

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การเสนอผลการวิจัย เรื่อง "คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร" การศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง องค์กรรัฐบาล องค์กรรัฐวิสาหกิจ และองค์กรเอกชน จะเสนอ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. การวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ได้แก่

1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ภูมิหลังของผู้บริหาร และสถานภาพของ ฝ่ายประชาสัมพันธ์

1.2 ความต้องการคุณสมบัติ ของนักประชาสัมพันธ์

1.3 ภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์

2. การทดสอบสมมติฐาน

3. แนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ภูมิหลังของผู้บริหารและสถานภาพของ ฝ่ายประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนองค์กรประเภทต่าง ๆ

ประเภทองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
องค์กรรัฐบาล	69	36.3
องค์กรเอกชน	91	47.9
องค์กรรัฐวิสาหกิจ	30	15.8
รวม	190	100

ผู้บริหารองค์กร 3 ประเภทประกอบด้วย ผู้บริหารองค์กรรัฐบาล จำนวน 69 คน  
ผู้บริหารองค์กรเอกชน 91คน และผู้บริหารองค์กรรัฐวิสาหกิจ จำนวน 30 คน

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	36	52.2	27	29.7	12	40	75	39.5
หญิง	33	47.8	64	70.3	18	60	115	60.5
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารขององค์กรเอกชน และองค์กรรัฐวิสาหกิจ มีผู้บริหารเพศหญิงมากกว่าชาย ส่วน  
องค์กรรัฐบาลที่มีผู้บริหารเพศชายมากกว่าหญิงเล็กน้อย

ตารางที่ 3 แสดงระยะเวลาที่ผู้บริหารทำงานด้านประชาสัมพันธ์ในองค์กร

ระยะเวลาการทำงาน	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	37	53.8	51	56.1	15	50.0	103	54.3
6-10 ปี	20	28.9	27	29.8	10	33.3	57	30.0
11-15 ปี	7	10.1	10	10.8	3	10.0	20	10.5
มากกว่า 15 ปี	5	7.2	3	3.3	2	6.6	10	5.2
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารขององค์กรทั้ง 3 ประเภทนี้ มีประสบการณ์การทำงานในองค์กร ปัจจุบัน 1-5 ปี เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือ 6-10 ปี ส่วนที่มีระยะเวลาทำงานมากกว่า 15 ปีนั้น มีเพียงเล็กน้อย

ตารางที่ 4 แสดงประสมการณ์การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร

ประสมการณ์การทำงาน ด้านประชาสัมพันธ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	24	34.8	41	45.1	15	50.0	80	42.1
ไม่เคย	45	55.2	47	51.6	15	50.0	107	56.3
ไม่ระบุ	-	-	3	3.3	-	-	3	1.6
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสมการณ์การทำงานด้าน  
การประชาสัมพันธ์มาก่อน

ตารางที่ 5 แสดงระดับการศึกษาของผู้บริหารขององค์กร

ระดับการศึกษา	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อนุปริญญา	2	2.9	7	7.7	-	-	9	4.7
ปริญญาตรี	50	72.5	66	72.5	22	73.3	138	72.6
ปริญญาโท	15	21.7	18	19.8	8	26.7	41	21.6
ปริญญาเอก	2	2.9	-	-	-	-	2	1.1
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ระดับการศึกษาของผู้บริหารในองค์กร 3 ประเภท ส่วนใหญ่จะจบในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท มีหัวหน้าหน่วยงานที่จบในระดับอนุปริญญา และปริญญาเอกบ้าง ไม่มากนัก

ตารางที่ 6 แสดงวุฒิการศึกษาในสาขาวิชาที่ผู้บริหารสำเร็จ

วุฒิการศึกษาด้าน	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นิติศาสตร์	21	30.4	34	37.4	13	43.3	68	35.8
ภาษาศาสตร์	8	11.6	7	7.7	4	13.3	19	10.0
สังคมศาสตร์	32	46.4	47	51.6	13	43.3	92	48.4
วิทยาศาสตร์	7	10.1	1	1.1	-	-	8	4.2
ไม่ระบุ	1	1.4	2	2.2	-	-	3	1.6
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กร 3 ประเภท ส่วนใหญ่จบการศึกษาในด้านสังคมศาสตร์ รองลงมาคือ ด้านนิติศาสตร์ และ วารสารศาสตร์ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกันในองค์กรทั้ง 3 ประเภท

ตารางที่ 7 แสดงการได้รับความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร

ได้รับความรู้ด้าน การประชาสัมพันธ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาโดยตรง	26	37.7	51	56.0	18	60.0	95	50.0
ฝึกอบรม	50	72.5	44	48.4	23	76.7	117	61.6
ตำรา เอกสารและผู้รู้	45	65.2	55	60.4	18	60.0	118	60.1
การทำงาน	23	33.3	38	41.8	14	46.7	118	62.1

ผู้บริหารส่วนใหญ่มักได้รับความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์จากการศึกษาจากตำรา เอกสาร สอบถามจากผู้รู้ รองลงมาคือ ได้รับความรู้จากการฝึกอบรม ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ ได้รับความรู้จากการศึกษาโดยตรง และจากประสบการณ์การทำงาน

ตารางที่ 8 แสดงการเคยเข้ารับการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์

การฝึกอบรม	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	49	71.0	54	59.3	25	83.3	128	67.4
ไม่เคย	20	29.0	37	40.7	5	16.7	62	32.6
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารในองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เคยเข้ารับการฝึกอบรมด้านการ  
ประชาสัมพันธ์



ตารางที่ 9 แสดงการส่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เข้ารับการฝึกอบรม

ส่งเจ้าหน้าที่เข้าอบรม	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ส่งเป็นประจำ	23	33.3	14	15.4	15	50.0	52	27.4
ส่งบ้างบางครั้ง	33	47.8	42	46.2	13	43.3	88	46.3
ไม่ส่งเลย	13	18.8	35	38.5	2	6.7	50	31.1
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารในองค์กรรัฐบาล และ เอกชน มักจะส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการฝึกอบรมบ้าง บางครั้งเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่องค์กรรัฐวิสาหกิจ มักจะส่งเจ้าหน้าที่เข้าฝึกอบรมเป็นประจำ

ตารางที่ 10 แสดงทัศนคติของผู้บริหาร เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์

ทัศนคติเกี่ยวกับงาน ประชาสัมพันธ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สำคัญมาก	52	75.4	53	58.2	24	80.0	129	67.9
สำคัญ	13	18.8	34	37.4	6	20.0	53	27.9
ไม่สำคัญ	3	4.3	4	4.4	-	-	7	3.7
ไม่สำคัญเลย	1	1.4	-	-	-	-	1	.5
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารขององค์กรทั้ง 3 ประเภท มีความคิดเห็นว่างานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ  
มากเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาเห็นว่ามีค่าสำคัญ

ตารางที่ 11 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานภาพฝ่ายประชาสัมพันธ์ในองค์กร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ สถานภาพฝ่ายประชาสัมพันธ์ ในองค์กร	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นแผนกอิสระ ขึ้นกับฝ่ายบริหาร	61	88.4	83	91.2	30	100	174	91.6
อยู่ร่วมกับฝ่ายอื่น	4	5.8	6	6.6	-	-	10	5.3
ไม่ระบุ	4	5.8	2	2.2	30	100	6	3.2
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารขององค์กร 3 ประเภท ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรจะเป็น  
แผนกอิสระขึ้นอยู่กับผู้บริหาร มีเพียงเล็กน้อยที่เห็นว่าควรอยู่ร่วมกับฝ่ายอื่น

ตารางที่ 12 แสดงนโยบายด้านประชาสัมพันธ์ขององค์กร

นโยบายหลัก ด้านประชาสัมพันธ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีระบุเป็นลายลักษณ์อักษร	43	62.3	41	45.1	16	53.3	100	52.6
มีโดยเข้าใจกันเอง	15	21.7	37	40.7	13	43.3	65	34.2
ไม่มีนโยบายหลัก	11	15.9	13	14.3	1	3.3	25	13.2
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

องค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่มีนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ที่ระบุเป็นลายลักษณ์อักษร รองลงมาคือ มีนโยบายโดยเป็นที่เข้าใจกันเอง และมีบางองค์กรที่ไม่มีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 13 แสดงปริมาณการวางแผนประชาสัมพันธ์ในองค์กร

การวางแผนประชาสัมพันธ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีทุกครั้ง	54	50.7	45	49.5	15	50.0	94	49.5
มีบางโอกาส	35	49.3	40	44.0	14	46.7	89	46.8
ไม่มีแผน	-	-	6	6.5	1	3.3	7	3.7
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

องค์กรทั้ง 3 ประเภทมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง กับมีบางโอกาสในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน มีเพียงบางองค์กรเท่านั้นที่ไม่มีแผนประชาสัมพันธ์เลย

ตารางที่ 14 แสดงปริมาณการนำแผนประชาสัมพันธ์ขององค์กรมาใช้ปฏิบัติ

การนำแผนประชาสัมพันธ์ มาใช้ปฏิบัติ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้อย่างมาก	36	52.2	39	42.9	15	50.0	90	47.4
ใช้บ้าง	32	46.4	47	51.6	14	46.7	93	48.9
ไม่ได้นำมาใช้เลย	1	1.4	5	5.5	1	3.3	7	3.7
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

