

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินงานของแต่ละฝ่ายของรัฐบาลหรือไม่ว่าจะเป็นเอกชนเอง กระประชาสัมพันธ์ คือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอันดับต้นๆ เลยทีเดียว เพราะการประชาสัมพันธ์จะช่วยเผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่างๆ ไปสู่ประชาชนให้ได้รับรู้ รับทราบเป็นแนวทางปฏิบัติ เพื่อให้แต่ละฝ่าย เข้าใจและสื่อความหมายตรงกันทุกฝ่ายเป็นการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจกันอีกด้วย ยิ่ง ในปัจจุบันนั้นการสื่อสารผ่านการประชาสัมพันธ์ย่อมเป็นสิ่งที่จำเป็นมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นการแจ้ง ให้ทราบแบบวงกว้าง ประชาชนสามารถรับรู้ได้พร้อมกันแบบทั่วถึงไม่ว่าจะอยู่ใกล้ไกลเพียงใด นอกจากนั้นสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลยังมีความสำคัญอย่างยิ่งในการชี้แจงหรือแถลงการณ์ ใดๆ ก็ตาม ในประชาชนทราบ

ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ต้องมีการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ ข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ส่งผลต่อความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน สามารถสร้างความรู้สึกนึกคิดที่ดี (Favorable Opinions) ระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง (วิรัช อภิรัตน์กุล 2542 : 9) อันจะนำมาซึ่งการรับรู้ เชื่อถือเกิดศรัทธาความร่วมมือตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดี ทำให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ บรรลุเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ประเภทต่างๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลให้แก่บุคคลภายนอก ให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ชี้แจงเพื่อสร้างความนิยมให้แก่สาธารณชนได้รับรู้ถึงบทบาทในการจัดการศึกษา นโยบายในการบริหาร และ วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งวิทยาลัยราชพฤกษ์ด้วยสื่อในการประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบผ่านสื่อ บุคคล ผ่านสื่อมวลชน ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และเอกสารเพื่อแสวงหาความสัมพันธ์และความร่วมมือจาก กลุ่มเป้าหมาย อันก่อให้เกิดความเข้าใจ ความเชื่อถือ ความศรัทธาในสถาบัน จนเกิดความร่วมมือ ในการดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์นโยบายของวิทยาลัยได้ การที่จะพัฒนางาน ประชาสัมพันธ์ได้ตรงจุดนั้น ต้องทราบข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการวางแนวทางใน การดำเนินการได้ตรงจุดซึ่งแต่ละปีการศึกษาจะมีการพัฒนารูปแบบกระบวนการรับสารและการ สื่อสารแตกต่างกันออกไป

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากในการดำเนินงานตามนโยบายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการทำประชาสัมพันธ์ไม่ว่าของรัฐบาลเองหรือบริษัทก็แล้ว จะเห็นได้ว่าหลายๆ สถานที่มักจะมีแผนกที่จัดทำขึ้นไว้สำหรับการประชาสัมพันธ์โดยตรง เพื่อทำเป้าหมายที่ตั้งไว้ให้สำเร็จ ประชาสัมพันธ์นอกจากจะเป็นการเปิดเผยข้อมูลสำคัญในบางเรื่องนั้น ยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับองค์กรนั้น อีกด้วย เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรประชาชน ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญและมีความจำเป็นในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายหรือนโยบายที่วางไว้ องค์กรภาครัฐและเอกชนจึงให้ความสำคัญกันมากขึ้น มีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านประชาสัมพันธ์โดยตรงเพื่อให้ประชาชนหรือกลุ่มบุคคลเป้าหมายได้รับทราบถึง ข่าวสาร โครงการ กิจกรรมต่างๆ อย่างรวดเร็วทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ ด้วยช่องทางหรือวิธีการที่เหมาะสมในการส่งสาร (Message) ที่ใช้ใน ปัจจุบัน โดยที่ผู้รับสาร (Receiver) สามารถเลือกรับสารได้ตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา และสื่อออนไลน์ (สื่อทางอินเทอร์เน็ต) ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งจากการใช้ช่องทางการสื่อสารในปัจจุบันโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อออนไลน์ ที่มีสัดส่วนเพียง 1 เปอร์เซ็นต์ของมูลค่าการตลาดโฆษณาทั้งหมดถือเป็นตัวเด่นที่สุดภายใต้ภาวะเศรษฐกิจถดถอย เหตุผลหลัก คือ ราคาค่าโฆษณาค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับสื่อเดิม (เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอื่นๆ) ขณะที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้เป็นจำนวนมาก มีโอกาสในการสร้างความจดจำและการซึมซาบ รวมไปถึงการมีส่วนร่วม (Engagement) ของผู้รับสื่อที่สื่ออื่นเดิมทำไม่ได้

เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนแปลงไป การสื่อสารประชาสัมพันธ์ก็มีช่องทางหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกสบายในการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ อย่างรวดเร็ว ทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ ด้วยช่องทางหรือวิธีการที่เหมาะสมในการส่งสาร (Message) ที่ใช้ใน ปัจจุบัน โดยที่ผู้รับสาร (Receiver) สามารถเลือกรับสารได้ตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา และสื่อออนไลน์ (สื่อทางอินเทอร์เน็ต) ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ชัดว่าทางอินเทอร์เน็ตจะได้รับความนิยมสูงมากขึ้นตามยุคใหม่ที่เข้ามา (ดร.ภิเชก ชัยนิรันดร์ 2552 : 79)

เนื่องจากรัฐบาลมีหน้าที่สำคัญต่อประเทศในหลายๆ ภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นการบริหารงานต่างๆ การดูแลความสงบสุขของบ้านเมือง เรื่องที่เป็นเรื่องใกล้ตัวเราอีกเรื่องหนึ่งก็คืองานพิธีสำคัญต่างๆ ของราชวังเองไม่ว่าจะข่าวการประชวร ข่าวการขึ้นครองราชย์ การเสด็จออกนอกเมืองเพื่อไปเยี่ยมประชาชนคนไทยเองหรือเดินทางไปต่างประเทศก็ตาม และเมื่อไม่นานมานี้ยังมีเรื่องของการพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 13 ตุลาคม

พ.ศ. 2559 เวลา 15.52 นาฬิกา ณ อาคารเฉลิมพระเกียรติ โรงพยาบาลศิริราช การสวรรคตของ พระองค์สร้างความโศกเศร้าและเสียใจมากต่อประชาชนชาวไทยเป็นจำนวนมาก รัฐบาลประกาศไว้ทุกข์ ถวายความอาลัยเป็นเวลา 1 ปี สำนักพระราชวังมีหมายกำหนดการพระราชพิธีทรงบำเพ็ญพระราชกุศลถวายพระบรมศพพระหว่างวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2559 - 21 มกราคม พ.ศ. 2560 ณ พระที่นั่งดุสิตมหาปราสาท พระบรมมหาราชวัง มีกำหนดให้จัดพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพในช่วงสัปดาห์สุดท้ายของเดือนตุลาคม พ.ศ. 2560 หลังจากการจัดสร้างพระเมรุมาศแล้วเสร็จ ประมาณเดือนกันยายนปีเดียวกัน เพราะฉะนั้นทางรัฐบาลจึงต้องประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการเดินทางเพื่อไปสักการะพระบรมศพ ไม่ว่างจะเป็นเวลา สถานที่ การแต่งกาย สถานที่จอดรถหรือแท็กซี่ การไปช่วยเหลือบริจาคอาหารเพื่อถวายแด่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทางรัฐบาลจึงต้องทำการวางแผนการประชาสัมพันธ์หรือให้ข่าวที่ ประชาชนทั่วประเทศได้เข้าถึงมากที่สุด เข้าใจง่ายและไม่ยากจนเกินไป ควรมีหลากหลายช่องทางในการประชาสัมพันธ์เพราะเรื่องนี้เป็นเรื่องที่คนไทยทั้งประเทศให้ความสนใจ และอยากได้ความช่วยเหลือเพื่อที่จะได้เข้ามาถวายสักการะพระบรมศพมากที่สุด

