

## รูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสารของสำนักโฆษกรัฐบาล

### สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ประเทศไทย

#### Communication Mission Management Model of the Government

#### Spokesperson's Office Secretariat of the Prime Minister of Thailand

อารญา สุขหอม (Araya Sookhom)<sup>1</sup>

ชัตตชัย รัชสวัสดิ์ (Chacattrai Rayasawath)<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Doctor of Philosophy Program in Public and Private Management

Nakhon Ratchasima Rajabhat University

<sup>2</sup>อาจารย์หลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Doctor of Philosophy Program in Public and Private Management

Nakhon Ratchasima Rajabhat University

E-mail: arayasook24@gmail.com<sup>1</sup>, ch\_rayasawath@yahoo.com.th<sup>2</sup>

Received: 14 May 2024

Revised: 21 June 2024

Accepted: 21 June 2024

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานและวิเคราะห์ภารกิจสื่อสารของสำนักงานโฆษกในต่างประเทศและในประเทศไทย และเพื่อศึกษารูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสารของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ในบริบทที่เหมาะสมของประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการศึกษานี้ ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้บริหารสำนักงานโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร และการบริหารจัดการงานสื่อสาร และผู้ปฏิบัติงานภายในสำนักงานโฆษก รัฐบาล 2) กลุ่มสื่อมวลชนของประเทศไทย การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพใช้เครื่องมือแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณใช้เครื่องมือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจำแนกประเภทข้อมูล และการเปรียบเทียบข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาสภาพการดำเนินงานและวิเคราะห์ภารกิจการสื่อสารของสำนักงานโฆษกในต่างประเทศและในประเทศไทย พบว่า ภารกิจการสื่อสารของประเทศไทยมีความคล้ายคลึงกับทุกประเทศสามารถจำแนกภารกิจได้เป็นภารกิจด้านการบริหาร ด้านการข่าว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการสนับสนุนประสานงาน และด้านการจัดทำกลยุทธ์ สำหรับรูปแบบการจัดการภารกิจการสื่อสารของสำนักโฆษกสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ในบริบทที่เหมาะสมของประเทศไทย ด้านผู้ส่งสาร (s) ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ที่ประทับใจ (I) โครงสร้างที่มีสภาพคล่อง (s) ความคล่องตัว (A) การทำงานร่วมกัน (C) การประสานงาน (Co) มาตรฐานทางจริยธรรม (E) การแบ่งงานตามความถนัด (D) ระบบความเชี่ยวชาญ (S) ด้านสาร (M) ประกอบด้วย การรับรู้ (A) การสร้างความเข้าใจ (C) ด้านช่องทาง (C) ประกอบด้วย ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน Mass Media (M) การนำใช้เทคโนโลยีมาในงานสื่อสาร Tech-enabled and Tec-savvy (T) ด้านผู้รับสาร (R) ประกอบด้วย การเข้าถึง Reach (R) ) ความตระหนักในความเป็นพลเมือง Citizen (C)

**คำสำคัญ:** รูปแบบการจัดการ, การสื่อสาร, สำนักโฆษกรัฐบาล

## Abstract

The purpose of this research is to study the operating conditions and analyze the communication missions of the Spokesperson's Office abroad and in Thailand. To study the communication mission management model of the Spokesperson's Office. Secretariat of the Prime Minister in the appropriate context of Thailand Using a mixed research method both qualitative research and quantitative research The population in this study consists of 2 groups: 1) key informants, namely the executives of the Spokesperson's Office Secretariat of the Prime Minister academic group Communication specialist Communication management and the working group within the Government Spokesperson's Office 2) Thailand's media group Qualitative data collection Use the in-depth interview question tool. For collecting quantitative data, questionnaires were used. Qualitative data analysis used data analysis methods using data classification methods. and data comparison Quantitative data analysis section Descriptive statistics were used, including frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. in data analysis

The results of the study found that Conditions of operation and analysis of the communication missions of the Spokesperson's Office abroad and in Thailand found that the communication missions of Thailand It is similar to every country. The mission can be classified as Administrative missions, news, public relations Support and coordination, and strategy preparation For the communication mission management model of the Spokesperson's Office Secretariat of the Prime Minister in the appropriate context of Thailand The messenger aspect (s) includes an impressive image (I), a liquid structure (s), agility (A),

collaboration (C), coordination (Co), ethical standards (E), division of labor according to Aptitude (D) Expertise system (S) Message aspect (M) consisting of awareness (A) Understanding (C) Channel aspect (C) consisting of mass media communication channels (M) Use of technology Comes in communication work, Tech-enabled and Tec-savvy (T). The receiver side (R) consists of access to Reach (R), awareness of citizenship, and Citizen (C).

**Keywords:** Management Model, Communication, The Government Spokesperson

## บทนำ

ปัจจุบันสังคมโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ส่งผลให้รัฐบาลของประเทศต่าง ๆ ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารกับประชาชนในประเทศของตน ในห้วงเวลาของการทำงานของรัฐบาลแต่ละยุคแต่ละสมัยนั้น การนำเสนอผลงานการบริหารนโยบายต่าง ๆ ที่รัฐบาลจัดทำขึ้นจึงเป็นเรื่องสำคัญ โดยจะต้องมีการสื่อสารในวงกว้างให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลให้มากที่สุด เพื่อเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีให้แก่ประชาชน อันจะทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจและให้ความสนับสนุนต่อการพัฒนาประเทศ (พัชร ศรีสวัสดิ์เพ็ญ, 2551) การสื่อสารจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในทุกบริบทของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานราชการและรัฐบาล ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นกระบอกเสียงในการสื่อสารเรื่องราว ข้อมูลต่าง ๆ ออกสู่สาธารณะ องค์ประกอบสำคัญขององค์กรสื่อสารจากแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารของ David Berlo's SMCR Model จากหนังสือ Mass communication: A book of readings (Schramm, 1969) พบว่า การเป็นองค์กรการสื่อสารที่ดีต้องประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Messages) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และ ผู้รับสาร (Receiver)