องค์กรทั้ง ๓ ประเภทมีการนำแผนประชาสัมพันธ์ขององค์กรมาใช้ปฏิบัติอย่างมาก  
กับใช้ปฏิบัติบ้างในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน มีองค์กรส่วนน้อยที่ไม่ได้นำแผนประชาสัมพันธ์มาใช้  
ปฏิบัติเลย

ตารางที่ 15 แสดงฐานงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร

ฐานงานประชาสัมพันธ์ ในองค์กร	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นแผนกอิสระ	21	30.4	51	56.0	15	50.0	87	43.8
ขึ้นกับฝ่ายบริหาร อยู่ร่วมกับฝ่ายอื่น	48	69.6	40	44.0	15	50.0	103	54.2
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

องค์กรรัฐบาลส่วนใหญ่ ฝ่ายประชาสัมพันธ์อยู่ร่วมกับฝ่ายอื่น ๆ ในขณะที่องค์กรเอกชนนั้นฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นแผนกอิสระขึ้นกับฝ่ายบริหารเป็นส่วนใหญ่ ส่วนองค์กรรัฐวิสาหกิจนั้นฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่เป็นแผนกอิสระและที่อยู่ร่วมกับฝ่ายอื่นนั้นมีปริมาณเท่ากัน

ตารางที่ 16 แสดงปริมาณการเข้าร่วมประชุมกันระดับนโยบายของผู้บริหาร

การเข้าร่วมประชุม กับระดับนโยบาย	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคยเป็นประจำ	19	27.5	29	31.9	12	40.0	60	31.6
เคยบ้างบางโอกาส	35	50.7	45	49.5	15	50.0	95	50.0
ไม่เคยเลย	13	18.8	14	15.4	3	10.0	30	15.8
ไม่ระบุ	2	2.9	3	3.3	-	-	5	2.6
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารขององค์กร 3 ประเภท ส่วนใหญ่เคยเข้าประชุมกับระดับนโยบายบ้างบางครั้ง  
 มีผู้บริหารบางองค์กรที่เคยเข้าประชุมกับระดับนโยบายเป็นประจำ และผู้บริหารองค์กรส่วนน้อยที่  
 ไม่เคยเข้าประชุมกับระดับนโยบายเลย



ตารางที่ 17 แสดงจำนวนพนักงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ในองค์กร

จำนวนพนักงานฝ่าย ประชาสัมพันธ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-10 คน	42	60.6	69	75.9	15	50.0	126	66.31
11-20 คน	14	19.0	12	13.2	8	26.5	34	17.89
21-30 คน	6	8.6	4	4.4	3	10.0	13	6.84
31 คนขึ้นไป	6	8.6	6	6.6	4	13.5	16	8.39
ไม่ระบุ	1	1.4	-	-	-	-	1	5
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

องค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานตั้งแต่ 1-10 คน รองลงมาได้แก่  
องค์กรที่มีพนักงาน 11-20 คน, 31 คนขึ้นไป และ 21-30 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและปริมาณผลิตภัณฑ์ปรมาณูของฝ่ายประชาสัมพันธ์ในองค์กร

ผลิตภัณฑ์ปรมาณู	องค์กรรัฐบาล				องค์กรเอกชน				องค์กรรัฐวิสาหกิจ				รวม			
	ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ			
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี		
กล้องถ่ายภาพ	61	8	88.4	11.6	79	12	86.8	13.2	29	1	96.7	3.3	169	21	89.9	11.1
เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ	49	20	71.0	29.0	43	48	47.3	52.7	21	9	70.0	30.0	113	77	59.5	40.5
เครื่องรับโทรทัศน์	48	21	69.6	30.4	63	28	69.2	30.8	24	6	80.0	20.0	135	55	71.1	28.9
เครื่องเล่นวิดีโอ	47	22	68.1	31.9	66	25	72.5	27.5	23	7	76.7	23.3	136	54	71.6	28.4
เครื่องฉายสไลด์	49	20	71.0	29.0	49	42	53.8	46.2	22	8	73.3	26.7	120	70	63.2	36.8
กล้องวิดีโอ	43	26	62.3	37.7	41	50	45.1	54.9	20	10	66.7	33.3	104	86	54.7	45.3
ห้องมีดัดขยายภาพ	32	37	46.4	53.6	29	62	31.9	68.1	11	19	36.7	63.3	72	118	37.9	62.1
กล้องถ่ายภาพยนตร์	20	49	29.0	71.0	8	83	8.8	91.2	6	24	20.0	80.0	34	156	17.9	82.1
เครื่องคอมพิวเตอร์	16	53	23.2	76.8	36	55	39.6	60.4	9	21	30.0	70.0	61	120	32.1	67.9
เครื่องโทรสาร	14	55	20.3	79.7	9	82	9.9	90.1	9	21	30.0	70.0	32	158	16.8	83.2
ห้องบันทึกเสียง	3	66	95.7	4.3	6	85	6.6	93.4	2	28	6.7	93.3	11	179	5.8	94.2

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่จะมีกล้องถ่ายภาพเป็นจำนวนมาก รองลงมาได้แก่ เครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องเล่นวิดีโอและกล้องถ่ายภาพวิดีโอ ส่วนเครื่องโทรสาร และเครื่องคอมพิวเตอร์นั้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของแต่ละองค์กรยังมีปริมาณน้อย



## ตารางที่ 19 ตารางจำแนกการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ในองค์กร

การใช้คอมพิวเตอร์ ในงาน	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วิเคราะห์ข้อมูล	9	13.0	16	17.6	3	10.0	28	45.90
เก็บข้อมูล	13	18.8	30	33.0	7	23.3	50	81.97
พิมพ์งาน	12	17.4	27	29.7	4	13.3	43	70.49
ออกแบบ	1	1.4	-	-	2	6.7	3	4.92

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรทั้ง 3 ประเภท ที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้เครื่องในการเก็บข้อมูล เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือ ใช้ในการพิมพ์งาน การวิเคราะห์ข้อมูลและการออกแบบตามลำดับ

## 1.2 ความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 20 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัตินักประชาสัมพันธ์ว่าควรจบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์

ควรจบการศึกษาด้าน นิเทศฯ วารสารฯ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	24	34.8	24	26.4	13	43.3	61	32.1
เห็นด้วย	37	53.6	51	56.0	14	46.7	102	53.7
ไม่เห็นด้วย	8	11.6	15	16.5	3	10.0	26	13.7
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	1	1.1	-	-	1	0.5
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารขององค์กรทั้ง 3 ประเภทมีความคิดเห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่ว่า นักประชาสัมพันธ์ควรจบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ มีผู้บริหารบางองค์กรเห็นด้วยอย่างยิ่งในปริมาณที่ค่อนข้างมาก มีองค์กรส่วนน้อยเท่านั้นที่ตอบว่าไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 21 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัตินักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีประสบการณ์ด้านหนังสือพิมพ์มาก่อน

ควรมีประสบการณ์ด้าน หนังสือพิมพ์มาก่อน	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	7.2	6	6.6	-	-	11	5.8
เห็นด้วย	30	43.5	42	46.2	14	46.7	86	45.3
ไม่เห็นด้วย	34	49.3	42	46.2	16	53.3	92	48.4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	1	1.1	-	-	1	.5
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารส่วนใหญ่ในองค์กรทั้ง 3 ประเภท ตอบว่าไม่เห็นด้วยที่นักประชาสัมพันธ์ควรมี  
ประสบการณ์ด้านหนังสือพิมพ์มาก่อน รองลงมาผู้บริหารบางส่วนตอบเห็นด้วย

ตารางที่ 22 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความคิดสร้างสรรค์ มีจินตนาการ

มีความคิดสร้างสรรค์ มีจินตนาการ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	45	65.2	52	57.1	16	53.3	113	59.5
เห็นด้วย	23	33.3	38	41.8	14	46.7	75	39.5
ไม่เห็นด้วย	-	-	1	1.1	-	-	1	.5
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	1.4	-	-	-	-	1	.5
<b>รวม</b>	<b>69</b>	<b>100</b>	<b>91</b>		<b>30</b>	<b>100</b>	<b>190</b>	<b>100</b>

ผู้บริหารในองค์กรทั้ง 3 ประเภทส่วนใหญ่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง และเห็นด้วยกับคุณสมบัติ  
นักประชาสัมพันธ์ว่าควรมีความคิดสร้างสรรค์ มีจินตนาการ มีองค์กรเพียงเล็กน้อยที่ตอบว่าไม่เห็นด้วย  
และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 23 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความสามารถในการวางแผนโครงการ

มีความสามารถในการ วางแผนโครงการ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	43	62.3	57	62.6	19	63.3	119	62.6
เห็นด้วย	25	36.2	33	36.3	11	36.7	69	36.3
ไม่เห็นด้วย	1	1.4	1	1.1	-	-	2	1.1
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารในองค์กร 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และเห็นด้วยกับคุณสมบัติ  
นักประชาสัมพันธ์ ว่าควรมีความสามารถในการวางแผนโครงการ

