

รายงานสำหรับผู้บริหาร

ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการของกรมประชาสัมพันธ์
ประจำปีงบประมาณ 2553

ตัวชี้วัดที่ 3.1.7 : ร้อยละของระดับความพึงพอใจของ
หน่วยงานเจ้าของโครงการประชาสัมพันธ์พิเศษ

ผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร. สราวุธ อนันตชาติ

คณะนิติศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พฤศจิกายน 2553

รายงานสำหรับผู้บริหาร

ความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) ที่มีต่อบริการต่างๆ นั้นมีความสำคัญและถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากต่อการดำเนินงานขององค์กรทุกประเภท ทั้งในแง่ของการช่วยรักษาฐานลูกค้าหรือผู้รับบริการเดิมให้ใช้บริการจากองค์กรต่อไป ไม่หันไปใช้บริการจากคู่แข่งหรือผู้ให้บริการรายอื่นๆ ตลอดจนมีส่วนช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานขององค์กรที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ อาทิ ช่วยแบ่งเบาค่าใช้จ่ายขององค์กรในการที่จะต้องลงทุนไปกับการหาลูกค้าหรือผู้รับบริการรายใหม่อยู่ตลอดอย่างเกินความจำเป็น ความพึงพอใจดังกล่าวยังอาจส่งผลให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีแนวโน้มที่จะซื้อหรือใช้บริการต่างๆ ขององค์กรเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย และยังช่วยส่งเสริมชื่อเสียงโดยรวมขององค์กร (Corporate Reputation) นั่นคือทำให้องค์กรเป็นที่รู้จัก ทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการ ตลอดจนบุคคลทั่วไปมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรตามไปด้วย หากความรู้สึกดังกล่าวยิ่งรึกมากขึ้นแล้ว ในระยะยาว ความพึงพอใจก็จะพัฒนาสู่การเป็นทรัพย์สินหนึ่งที่สำคัญที่สุดขององค์กร นั่นคือ คุณค่าของตราสินค้าองค์กร (Corporate Brand Equity) ในใจลูกค้าและผู้รับบริการ ตลอดจนผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ขององค์กร และจากผลประโยชน์ของความพึงพอใจที่ได้กล่าวมานี้ จึงทำให้ในหลายๆ องค์กรใช้ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัววัดความสำเร็จขององค์กร

ในฐานะที่กรมประชาสัมพันธ์ เป็นองค์กรผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานราชการต่างๆ ให้จัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์และดำเนินการอยู่เสมอ โดยในปีงบประมาณ 2553 กรมประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์พิเศษ 7 โครงการ ได้แก่

- 1) โครงการประชาสัมพันธ์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ป.ป.ส.)
- 2) โครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ของกระทรวงสาธารณสุข
- 3) โครงการประชาสัมพันธ์การประมวลหมายเลขทะเบียนรถสวยของกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ของกรมการขนส่งทางบก
- 4) โครงการประชาสัมพันธ์โครงการผลิตและเผยแพร่รายการองค์ความรู้จากราชบัณฑิตยสถาน ของราชบัณฑิตยสถาน
- 5) โครงการประชาสัมพันธ์การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดสงขลา เขต 1 แทนตำแหน่งที่ว่าง ของสำนักคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.)

6) โครงการประชาสัมพันธ์การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดมหาสารคาม เขต 1 แทนตำแหน่งที่ว่าง ของสำนักคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.)

7) โครงการประชาสัมพันธ์การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปราจีนบุรี เขต 1 แทนตำแหน่งที่ว่าง ของสำนักคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.)

ซึ่งเมื่อโครงการเหล่านี้ได้ถูกดำเนินการไปแล้วนั้น กรมประชาสัมพันธ์ก็ควรที่จะสำรวจ ประเมินความพึงพอใจของหน่วยงานที่เป็นเจ้าของโครงการประชาสัมพันธ์พิเศษว่า ผู้รับผิดชอบโครงการต่างๆ มีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด

ดังนั้น จึงเป็นที่มาของวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เพื่อประเมินระดับ ความพึงพอใจของหน่วยงานที่เป็นเจ้าของโครงการประชาสัมพันธ์พิเศษ ที่ได้โอนงบประมาณ มาให้กรมประชาสัมพันธ์จัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์และดำเนินการ ในปีงบประมาณ 2553 ทั้ง 7 โครงการดังกล่าว โดยมุ่งเน้นในประเด็นเรื่องของความพึงพอใจเกี่ยวกับ

- ก) ขั้นตอนการจัดทำโครงการฯ
- ข) แผนงานของโครงการฯ
- ค) การประสานงานในการดำเนินการโครงการฯ
- ง) ความครอบคลุมของเนื้อหาที่ถูกเผยแพร่ในกิจกรรมและ/ หรือสื่อต่างๆ ตามโครงการฯ
- จ) การรายงานผลการดำเนินงานของโครงการฯ

ระเบียบวิธีวิจัย

การประเมินผลในครั้งนี้ เป็นการวิจัยโดยใช้ทั้งวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประกอบกัน ได้แก่