จากการศึกษาบทบาทขององค์กรสื่อสารของรัฐบาลในประเทศต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับหน่วยงานโฆษก ซึ่งถือเป็นตัวแทนของรัฐบาล โดยมีการศึกษาองค์กรสื่อสารของประเทศต่าง ๆ จำนวน 11 ประเทศ โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ ประเทศกลุ่มที่ 1 ประเทศที่มีการปกครองระบอบประชาธิปไตย ได้แก่ เยอรมนี สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส และแอฟริกาใต้ พบว่า โฆษกรัฐบาล เป็นตำแหน่งเทียบเท่ารัฐมนตรี มีการจัดตั้งหน่วยงานกลางขึ้นมาเพื่อดูแลงานสื่อสารโดยตรง เน้นการทำงานเชิงกลยุทธ์ กลุ่มที่ 2 ประเทศที่มีการปกครองระบอบกึ่งประชาธิปไตย ได้แก่ โปแลนด์ แมกซิโก และไทย พบว่าหน่วยงานสื่อสารของประเทศจะทำงานในลักษณะเชิงกลยุทธ์ เน้นการเผยแพร่ข่าวสารด้านนโยบาย กิจกรรม และยุทธศาสตร์ของรัฐบาลและกระทรวงต่าง ๆ และประเทศกลุ่มที่ 3 ประเทศที่มีการปกครองเผด็จการ ได้แก่ จีน พบว่า หน่วยงานสื่อสารในประเทศมีการปรับตัวโดยเปิดรับสื่อใหม่ มีการจัดการการกำกับดูแล (Sanders & Canel, 2013) สำหรับสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ของประเทศไทย มีวิสัยทัศน์ “เป็นศูนย์กลางขับเคลื่อนนโยบายด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล” มีภารกิจในการแจ้งข่าวสาร

ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรัฐบาล การประชุม วาระงานประจำทำเนียบ และแจ้งข่าวสารที่สำคัญอื่น ๆ จากทำเนียบ รัฐบาล

จากความเป็นมาของปัญหาตามที่ได้นำเสนอมา จะเห็นได้ว่าภารกิจด้านการสื่อสารของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี เป็นเรื่องที่มีความสำคัญเพราะจะเป็นการสร้างการรับรู้และความเข้าใจอันดีของประชาชนที่มีต่อรัฐบาล ความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องดำเนินการศึกษารูปแบบการจัดการภารกิจการสื่อสาร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการภารกิจการสื่อสารของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ของประเทศไทย

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานและวิเคราะห์ภารกิจการสื่อสารของสำนักงานโฆษกในต่างประเทศและในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการภารกิจการสื่อสารของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ในบริบทที่เหมาะสมของประเทศไทย

## แนวคิดและทฤษฎี

### 1. แนวคิดทฤษฎีการจัดการ

#### 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ

ประเภทของรูปแบบออกเป็นประเภทต่าง ๆ เช่น Smith and others (1980) ได้แบ่งประเภทของรูปแบบเป็น 2 ประเภท ประกอบด้วย (1) รูปแบบเชิงกายภาพ จำแนกเป็น รูปแบบรูปปั้น เช่น เครื่องพ่นจำลองและรูปแบบเชิงอุปมา (2) รูปแบบเชิงสัญลักษณ์ จำแนกเป็นรูปแบบข้อความซึ่งเป็นการใช้ข้อความในการอธิบายย่อ เช่น คำพรรณนาลักษณะงาน เป็นต้น และรูปแบบทางคณิตศาสตร์ สำหรับขั้นตอนการพัฒนา รูปแบบ ประกอบด้วย (1) ศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ (2) หาคำดัชนีความต้องการจำเป็นในการพัฒนา (3) ร่างรูปแบบ ตรวจสอบความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของรูปแบบ

#### 1.2 แนวคิดทฤษฎีการจัดการองค์การสมัยใหม่

Weber (1966, p. 221) กล่าวว่า “องค์กรหรือหน่วยสังคมหรือหน่วยงานซึ่งมีกลุ่มบุคคลหนึ่งร่วมกันดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง” ทฤษฎีการบริหารมีการเปลี่ยนแปลงมาตลอดเวลาจากเดิมที่สนใจว่าองค์กรจะต้องมีแบบแผนที่แน่นอน มีวิธีการบริหารที่ชัดเจน โดยไม่สนใจคนในองค์กร แต่ในยุคมนุษยนิยมมองว่าต้องให้ความสำคัญกับคน แต่ทั้ง 2 ยุคก็ยังสนใจปัจจัยภายในจนมาถึงยุคสมัยใหม่ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ส่วนยุคหลังทันสมัยซึ่งเป็นยุคข้อมูล ข่าวสาร องค์กรจะต้องสนใจข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น เราจะพบว่าในปัจจุบันองค์กรแต่ละองค์กรก็อาจจะมี หลักการบริหาร รวมทั้งการจัดองค์การแตกต่างกัน ตามปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1.3 การปรับรูปแบบ FASTER Government