ตารางที่ 24 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความสามารถในการผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์

มีความสามารถในการ ผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	19	27.5	18	19.6	7	23.3	44	23.2
เห็นด้วย	40	58.0	60	65.9	19	63.3	119	62.6
ไม่เห็นด้วย	10	14.5	13	14.3	4	13.3	27	14.2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	51	100	30	100	190	100

ผู้บริหารในองค์กร 3 ประเภทส่วนมากเห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรมีความสามารถ  
ในการผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาตอบว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง ผู้ไม่เห็นด้วยมีจำนวนค่อนข้างน้อย



ตารางที่ 25 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความสามารถในการถ่ายภาพได้ดี

มีความสามารถถ่ายภาพ ได้เป็นอย่างดี	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	16	23.2	17	18.7	3	10.0	36	18.9
เห็นด้วย	48	69.6	64	70.3	25	83.3	137	72.1
ไม่เห็นด้วย	5	7.2	10	11.0	2	6.7	17	8.9
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารในองค์กร 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรมีความสามารถ  
ในการถ่ายภาพได้ดี รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ผู้ไม่เห็นด้วยมีจำนวนน้อย

ตารางที่ 26 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความสามารถในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

มีความสามารถในการ ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	06	37.7	18	19.8	4	13.3	48	25.3
เห็นด้วย	37	53.6	62	68.1	25	53.3	124	65.3
ไม่เห็นด้วย	6	8.7	11	12.1	1	3.3	18	9.5
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กร 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความสามารถในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ รองลงมาตอบว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีผู้ไม่เห็นด้วยบ้าง

ตารางที่ 27 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรเป็นผู้มีรูปร่างหน้าตาดี

มีรูปร่างหน้าตาดี	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	6	6.6	2	6.7	8	4.2
เห็นด้วย	34	49.3	53	58.2	18	60.0	105	55.3
ไม่เห็นด้วย	32	46.4	32	35.2	9	30.0	73	38.4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3	4.3	-	-	1	3.3	4	2.1
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารในองค์กร 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรจะมีรูปร่างหน้าตาดี  
ในขณะที่ผู้บริหารบางส่วนตอบว่า ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 28 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ ว่าควรมีความสามารถในการพูดในที่สาธารณะ

มีความสามารถพูด ในที่สาธารณะ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	17	24.6	26	28.6	10	33.3	53	27.9
เห็นด้วย	47	68.1	62	68.1	20	66.7	129	67.9
ไม่เห็นด้วย	5	7.2	3	3.3	-	-	8	4.2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วย และ เห็นด้วยอย่างยิ่งว่า  
นักประชาสัมพันธ์ ควรมีความสามารถในการพูดในที่สาธารณะ ในขณะที่ผู้บริหารเพียงส่วนน้อย  
ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 29 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ในองค์กรว่าควรมีบุคลิกரா เรียง มนุษย์สัมพันธ์ดี

มีบุคลิกரா เรียง มนุษย์สัมพันธ์ดี	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	33	47.8	50	54.9	15	50.0	98	51.6
เห็นด้วย	35	50.7	41	45.1	15	50.0	91	47.9
ไม่เห็นด้วย	1	1.4	-	-	-	-	1	.5
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กร ๓ ประเภท ส่วนมากเห็นด้วยอย่างยิ่ง และเห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์  
ควรมีบุคลิกரா เรียง มนุษย์สัมพันธ์ดี ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน มีเพียงองค์กรเดียวเท่านั้นที่ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 30 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรจะสามารถในการเขียน สคริปบทความต่าง ๆ

สามารถเขียนสคริป บทความต่าง ๆ ได้	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	26	37.7	29	31.9	14	46.7	69	36.3
เห็นด้วย	41	59.4	59	64.8	14	46.7	144	60.0
ไม่เห็นด้วย	2	2.9	3	3.3	2	6.7	7	3.7
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่านักประชาสัมพันธ์  
ควรมีความสามารถในการเขียนสคริปบทความต่าง ๆ มีเพียงส่วนน้อยมากที่ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 31 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความรู้ทางภาษาไทย เป็นอย่างดี

มีความรู้ทางภาษาไทย เป็นอย่างดี	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	24	34.8	29	31.9	14	46.7	67	35.3
เห็นด้วย	45	65.2	60	65.9	15	50.0	120	63.2
ไม่เห็นด้วย	-	-	2	2.2	1	3.3	3	1.6
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรมีความรู้ทาง  
ภาษาไทยเป็นอย่างดี และมีบางส่วนเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 32 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความรู้ในการใช้ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี

มีความรู้ในการใช้ภาษา อังกฤษเป็นอย่างดี	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	8	11.6	22	24.2	8	26.7	38	20
เห็นด้วย	55	79.7	66	68.1	20	66.7	137	72.1
ไม่เห็นด้วย	6	8.7	7	7.7	2	6.7	15	7.9
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า  
นักประชาสัมพันธ์ควรมีความรู้ในการใช้ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี มีเพียงส่วนน้อยที่ไม่เห็นด้วย



ตารางที่ 33 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรจบการศึกษาจากต่างประเทศ

ควรจบการศึกษา จากต่างประเทศ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	2	2.2	-	-	2	1.1
เห็นด้วย	7	10.1	22	24.2	2	6.7	31	16.3
ไม่เห็นด้วย	55	79.7	61	67.0	27	90.0	143	75.3
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	7	10.1	6	6.6	1	3.3	14	7.4
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรจบการศึกษา  
จากต่างประเทศ มีเพียงส่วนน้อยที่เห็นด้วย

ตารางที่ 34 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรจบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

ควรจบการศึกษาในระดับ ปริญญาตรีขึ้นไป	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	7.2	6	6.6	-	-	11	5.8
เห็นด้วย	55	79.7	67	73.6	28	93.3	150	78.9
ไม่เห็นด้วย	8	11.6	16	17.6	2	6.7	26	13.7
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	1.4	2	2.2	-	-	3	1.6
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรจบการศึกษาระดับ  
ปริญญาตรีขึ้นไป มีเพียงบางส่วนตอบว่าไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 35 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีฐานะทางครอบครัวดี

ควรมีฐานะ ทางครอบครัวดี	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
เห็นด้วย	16	23.2	18	19.8	5	16.7	39	20.5
ไม่เห็นด้วย	46	66.7	67	73.6	19	63.3	132	69.5
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	7	10.1	6	6.6	6	20.0	19	10.0
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่า  
นักประชาสัมพันธ์ควรมีฐานะทางครอบครัวดี มีเพียงบางส่วนตอบว่าเห็นด้วย

ตารางที่ 36 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ว่า  
ควรมีความคุ้นเคยกับคนในวงสังคมอย่างกว้างขวาง

มีความคุ้นเคยกับคนใน วงสังคมอย่างกว้างขวาง	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3	4.3	15	16.5	3	10.0	21	11.0
เห็นด้วย	41	59.4	35	38.5	14	46.7	91	47.9
ไม่เห็นด้วย	24	34.8	39	42.9	12	40.0	75	39.5
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	1.4	2	2.2	1	3.3	3	1.6
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า นักประชาสัมพันธ์ควรมีความคุ้นเคย  
กับคนในวงสังคมอย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า มีผู้ตอบว่าไม่เห็นด้วย ในจำนวน  
ไม่แตกต่างกันนัก จากผู้ที่เห็นด้วย



ตารางที่ 37 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีเพื่อนพ้องในวง การสื่อสารมวลชนมาก

มีเพื่อนพ้องในวงการ สื่อสารมวลชนมาก	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	10	14.5	15	16.5	6	20	31	16.3
เห็นด้วย	44	63.8	64	70.3	19	63.3	127	66.8
ไม่เห็นด้วย	15	21.7	12	13.2	4	13.3	31	16.3
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	1	3.3	1	0.5
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่านักประชาสัมพันธ์  
ควรมีเพื่อนพ้องในวง การสื่อสารมวลชนมาก มีเพียงบางส่วนที่ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 38 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีทักษะทางการสื่อสาร เป็นอย่างดี

มีความรู้และทักษะทาง การสื่อสารอย่างดี	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	45	65.2	43	47.3	16	53.3	104	54.7
เห็นด้วย	24	34.8	45	49.5	14	46.7	83	43.7
ไม่เห็นด้วย	-	-	3	3.3	-	-	3	1.6
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท แทบจะทั้งหมด เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า  
นักประชาสัมพันธ์ ควรมีทักษะทางการสื่อสาร เป็นอย่างดี

ตารางที่ 39 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรให้เวลากับหน่วยงานได้ตลอดเวลา

ให้เวลากับหน่วยงาน ได้ตลอดเวลา	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	15	21.7	23	25.3	12	40.0	50	26.3
เห็นด้วย	50	72.5	63	69.2	18	60.0	131	68.9
ไม่เห็นด้วย	4	5.8	5	5.5	-	-	9	4.7
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรให้เวลากับ  
หน่วยงานได้ตลอดเวลา มีเพียงส่วนน้อยที่ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 40 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับการต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรออกเดินทางไปต่างจังหวัดได้เสมอ

