์	ระดับของปัญหา					ไม่มี ปัญหา
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
	5	4	3	2	1	
3.1 การติดต่อประสานงานสถานีโทรทัศน์มาทำข่าว () () () () () () () 11						
3.2 แหล่งบริการจ้างเหมาผลิตรายการโทรทัศน์ () () () () () () () 12						
3.3 งบประมาณที่ใช้ผลิตรายการ () () () () () () () 13						
3.4 โอกาสที่จะใช้การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ () () () () () () () 14						
3.5 ความรู้ ทักษะในการใช้กล้องถ่าย วีดีโอ () () () () () () () 15						
3.6 เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตวีดีโอ () () () () () () () 16						
3.4 ความสนใจ ทักษะการพูด ฟัง อ่าน เขียน สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม ของกลุ่มเป้าหมาย () () () () () () () 17						
4. ปัญหาของการใช้จดหมายข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์	ระดับของปัญหา					ไม่มี ปัญหา
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
	5	4	3	2	1	
4.1 ความรู้ความสามารถในการทำจดหมายข่าว () () () () () () () 18						
4.2 ความสนใจ ทักษะการพูด ฟัง อ่าน เขียน สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม ของกลุ่มเป้าหมาย () () () () () () () 19						
4.3 งบประมาณในการผลิต () () () () () () () 20						
4.4 ข้อมูลที่จะนำมาทำจดหมายข่าว () () () () () () () 21						
4.5 กระบวนการผลิตเพื่อเผยแพร่ () () () () () () () 22						

5. ปัญหาของการใช้โปสเตอร์ แผ่นพับ	ระดับของปัญหา					ไม่มี ปัญหา
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
	5	4	3	2	1	
5.1 ความรู้ความสามารถ ทักษะในการจัดทำโปสเตอร์ แผ่นพับ	()	()	()	()	()	() () 23
5.2 ความสนใจ ทักษะการพูด ฟัง อ่าน เขียนสังคม วัฒนธรรม ค่านิยม ของกลุ่มเป้าหมาย	()	()	()	()	()	() () 24
5.3 งบประมาณในการผลิต	()	()	()	()	()	() () 25
5.4 กระบวนการผลิตเพื่อเผยแพร่	()	()	()	()	()	() () 26
6. ปัญหาของการจัดนิทรรศการเพื่อการประชาสัมพันธ์	ระดับของปัญหา					ไม่มี ปัญหา
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
	5	4	3	2	1	
6.1 ความรู้ ความสามารถ ในการจัดนิทรรศการ	()	()	()	()	()	() () 27
6.2 วัสดุอุปกรณ์สำหรับจัดนิทรรศการ	()	()	()	()	()	() () 28
6.3 สถานที่และ โอกาสที่จะจัดนิทรรศการ	()	()	()	()	()	() () 29
6.4 งบประมาณสำหรับจัดนิทรรศการ	()	()	()	()	()	() () 30
6.5 ความสนใจในการชมนิทรรศการของประชาชน	()	()	()	()	()	() () 31

7. ปัญหาของการถ่ายภาพเพื่อใช้ผลิตงานประชาสัมพันธ์	ระดับของปัญหา					ไม่มี ปัญหา
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
	5	4	3	2	1	
7.1 ความรู้ ความสามารถ ทักษะในการถ่ายภาพ	()	()	()	()	()	() () 32
7.2 ความรู้ ความสามารถ ทักษะในการใช้กล้อง	()	()	()	()	()	() () 33
7.4 เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่	()	()	()	()	()	() () 34
6.4 งบประมาณในการจัดทำ	()	()	()	()	()	() () 35

8. ปัญหาของการใช้เครื่องฉายภาพนิ่งประกอบเสียง (slide)	ระดับของปัญหา					ไม่มี ปัญหา
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
	5	4	3	2	1	
8.1 ความรู้ความสามารถในการผลิตสไลด์	()	()	()	()	()	() () 36
8.2 ความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องฉาย สไลด์	()	()	()	()	()	() () 37
8.3 งบประมาณในการผลิต	()	()	()	()	()	() () 38
8.4 สถานที่และ โอกาสที่จะนำไปใช้	()	()	()	()	()	() () 39
8.5 เครื่องมือ อุปกรณ์ที่มีอยู่	()	()	()	()	()	() () 40
8.6 ความสนใจ ทักษะการพูด ฟัง อ่าน เขียน สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม ของกลุ่มเป้าหมาย	()	()	()	()	()	() () 41
8.7 กระบวนการผลิต	()	()	()	()	()	() () 42

9. ปัญหาของการใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ (over head)	ระดับของปัญหา					ไม่มี ปัญหา
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
	5	4	3	2	1	
9.1 ความรู้ความสามารถในการผลิตแผ่นใส	()	()	()	()	()	() () 43
9.2 เครื่องมือ อุปกรณ์ที่มี	()	()	()	()	()	() () 44
9.3 งบประมาณในการจัดทำ	()	()	()	()	()	() () 45
9.4 ความสนใจ ทักษะการพูด ฟัง อ่าน เขียน สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม ของกลุ่มเป้าหมาย	()	()	()	()	()	() () 46
9.5 สถานที่และโอกาสที่จะนำไปใช้	()	()	()	()	()	() () 47
10. ปัญหาของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	ระดับของปัญหา					ไม่มี ปัญหา
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
	5	4	3	2	1	
10.1 ความรู้ความสามารถในการจัดกิจกรรม	()	()	()	()	()	() () 48
10.2 สถานที่และ โอกาสที่จะจัดกิจกรรม	()	()	()	()	()	() () 49
10.3 การเลือกกิจกรรมอย่างเหมาะสม	()	()	()	()	()	() () 50
10.4 งบประมาณในการจัดกิจกรรม	()	()	()	()	()	() () 51
10.5 ทีมงานในการร่วมจัดกิจกรรม	()	()	()	()	()	() () 52
10.6 วัสดุอุปกรณ์สำหรับจัดกิจกรรม	()	()	()	()	()	() () 53



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล นายนำโชค คิลกุล
 วัน เดือน ปีเกิด 6 กุมภาพันธ์ 2508
 จังหวัด เพชรบูรณ์
 การศึกษา

วุฒิการศึกษา	สถาบันการศึกษา	ปีพุทธศักราช ที่จบการศึกษา
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (สาขาช่างไฟฟ้ากำลัง)	วิทยาลัยเทคนิคเพชรบูรณ์	2527
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (สาขาช่างไฟฟ้ากำลัง)	วิทยาลัยเทคนิคพิษณุโลก	2529
ปริญญาตรี (สาขาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์)	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	2535
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาส่งเสริมการเกษตร)	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2540

ประวัติการทำงาน

- นายช่างไฟฟ้า ศูนย์ฝึกอบรมสหกรณ์ที่ 5 จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2532-2533
- เจ้าพนักงานโสตทัศนศึกษา ศูนย์ฝึกอบรมสหกรณ์ที่ 5 จังหวัดเชียงใหม่
ปี พ.ศ. 2534 - ปัจจุบัน

ผลงานวิจัย

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท เรื่อง ความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสหกรณ์
 ของนักวิชาการสหกรณ์ประจำสำนักงานสหกรณ์จังหวัด