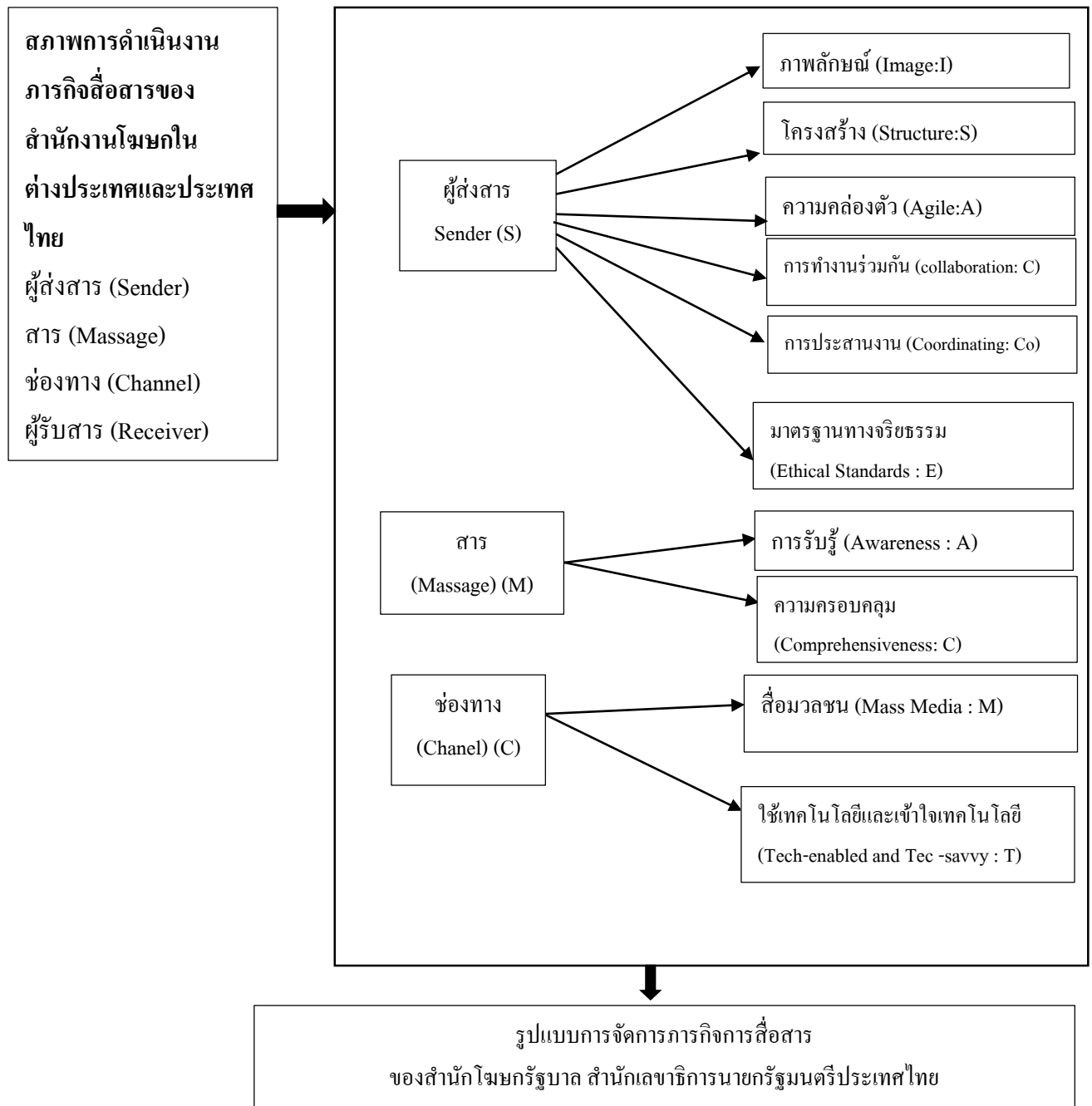
ศาสตราจารย์ Rosabeth Moss Kantor แห่ง Harvard Business School ได้พูดถึงองค์กรที่มีขีดความสามารถ ในการแข่งขัน สามารถเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงได้ดีไว้ในหนังสือ “When Giants Learn to Dance” ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1984 ว่าองค์กรแบบนี้จะต้องมีคุณลักษณะ 4 ประการ เรียกว่า 4Fs ดังต่อไปนี้ Fast รวดเร็ว Flexible มีการค้นหาแนวทางพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง Focused มีการลงทุนในทักษะและสมรรถนะหลักและแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ Friendly มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและคู่ค้า นอกจากนี้ยังเพิ่มได้ให้ความสำคัญกับ “การใช้กลยุทธ์ด้านคน” โดยเพิ่ม F ตัวที่ห้า คือ Fun โดยระบุว่า “ความสนุก” เป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมให้พนักงานสร้างคุณค่า นอกจากให้กับองค์กร นอกจากนี้ 4Fs ยังนำไปสู่แนวคิดการปรับตัวขององค์กรภาครัฐ โดยใช้แนวคิด FAST ในการบริหารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและพัฒนาสู่ FASTER Government

## 2. แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร

แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร SMCR ของเดวิท เค เบอร์โล จากหนังสือ Mass Communication a book of reading ได้พิมพ์ตำราชื่อ The Process of Communication ในทศวรรษที่ 1960 โดยอธิบายถึงคุณลักษณะและปัจจัยในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งแบบจำลองการสื่อสารของ เดวิท เค เบอร์โล ได้แสดงถึงองค์ประกอบการสื่อสารคือ 1) ผู้ส่งสาร (Sender) ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลที่ส่งหรือถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร 2) สาร (Message) สาร ได้แก่ ผลผลิต (Output) 3) ช่องสาร (Channel) ได้แก่ ช่องทางหรือตัวกลางที่ใช้ในการส่งหรือถ่ายทอดสาร และ 4) ผู้รับสาร (Receiver) ได้แก่ บุคคลที่เป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสาร

### กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร SMCR ของเดวิท เค เบอร์โล จากหนังสือ Mass Communication a book of reading ได้พิมพ์ตำราชื่อ The Process of Communication ในทศวรรษที่ 1960 โดยอธิบายถึงคุณลักษณะและปัจจัยในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งแบบจำลองการสื่อสารของ เดวิท เค เบอร์โล ได้แสดงถึงองค์ประกอบการสื่อสารคือ 1) ผู้ส่งสาร (Sender) ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลที่ส่งหรือถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร 2) สาร (Message) สาร ได้แก่ ผลผลิต (Output) 3) ช่องสาร (Channel) ได้แก่ ช่องทางหรือตัวกลางที่ใช้ในการส่งหรือถ่ายทอดสาร และ 4) ผู้รับสาร (Receiver) ได้แก่ บุคคลที่เป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารและจากการวิเคราะห์ตัวแปรการจัดการภารกิจสื่อสารของสำนักงานโฆษกใน 3 กลุ่มประเทศ (ตาราง 2.9) โดยมีรายละเอียดของตัวแปรดังต่อไปนี้ (Sanders & Canel, 2013) ผู้ส่งสาร (Sender) ประกอบด้วย Image , Structure, Agile, collaboration, Coordinate, Ethical Standards สาร (Message) ประกอบด้วย Awareness, Comprehensiveness ช่องสาร (Channel) ประกอบด้วย Mass Media, Tech-enabled and Tec-savvy และผู้รับสาร (Receiver) ประกอบด้วย Reach, Citizen



## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

### 1. ประชากร กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้บริหารสำนักงานโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร และด้านการบริหารจัดการงานสื่อสาร และผู้ปฏิบัติงานภายในสำนักงานโฆษกรัฐบาล 2) กลุ่มสื่อมวลชนของประเทศไทย

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้ 1) ทบทวนวรรณกรรมทั้งในส่วนที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) กำหนดประเด็นสำคัญจากการทบทวนวรรณกรรม จากนั้นนำมาจัดทำเป็นร่างแนวคำถามและร่างแบบสอบถามสำหรับนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3) นำร่างแนวคำถามและร่างแบบสอบถามที่ได้ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และให้ข้อเสนอแนะในการปรับแก้ไข 4) นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับร่างแนวคำถามและแบบสอบถามให้มีความตรงเชิงเนื้อหา และมีความครบถ้วนสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ จากนั้นในส่วนของการแบบสอบถามนำไปโดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา ปรากฏว่าข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์มีค่าดัชนีความสอดคล้อง 1.00 5) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้ว ไปทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในส่วนของผู้สื่อข่าวที่รับข้อมูลข่าวสารจากโฆษกกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และนำมาคำนวณหาความเชื่อมั่นด้วยวิธีการค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ได้ค่า Alpha .946 โดยข้อคำถามรายข้อ ไม่มีค่า Alpha if Item Deleted สูงกว่าค่า Alpha รวม และ 7) นำแนวคำถามและแบบสอบถามที่ปรับแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญและประชากร

## 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจำแนกประเภทข้อมูล (Typological analysis) และการเปรียบเทียบข้อมูล (Comparative analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล

## ผลการวิจัย

### 1. สภาพการดำเนินงาน และภารกิจการสื่อสารของสำนักงานโฆษกในต่างประเทศและในประเทศไทย

#### 1.1 สภาพการดำเนินงานของสำนักงานโฆษกในต่างประเทศ และในประเทศไทย

ด้านผู้ส่งสาร (Sender) พบว่า สภาพการดำเนินงานด้านผู้ส่งสารของสำนักงานโฆษกในประเทศไทย มีความคล้ายคลึงกับในทุกประเทศที่ทำการศึกษา แต่มีประเด็นที่แตกต่างกัน ดังนี้

1) ประเทศไทยยังไม่มีการจัดตั้งหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการสื่อสารเข้าร่วมดำเนินงานกับสำนักโฆษก

2) ขาดฝ่ายงานหรือผู้ประสานงานระหว่างสื่อส่วนกลางและสื่อระดับท้องถิ่น ในการนำเสนอข่าวสารของรัฐบาลให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นได้ทราบโดยตรง



ทั้งนี้ ในประเทศอื่น ๆ ที่ทำการศึกษาจะมีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลด้านการสื่อสาร และบางประเทศมีการตั้งหน่วยงานเสริมโดยใช้บุคคลหรือองค์กรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเข้ามาดำเนินการในเรื่องนี้ สภาพการดำเนินงานที่ปรากฏเป็นการนำเสนอผลการดำเนินงาน และนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล มีการวิเคราะห์ข่าว และประสานงานกับสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ การดำเนินงานทั้งหมดอยู่ภายใต้การดูแลของนายกรัฐมนตรี หรือประธานาธิบดี มีการแบ่งฝ่ายงานที่ชัดเจนตามบทบาทและภารกิจ ผู้บริหารสูงสุดของสำนักงานโฆษกจะถูกแต่งตั้งโดย นายกรัฐมนตรี หรือประธานาธิบดี

**ด้านสาร (Message)** พบว่า สภาพการดำเนินงานด้านสารของสำนักงานโฆษกในประเทศไทย มีความคล้ายคลึงกับในทุกประเทศที่ทำการศึกษา แต่มีประเด็นที่แตกต่างกัน ดังนี้

1) ประเทศไทยยังขาดการสร้างสารเพื่อสื่อสารในระดับท้องถิ่นโดยตรง

ทั้งนี้ ในทุกประเทศที่ทำการศึกษาจะมีการจัดทำสารเพื่อนำเสนอ นโยบาย กิจกรรม และยุทธศาสตร์ของรัฐบาลและกระทรวงต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชน และต่างประเทศได้รับทราบ บางประเทศมีการจัดทำสารเพื่อแจกจ่ายให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งในบางครั้งผู้นำสูงสุดของประเทศจะลงไปพบและแจกจ่ายเอกสารให้แก่ประชาชนด้วยตนเอง

**ด้านช่องทาง (Channel)** พบว่า สภาพการดำเนินงานด้านช่องทางของสำนักงานโฆษกในประเทศไทย มีความคล้ายคลึงกับในทุกประเทศที่ทำการศึกษา และไม่มีประเด็นที่มีความแตกต่างกัน

ทั้งนี้ ในทุกประเทศที่ทำการศึกษาจะมีการจัดการช่องทางการสื่อสารที่มีความหลากหลายเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสาร ได้ครอบคลุมและทั่วถึง อาทิ ช่องทางการสื่อสารแบบ Mass Media, ช่องทางสื่อออนไลน์, ช่องทางสื่อท้องถิ่น และมีการสร้างแพลตฟอร์มใหม่ในการนำเสนอข่าวสาร

**ด้านผู้รับสาร (Receiver)** พบว่า สภาพการดำเนินงานด้านผู้รับสารของสำนักงานโฆษกในประเทศไทย มีความคล้ายคลึงกับในทุกประเทศที่ทำการศึกษา และไม่มีประเด็นที่มีความแตกต่างกัน

ทั้งนี้ ในทุกประเทศที่ทำการศึกษาจะมีการจัดการด้านผู้รับสาร ด้วยการทำให้ข่าวสารเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม และประชาชนสามารถเลือกรับรู้ข่าวสารเฉพาะที่ตนเองสนใจ โดยมีการออกกฎหมายคุ้มครองเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน และประชาชน รวมถึงการสร้างความเป็นกลุ่มพลเมือง (Citizen) ของประชาชนในด้านการคิดเห็น การสนับสนุน และยอมรับรัฐบาลในการทำงานบริหารประเทศ

## 1.2 การกิจการสื่อสารของสำนักงานโฆษกในต่างประเทศและในประเทศไทย

การกิจการสื่อสารของสำนักงานโฆษกทั้งไทยและในต่างประเทศที่ทำการศึกษา มีความคล้ายคลึงกัน โดยจำแนกภารกิจได้ดังนี้

- 1) ภารกิจด้านการบริหาร
- 2) ภารกิจด้านการข่าว
- 3) ภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์