ออกเดินทางไปต่างจังหวัด ได้เสมอ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3	4.3	7	7.7	5	16.7	15	7.9
เห็นด้วย	58	84.1	74	81.3	22	73.3	154	81.1
ไม่เห็นด้วย	8	11.6	10	11.0	3	10.0	21	11.1
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง								
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภทส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรออกเดินทางไปต่างจังหวัดได้เสมอ มีเพียงบางส่วนตอบว่าไม่เห็นด้วย



ตารางที่ 41 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรพิมพ์ดีดภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้อย่างดี

สามารถพิมพ์ดีดภาษาไทย และอังกฤษได้อย่างดี	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	1.4	8	8.8	2	6.7	11	5.8
เห็นด้วย	34	49.3	64	70.3	16	53.3	114	60.0
ไม่เห็นด้วย	30	43.5	19	20.9	12	40.0	61	32.1
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4	5.8	-	-	-	-	4	2.1
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรพิมพ์ดีดภาษาไทย  
และภาษาอังกฤษได้อย่างดี เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้บริหารในองค์กรรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจไม่เห็นด้วย  
ในประเด็นนี้ในจำนวนใกล้เคียงกับผู้เห็นด้วย ในขณะที่องค์กร เอกชนส่วนใหญ่จะเห็นด้วย

ตารางที่ 42 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความรู้ในเรื่องรอบตัวกว้าง ๆ

มีความรู้ในเรื่อง รอบตัวกว้าง ๆ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	18	26.1	19	20.9	7	23.3	44	23.2
เห็นด้วย	50	72.5	72	79.1	23	76.7	145	76.3
ไม่เห็นด้วย	-	-	-	-	-	-	-	-
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	1.4	-	-	-	-	1	0.5
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่านักประชาสัมพันธ์  
ควรมีความรู้ในเรื่องรอบตัวกว้างๆ แทนจะไม่มีผู้ใดไม่เห็นด้วยเลย

ตารางที่ 43 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความสามารถจัดกิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์ได้ดี

สามารถจัดกิจกรรมด้าน ประชาสัมพันธ์ได้ดี	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	33	47.8	46	50.5	16	53.3	95	50.0
เห็นด้วย	35	50.7	45	49.5	14	46.7	94	49.5
ไม่เห็นด้วย	1	1.4	-	-	-	-	1	0.5
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรรัฐบาล องค์กรเอกชน และองค์กรรัฐวิสาหกิจ เกือบทั้งหมด เห็นด้วย  
และเห็นด้วยอย่างยิ่งว่านักประชาสัมพันธ์ควรสามารถจัดกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ได้ดี  
แทบจะไม่มีใครเลยที่ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 44 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความสามารถในการ เขียนข่าวทำข่าวแจก

มีความสามารถในการ เขียนข่าวทำข่าวแจก	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	32	46.4	47	51.6	16	53.3	95	50
เห็นด้วย	37	53.6	43	47.3	14	46.7	94	49.5
ไม่เห็นด้วย	-	-	1	1.1	-	--	1	0.5
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กร เอกชนและองค์กรรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่านักประชาสัมพันธ์  
ควรมีความสามารถในการ เขียนข่าวทำข่าวแจก ในขณะที่ผู้บริหารองค์กรรัฐบาลส่วนใหญ่ตอบว่า  
เห็นด้วย แทนจะไม่มีผู้ใดตอบว่าไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 45 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่ามีความคล่องตัวในการประสานงาน

มีความคล่องตัวในการ ประสานงาน	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	31	44.9	46	50.5	13	43.3	90	47.4
เห็นด้วย	38	55.1	43	47.3	16	53.3	97	51.1
ไม่เห็นด้วย	-	-	2	2.2	1	3.3	3	1.6
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรรัฐบาลและองค์กรรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรมี  
ความคล่องตัวในการประสานงาน ในขณะที่ผู้บริหารองค์กรเอกชนส่วนใหญ่ ตอบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่ง  
มีเพียงส่วนน้อยที่ตอบว่าไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 46 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความรู้ทางการตลาด

มีความรู้ทางด้าน การตลาด	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	2.8	20	22.0	3	10.0	25	13.1
เห็นด้วย	48	69.6	67	73.6	24	80.0	139	73.2
ไม่เห็นด้วย	19	27.5	4	4.4	3	10.0	26	13.7
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรมีความรู้ทาง  
ด้านการตลาด ผู้บริหารองค์กรรัฐบาลตอบว่า ไม่เห็นด้วย เป็นอันดับรองลงมา ในขณะที่ผู้บริหาร  
องค์กรเอกชนตอบว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นอันดับรองลงมา

ตารางที่ 47 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความรักในงานประชาสัมพันธ์

มีความรักในงาน ประชาสัมพันธ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	45	65.2	47	51.6	20	66.7	112	58.9
เห็นด้วย	23	33.3	44	48.4	9	30.0	76	40.0
ไม่เห็นด้วย	1	1.4	-	-	1	3.3	2	1.1
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง								
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่านักประชาสัมพันธ์ควรมีความรัก  
ในงานประชาสัมพันธ์ รองลงมาตอบว่าเห็นด้วย มีเพียงส่วนน้อยที่ตอบว่าไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 48 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความสามารถในการทำวิจัย

มีความสามารถใน การทำวิจัย	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	2.9	13	14.3	2	6.7	17	8.9
เห็นด้วย	54	78.3	59	64.8	25	83.3	138	72.6
ไม่เห็นด้วย	13	18.8	19	20.9	3	10.0	35	18.4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่านักประชาสัมพันธ์  
ควรมีความสามารถในการทำวิจัย มีเพียงบางส่วนที่ไม่เห็นด้วย



ตารางที่ 49 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควร เป็นผู้ที่เป็นข่าวตามสื่อมวลชนบ่อยครั้ง

เป็นผู้ที่เป็นข่าวตามสื่อมวลชน บ่อยครั้ง	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4	5.8	5	5.5	1	3.3	10	5.3
เห็นด้วย	14	20.3	22	24.2	11	36.7	47	24.7
ไม่เห็นด้วย	50	72.5	59	64.8	14	46.7	123	64.7
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	1.4	5	5.5	4	13.3	10	5.3
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่า  
นักประชาสัมพันธ์ควร เป็นข่าวตามสื่อมวลชนบ่อยครั้ง มีบางส่วนตอบว่า เห็นด้วยและ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 50 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความจงรักภักดีต่อองค์กรอย่างสูง

มีความจงรักภักดีต่อ องค์กรอย่างสูง	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	19	27.5	19	20.9	10	33.3	48	25.3
เห็นด้วย	42	60.9	69	65.8	19	63.3	130	68.4
ไม่เห็นด้วย	8	11.6	3	3.3	1	3.3	12	6.3
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>รวม</b>	<b>69</b>	<b>100</b>	<b>91</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>190</b>	<b>100</b>

ผู้บริหารองค์กร 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรมีความจงรักภักดีต่อ  
องค์กรอย่างสูง รองลงมาตอบว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีเพียงส่วนน้อยมากที่ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 51 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความอดทน หลีกเลี้ยงการโต้เถียง

อดทน หลีกเลี้ยง การโต้เถียง	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	18	26.5	24	26.4	11	36.7	53	27.9
เห็นด้วย	39	56.5	62	68.1	15	50.0	116	61.1
ไม่เห็นด้วย	10	14.5	3	3.3	3	10.0	16	8.4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	2.9	2	2.2	1	3.3	5	2.6
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรมีความอดทน  
หลีกเลี้ยงการโต้เถียง รองลงมาตอบว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง ในขณะที่บางส่วนไม่เห็นด้วยและ  
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 52 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความรู้ทางคอมพิวเตอร์พอสมควร

มีความรู้ทางคอมพิวเตอร์ พอสมควร	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	1.4	5	5.5	1	3.3	7	3.7
เห็นด้วย	49	71.0	57	62.6	20	66.7	126	66.3
ไม่เห็นด้วย	19	27.5	28	30.8	9	30.0	56	29.5
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	1	1.1	-	-	1	0.5
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรมีความรู้ทาง  
คอมพิวเตอร์พอสมควร เป็นที่น่าสังเกตว่ามีจำนวนไม่น้อยที่แสดงความไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 53 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความรู้ความสามารถทางศิลปและการออกแบบ

มีความรู้ความสามารถทาง ศิลปและการออกแบบ	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	2.9	9	9.9	3	10.0	14	7.4
เห็นด้วย	52	75.4	57	62.6	18	60.0	127	66.8
ไม่เห็นด้วย	15	21.7	25	27.5	9	30.0	49	25.8
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่านักประชาสัมพันธ์  
ควรมีความรู้ความสามารถทางศิลปและการออกแบบ มีบางส่วนที่ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 54 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร เกี่ยวกับความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ว่าควรมีความสามารถในการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์

มีความสามารถในการ ประเมินผลงาน	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	18	26.1	27	29.7	15	50.0	60	31.6
เห็นด้วย	51	73.9	62	68.1	15	50.0	128	76.4
ไม่เห็นด้วย	-	-	2	2.2	-	-	2	1.1
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านักประชาสัมพันธ์ควรมีความสามารถ  
ในการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ รองลงมาตอบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีเพียงเล็กน้อยที่ตอบว่า  
ไม่เห็นด้วย