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) เป็นการสอบถามและพูดคุยกับ ผู้รับผิดชอบของโครงการต่างๆ ทั้ง 7 โครงการ ในรายละเอียดถึงความคาดหวังและ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการดำเนินงานผ่านโครงการประชาสัมพันธ์พิเศษต่างๆ ของ กรมประชาสัมพันธ์

2. การวิจัยเชิงสำรวจเบื้องต้น (Exploratory Survey) เพื่อให้การวัดผลการวิจัยสามารถ นำมาประเมินในเชิงปริมาณได้ ในส่วนนี้ จึงเป็นการใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลข้างต้น ประกอบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในข้อ 1 โดยการดำเนินงานตาม ลักษณะดังกล่าวนี้เป็นการศึกษาในลักษณะการวิจัยเบื้องต้นเท่านั้น เนื่องจาก กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนไม่มากนัก

โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของการวิจัย คือ ผู้รับผิดชอบของโครงการฯ ทั้ง 7 โครงการ ซึ่งเป็นผู้รับบริการโดยตรงจากการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ จำนวนรวมทั้งหมด 15 คน โดยกลุ่มผู้รับบริการดังกล่าวเป็นทั้งผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และเป็นกลุ่มตัวอย่าง (Survey Respondents) ในการวิจัยเชิงสำรวจเบื้องต้น

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล มีความสอดคล้องกับระเบียบวิธีวิจัยที่กำหนดไว้ กล่าวคือ ประกอบด้วยเครื่องมือ 2 ประเภท ได้แก่

1. แนวคำถาม (Question Guidelines) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้รับผิดชอบของโครงการ โดยใช้คำถามในลักษณะที่มีโครงสร้างไม่ตายตัว (Semi-structured Questions) สามารถปรับเปลี่ยนและปรับลำดับคำถามได้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในการสัมภาษณ์แต่ละบุคคลเป็นสำคัญ ประกอบด้วย คำถามในประเด็น 3 หลัก คือ ก) ความคิดเห็นทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 7 ข้อ ข) ความพึงพอใจของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อการให้บริการของกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 ข้อ และ ค) มุมมองโดยรวมของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 4 ข้อ

2. แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับใช้ในการวิจัยเชิงสำรวจเบื้องต้น เป็นแบบ สอบถามที่ถูกพัฒนาขึ้นสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยคำถามรวม 15 ข้อ เพื่อวัดความพึงพอใจของผู้รับผิดชอบของโครงการ โดยใช้มาตรวัดแบบ 5 ระดับ และรวมความคาดหวังเข้าไปอยู่ในมาตรวัดความพึงพอใจด้วย เริ่มจาก 1 เท่ากับ “แย่กว่าที่คาดหวังไว้อย่างมาก” จนถึง 5 เท่ากับ “ดีกว่าที่คาดหวังไว้อย่างมาก”

ผลการประเมิน

ผู้เข้าร่วมในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 15 คน ประกอบด้วยเพศชายจำนวน 7 คน และเพศหญิงจำนวน 8 คน และมีอายุระหว่าง 38-60 ปี โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน และการศึกษาระดับปริญญาตรีอีก 3 คน นอกจากนี้ กลุ่มผู้ที่เข้าร่วมในการวิจัยมีตำแหน่งงานเป็นระดับผู้อำนวยการมากที่สุด จำนวน 6 คน รองลงมา คือ นักประชาสัมพันธ์หรือนักวิชาการ จำนวน 3 คน หัวหน้ากลุ่มหรือหัวหน้าฝ่าย และรองเลขาธิการอย่างละ 2 คน และที่เหลืออีกประเภทละ 1 คน เป็นรองผู้อำนวยการ และเลขาธิการ โดยกลุ่มตัวอย่าง 6 คน อยู่ในตำแหน่งดังกล่าวมาแล้วเป็นระยะเวลา 2 ถึง 5 ปี ขณะที่อีก 5 คน ดำรงตำแหน่งมาแล้วมากกว่า 5 ปี และอีก 4 คน อยู่ในตำแหน่งมาแล้วเป็นเวลาน้อยกว่า 2 ปี

ทั้งนี้ สามารถสรุปผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อการให้บริการของกรมประชาสัมพันธ์ แยกตามประเด็นสำคัญ 5 ประเด็น เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้ตั้งไว้ได้ ดังนี้