4) การกิจด้านการสนับสนุนประสานงาน

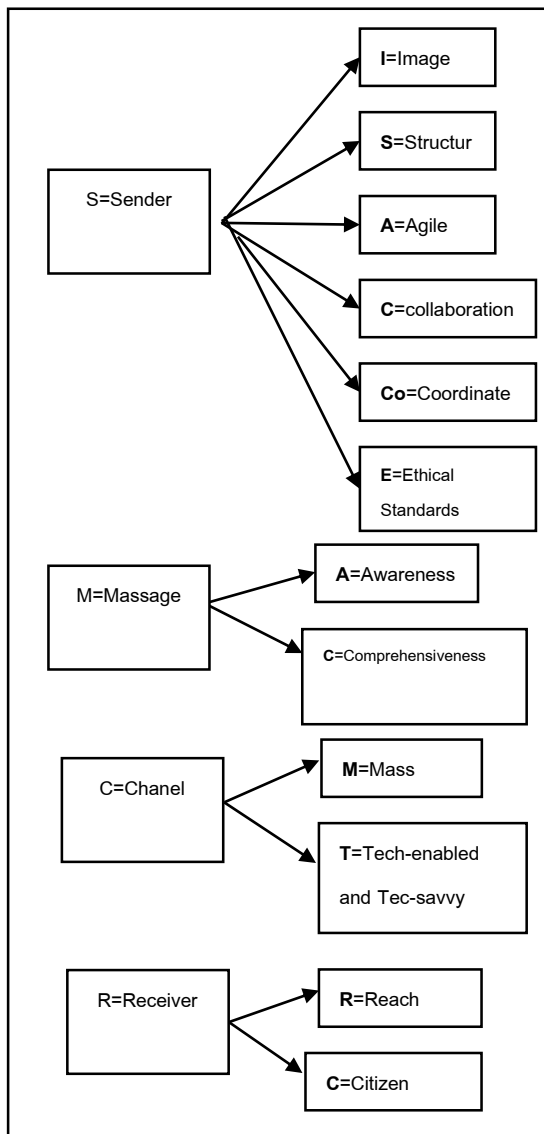
5) การกิจด้านการจัดทำกลยุทธ์

การกิจในทุกการกิจจะถูกจัดให้อยู่ในฝ่ายงานที่เหมาะสม และมีภารกิจหน้าที่ชัดเจนในการดำเนินงาน โดยจำนวนฝ่ายงานที่ตั้งขึ้นในแต่ละประเทศ มีความแตกต่างกัน แต่การกิจมีความคล้ายคลึงกัน กลุ่มประเทศที่ปกครองระบอบประชาธิปไตย จะมีอิสระในการดำเนินการการกิจด้านการสื่อสารได้อย่างคล่องตัว และมีฝ่ายงานในการดำเนินการที่สะดวก ประกอบด้วย สวีเดน เยอรมนี สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส สเปน แอฟริกาใต้ และประเทศไทย ส่วนประเทศปกครองระบอบกึ่งประชาธิปไตย มีความเป็นอิสระในการดำเนินการกิจ แต่มีบทบาทเพิ่มในการประชาสัมพันธ์ผลงานให้แก่คณะรัฐมนตรีทุกคน ประกอบด้วย โปแลนด์ สาธารณรัฐเม็กซิโก ส่วนประเทศที่ปกครองระบอบเผด็จการ จะมีระบบรวมศูนย์อำนาจหน่วยงานในทุกระดับของรัฐบาล มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการสื่อสารให้รัฐบาล โดยมีการกำกับดูแลจากรัฐบาลอย่างเคร่งครัด คือ ประเทศจีน

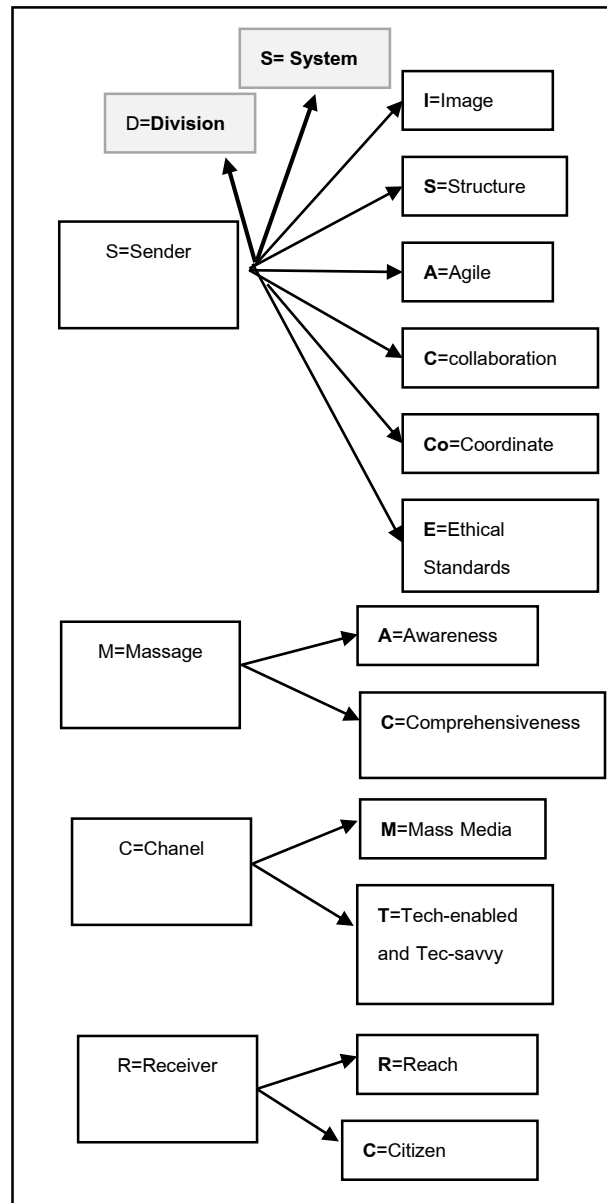
สำหรับสำนักโฆษกของประเทศไทย ได้ให้ความสำคัญกับการจัดการภาพลักษณ์ เน้นให้มีการเผยแพร่ข้อมูลเชิงบวกของนายกรัฐมนตรีและคณะรัฐบาล และพยายามปรับบทบาทในการดำเนินงานให้รวดเร็ว นำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ทันสมัย รวมทั้งยังมีการนำผู้ที่มีความรู้ความสามารถและชื่อเสียง เข้ามาช่วยในการบริหาร ทำให้ภาพลักษณ์ของสำนักโฆษกมีความน่าเชื่อถือ ด้านโครงสร้าง สำนักงานโฆษกอยู่ภายใต้สำนักนายกรัฐมนตรี ดูแลการสื่อสารของนายกและรัฐมนตรีประจำสำนักฯ หน่วยงานในส่วนงานสื่อสารแบ่งเป็น ฝ่ายบริหารทั่วไป ฝ่ายวิเคราะห์ข่าว และฝ่ายประชาสัมพันธ์ โดยสามารถดำเนินการได้เบ็ดเสร็จภายในหน่วยงาน จึงทำให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้การที่มีความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานภายนอก และการทำงานร่วมกันกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ของกระทรวงต่าง ๆ และสื่อมวลชนทุกแขนง จึงทำให้การเผยแพร่ข่าวสารถึงประชาชนทำได้สะดวกและรวดเร็ว