ตารางที่ 55 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารในด้านความต้องการคุณสมบัติ  
นักประชาสัมพันธ์ที่ต้องการมาก 10 อันดับ

คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์	จำนวนความถี่	ลำดับที่
จบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์	39	9
มีความคิดสร้างสรรค์ มีจินตนาการ	90	3
มีความสามารถในการวางแผน	122	1
มีบุคลิกท่าทาง เรียง มนุษย์สัมพันธ์ดี	99	2
มีความรู้และทักษะทางการสื่อสาร	73	5
มีความสามารถจัดกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์	65	6
มีความคล่องตัวในการประสานงาน	54	7
มีความรักในงานประชาสัมพันธ์	85	4
มีความสามารถในการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์	50	8
มีความสามารถในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์	23	10

ผู้บริหารในองค์กรโดยรวม ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญ ในคุณสมบัติของ  
นักประชาสัมพันธ์ ด้านความสามารถในการวางแผน มากเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่  
ความมีบุคลิกท่าทาง เรียง มนุษย์สัมพันธ์ดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีจินตนาการ มีความรักในงาน  
ประชาสัมพันธ์ และมีความรู้ทักษะทางการสื่อสารตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่าคุณสมบัติ  
ที่ผู้บริหารเห็นว่าสำคัญน้อยที่สุด คือ การจบการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์และความสามารถ  
ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

## 1.3 ภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กรรัฐบาล องค์กรเอกชน และองค์กรรัฐวิสาหกิจ (คะแนนเต็ม 5)

ภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. การทำสื่อมวลชนสัมพันธ์	3.609	1.046	3.703	0.925	3.667	1.028	3.663	0.982
2. การทำชุมชนสัมพันธ์	2.623	1.030	2.868	1.098	2.733	0.944	2.758	1.051
3. จัดทำรายงานประจำปี	3.217	1.223	2.813	1.201	3.200	1.375	3.021	1.247
4. การเขียนสุนทรพจน์	2.899	0.942	2.659	1.013	2.867	1.042	2.779	0.994
5. การจัดทำเอกสาร สิ่งพิมพ์เผยแพร่ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ	3.986	0.866	3.703	0.810	3.867	0.937	3.832	0.856
6. การจัดทำรายการวิทยุ	3.246	1.288	2.165	1.176	2.667	1.398	2.637	1.341
7. การจัดทำรายการทาง โทรทัศน์	2.812	1.088	2.165	1.267	2.733	1.202	2.489	1.229
8. การผลิตสไลด์	2.986	1.157	2.670	1.221	3.067	1.048	2.847	1.179
9. การถ่ายทำวิดีโอ	3.000	1.361	2.626	1.279	3.133	1.252	2.846	1.316
10. การให้คำแนะนำปรึกษา แก่ฝ่ายบริหาร	3.072	0.990	3.319	0.976	3.333	0.959	3.232	0.981
11. การสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้า	2.551	1.290	3.857	0.797	3.467	1.074	3.321	1.198
12. การจัดทำข่าวแจก	4.147	0.954	3.945	1.068	4.267	0.828	4.079	0.997
13. การจัดแถลงข่าว	3.667	1.010	3.418	1.155	3.667	1.184	3.547	1.110
14. การจัดแสดงนิทรรศการ ผลิตภัณฑ์	3.029	1.248	2.923	1.057	3.267	0.944	3.016	1.115



ตารางที่ 56 (ต่อ)

ภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
15. การจัดทำวารสาร								
ประชาสัมพันธ์ภายใน	3.391	1.331	2.227	1.174	3.967	0.964	3.453	1.219
16. การจัดทำจดหมายเวียน	3.159	1.232	3.187	1.064	3.233	1.165	3.184	1.138
17. การทำหน้าที่เป็นแหล่ง								
ข้อมูลของบริษัท	3.217	1.635	3.538	0.860	3.633	0.928	3.378	1.075
18. การทำรัฐสัมพันธ์	2.884	1.461	2.484	1.099	2.900	1.125	2.661	1.172
19. การทำการวางแผนโครงการ	3.377	1.261	3.538	0.992	3.733	1.048	3.481	1.034
20. การทำการสำรวจวิจัย	2.594	1.264	2.769	1.055	2.633	1.033	2.651	1.034
21. การทำหน้าที่ให้บริการ								
ติดต่อสอบถาม	4.217	0.838	3.747	0.902	4.000	0.871	3.958	0.895
22. การทำหน้าที่ประสานงาน								
กับบริษัทโฆษณา	2.406	1.180	3.363	1.091	2.967	1.351	2.953	1.240
23. การทำหน้าที่วิเคราะห์								
ประเมินผล	3.058	1.247	3.176	1.018	3.433	1.073	3.143	1.034
24. การทำหน้าที่ตรวจคัดข่าว	4.261	0.980	4.066	0.987	4.433	0.679	4.195	0.948
25. การปฏิบัติกิจกรรม								
สาธารณะประโยชน์	3.348	1.186	3.484	1.047	3.833	0.747	3.460	0.992

ภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กรรัฐบาล องค์กรเอกชน และองค์กรรัฐวิสาหกิจ ด้านการทำสื่อมวลชนสัมพันธ์ อยู่ในระดับใกล้เคียง คือ มีการปฏิบัติ ปานกลาง ค่อนข้างมาก ส่วนการทำชุมชนสัมพันธ์นั้น องค์กร 3 ประเภท มีการทำค่อนข้างน้อย ในขณะที่การจัดทำรายงานประจำปีนั้น องค์กรรัฐบาล กับองค์กรรัฐวิสาหกิจ จะมีการปฏิบัติมากกว่าองค์กรเอกชน

การเขียนสุนทรพจน์ การจัดทำรายการทางโทรทัศน์ มีการปฏิบัติค่อนข้างน้อยทั้ง 3  
องค์กร ในขณะที่การจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่ การจัดทำข่าวแจกและการจัดแถลงข่าว องค์กร  
ทั้ง 3 ประเภทมีการปฏิบัติค่อนข้างมาก

ด้านการจัดทำรายการวิทยุ นั้น องค์กรรัฐบาลมีการจัดทำมากกว่าองค์กรเอกชนและ  
องค์กรรัฐวิสาหกิจ ส่วนการผลิตสไลด์ การถ่ายทำวิดีโอและการจัดแสดงนิทรรศการผลิตภัณฑ์  
องค์กรรัฐบาลกับองค์กรรัฐวิสาหกิจมีการปฏิบัติมากกว่าองค์กรเอกชน โดยปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง  
ภาระหน้าที่ด้านการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหารและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า นั้น องค์กร  
เอกชนและองค์กรรัฐวิสาหกิจปฏิบัติค่อนข้างมาก โดยปฏิบัติมากกว่าองค์กรรัฐบาล

การจัดทำวารสารประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กรรัฐวิสาหกิจมีการจัดทำในระดับค่อนข้างสูง  
โดยปฏิบัติมากกว่าองค์กรรัฐบาลและเอกชน ในขณะที่การจัดทำจดหมายเวียน และการทำหน้าที่เป็น  
แหล่งข้อมูลของบริษัทนั้น องค์กรทั้ง 3 ประเภทมีการปฏิบัติอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ส่วนการทำ  
รัฐสัมพันธ์กับการทำการสำรวจวิจัยนั้นองค์กรทั้ง 3 มีการปฏิบัติอยู่ในระดับค่อนข้างน้อยใกล้เคียงกัน  
เป็นที่น่าสังเกตว่าการจัดทำแผนโครงการนั้น องค์กรรัฐวิสาหกิจมีการปฏิบัติมากกว่าองค์กรเอกชน  
ส่วนองค์กรเอกชนก็มีการปฏิบัติมากกว่าองค์กรรัฐบาล แต่อย่างไรก็ตามองค์กรทั้ง 3 ประเภทก็ยัง  
มีการปฏิบัติอยู่ในระดับค่อนข้างมาก สำหรับด้านการให้บริการติดต่อสอบถามนั้นองค์กรทั้ง 3 มีการ  
ปฏิบัติมาก โดยองค์กรรัฐวิสาหกิจกับองค์กรรัฐบาลให้บริการด้านนี้มากกว่าองค์กรเอกชน

การทำหน้าที่ประสานงานกับบริษัทโฆษณา นั้น องค์กรเอกชนมีการจัดทำมากกว่าองค์กร  
รัฐบาล และองค์กรรัฐวิสาหกิจ ส่วนการทำหน้าที่วิเคราะห์ประเมินผลและการจัดทำกิจกรรมสาธารณะ  
ประโยชน์นั้น องค์กรทั้ง 3 ประเภทมีการจัดทำค่อนข้างมาก โดยองค์กรรัฐวิสาหกิจและองค์กรเอกชน  
ปฏิบัติมากกว่าองค์กรรัฐบาล สำหรับภาระหน้าที่ในด้านการตรวจตัดข่าว นั้น องค์กรทั้ง 3 ประเภทมี  
การปฏิบัติมากในระดับที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 57 แสดงภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ที่แต่ละองค์กรทำมากที่สุด  
10 อันดับ