ขั้นตอนการจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์

สามารถแยกอธิบายความพึงพอใจของเจ้าของโครงการประชาสัมพันธ์ต่อการให้บริการของกรมประชาสัมพันธ์ ในส่วนของขั้นตอนในการจัดทำโครงการออกเป็น 2 กรณีด้วยกัน คือ กรณีแรก สำหรับโครงการที่มีการดำเนินงานร่วมกันกับกรมประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง จะเริ่มต้นตั้งแต่การวางแผนหารือ ด้วยการจัดประชุมร่วมกันระหว่างหน่วยงานเจ้าของโครงการกับกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น วิเคราะห์ปัญหาและแนวทางในการแก้ไข ตลอดจนการรายงานผลการดำเนินงานที่ผ่านมาว่า เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้หรือไม่ และมีการชี้แจงให้ทราบถึงความต้องการหรือทิศทางในการดำเนินงานของโครงการในอนาคตว่า จะให้เป็นไปในแนวทางใด หลังจากได้ข้อตกลงเบื้องต้นร่วมกัน ทางกรมประชาสัมพันธ์จะกลับไปทำแผนโครงการประชาสัมพันธ์ รวมถึงงบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงานมานำเสนอ เพื่อขออนุมัติงบประมาณจากทางเจ้าของโครงการอีกครั้งหนึ่ง

ขณะที่อีกกรณีหนึ่ง เป็นโครงการใหม่ คือทางหน่วยงานเจ้าของโครงการมีหนังสือแจ้งไปยังกรมประชาสัมพันธ์ว่า มีความประสงค์จะใช้บริการของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ โดยจะมีการระบุความต้องการต่างๆ ของตนเองลงไปก่อน เช่น ช่องทางที่จะออกอากาศ ระยะเวลาในการดำเนินงาน เนื้อหาที่ต้องการให้ทางกรมประชาสัมพันธ์จัดทำขึ้น เพื่อให้ทางกรมประชาสัมพันธ์ พิจารณาว่า ภายในงบประมาณที่จัดให้ในจำนวนที่กำหนด จะสามารถดำเนินการให้ตามที่ร้องขอได้หรือไม่ หลังจากนั้น จึงเข้าสู่กระบวนการหารือร่วมกัน เพื่อพิจารณาในเรื่องของรายละเอียดต่อไป

ซึ่งโดยทั่วไป สำหรับขั้นตอนในการจัดทำโครงการส่วนใหญ่แล้ว เจ้าของโครงการประชาสัมพันธ์มีความรู้สึก ว่า ไม่ค่อยพบปัญหาเรื่องความล่าช้าที่มากจนส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานให้เกิดความเสียหาย แต่ก็อาจจะมีบ้างในส่วนของช่วงเริ่มต้นดำเนินโครงการร่วมกันในระยะแรกๆ ซึ่งสาเหตุที่ทำให้ขั้นตอนในการจัดทำโครงการส่วนใหญ่ของกรมประชาสัมพันธ์ ต้องมีความรวดเร็วขึ้น นั้น เนื่องจากมีเรื่องของระยะเวลาเข้ามาเป็นตัวเร่ง เพราะในบางโครงการเป็นงานเร่งด่วนที่ต้องมีการทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อชี้แจงข่าวสารข้อมูล ให้ประชาชนได้รับทราบในเวลาจำกัด โดยผลการวิจัยเชิงปริมาณในเรื่องของความพึงพอใจต่อขั้นตอนในการจัดทำโครงการฯ ของกรมประชาสัมพันธ์ อยู่ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.40 จากมาตรวัด 5 ระดับ

แผนงานของโครงการประชาสัมพันธ์

แผนงานของโครงการประชาสัมพันธ์ ถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ หากมีการเตรียมการหรือกำหนดรายละเอียดที่ชัดเจน ซึ่งในการจัดทำแผนโครงการประชาสัมพันธ์ จะเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของกรมประชาสัมพันธ์ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์มาก่อน หรือในบางโครงการอาจมีการหารือร่วมกันก่อนที่จะไปจัดทำแผนงานเป็นลายลักษณ์อักษร โดยในการประชุมจะเป็นการตกลงกันในเบื้องต้นว่า ควรมีกระบวนการดำเนินงานเช่นใด ใช้ช่องทางใดในการประชาสัมพันธ์ และตัวเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อสารมีอะไรบ้าง เป็นต้น จากนั้นทางกรมประชาสัมพันธ์จึงกลับไปทำแผนงาน เพื่อนำกลับมาเสนอต่อคณะกรรมการของหน่วยงานเจ้าของโครงการ และทำการพิจารณาร่วมกันอีกครั้งหนึ่ง เพื่อหาข้อสรุปถึงความเหมาะสม และความพึงพอใจของหน่วยงานเจ้าของโครงการ

ซึ่งในส่วนของการดำเนินการดำเนินงาน มาตรฐานของแผนงานที่ทางกรมประชาสัมพันธ์นำเสนอกลับมาก็จะเป็นไปในรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน คือ เป็นลักษณะแผนงานของทางราชการ และตัวแผนเองก็แทบไม่มีความแตกต่างจากแผนเก่าที่เคยทำมาก่อน โดยส่วนใหญ่จะเป็นแผนกิจกรรมที่ระบุเกี่ยวกับกรอบของสื่อที่ใช้ในการดำเนินงาน ช่วงเวลา ความถี่ในการออกอากาศ และงบประมาณที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งนำเสนอออกมาเป็นภาพรวมในเชิงกว้าง โดยเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับแผนงานของภาคเอกชนแล้วจะมีความแตกต่างกันสูง เนื่องจากแผนงานของทางภาคเอกชนจะมีการลงรายละเอียดที่ชัดเจนกว่ามาก และจากการที่ตัวแผนงานขาดรายละเอียด ทำให้บ่อยครั้งทางเจ้าของโครงการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ ไม่สามารถตรวจสอบการดำเนินการของกรมประชาสัมพันธ์ได้ว่า ทำงานไปถึงขั้นตอนไหน มีการนำเสนอสื่อออกไปแล้วในช่วงใดบ้าง