ทั้งนี้ ในด้านผู้ส่งสาร การศึกษาในประเทศไทยมีตัวแปรที่ค้นพบเพิ่มเติมจากตัวแปรที่ได้จากการศึกษาในสำนักโฆษกของต่างประเทศ คือ D = Division of work เนื่องจากตามโครงสร้างสำนักโฆษกของประเทศไทยขึ้นตรงกับสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้น การดำเนินงานยังคงเป็นรูปแบบราชการ มีการแบ่งฝ่ายงานตามการกิจ ประกอบด้วย ฝ่ายบริหารทั่วไป ฝ่ายวิเคราะห์ข่าว และฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งแต่ละฝ่ายจะทำหน้าที่สอดคล้องประสานกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ในเรื่องการสร้าง ความเข้าใจให้แก่ประชาชนทั้งชาวไทยและต่างชาติเกี่ยวกับการทำงาน of รัฐบาล การประชาสัมพันธ์ และรณรงค์โครงการเร่งด่วนของรัฐบาล การรณรงค์เพื่อปลูกจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อผล ประโยชน์สูงสุดของประเทศ และ S= System เป็นการปรับปรุงระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ แสวงหาผู้เชี่ยวชาญเข้ามาดำรงตำแหน่งที่ปรึกษาสำนักโฆษก และปรับระบบการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้เป็นแบบเรียลไทม์ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว ดังนี้

## ต่างประเทศ



## ประเทศไทย



ภาพที่ 1 การจัดการภารกิจสื่อสารของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรีในบริบทที่เหมาะสมของประเทศไทย

## 2. รูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสารของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ในบริบทที่เหมาะสมของประเทศไทย

รูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสารของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ในบริบทที่เหมาะสมของประเทศไทย สามารถนำภารกิจมาเชื่อมโยงกับฝ่ายงานในสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ของประเทศไทย เพื่อให้เห็นรูปแบบการจัดการภารกิจได้ดังนี้

1) ด้านผู้ส่งสาร เป็นภารกิจที่เกี่ยวข้องกับ ผู้อำนวยการ, ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์, ฝ่ายบริหารทั่วไป, กลุ่มประชาสัมพันธ์และเผยแพร่, กลุ่มวิเทศสัมพันธ์, กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล, กลุ่มสื่อมวลชนสัมพันธ์, กลุ่มผลิตสื่อและเทคโนโลยี และกลุ่มสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ สรุปได้ดังนี้

(1) รูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสาร ภาพลักษณ์ (Image) มีความสอดคล้องกับ โครงสร้างองค์กร ได้แก่ ผู้อำนวยการ กลุ่มงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ กลุ่มวิเทศสัมพันธ์ และกลุ่ม สื่อสารเชิงยุทธศาสตร์

(2) รูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสาร โครงสร้างที่มีสภาพคล่อง (s) มีความสอดคล้อง กับโครงสร้างองค์กร ได้แก่ ฝ่ายบริหารงานทั่วไป กลุ่มวิเทศสัมพันธ์ กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล กลุ่มสื่อมวลชนสัมพันธ์ กลุ่มผลิตสื่อและเทคโนโลยี และกลุ่มสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์

(3) รูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสาร ภารกิจความคล่องตัว (A) มีความสอดคล้องกับ โครงสร้างองค์กร ได้แก่ ผู้อำนวยการ

(4) รูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสาร การทำงานร่วมกัน (C) มีความสอดคล้องกับ โครงสร้างองค์กร ได้แก่ กลุ่มงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ และกลุ่มสื่อมวลชนสัมพันธ์

(5) รูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสาร การประสานงาน (Co) มีความสอดคล้องกับ โครงสร้างองค์กร ได้แก่ กลุ่มงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ และกลุ่มสื่อมวลชนสัมพันธ์

(6) รูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสารมาตรฐานทางจริยธรรม (E) มีความสอดคล้องกับ โครงสร้างองค์กร ได้แก่ กลุ่มงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล และ กลุ่มสื่อมวลชนสัมพันธ์

(7) รูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสารการแบ่งงานตามความถนัด (D) มีความสอดคล้อง กับโครงสร้างองค์กร ได้แก่ ผู้อำนวยการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ฝ่ายบริหารงานทั่วไป กลุ่ม ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ กลุ่มวิเทศสัมพันธ์ กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล กลุ่มสื่อมวลชนสัมพันธ์ กลุ่มผลิตสื่อและเทคโนโลยี และกลุ่มสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์

(8) รูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสารระบบความเชี่ยวชาญ (S) มีความสอดคล้องกับ โครงสร้างองค์กร ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ และกลุ่มสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์

2) ด้านสาร เป็นภารกิจที่เกี่ยวข้องกับ กลุ่มประชาสัมพันธ์ เผยแพร่กลุ่มวิเทศสัมพันธ์ กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล กลุ่มสื่อมวลชนสัมพันธ์ กลุ่มผลิตสื่อและเทคโนโลยี และกลุ่มสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์สรุปได้ดังนี้

(1) รูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสารการรับรู้ (A) ความสอดคล้องกับโครงสร้างองค์กร ได้แก่ กลุ่มประชาสัมพันธ์ เผยแพร่กลุ่มวิเทศสัมพันธ์ กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล กลุ่มสื่อมวลชน สัมพันธ์ กลุ่มผลิตสื่อและเทคโนโลยี และกลุ่มสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์

(2) รูปแบบการจัดการภารกิจการสื่อสารการสร้างความเข้าใจ (C) ความสอดคล้องกับโครงสร้างองค์กร ได้แก่ กลุ่มประชาสัมพันธ์ กลุ่มสื่อมวลชนสัมพันธ์ กลุ่มผลิตสื่อและเทคโนโลยี และกลุ่มสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์

3) ด้านช่องทาง เป็นภารกิจที่เกี่ยวข้องกับ กลุ่มสื่อมวลชนสัมพันธ์ กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล และกลุ่มผลิตสื่อและเทคโนโลยี สรุปได้ดังนี้

(1) รูปแบบการจัดการภารกิจการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน (M) มีความสอดคล้องกับโครงสร้างองค์กร ได้แก่ กลุ่มสื่อมวลชนสัมพันธ์ กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล และกลุ่มผลิตสื่อและเทคโนโลยี

(2) รูปแบบการจัดการภารกิจการสื่อสารการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสื่อสาร (T) มีความสอดคล้องกับโครงสร้างองค์กร ได้แก่ กลุ่มสื่อมวลชนสัมพันธ์ กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล และกลุ่มผลิตสื่อและเทคโนโลยี

4) ด้านผู้รับสาร เป็นภารกิจที่เกี่ยวข้องกับ กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล กลุ่มผลิตสื่อและเทคโนโลยี และกลุ่มสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ สรุปได้ดังนี้

(1) รูปแบบการจัดการภารกิจการเข้าถึง (R) มีความสอดคล้องกับโครงสร้างองค์กร ได้แก่ กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล กลุ่มผลิตสื่อและเทคโนโลยี และกลุ่มสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์

(2) รูปแบบการจัดการภารกิจความตระหนักในความเป็นพลเมือง (C) มีความสอดคล้องกับโครงสร้างองค์กร ได้แก่ กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล กลุ่มผลิตสื่อและเทคโนโลยี และกลุ่มสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์

## อภิปรายผล

1. สภาพการดำเนินงานภารกิจการสื่อสารของสำนักงานโฆษกในต่างประเทศและในประเทศไทย ด้านผู้ส่งสาร ที่ผลการศึกษาพบว่า ทุกประเทศได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารของรัฐบาล โดยได้มีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลรับผิดชอบสอดคล้องกับการศึกษาของศิริเพ็ญ วิจิรัชญา (2560) เรื่อง รูปแบบการสื่อสารที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของภัทริรา ชีรสวัสดิ์ (2562) เรื่อง รูปแบบการจัดการสื่อสารเพื่อสร้างความยั่งยืนของกิจการเพื่อสังคมไทย นอกจากนี้ผลการศึกษาดังกล่าวยังแตกต่างจากการศึกษาของรัชนก เชื้อแพทย์ (2563) เรื่อง รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่าการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ เป็นการสื่อสารที่ใช้ทั้งรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับการกำหนดโครงสร้างของหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบด้านการสื่อสารหรือตัวผู้ส่งสารมากนัก ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากสำนักงานโฆษกทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เป็นหน่วยงานภาครัฐ จึงมีการกำหนดโครงสร้างองค์กรและภารกิจหน้าที่ขององค์กรที่เป็นผู้ส่งสารไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้การดำเนินภารกิจด้านการสื่อสาร อาทิ การนำเสนอผลงานและนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล เป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับการดำเนินภารกิจด้านการสื่อสารของบริษัท

A ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการดำเนินภารกิจด้านการสื่อสารของกิจการเพื่อสังคมไทย ที่จะต้องนำเสนอผลงานและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท/ กิจการเพื่อสังคมไทย แต่กรณีของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการสื่อสารภายในองค์กร ทำให้ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมืองค์กรที่ชัดเจนเพื่อดำเนินภารกิจดังกล่าวนี้ เพียงแต่การสื่อสารในแต่ละครั้งหรือในแต่ละเรื่องจะต้องมีการกำหนดตัวบุคคลหรือส่วนงานที่เป็นเจ้าภาพในการสื่อสารภายในองค์กรให้ชัดเจน

2. สภาพการดำเนินงานภารกิจสื่อสารของสำนักงานโฆษกในต่างประเทศและในประเทศไทย ด้านสาร ที่ผลการศึกษาพบว่า ทุกประเทศมีการจัดทำสาร เพื่อนำเสนอนโยบาย กิจกรรม และยุทธศาสตร์ของรัฐบาลและกระทรวงต่าง ๆ โดยมีการเผยแพร่จากส่วนกลางผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของภัทธรา ชีรสวัสดิ์ (2562) เรื่อง รูปแบบการจัดการสื่อสารเพื่อสร้างความยั่งยืนของกิจการเพื่อสังคมไทยสอดคล้องกับการศึกษาของณฐอร กิริติลาภิน (2560) เรื่อง รูปแบบและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษาโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) สอดคล้องกับการศึกษาของจิตรปิติ จูติมนตรี (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการทางสื่อสารใน 3 โครงการหลักของสำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารของทั้งสำนักงานโฆษกทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ กิจการเพื่อสังคมไทย โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) และสำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ เป็นกลุ่มที่ใกล้เคียงกัน คือ กลุ่มประชาชน/ กลุ่มผู้รับบริการ ดังนั้น การทำให้ตัวสารมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ มีความน่าสนใจ และสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายประชาชน/ กลุ่มผู้รับบริการได้อย่างทั่วถึง

3. สภาพการดำเนินงานภารกิจสื่อสารของสำนักงานโฆษกในต่างประเทศและในประเทศไทย ด้านช่องทาง ที่ผลการศึกษาพบว่า สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรีมีสภาพการดำเนินงานด้านช่องทางได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับการศึกษาของภัทธรา ชีรสวัสดิ์ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการสื่อสารเพื่อสร้างความยั่งยืนของกิจการเพื่อสังคมไทย สอดคล้องกับการศึกษาของณฐอร กิริติลาภิน (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษาโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) สอดคล้องกับการศึกษาของศิริเพ็ญ วินิจรักษา (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษาบริษัท A ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากในการสื่อสารของทั้งสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี กิจการเพื่อสังคมไทย โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นการสื่อสารที่มุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรให้แก่กลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก ดังนั้น ในกระบวนการสื่อสารจึงเน้นช่องทางที่หลากหลาย รวมไปถึงการนำเอาช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่เข้ามาใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร อาทิ เว็บไซต์ และเฟสบุ๊ก ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็ว ตรงกลุ่มเป้าหมาย และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ สามารถทำได้โดยสะดวก ส่วนการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้น เป็นการสื่อสารที่มีความหลากหลาย ทั้งในเรื่องการปฏิบัติงานของแผนกต่าง ๆ การประสานงานระหว่างส่วนงานภายในบริษัท การแจ้งข้อมูลข่าวสาร ประกาศ รวมถึงกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ฯลฯ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย และเหมาะสมกับชนิดของสารและกลุ่มเป้าหมาย จึงจะทำให้ค่าเฉลี่ยของประสิทธิภาพด้านช่องทางการสื่อสารดีขึ้น

4. สภาพการดำเนินงานภารกิจสื่อสารของสำนักงานโฆษกในต่างประเทศและในประเทศไทย ด้านผู้รับสาร ที่ผลการศึกษาพบว่า สำนักงานโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี มีสภาพการดำเนินงานด้านผู้รับสารได้ดีที่สุดในเรื่อง การเข้าถึง (Reach (R)) ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารสำคัญในทุกช่วงเวลา สอดคล้องกับการศึกษาของภัทริรา ชีรสวัสดิ์ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการสื่อสารเพื่อสร้างความยั่งยืนของกิจการเพื่อสังคมไทย สอดคล้องกับการศึกษาของศุภกิจ ภาวิไล, ร.ท., รรินทร์ วสุนันต์ และอาภาวดี นันตริ (2560) เรื่อง ภาพลักษณ์กระทรวงกลาโหมในทัศนคติของบุคลากรสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างไปจากการศึกษาของรัชนก เชื้อแพทย์ (2563) เรื่อง รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่า องค์ประกอบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผู้รับสาร มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากประชาชน/ กลุ่มผู้รับบริการของทั้งสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี กิจการเพื่อสังคมไทย โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถเข้าถึงและใช้งานช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายของทุกหน่วยงานได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วน ในระยะเวลาอันรวดเร็ว รวมทั้งยังมีความเข้าใจในเรื่องที่หน่วยงาน/ บุคคล ที่เป็นผู้ส่งสารต้องการสื่อสารออกไป ส่วนการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้น ตัวสารจะเป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะเป็นทางการ และไม่ดึงดูดใจต่อผู้รับสารมากนัก อาทิ เรื่อง การปฏิบัติงานของแผนกต่าง ๆ การแจ้งข้อมูลข่าวสาร ประกาศ รวมถึงกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ของบริษัท ดังนั้น จึงทำให้ผู้รับสารไม่ค่อยให้ความสนใจกับข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในช่องทางต่าง ๆ ของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยามากนัก

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

#### ด้านผู้ส่งสาร (Sender)

1.1 สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ควรมีการนำบุคลากร และหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการสื่อสารเข้าร่วมดำเนินงานกับสำนักโฆษก

1.2 ควรมีการจัดตั้งฝ่ายงานหรือผู้ประสานงานระหว่างสื่อส่วนกลางและสื่อระดับท้องถิ่น เพื่อนำเสนอข่าวสารของรัฐบาลให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นได้ทราบโดยตรง

#### **ด้านสาร (Message)**

1.3 สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ควรมีการจัดทำข้อมูลข่าวสารเพื่อสื่อสารกับประชาชนในภูมิภาค และในท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นการเฉพาะ

#### **ด้านช่องทาง (Chanel)**

1.4 สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ควรวางแผนการเพิ่มช่องทางการสื่อสารที่มีความหลากหลายในทุก 3-5 ปี ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้ครอบคลุมและทั่วถึง

#### **ด้านผู้รับสาร (Receiver)**

1.5 สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ควรวางแผนการผลิตข้อมูล ข่าวสารให้สอดคล้องกับความสนใจของประชาชนส่วนใหญ่ เนื่องจากในปัจจุบันประชาชนสามารถเลือกรับรู้ข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนเองสนใจได้

### **2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ**

2.1 สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ควรจัดการภารกิจการสื่อสารในด้านผู้รับสาร ให้มีความเหมาะสมสภาพเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีด้านการสื่อสารที่จะมีผลอย่างมากต่อประชาชนผู้รับสาร

2.2 สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ควรดำเนินการศึกษาเพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์การให้มีความคล่องตัว

2.3 สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ควรปรับปรุงระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ปรับระบบการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้เป็นแบบเรียลไทม์ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยสะดวกและรวดเร็ว

### **3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป**

ควรมีการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การบริหารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลการปฏิบัติงานของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

#### **องค์ความรู้ที่ได้รับ**

รูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสารของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ประเทศไทย และของต่างประเทศ มีรูปแบบหลายส่วนที่มีความคล้ายคลึงกัน อาทิ ภารกิจด้านการบริหารงาน ภารกิจด้านข่าวสาร ภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ ภารกิจด้านการสนับสนุนประสานงาน และภารกิจด้านการจัดทำกลยุทธ์ ซึ่งทุกภารกิจถูกจัดให้อยู่ในฝ่ายที่เหมาะสม และมีการกำหนดภารกิจที่ชัดเจนในการดำเนินงาน แต่มีรูปแบบการจัดการภารกิจสื่อสารในส่วนที่แตกต่างกัน คือ จำนวนฝ่ายงานในโครงสร้างองค์การของแต่ละประเทศ จะมีความแตกต่างกันไปตามบริบท และรูปแบบการปกครองของประเทศนั้น ๆ โดยกลุ่มประเทศที่



มีการปกครองแบบประชาธิปไตยจะมีอิสระในการดำเนินการกิจการด้านการสื่อสาร และมีฝ่ายงานที่ครอบคลุมในหลากหลายงานด้านการสื่อสาร ประกอบด้วย ประเทศสวีเดน เยอรมนีสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส สเปน แอฟริกาใต้ และประเทศไทย ส่วนประเทศที่มีการปกครองแบบกึ่งประชาธิปไตย หน่วยงานที่รับผิดชอบภารกิจด้านการสื่อสาร จะมีความเป็นอิสระในการดำเนินการกิจการอยู่พอสมควร แต่มีภารกิจที่ต้องดำเนินการเพิ่มเติมในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผลงานให้แก่คณะรัฐมนตรี ประกอบด้วย ประเทศโปแลนด์ และสาธารณรัฐเม็กซิโก ส่วนประเทศที่มีการปกครองแบบเผด็จการ รูปแบบการจัดการภารกิจด้านการสื่อสารจะเป็นแบบรวมศูนย์อำนาจ โดยหน่วยงานทุกระดับของรัฐบาลจะต้องทำหน้าที่ด้านการสื่อสารให้กับรัฐบาล และรัฐบาลจะกำกับดูแลเรื่องนี้อย่างใกล้ชิด ซึ่งประเทศในกลุ่มนี้ ได้แก่ ประเทศจีน

## รายการอ้างอิง

- จิตรปิติ จูติมนตรี. (2558). *การจัดการทางการสื่อสารใน 3 โครงการหลักของสำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ*. การศึกษาค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณฐอร กิรติลาภิน. (2560). *รูปแบบและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษาโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน)*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พัชร ศรีสวัสดิ์เพ็ญ. (2551). *การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทริรา ชีรสวัสดิ์. (2562). *รูปแบบการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างความยั่งยืนของกิจการเพื่อสังคมไทย*. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 7(14), 46-58.
- รัชนก เชื้อแพทย์. (2563). *รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ศิริเพ็ญ วินิจรักษา. (2560). *รูปแบบการสื่อสารที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษาบริษัท A ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. การศึกษาค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศุภกิจ ภาวิไล, ร.ท., รรินทร์ วสุนันต์ และอาภาวดี นันตรี. (2560). *ภาพลักษณ์กระทรวงกลาโหมในทัศนคติของบุคลากรสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต, 13(2), 189-199.
- Sanders, K., & Canel, M. J. (2013b). Government communication in 15 countries: Themes and challenges. In Sweden. In K. Sanders & M. J. Canel (Eds.), *Government Communication Cases and challenges* (pp. 277-312). London: Bloomsbury Academic.

Schramm, W. (Ed.). (1969). *Mass communications: A book of readings* (2<sup>nd</sup> ed.). Illinois: University of Illinois Press.

Smith, R. H., & others. (1980). *Management: Making organizations perform*. New York: Macmillan.

Weber, M. (1966). *The theory of social and economic organization*. New York: The Free Press.