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์	ความถี่ที่ได้รับเลือกในอันดับต้น	ลำดับที่
สื่อมวลชนสัมพันธ์	72	5
การจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่	84	3
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	50	6
การจัดทำข่าวแจก	113	2
การจัดแถลงข่าว	46	7
การจัดทำวารสารประชาสัมพันธ์		
ภายใน	46	7
การทำกรวางแผนโครงการ	43	9
ทำหน้าที่ให้บริการติดต่อสอบถาม	81	4
ทำหน้าที่ตรวจคัดข่าว	116	1
การปฏิบัติกิจกรรมสาธารณะ	26	10

ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ โดยรวมแล้ว มักจะทำภาระหน้าที่ในด้าน  
การตรวจคัดข่าวมากเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ การจัดทำข่าวแจก การจัดทำ  
เอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่ การให้บริการติดต่อสอบถาม การทำสื่อมวลชนสัมพันธ์  
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การจัดแถลงข่าว การจัดทำวารสารประชาสัมพันธ์  
ภายใน การจัดทำกรวางแผนโครงการ และการปฏิบัติกิจกรรมสาธารณะ ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ประเภทขององค์กรรัฐบาล องค์กรเอกชน และองค์กรรัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างกันในด้านความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

ทำการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวน (Analysis of Varince) ซึ่งนำเสนอในตารางที่ 58

ตารางที่ 58 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณสมบัตินักประชาสัมพันธ์ ระหว่างผู้บริหารในองค์กรรัฐบาล องค์กรเอกชน และองค์กรรัฐวิสาหกิจ

ประเภทขององค์กร	$\bar{X}$	S.D.	F.Ratio
องค์กรรัฐบาล	3.0336	0.2069	
องค์กรเอกชน	3.0732	0.266	.8129
องค์กรรัฐวิสาหกิจ	3.0895	0.414	

การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อดูความแตกต่างของคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ ระหว่างผู้บริหารในองค์กรรัฐบาล องค์กรเอกชน และองค์กรรัฐวิสาหกิจ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าผู้บริหารในองค์กรทั้ง 3 ประเภท มีความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ภูมิหลังของผู้บริหารมีความแตกต่างกันในด้านความต้องการคุณสมบัติของ  
นักประชาสัมพันธ์

ทำการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of  
Varince) ซึ่งนำเสนอในตารางที่ 59

ตารางที่ 59 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของความต้องการคุณสมบัติของ  
นักประชาสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้บริหารที่มีภูมิหลังต่างกัน

ภูมิหลังของผู้บริหาร	F.Ratio
ประสบการณ์การทำงาน	4.0822 *
ระดับการศึกษา	1.1538
สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา	.9289
การศึกษาจากสถานศึกษาโดยตรง	1.8315
การเข้ารับการฝึกอบรม	2.2180
การศึกษาจากตำรา เอกสาร	2.5720
เรียนรู้จากประสบการณ์การทำงาน	.2900
การส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรม	.7973
การให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์	3.6536 *
ความคิดเกี่ยวกับฐานะของฝ่ายประชาสัมพันธ์	3.1291

หมายเหตุ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ ระหว่างกลุ่มผู้บริหารที่มีภูมิลำเนาต่างกัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 พบว่า ผู้บริหารที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน และการให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ ต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ ส่วนภูมิลำเนาของผู้บริหารในด้านอื่น ๆ นั้น ไม่มีความแตกต่างในด้านความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

ประสบการณ์การทำงานของผู้บริหาร เมื่อทดสอบโดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่า กลุ่มที่แตกต่างกัน คือ

1. กลุ่มผู้บริหารที่เคยมีประสบการณ์การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์มาก่อน จะมีความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ในระดับที่สูงกว่าผู้บริหารที่ไม่เคยมีประสบการณ์การทำงาน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 93 )

การให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร เมื่อทดสอบโดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่า กลุ่มที่แตกต่างกัน คือ

1. กลุ่มผู้บริหารที่เห็นว่างานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมาก จะมีความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ในระดับที่สูงกว่า กลุ่มที่เห็นว่างานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ

2. กลุ่มผู้บริหารที่เห็นว่างานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมาก จะมีความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับที่สูงกว่า กลุ่มที่เห็นว่างานประชาสัมพันธ์ไม่สำคัญ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 94)

สมมติฐานที่ 3 สถานภาพของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกันในด้านความต้องการ  
คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับที่แตกต่างกัน

ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of  
Varince) ซึ่งนำเสนอในตารางที่ 60

ตารางที่ 60 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ระหว่างผู้บริหารที่มีสถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ต่างกัน

สถานภาพของหน่วยงานประชาสัมพันธ์	F.Ratio
นโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์	3.8295 *
การมีแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์	.1121
การนำแผนงานประชาสัมพันธ์มาใช้ปฏิบัติ	6.9417 *
ฐานะงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร	.0208
การเข้าร่วมประชุมกับระดับนโยบาย	1.3633
จำนวนพนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์	3.1360
จำนวนโสตทัศนูปกรณ์	3.1650

หมายเหตุ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
ระหว่างผู้บริหารที่มีสถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า  
การมีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ การนำแผนงานประชาสัมพันธ์มาใช้ปฏิบัติ  
แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนสถานภาพของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในด้านอื่น ไม่มีความ  
แตกต่างกัน ในด้านความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

นโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เมื่อทดสอบโดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่า กลุ่มที่แตกต่างกัน คือ

1. องค์กรที่มีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ ระบุเป็นลายลักษณ์อักษร จะมีความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ในระดับที่สูงกว่าองค์กรที่ไม่มีนโยบายหลัก โดยเป็นที่เข้าใจกันเอง
2. องค์กรที่มีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ ระบุเป็นลายลักษณ์อักษร จะมีความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ในระดับที่สูงกว่าองค์กรที่ไม่มีนโยบายหลัก (ดูรายละเอียดในตารางที่ 95)

การนำแผนประชาสัมพันธ์มาใช้ปฏิบัติ เมื่อทดสอบโดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่ากลุ่มที่แตกต่างกัน คือ

1. องค์กรที่มีการทำแผนประชาสัมพันธ์มาใช้ปฏิบัติอย่างมาก จะมีความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับที่สูงกว่าองค์กรที่นำแผนฯ มาใช้ปฏิบัติ บ้างบางครั้ง (ดูรายละเอียดในตารางที่ 96)



สมมติฐานที่ 4 ประเภทขององค์กรรัฐบาล องค์กรเอกชน และองค์กรรัฐวิสาหกิจ  
มีความแตกต่างกันในด้านการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์

ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ ความแปรปรวน (Analysis of  
Varince) ซึ่งนำเสนอในตารางที่ 61

ตารางที่ 61 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์  
ระหว่างผู้บริหารในองค์กรรัฐบาล องค์กรเอกชน และองค์กรรัฐวิสาหกิจ

ประเภทขององค์กร	$\bar{X}$	S.D.	F.Ratio
องค์กรรัฐบาล	3.2313	0.6382	
องค์กรเอกชน	3.1807	0.6354	1.1820
องค์กรรัฐวิสาหกิจ	3.3880	0.6619	

การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อดูความแตกต่างของภาระหน้าที่ของ  
นักประชาสัมพันธ์ ระหว่าง ผู้บริหารในองค์กรรัฐบาล องค์กรเอกชน และองค์กรรัฐวิสาหกิจ  
พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าผู้บริหารใน  
องค์กรทั้ง 3 ประเภท มีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ภูมิหลังของผู้บริหาร มีความแตกต่างกันในด้านการกำหนดภาระหน้าที่ของ  
นักประชาสัมพันธ์

ทำการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of  
Varince) ซึ่งทำเสนอในตารางที่ 62

ตารางที่ 62 แสดงผลการวิเคราะห์ ความแปรปรวนของการกำหนดภาระหน้าที่ของ  
นักประชาสัมพันธ์ ระหว่างกลุ่มผู้บริหารที่มีภูมิหลังต่างกัน

ภูมิหลังของผู้บริหาร	F.Ratio
ประสบการณ์การทำงาน	4.6689 *
ระดับการศึกษา	2.0829
สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา	1.6055
การศึกษาจากสถานศึกษา โดยตรง	.9958
การเข้ารับการฝึกอบรม	15.1126 *
การศึกษาจากตำรา เอกสารต่างๆ	6.4919 *
เรียนรู้จากประสบการณ์การทำงาน	3.2790
การส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรม	18.6947 *
การให้ความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์	4.0634 *
ความคิดเกี่ยวกับฐานะของฝ่ายประชาสัมพันธ์	3.7955

หมายเหตุ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ระหว่างกลุ่มผู้บริหารที่มีภูมิลำเนาต่างกัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 พบว่า ประสิทธิภาพการทำงาน การเข้ารับการฝึกอบรม การศึกษาจากตำรา เอกสาร การส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรม และการให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ ของผู้บริหารต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ส่วนภูมิลำเนาของผู้บริหารในด้านอื่น ไม่มีความแตกต่างในด้านการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์

ประสมการณ์การทำงานของผู้บริหาร เมื่อทดสอบโดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่ากลุ่มที่แตกต่างกัน คือ

1. ผู้บริหารที่เคยเข้ารับการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ จะมีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับที่สูงกว่าผู้บริหารที่ไม่เคยเข้ารับการฝึกอบรมมา (ดูรายละเอียดในตารางที่ 98)

การหาความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยวิธีการศึกษาจากตำราเอกสารต่าง ๆ ของผู้บริหาร เมื่อทดสอบ โดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่ากลุ่มที่แตกต่างกันคือ

1. ผู้บริหารที่ทำการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ จากเอกสาร ตำราต่าง ๆ จะมีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในระดับที่สูงกว่าผู้บริหารที่ไม่เคยศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์จากเอกสารและตำราต่าง ๆ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 99)

การส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร เมื่อทดสอบโดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่ากลุ่มที่แตกต่างกัน คือ

1. ผู้บริหารที่ส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมฯ เป็นประจำ จะมีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับที่สูงกว่าผู้บริหารที่ส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมบ้างบางครั้ง

2. ผู้บริหารที่ส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมฯ เป็นประจำ จะมีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับที่สูงกว่าผู้บริหารที่ไม่เคยส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรม

3. ผู้บริหารที่ส่งพนักงาน เข้ารับการฝึกอบรมฯ บ้างบางครั้ง จะมีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในระดับสูงกว่า ผู้บริหารที่ไม่เคยส่งพนักงาน เข้ารับการฝึกอบรม (ดูรายละเอียดในตารางที่ 100)

การให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร เมื่อทดสอบโดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่า กลุ่มที่แตกต่างกัน คือ

1. ผู้บริหารที่เห็นว่างานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมาก จะมีการกำหนดภาระหน้าที่ ของนักประชาสัมพันธ์ในระดับสูงกว่า ผู้บริหารที่เห็นว่างานประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 101)

สมมติฐานที่ 6 สถานภาพของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกันในด้าน  
การกำหนดภาระหน้าที่ของ นักประชาสัมพันธ์

ทำการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of  
Varince) ซึ่งนำเสนอในตารางที่ 63

ตารางที่ 63 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์  
ระหว่างผู้บริหารที่มีสถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ต่างกัน

สถานภาพของหน่วยงานประชาสัมพันธ์	F.Ratio
นโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์	12.7445 *
การมีแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์	27.7478 *
การนำแผนงานประชาสัมพันธ์มาใช้ปฏิบัติ	16.4824 *
ฐานะงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร	13.7918 *
การเข้าร่วมประชุมกับระดับนโยบาย	10.5828 *
จำนวนพนักงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์	4.4875 *
จำนวนโสตทัศนูปกรณ์	9.1997 *

หมายเหตุ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์  
ระหว่างผู้บริหารที่มีสถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า  
สถานภาพของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร 3 ประเภทนั้น คือ การมีนโยบายหลัก  
ด้านการประชาสัมพันธ์ การมีแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ การเข้าร่วมประชุมกับระดับ  
นโยบาย จำนวนพนักงานและจำนวน โสตทัศนูปกรณ์ ของฝ่ายประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน  
มีความแตกต่างกันในด้านการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญ  
ทางสถิติ

นโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เมื่อทดสอบโดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่ากลุ่มที่มีความแตกต่างกันคือ

1. องค์กรที่มีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ระบุ เป็นลายลักษณ์อักษร จะมีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในระดับสูงกว่า องค์กรที่มีนโยบายหลักฯ โดย เป็นที่ เข้าใจกันเอง
2. องค์กรที่มีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ ระบุ เป็นลายลักษณ์อักษร จะมีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในระดับสูงกว่าองค์กรที่ไม่มีนโยบายหลักฯ
3. องค์กรที่มีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ โดย เป็นที่ เข้าใจกันเอง จะมีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับสูงกว่าองค์กรที่ไม่มีนโยบายหลัก (ดูรายละเอียดในตารางที่ 102)

การมีแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เมื่อทดสอบ โดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่ากลุ่มที่แตกต่างกัน คือ

1. องค์กรที่มีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง จะมีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับที่สูงกว่าองค์กรที่มีการวางแผนงานฯ ในบาง โอกาส
2. องค์กรที่มีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง จะมีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับที่สูงกว่าองค์กรที่ไม่มีการวางแผนงานฯ
3. องค์กรที่มีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ในบาง โอกาส จะมีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในระดับที่สูงกว่าองค์กรที่ไม่มีการวางแผนงานฯ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 103)

การนำแผนประชาสัมพันธ์มาใช้ปฏิบัติ เมื่อทดสอบโดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่ากลุ่มที่แตกต่างกัน คือ

1. องค์กรที่มีการนำแผนงานประชาสัมพันธ์มาใช้ปฏิบัติอย่างมาก จะมีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับสูงกว่าองค์กรที่นำแผนฯ มาใช้ปฏิบัติบาง โอกาส
2. องค์กรที่มีการนำแผนงานประชาสัมพันธ์มาใช้ปฏิบัติอย่างมาก มีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในระดับสูงกว่าองค์กรที่ไม่ได้นำแผนฯ มาใช้ปฏิบัติ

3. องค์กรที่มีการนำแผนงานประชาสัมพันธ์มาใช้ปฏิบัติบ้างบางครั้ง มีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับสูงกว่า องค์กรที่ไม่ได้นำแผนงานมาใช้ปฏิบัติ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 104)

ฐานงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร เมื่อทดสอบโดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่ากลุ่มที่มีความแตกต่างกัน คือ

1. องค์กรที่มีฐานงานประชาสัมพันธ์เป็นแผนกอิสระ ขึ้นตรงกับผู้บริหาร มีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับสูงกว่าองค์กรที่มีฐานงานอยู่ร่วมกับฝ่ายอื่น (ดูรายละเอียดในตารางที่ 105)

การเข้าร่วมประชุมกับระดับนโยบาย เมื่อทดสอบโดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่ากลุ่มที่มีความแตกต่างกัน คือ

1. องค์กรที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์เข้าร่วมประชุมกับระดับนโยบายทุกครั้ง มีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับสูงกว่าองค์กรที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ไม่เคยเข้าร่วมประชุมกับระดับนโยบาย

2. องค์กรที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์เข้าร่วมประชุมกับระดับนโยบายในบางโอกาส มีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในระดับสูงกว่าองค์กรที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ไม่เคยเข้าร่วมประชุมกับระดับนโยบาย (ดูรายละเอียดในตารางที่ 106)

จำนวนพนักงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กร เมื่อทดสอบโดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่ากลุ่มที่มีความแตกต่างกัน คือ

1. องค์กรที่มีพนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ 1 - 10 คน มีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับที่ต่ำกว่าองค์กรที่มีพนักงานประชาสัมพันธ์มากกว่า 31 คนขึ้นไป

2. องค์กรที่มีพนักงานประชาสัมพันธ์ 11 - 20 คน มีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับที่ต่ำกว่าองค์กรที่มีพนักงานประชาสัมพันธ์ 31 คนขึ้นไป (ดูรายละเอียดในตารางที่ 107)

จำนวนโสตทัศนูปกรณ์ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ เมื่อทดสอบโดยวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่ากลุ่มที่มีความแตกต่างกัน คือ

1. องค์กรที่มีจำนวนโสตทัศนูปกรณ์ 1 - 5 ชั้น มีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับที่ต่ำกว่าองค์กรที่มีจำนวนโสตทัศนูปกรณ์ 6 - 10 ชั้น
2. องค์กรที่มีจำนวนโสตทัศนูปกรณ์ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ 1 - 5 ชั้น มีการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในระดับต่ำกว่าองค์กรที่มีจำนวนโสตทัศนูปกรณ์ 10 ชั้นขึ้นไป (ดูรายละเอียดในตารางที่ 108)



ตอนที่ 3 แนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้บริหารในองค์กรรัฐบาล องค์กรเอกชน และองค์กรรัฐวิสาหกิจ จำนวน 190 คน ถึงแนวโน้มประชาสัมพันธ์ในองค์กร ซึ่งแสดงในตารางที่ 64

ตารางที่ 64 แสดงการวางแผนจะเพิ่มอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์

โสตทัศนูปกรณ์	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องฉายสไลด์	17	24.6	19	20.9	8	26.7	44	23.2
กล้องถ่ายภาพ	17	24.6	13	14.3	8	26.7	38	20.0
กล้องวิดีโอ	29	42.0	21	23.1	12	40.0	62	32.6
กล้องภาพยนตร์	9	13.0	6	6.6	2	6.7	17	8.9
ห้องมิดล้ง								
อัครขยายภาพ	15	21.7	15	16.5	8	26.7	38	20.0
ห้องบันทึกเสียง	28	40.0	15	16.5	5	16.7	48	25.3
เครื่องฉายภาพ								
ข้ามศีรษะ	9	13.0	4	4.4	5	16.7	18	9.5
เครื่องคอมพิวเตอร์	37	53.6	34	37.4	16	53.3	87	45.8
เครื่องรับโทรทัศน์	18	26.1	8	8.8	5	16.7	31	16.3
เครื่องเล่นวิดีโอ	22	31.9	10	11.0	7	23.3	39	20.5
เครื่องโทรสาร	7	10.1	5	5.5	6	20.0	18	9.5