นอกจากนี้ การจัดทำแผนงานของกรมประชาสัมพันธ์มักขาดความยืดหยุ่น เพราะแผนงานของกรมประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จะมีตารางเวลาในการออกอากาศที่แน่นอนอยู่แล้ว ดังนั้น การที่ทางหน่วยงานเจ้าของโครงการจะเข้าไปแทรกหรือขอความร่วมมืออะไรเป็นพิเศษ จึงเป็นเรื่องยาก อีกทั้งแผนงานที่กรมประชาสัมพันธ์จัดทำขึ้นมักขาดการบูรณาการ และมีความซ้ำซ้อนกับการดำเนินงานที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของโครงการปฏิบัติอยู่ ซึ่งผลการวิจัยเชิงปริมาณในเรื่องนี้ของกลุ่มเป้าหมายต่อความพึงพอใจกับแผนงานของโครงการฯ มีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 3.53 (จากมาตรวัด 5 ระดับ)

การประสานงานในการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์

ลักษณะของการติดต่อประสานงานในการดำเนินโครงการนั้นจะมีการประสานกันทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยในระดับของผู้บริหารระดับสูงจะเป็นการประสานงานกันในเชิงของนโยบายและกำหนดกรอบในการทำงานร่วมกัน ส่วนในระดับปฏิบัติงาน ก็จะเป็นการรับ

นโยบายมาดำเนินการและมีการติดต่อประสานงานกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อขับเคลื่อนให้โครงการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นนั้น เป็นผลมาจากความสะดวก รวดเร็วและความคล่องตัวในการประสานงาน โดยเฉพาะกรณีที่มีความสัมพันธ์สนิทสนมคุ้นเคย กันเป็นการส่วนตัวระหว่างผู้ประสานงานจากทางเจ้าของโครงการและผู้ประสานงานจาก กรมประชาสัมพันธ์ ทั้งในระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการ หรือหากต้องติดต่อตามระบบ ขั้นตอนของทางราชการ แม้ว่าจะมีความล่าช้าไปบ้าง แต่ก็อยู่ในลักษณะที่ยอมรับได้ เพราะเมื่อ ปฏิบัติงานร่วมกันไปสักระยะหนึ่งก็จะมีการปรับตัวให้เข้ากันได้เอง

อย่างไรก็ตาม ก็ยังพบปัญหาของการประสานงานที่ทำให้การดำเนินงานเกิดความล่าช้า ติดขัดบ้างพอสมควร เนื่องจากบางโครงการขาดผู้รับผิดชอบที่เป็นศูนย์กลางในการประสานงานที่ชัดเจน และการทำงานที่ต้องติดต่อตามขั้นตอนของทางราชการ ทำให้มีความล่าช้า เพราะต้องรอการจัดทำเอกสารหรือจดหมายเพื่อขออนุมัติ บางครั้งหากส่งเอกสาร ไปถึงในช่วงเวลาที่ไม่ได้เป็นหน้าที่รับผิดชอบของผู้ที่มีหน้าที่ประสานงานของโครงการโดยตรง ทางเจ้าหน้าที่คนอื่นก็ไม่สามารถรับเรื่องแทนได้ เพราะไม่ทราบรายละเอียดของโครงการ ทำให้ ขั้นตอนการติดตามผลของเอกสารที่ส่งไปเกิดความล่าช้ามากขึ้นไปอีก อีกทั้งบุคลากรของ กรมประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เองก็ไม่ได้มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบเฉพาะงานของโครงการแต่เพียง อย่างเดียว ยังมีงานในส่วนอื่นๆ ที่ต้องทำควบคู่กันไปด้วย บ่อยครั้งทำให้ไม่มีเวลาเข้ามาประชุม ปรึกษาหารือถึงความคืบหน้าในการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาหรือปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพ มากขึ้น