การจัดงานต่างๆ ของรัฐบาลนั้น ไม่ว่าจะเป็นกำหนดเวลาในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพเอง หรือการแต่งการเข้าถวายพระบรมศพ สถานที่จอดรถยังเป็นปัญหาอยู่มาก เนื่องจากประชาชนคนไทยมีจำนวนที่เยอะอยู่บวกกับชาวต่างชาติที่เคารพนับถือพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีจำนวนมากเป็นไปไม่ได้เลยที่ระบบการจัดการภายในท้องสนามหลวงเรียบร้อยพร้อมรองรับประชาชนทุกคนได้ จากปัญหาที่เจอมาในช่วงอาทิตย์แรกๆ ที่เปิดให้เข้าถวายสักการะพระบรมศพนั้น ประชาชนบางคนไปถึงท้องสนามหลวงแต่ไม่สามารถเข้าไปกราบได้เพราะเกินระยะเวลาที่ทางราชวังกำหนด หลังจากนั้นได้ขยายเวลาการเข้าเพิ่มขึ้นแต่ก็ยังหลงเหลือบางคนอยู่บ้างที่ไม่สามารถเข้าไปได้จนครบตามกำหนดเวลา อีกปัญหาหนึ่งคือ การแต่งกายประชาชนตามต่างจังหวัดหรือในกรุงเทพมหานครเอง บางคนไม่ทราบว่ากรแต่งกายเข้าพระราชวังเพื่อเข้ากราบถวายพระบรมศพนั้น ต้องเรียบร้อยขนาดไหนส่งผลให้บางคนไปแล้วไม่สามารถเข้าได้ แต่ระยะหลังๆ เริ่มมีที่สำหรับเปลี่ยนเสื้อผ้ารองเท้านี้ การประชาสัมพันธ์ของยุคนี้ อินเทอร์เน็ตจะเป็นเรื่องที่ประชาชนส่วนใหญ่สนใจที่สุด จึงมีข่าวสารออกมาต่างอินเทอร์เน็ตมากมาย ผู้คนต่างจดจำรายละเอียดและนำไปปฏิบัติ แต่ก็ยังมีอีกคนกลุ่มหนึ่ง ที่ไม่ได้ติดตามข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น คนต่างจังหวัด คนเฒ่าคนแก่ จึงมีจำนวนไม่น้อยเลยที่จะไม่ทราบเรื่องข่าวสารการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ หรือแม้กระทั่งคนที่ได้รับข่าวสารแต่ไม่เข้าใจความหมายของข่าวสารเพราะเป็นการใช้ศัพท์ในพระบรมมหาราชวัง ทั้งนี้ปัญหาที่เกิดขึ้นต่างๆ

นั้น ทางรัฐบาลจึงควรหาแนวทางนำไปแก้ไขปรับปรุงเพิ่มเติม เพื่อสะดวกแก่การประชาสัมพันธ์ เรื่องต่างๆ ให้พลกนิกรชาวไทยได้รับรู้และรับทราบโดยทั่วกัน