การวางแผนจะเพิ่มอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ในหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร พบว่าวางแผนการเพิ่มในอัตราที่มากพอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง 45.8 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริหารตอบว่าวางแผนจะเพิ่มเครื่องคอมพิวเตอร์ รองลงมาคือ กล้องวิดีโอ ห้องบันทึกเสียง และเครื่องฉายสไลด์



2. ภาระหน้าที่ที่จะเพิ่มขึ้นของหน่วยงานประชาสัมพันธ์

ภาระหน้าที่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์จะมีหน้าที่เพิ่มขึ้นในด้านต่าง ๆ

1. กิจกรรมสาธารณประโยชน์ องค์กรประเภทต่าง ๆ จะเริ่มหันมาทำประชาสัมพันธ์ในแง่ของการทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ การให้ความช่วยเหลือกับผู้ประสบปัญหาต่าง ๆ เพื่อเป็นการตอบสนองผลประโยชน์แก่สังคม (130 คน หรือ ร้อยละ 62.4)
2. งานด้านส่งเสริมการขาย งานประชาสัมพันธ์จะค่อย ๆ เข้ามามีบทบาทในด้านของการขายสินค้ามากขึ้น โดยจะต้องทำประชาสัมพันธ์ในเชิงการตลาดเพื่อหวังผลในด้านการขายควบไปกับผลทางด้านภาพพจน์ (87 คนหรือ ร้อยละ 45.8)
3. ชุมชนสัมพันธ์ องค์กรประเภทต่าง ๆ จะเพิ่มกิจกรรมทางด้านชุมชนสัมพันธ์มากขึ้น แม้ว่าบางองค์กรจะมีการทำบ้างแล้ว แต่ก็จะปฏิบัติจริงจังมากขึ้น (103 คน หรือ ร้อยละ 54.2)
4. เป็นศูนย์กลางในการจัดระบบข่าวสารต่าง ๆ ทั้งภายในขององค์กร และข่าวสารภายนอกที่มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับองค์กร เพื่อประโยชน์ในการนำข้อมูลออกมาใช้งานในด้านการเผยแพร่ ด้านการวางแผน (62 คน หรือ ร้อยละ 32.6)
5. ทำหน้าที่ในการผลิต สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น ผลิตวิดีโอ ผลิตรายการทางวิทยุ และโทรทัศน์ ผลิตสไลด์ (60 คน หรือ ร้อยละ 31.6)
6. ทำหน้าที่ในการวางแผนงาน และโครงการ ด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งในระยะสั้นและยาวเพื่อให้กิจกรรมด้านต่าง ๆ มีความสอดคล้องซึ่งกันและกัน (49 คน หรือ ร้อยละ 25.8)
7. จัดวางระบบการประเมินผลงานโครงการประชาสัมพันธ์ ว่าจะมีวิธีการประเมินผลงานเสนอผู้บริหารอย่างไร เช่น การสำรวจ การวิเคราะห์ข่าวความสื่อประเภทต่าง (40 คน หรือ ร้อยละ 21.1)

### 3. คอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์อย่างไร

ตารางที่ 65 แสดงปริมาณคอมพิวเตอร์จะเข้ามามีบทบาทกับงานประชาสัมพันธ์

การใช้คอมพิวเตอร์ ในงาน	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พิมพ์งาน	46	66.7	62	68.1	22	73.3	130	68.4
เก็บข้อมูล	65	94.2	89	97.8	30	100	184	96.8
วิเคราะห์ข้อมูล	42	60.9	77	84.6	23	76.7	142	74.7
ออกแบบ	2	2.9	3	3.3	1	3.3	6	3.2
ติดต่อสื่อสาร	3	4.3	3	3.3	2	6.7	7	3.7

แนวโน้มในอนาคตของงานประชาสัมพันธ์นั้น คอมพิวเตอร์จะเข้ามามีบทบาทอย่างมาก ในด้านการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และพิมพ์งาน นอกจากนั้นแล้วบางหน่วยงานยังนำคอมพิวเตอร์ มาใช้ในการออกแบบด้านศิลป์ กราฟฟิกต่าง ๆ ตลอดจนใช้ประโยชน์ด้านการติดต่อสื่อสารกันระหว่าง องค์กร

#### 4. ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรใน 3 ปีข้างหน้า

ในอีก 3 ปีข้างหน้า ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในลักษณะกว้างๆ คือ

1. มีการเพิ่มจำนวนบุคลากรให้มากขึ้น (115 คน ร้อยละ 60.5)
2. เพิ่มจำนวนอุปกรณ์วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ (107 ร้อยละ 56.3)
3. เพิ่มงบประมาณของฝ่ายให้มากขึ้น (91 คน ร้อยละ 47.9)
4. ขยายและยกระดับงานประชาสัมพันธ์ให้มีฐานะดีขึ้น (69 คน ร้อยละ 36.3)
5. การขยายขอบข่ายหน้าที่การทำงานและความรับผิดชอบมากขึ้น  
(30 คน ร้อยละ 15.8)

## 5. อัตราการเพิ่มบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

ตารางที่ 66 แสดงการเพิ่มอัตราบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กรทั้ง 3 ประเภท

อัตราการเพิ่มบุคลากร	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มมาก	17	24.5	13	14.3	4	13.3	34	17.8
เพิ่มเล็กน้อย	40	58.0	64	70.3	22	73.3	126	66.3
ไม่เพิ่ม	12	17.4	14	15.4	4	13.3	30	15.8
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ในด้านการเพิ่มอัตราบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ ในองค์กรทั้ง 3 ประเภท ผู้บริหารกว่าร้อยละ 80 ตอบว่า จะมีการเพิ่มจำนวนบุคลากร โดยมีอัตราการเพิ่มในระดับที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจนถึงเพิ่มขึ้นอีกมาก มีองค์กรเพียงร้อยละ 15.8 เท่านั้น ที่ตอบว่าไม่เพิ่มจำนวนบุคลากร

6. ความคิดเห็นว่านักประชาสัมพันธ์ไม่จำเป็นต้องจบนิเทศศาสตร์

ตารางที่ 67 แสดงความคิดเห็นของผู้บริหารที่ว่านักประชาสัมพันธ์นั้นจบการศึกษาด้านใดก็ได้ไม่จำเป็นต้องจบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์หรือวารสารศาสตร์

ความคิดเห็น	องค์กรรัฐบาล		องค์กรเอกชน		องค์กรรัฐวิสาหกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	2.9	5	5.5	1	3.3	8	4.2
เห็นด้วย	25	36.2	28	30.8	4	13.3	57	30.0
ไม่เห็นด้วย	36	52.2	52	57.1	21	70.0	109	57.4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	6	8.7	6	6.6	4	13.3	16	8.4
รวม	69	100	91	100	30	100	190	100

ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภทส่วนใหญ่ ไม่เห็นด้วยที่ว่านักประชาสัมพันธ์จบสาขาใดก็ได้ ไม่จำเป็นต้องจบนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ แต่มีผู้บริหารอีกบางส่วนที่ตอบว่าเห็นด้วย ประมาณหนึ่งในสาม

กล่าวคือ ผู้บริหารที่ตอบว่าไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งนั้น เกือบทั้งหมดมักให้เหตุผลว่า ผู้ที่จบด้านนิเทศศาสตร์ และ วารสารศาสตร์ จะมีทักษะมีความสามารถ และ เข้าใจงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างถ่องแท้ และลึกซึ้งกว่าในขณะที่ผู้บริหารตอบว่าเห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า งานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่สามารถฝึกฝน ฝึกหัด ศึกษา และทำความเข้าใจภายหลังได้ ไม่จำเป็นต้องจบการศึกษาด้านนี้โดยตรง

7. นักประชาสัมพันธ์มักมีจุดอ่อนด้านใดบ้าง

จากประสบการณ์และความคิดเห็นของผู้บริหาร คิดว่านักประชาสัมพันธ์มักจะมีจุดอ่อนในเรื่องต่อไปนี้คือ

1. ขาดความละเอียดอ่อน ความรอบคอบในการทำงาน มักมองข้ามปัญหาเล็กน้อย ที่คิดว่าไม่มีความสำคัญ (86 คน หรือร้อยละ 45.3)
2. ขาดความเชื่อมั่น และกำลังใจในการทำงาน เพราะบางครั้งผู้บริหารระดับสูง มองไม่เห็นความสำคัญ (73 คน หรือร้อยละ 38.4)
3. ขาดความรู้เกี่ยวกับองค์กรที่ตนเองสังกัดอยู่อย่างจริงจัง (70 คน หรือร้อยละ 35.8)
4. ขาดความสามารถในการบริหารงาน การจัดการ และการวางแผนโครงการ (48 คน หรือร้อยละ 25.3)
5. จุดอ่อนในด้านภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ (38 คน หรือร้อยละ 20.0)
6. ขาดความรู้ในหลักการของการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง ทำให้การทำงาน ไม่เป็นไปตามหลักการที่ถูกต้อง (36 คน หรือร้อยละ 18.9)
7. มีความอดทนในงานน้อย ไม่สู้งานเท่าที่ควร (33 คนหรือร้อยละ 17.4)
8. ขาดความสามารถในด้านการพูดในที่ชุมชน (26 คน หรือร้อยละ 13.7)