นอกจากนั้น ในส่วนการติดต่อประสานงานกันระหว่างหน่วยงานเจ้าของโครงการกับ ทางสำนักประชาสัมพันธ์เขตที่กระจายอยู่ในแต่ละภูมิภาค ยังขาดความคล่องตัวในการประสานงาน เพราะบ่อยครั้ง หากเป็นโครงการที่ต้องมีการติดต่อกันในระดับพื้นที่ ทาง กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานกลางไม่ได้มอบหมายหรือสั่งการให้มีผู้รับผิดชอบในเรื่อง นั้นๆ อย่างชัดเจน และปัญหาของการประสานงานที่พบนั้น ยังเกิดมาจากการเปลี่ยนแปลง ผู้รับผิดชอบโครงการ ทั้งการเปลี่ยนแปลงบุคลากรในระดับผู้บริหารไปจนถึงระดับปฏิบัติการ อันเป็นผลมาจากกรมประชาสัมพันธ์มักมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการทำงานอยู่เสมอ ทำให้ นโยบายในการทำงาน และอำนาจตัดสินใจในเรื่องต่างๆ มีการเปลี่ยนไปมาเช่นกัน ทำให้ บางครั้ง ผู้ปฏิบัติงานทั้งสองฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานเจ้าของโครงการหรือทาง กรมประชาสัมพันธ์เองมีความสับสนว่า ใครเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจอย่างแท้จริงใน การดำเนินงานในแต่ละโครงการ ซึ่งผลการวิจัยเชิงปริมาณในเรื่องความพึงพอใจของ กลุ่มเป้าหมายต่อการประสานงานในการดำเนินการโครงการฯ ของกรมประชาสัมพันธ์ อยู่ที่ ระดับ 3.60 จากมาตรวัด 5 ระดับ

ความครอบคลุมของเนื้อหาที่ถูกเผยแพร่ในกิจกรรมและ/ หรือสื่อต่าง ๆ ตามโครงการฯ

ในประเด็นต่อมา จากการสัมภาษณ์ข้อมูลในเชิงลึก พบว่า เจ้าของโครงการประชาสัมพันธ์ทุกรายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ดี โดยเฉพาะความถูกต้องของเนื้อหาที่ทำการเผยแพร่ผ่านทางกิจกรรมหรือสื่อในแต่ละโครงการ เนื่องจากเนื้อหาของสื่อที่ผลิตออกไปเกือบทั้งหมด ทางหน่วยงานเจ้าของโครงการจะเป็นผู้จัดเตรียมข้อมูล ทำการกำหนดประเด็นที่ต้องการจะนำเสนอส่งไปให้กับกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อให้งานที่ผลิตขึ้นมานั้นตอบสนองได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการมากที่สุด เพราะทางหน่วยงานเจ้าของโครงการจะเป็นผู้มีความรู้เฉพาะด้านในเชิงวิชาการเกี่ยวกับเรื่องที่จะทำการประชาสัมพันธ์ดีอยู่แล้ว โดยในส่วนของกรมอบหมายเนื้อหานั้น อาจมีวิธีการดำเนินงานในหลายรูปแบบ ตั้งแต่การส่งเนื้อหารายละเอียดที่เป็นข้อมูลดิบไปให้ เช่น รายละเอียดที่เป็นข้อกฎหมาย หรือบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง รายละเอียดเกี่ยวกับศัพท์เฉพาะหรือลักษณะการระบาดของโรคต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งเมื่อรับข้อมูลไปแล้วทางกรมประชาสัมพันธ์จะต้องนำไปเขียนบทรายการหรือปรับให้เหมาะสมกับช่องทางที่จะเผยแพร่ต่อไป

ในเรื่องของเนื้อหาหรือการผลิตสื่อต่าง ๆ ทางกรมประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานเจ้าของโครงการจะมีรูปแบบในการทำงานร่วมกัน คือ โดยส่วนใหญ่แล้วทางกรมประชาสัมพันธ์จะเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบความเหมาะสมของตัวสื่อก่อนนำออกเผยแพร่ ทั้งนี้ ในส่วนของการตรวจสอบความถูกต้องนั้นมักไม่มีการนำตัวสื่อมาให้เจ้าของโครงการพิจารณาก่อนการเผยแพร่ โดยเฉพาะในกรณีที่เป็นโครงการต่อเนื่อง แต่ทางเจ้าของโครงการส่วนใหญ่ก็ให้ความเข้าใจและไว้วางใจ เนื่องจากเป็นโครงการที่ทำร่วมกันมาเป็นระยะเวลาหลายปี ทำให้มีความเข้าใจในเนื้อหาที่ตนเองต้องทำ และทางกรมประชาสัมพันธ์เองก็มีความเป็นมืออาชีพด้านสื่อและการประชาสัมพันธ์เป็นต้นทุนอยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม หากมีโอกาส ทางเจ้าของโครงการก็ยังมีความต้องการอยากตรวจสอบงานก่อนนำไปเผยแพร่ เพื่อจะได้ช่วยกันพัฒนาหรือปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยสิ่งที่หน่วยงานเจ้าของโครงการบางรายมีความกังวลค่อนข้างมากก็คือ เรื่องของศิลปะในการถ่ายทอด เพราะมุมมองของบุคลากรที่อยู่ในภาครัฐกับภาคเอกชนค่อนข้างที่จะมีความแตกต่างกัน ซึ่งภาคเอกชนจะมีการผลิตสื่อที่มีความหวือหวาแบบโดนใจ แต่หากเป็นภาครัฐมักจะเน้นที่ความถูกต้องเป็นหลัก สื่อที่ทำออกมาบางครั้งจึงค่อนข้างที่จะน่าเบื่อ และไม่น่าสนใจ

โดยผลการวิจัยเชิงปริมาณเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อความครอบคลุมของเนื้อหาที่ถูกเผยแพร่ในกิจกรรมและ/ หรือสื่อต่าง ๆ ที่กำหนดตามโครงการฯ มีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 3.80 (จากมาตรวัด 5 ระดับ)

การรายงานผลการดำเนินงานของโครงการประชาสัมพันธ์

ในการรายงานผลการดำเนินงานของโครงการประชาสัมพันธ์ โดยปกติแล้ว ทางกรมประชาสัมพันธ์จะมีการจัดทำเป็นเอกสารรายงานผลการปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดโครงการส่งกลับมาให้ทางหน่วยงานเจ้าของโครงการ เพื่อชี้แจงให้ทราบถึงงบประมาณที่ใช้ไปในการดำเนินงาน และรายงานผลการปฏิบัติงานว่า ได้ปฏิบัติตามสัญญาจัดซื้อจัดจ้างที่ได้ระบุไว้หรือไม่ นอกเหนือจากนั้น ในระหว่างที่มีการดำเนินงาน ทางกรมประชาสัมพันธ์อาจจะมีการประเมินผลความก้าวหน้าของโครงการ เพื่อรายงานให้คณะกรรมการรับทราบในการประชุมตามวาระต่างๆ เช่น ได้มีการจัดกิจกรรมใดไปบ้าง การดำเนินงานอยู่ในขั้นตอนไหน ซึ่งจะเป็นการรายงานแบบกว้างๆ ไม่ได้ลงลึกในรายละเอียด แต่การประเมินความก้าวหน้าของโครงการในลักษณะนี้จะพบเพียงแค่ว่าในบางโครงการเท่านั้น โดยเจ้าของโครงการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ตามหลักการแล้ว ในการประเมินผลควรจะขึ้นอยู่กับหลักเกณฑ์ 2 ประการด้วยกัน คือ ประการแรก ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานนั้นเป็นไปตามเป้าหมายที่ทางโครงการได้ตั้งไว้หรือไม่ และประการที่สอง คือ การค้นหาจุดอ่อน เพื่อไปใช้ในการปรับปรุงการทำงานของโครงการในอนาคต ซึ่งทางกรมประชาสัมพันธ์อาจจะยังขาดความละเอียดในจุดเหล่านี้ไป แต่อย่างไรก็ตาม สำหรับกรณีที่หน่วยงานเจ้าของโครงการได้รับการจัดสรรงบประมาณในส่วนของการประเมินผลมาจากส่วนกลางด้วย ก็อาจมีการว่าจ้างทางเอกชนหรือหน่วยงานกลางเข้ามาเป็นผู้ประเมินในส่วนของการดำเนินงานด้วยอีกทางหนึ่ง

ซึ่งจากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก พบว่า โดยทั่วไปแล้ว วิธีการรายงานผลการดำเนินงานของทางกรมประชาสัมพันธ์มักจะให้ความสำคัญกับการรายงานผลในเชิงปริมาณมากกว่าเชิงคุณภาพ โดยการรายงานผลในเชิงปริมาณนั้น จะเน้นการรายงานเพียงแต่จำนวนครั้งหรือวันเวลาในการออกอากาศเท่านั้น ซึ่งการรายงานผลในส่วนนี้เป็นภาคบังคับอยู่แล้ว เพราะทางกรมประชาสัมพันธ์เมื่อรับเงินงบประมาณไป จะต้องรายงานผลให้ทางส่วนกลาง คือ สำนักนโยบายและแผนฯ ทราบว่า มีการใช้จ่ายเงินไปเป็นจำนวนเท่าใด และผลการดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งเป้าไว้หรือไม่ ดังนั้น เมื่อมีการดำเนินงานจนสิ้นสุดโครงการแล้ว สิ่งที่หน่วยงานเจ้าของโครงการส่วนใหญ่อยากให้ทางกรมประชาสัมพันธ์จัดทำเพิ่มเติมก็คือ การประเมินผลในเชิงคุณภาพ โดยทำการวัดในส่วนความพึงพอใจของผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการต่างๆ อาทิเช่น การประเมินว่า กลุ่มผู้ชมมีความพึงพอใจต่อการรับชมเนื้อหาที่น่าสนใจหรือไม่ อย่างไร เมื่อชมแล้วมีความรู้สึกรับรู้หรืออยากติดตามรายละเอียดต่อไปหรือไม่ พฤติกรรมหลังการชมสปีดโฆษณาที่น่าสนใจแล้วมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด เป็นต้น

โดยผลการวิจัยเชิงปริมาณในเรื่องดังกล่าว มีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 3.20 จากมาตรวัด 5 ระดับ ซึ่งระดับการประเมินในเรื่องของการรายงานผลการดำเนินงานของโครงการฯ นี้ ถือได้ว่า

มีค่าการประเมินต่ำที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับค่าการประเมินความพึงพอใจในประเด็นต่าง ๆ ทั้งหมด 15 ข้อ