ยอดทะลุกว่า 2 ล้านคนแล้ว พลกนิกร ที่เข้าถวายสักการะพระบรมศพพระบาท สมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เบื้องหน้าพระบรมโกศ ณ พระที่นั่งดุสิตมหาปราสาท ในพระบรมมหาราชวัง และยังหลังไหลเดินทางมาอย่างต่อเนื่อง เจ้าหน้าที่กรมศิลปากรนำปูนขาวโรยกำหนดขอบเขตพื้นที่ก่อสร้างพระเมรุมาศ ก่อนขุดหลุมจุดก่อสร้างจิตกาธาน หอเปลื้องนักท่องเที่ยวดังชาติแห่เข้าชมห้องแสดงนิทรรศการเฉลิมพระเกียรติในหลวง ร.9 ที่สำนักพระราชวังเปิดให้ชมฟรี กอ.ร.ส.เตรียมเก้าอี้ 3 หมื่นตัวให้ประชาชนนั่งสวดมนต์ข้ามปีที่สนามหลวง ปลัดเทศบาลตำบลปะโค อ.กุดจับ จ.อุดรธานี ที่นำคณะเจ้าหน้าที่มาถวายสักการะพระบรมศพเผยน้อมนำหลักคำสอนหลักเศรษฐกิจพอเพียงและการทำไร่นาสวนผสมของในหลวง ร.9 มาเผยแพร่และสนับสนุนให้ชาวบ้านได้ปฏิบัติตามเป็นระยะเวลากว่า 10 ปี พบชาวบ้านมีเหลือกิน เหลือเก็บ

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ
2. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ
3. เพื่อศึกษาลักษณะสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ
4. เพื่อทราบถึงประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันทำให้รับรู้ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ต่างกันทำให้ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพแตกต่างกัน
3. ลักษณะรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ

ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ เพื่อมุ่งศึกษาการรับรู้ต่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่ส่งไปยังประชาชน โดยการวิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มคนที่เข้าไปถวายสักการะพระบรมศพ ณ ห้องสนามหลวง

นิยามศัพท์

1. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การออกมาประกาศข่าวสาร หรือแจ้งให้ทุกคนรับรู้ รับทราบโดยทั่วกัน เวลาเมื่อมีเรื่องราว ไม่ว่าจะข่าวดี ข่าวร้าย หรือ เรื่องราวที่ต้องบอกต่อให้รับรู้โดยทั่วกันในมุมกว้าง
2. รัฐบาล หมายถึง กลุ่มคนที่ทำงานตามระบอบประชาธิปไตย ดูแลปกครองบ้านเมืองให้สงบสุขและควรดูแลเรื่องการพัฒนาประเทศและดูแลเรื่องในวัง ต่างๆ อีกมากมาย เข้าถึงประชาชน รับรู้เกี่ยวกับปัญหาบ้านเมืองแล้วนำมาแก้ไขปรับปรุง
3. ระเบียบกฎเกณฑ์ หมายถึง กฎระเบียบที่ตั้งขึ้นมาในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ คือ วัน เวลา สถานที่และ การแต่งกายที่ถูกต้องตามที่รัฐบาลและพระบรมมหาราชวังได้กำหนดขึ้นมาเพื่อให้ดูเรียบร้อยและ ดูดีเมื่อเข้าไปถึงสถานที่ถวายสักการะพระบรมศพ
4. ถวายสักการะพระศพ หมายถึง การเข้าไปกราบทำความเคารพพระบรมศพในหลวง หรือ ราชวงศ์ที่เป็นบุคคลสำคัญของประเทศ เป็นผู้ที่มีบุญและบารมีเป็นคนดูแลคนทั้งประเทศในอยู่แบบมีความสุข

6. ประสิทธิภาพ หมายถึง ผลที่ทำการวัดการรับรู้กลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาถวายสักการะพระบรมศพ ซึ่งโทรศัพท์นี้มีประสิทธิภาพมากสุดในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพและรับรู้ข้อปฏิบัติมากที่สุด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลทางด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ
2. ได้รับรู้ถึงปัญหาและแนวทางแก้ไขในการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ
3. ได้ทราบถึงจำนวนประชากรที่เข้าถึงการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ
4. ได้ทราบถึงการแนวทางและช่องทางการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพที่ได้ผลมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวความคิดการวิจัย