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ของ โครงการในภาพรวม

เนื่องจากตามข้อกำหนดตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ ของกรมประชาสัมพันธ์ ในตัวชี้วัดที่ 3.1.7 เป็นเรื่องของระดับความพึงพอใจของหน่วยงานที่เป็นเจ้าของโครงการประชาสัมพันธ์พิเศษฯ ได้กำหนดเกณฑ์เป้าหมายที่เอาไว้ ที่ร้อยละ 80.0 ซึ่งเมื่อพิจารณาค่าร้อยละของระดับความพึงพอใจโดยรวมที่เจ้าของโครงการฯ ทั้ง 15 คนประเมินออกมา ก็พบว่า อยู่ที่ร้อยละ 71.6 ดังนั้น เมื่อนำผลการประเมินที่ได้มาทำการเปรียบเทียบกับเกณฑ์เป้าหมายที่ถูกกำหนดไว้ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการของกรมประชาสัมพันธ์ ก็พบว่า ค่าร้อยละที่ได้จากผลการประเมินในครั้งนี้ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดถึงร้อยละ 8.4 จึงสรุปได้ว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของหน่วยงานที่เป็นเจ้าของโครงการประชาสัมพันธ์พิเศษ ที่ได้โอนงบประมาณมาให้กรมประชาสัมพันธ์จัดทำแผน งานประชาสัมพันธ์และดำเนินการในปีงบประมาณ 2553 ไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ข้อเสนอแนะ

ข้อค้นพบต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ เพื่อให้ง่ายต่อการนำไปประยุกต์ใช้ ดังนี้

1. การปรับปรุงรูปแบบการปฏิบัติงานของกรมประชาสัมพันธ์ โดยควรปรับปรุงการบริการของกรมประชาสัมพันธ์ให้มีความรวดเร็ว ทันสมัย ฉับไว พัฒนากลไกในการทำงานให้มีความยืดหยุ่น ไม่ยึดติดกับรูปแบบของราชการที่มีความล่าช้าที่ต้องรอการอนุมัติหรือกระบวนการตัดสินใจจากหลายฝ่าย คำนึงถึงความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งเปรียบเสมือนลูกค้าของกรมประชาสัมพันธ์ เป็นหลัก เนื่องจากที่ผ่านมา การทำงานของกรมประชาสัมพันธ์มีขั้นตอนที่ซับซ้อน การดำเนินงานขาดความคล่องตัว ในขณะที่การทำงานประชาสัมพันธ์โดยปกติแล้วเป็นงานที่ต้องแข่งขันกับเวลา ในขั้นตอนของการปฏิบัติงานนั้นจึงต้องมีความรวดเร็วและยืดหยุ่นสูง

2. การพัฒนาปรับปรุงความเป็นมืออาชีพทางด้านสื่อ โดยต้องปรับปรุงช่องทางในการติดต่อประสานงานให้มีความสะดวกรวดเร็ว คล่องตัว เอาใจใส่ในการดูแลลูกค้า มีความกระตือรือร้นในการติดตามงานที่ทางเจ้าของโครงการมอบหมาย สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการวางแผนสื่อและการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์ให้ประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี โดยอาจจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจเข้ามารับผิดชอบในการดูแลผู้รับบริการแต่ละราย

เปรียบเสมือนกับตำแหน่ง ผู้บริหารงานลูกค้า หรือ Account Executive (AE) ของทางภาคเอกชน เพื่อเป็นตัวกลางในการติดต่อประสานงาน และดูแลทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ซึ่งหากทำได้จริงย่อมตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้เกินความคาดหวัง เนื่องจากปัจจุบัน ทางกรมประชาสัมพันธ์ยังใช้บุคลากรที่มีงานประจำล้นมืออยู่แล้วมารับผิดชอบภาระหน้าที่ในส่วนนี้ ดังนั้น การที่บุคลากรจะเข้ามาแสดงออกถึงความกระตือรือร้น เอาใจใส่ในงานที่ได้รับมอบหมาย หรือติดตามผลงานที่ทำร่วมกับทางหน่วยงานเจ้าของโครงการคงเป็นไปได้ค่อนข้างยาก

3. การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีทักษะและความเชี่ยวชาญในส่วนของการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ พัฒนาแนวคิดให้มีมุมมองสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่ทันสมัย ทั้งในด้านของเนื้อหาและเทคนิคในการนำเสนอ ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ ของทางราชการ หรืออาจทำการสรรหาคณะรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้ามาร่วมงานกับกรมประชาสัมพันธ์ ให้มากขึ้น เนื่องจากที่ผ่านมา ในบางครั้ง เจ้าหน้าที่ของทางกรมประชาสัมพันธ์ขาดความรู้ความเข้าใจใส่ในงานที่เป็นหน้าที่ของตน และขาดการค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม ทำให้หน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบโดยตรง อาทิเช่น การคิดประเด็นที่จะนำเสนอ การเขียนบทรายการ ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบสื่อต่างๆ ต้องตกเป็นภาระของทางหน่วยงานเจ้าของโครงการที่ต้องดำเนินการแทน

4. การติดตามเพื่อประเมินผลโครงการต่างๆ ควรรายงานผลกลับมายังทางเจ้าของโครงการให้เร็วขึ้น หรือมีการรายงานในรูปแบบของความก้าวหน้าเป็นประจำทุกเดือน เพื่อให้สามารถติดตามการดำเนินงานได้อย่างใกล้ชิดในทุกขั้นตอน ส่วนรายละเอียดในการรายงานผลต้องปรับปรุงให้มีความชัดเจน คือ มีการรายงานผลทั้งในเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ เช่น ความถี่ในการออกอากาศ จำนวนครั้งที่เผยแพร่ และพัฒนาระบบในการรายงานผลให้มีความน่าเชื่อถือ มีหลักฐานที่สามารถตรวจสอบได้ถึงความถูกต้องชัดเจน ซึ่งการประเมินผลที่ได้รับกลับมาทั้ง 2 ส่วนนี้จะจะเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย ในการนำมาใช้ปรับปรุงแผนการดำเนินงานและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้การจัดทำโครงการสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

5. การคำนึงถึงความเป็นสื่อสาธารณะ เนื่องจากปัจจุบัน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ในแต่ละโครงการมีราคาสูงขึ้นกว่าเดิมมาก ส่งผลให้ช่องทางหรือสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารถูกลดปริมาณลงไปด้วย เนื่องจากงบประมาณของเจ้าของโครงการที่โอนไปให้กับทางกรมประชาสัมพันธ์มีจำกัด แม้ว่าทางหน่วยงานเจ้าของโครงการจะมีความเข้าใจในเบื้องต้นว่า กรมประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีรายได้ เพื่อนำไปใช้บริหารจัดการภายในองค์กรของตนเอง แต่กรมประชาสัมพันธ์เองก็ไม่ควรดำเนินงานโดยมองถึงงบประมาณเป็นตัวตั้งมากนัก เพราะกรมประชาสัมพันธ์ก็อยู่ในฐานะองค์กรของรัฐที่มีสื่ออยู่ใน

กำกับและมีพันธกิจโดยตรงในการสนับสนุนภารกิจต่างๆ ของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของประชาชน

6. ความเป็นกลางทางการเมือง กรมประชาสัมพันธ์ควรวางตัวให้เป็นกลาง ด้วยการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องกับประชาชน และไม่เอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ซึ่งสิ่งนี้ถือเป็นหน้าที่และจรรยาบรรณที่สื่อมวลชนจะต้องดำรงรักษาไว้ และอาจส่งผลถึงความน่าเชื่อถือของสื่อในความดูแลของกรมประชาสัมพันธ์ ที่โครงการประชาสัมพันธ์พิเศษต่างๆ ต้องเลือกใช้ด้วย

ข้อจำกัดในการวิจัย

ข้อจำกัดในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ สามารถแบ่งตามระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

ในส่วนของการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนั้น เนื่องจากผู้รับผิดชอบโครงการประชาสัมพันธ์พิเศษ ที่ได้โอนงบประมาณมาให้กรมประชาสัมพันธ์จัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์และดำเนินการในแต่ละโครงการนั้น บางท่านมีตำแหน่งงานอยู่ในระดับสูง มีภารกิจหน้าที่การงานมาก ต้องเดินทางบ่อยครั้ง จึงทำให้การนัดสัมภาษณ์เป็นไปด้วยความลำบาก หรือระยะเวลาที่ผู้ให้สัมภาษณ์มีให้กับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกอาจไม่มากนัก หรืออาจมีงานด่วนเข้ามาในช่วงระหว่างดำเนินการสัมภาษณ์บ้าง ทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในการสัมภาษณ์ ดังนั้น จึงอาจส่งผลทำให้ข้อมูลที่ได้รับในบางประเด็นมีความไม่สมบูรณ์ครบถ้วนเท่าที่ควร

ขณะที่ข้อจำกัดของการวิจัยเชิงสำรวจเบื้องต้น เกิดมาจากขนาดของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินระดับความพึงพอใจทั้งในภาพรวม ซึ่งมาจากผู้ที่ให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีจำนวนไม่มากนัก คือ 15 คน และจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินระดับความพึงพอใจของแต่ละโครงการ ซึ่งถูกทอนจากจำนวนดังกล่าวลงไปที่ระดับโครงการ โดยแต่ละโครงการมีจำนวนระหว่าง 2 ถึง 6 คน ยิ่งเป็นจำนวนที่น้อยลงไปอีก หรือกล่าวได้ว่าเป็นแค่เพียงระดับของการศึกษาในภาพเบื้องต้น (Exploratory Study) เท่านั้น ซึ่งผู้อ่านผลการวิจัยและผู้ที่ให้นำผลการวิจัยไปใช้ต้องแปลผลการวิจัยด้วยความระมัดระวังอย่างยิ่ง