

การศึกษาคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์และปัจจัยการรับเข้าทำงานขององค์กรภาครัฐ ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

กฤติรดา เสือคู่ย์^{1*}, ปัทมาพร อ่อนทา¹, ณาวินทร์ วีระสัย¹, ณัฐชัย แสงทอง¹,
อนรรฆวี อินทมานนท์¹ และ พิชญภาพร ประครองใจ¹

¹สาขานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

*Tartar2844@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาคุณสมบัตินักประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันที่เป็นที่ต้องการขององค์กรภาครัฐ 2. ศึกษาปัจจัยที่อธิบายการตัดสินใจเลือกรับนักประชาสัมพันธ์เข้าทำงานในองค์กรภาครัฐ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ องค์กรภาครัฐในอำเภอเมือง พิษณุโลก จำนวน 67 องค์กร เก็บตัวอย่างแบบเจาะจงโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เพื่อหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ต้องมีคุณสมบัติ ได้แก่ คุณสมบัติ ด้านบุคลิกภาพที่ดี ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมา มีความรับผิดชอบ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 รองลงมา มีความรู้และมีทักษะด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์และด้านชุมชนสัมพันธ์ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.45 และจะตัดสินใจรับคนเข้าทำงาน โดยดูจาก มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและวิชาชีพ ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 5.00 ไม่เป็นคนมีความติดตัว ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.68 และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.48

คำสำคัญ: คุณสมบัตินักประชาสัมพันธ์ ปัจจัยการรับเข้าทำงาน องค์กรภาครัฐ



study of the qualifications of public relations officers and the factors of recruitment of government organizations in Muang District, Phitsanulok Province

Krittirada Suekhui^{1*}, Pattamaporn Ontha¹, Nawin Weerasai¹, Natthachai Sangthong¹,
Anakawee Inthamanon¹ and Phitchayaporn Prakrongjai¹

¹Communication Arts Faculty of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University.

*Tartar2844@gmail.com

Abstract

The objectives of this research are: 1. to study the qualifications of current public relations that are required by government organizations. 2. to study the factors that explain the decision to recruit public relations officers to work in government organizations. The sample group was 67 public organizations in Mueang District, Phitsanulok Province. The sampling was collected by purposive questionnaire. Data were analyzed using a computer program. to find the percentage Mean and Standard Deviation The results showed that Must have qualifications, including good personality qualities At the highest level, there was an average of 4.52, followed by responsibility. at the highest level with an average of 4.51, followed by knowledge and skills in media relations and community relations at a high level with an average of 4.45 And will decide to recruit people to work by looking at having a good attitude towards the organization and profession. At the highest level, an average of 5.00 was not a person who had a lawsuit with him. at the highest level with an average of 4.68 and having good human relations at a high level with an average of 4.48

Keywords: Public Relations, Qualifications Admission Factor, Government Organization

บทนำ

สถานการณ์ปัจจุบันที่โลกมีธุรกิจและองค์กรเกิดขึ้นมากมาย จึงทำให้การแข่งขันทางการตลาดของแต่ละองค์กรสูงขึ้น จึงต้องมีกลยุทธ์ในการทำให้องค์กรหรือธุรกิจดำเนินต่อไปได้ เช่น การโฆษณา การรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร การเผยแพร่ข้อมูล ดังนั้น จึงต้องมีนักประชาสัมพันธ์เข้ามามีส่วนร่วมในองค์กรเพื่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์องค์กร จึงหมายถึง การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ พัฒนาความสัมพันธ์เพื่อสร้างการยอมรับ ความเชื่อมั่นและความศรัทธา ชี้แจง แก้ไขความเข้าใจผิด สร้างการมีส่วนร่วม ตลอดจนการสร้างสรรคกิจกรรมขององค์กรเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง การประชาสัมพันธ์องค์กร นั้น คือ “งานที่ต้องสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร” Phitchayaporn Prakrongjai. [1] โดยอาศัยนักประชาสัมพันธ์เป็นผู้ขับเคลื่อน

นักประชาสัมพันธ์หรือที่เรียกกันสั้นๆ ว่า PR เป็นอาชีพที่สร้างภาพลักษณ์ขององค์กรและผู้บริหาร โดย PR ถือเป็นอาชีพที่ต้องทำหน้าที่วางแผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรผ่านสื่อหลากหลายประเภท ทั้งรูปแบบ ออฟไลน์ และออนไลน์ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีขององค์กรนั้นๆ ดังนั้น องค์กรหรือบริษัทต่างๆ จึงต้องมีนักประชาสัมพันธ์เพื่อวางกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์องค์กร ติดต่อกับสื่อมวลชนเพื่อการประชาสัมพันธ์ แก่ไขข่าวหากมีภาพลักษณ์ด้านลบขององค์กร การประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานที่มีความสำคัญสำหรับองค์กรยุคใหม่ที่มีการแข่งขันในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม นอกเหนือจากการเผยแพร่ข่าวสารในรูปแบบของการโฆษณาโดยตรง องค์กรต่างๆ จึงควรดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทั้งในแง่ที่มีต่อตราสัญลักษณ์ คำ บริการและต่อองค์กร โดยมุ่งให้ประชาชนประทับใจคุณค่าด้านต่างๆ ขององค์กร เช่น ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า การให้บริการที่เป็นมิตร การช่วยเหลือสังคม เป็นต้น โดยอาศัยกระบวนการสื่อสาร (Communication Process) ตามลักษณะการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีองค์ประกอบ 5 ประการ S-M-C-R-E ประกอบด้วย Source ผู้ส่งสาร Message สาร Channel ช่องทางการสื่อสาร Receiver ผู้รับสาร Effect ผลของการสื่อสาร องค์ประกอบแรกที่มีความสำคัญและมีบทบาทในการขับเคลื่อนกระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ คือ ผู้ส่งสาร กล่าวคือ นักประชาสัมพันธ์หรือองค์กรที่ทำการประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดความต้องการจากความคิดออกมาเป็นการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ต้องมีทักษะที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทักษะการสื่อสารที่ดี มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร มีความรู้เรื่ององค์กร บริบทสังคม และวัฒนธรรม Aphicha Phuksawat.[2]

สาขาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เปิดการเรียนการสอนวิชาเอกการประชาสัมพันธ์ เพื่อมุ่งเน้นผลิตนักประชาสัมพันธ์ออกมารับใช้สังคม และ ตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานทั้งภาครัฐและ เอกชน ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์และปัจจัยการรับเข้าทำงานขององค์กรภาครัฐในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันที่เป็นที่ต้องการขององค์กรภาครัฐ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่อธิบายการตัดสินใจเลือกรับนักประชาสัมพันธ์เข้าทำงานในองค์กรภาครัฐ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการวิจัย คือ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรภาครัฐในอำเภอเมืองพิษณุโลก จำนวน 80 หน่วยงาน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สูตรของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ที่มีค่าความเชื่อถือได้ร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 67 หน่วยงาน

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างระหว่างเดือนกันยายน พ.ศ.2565 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2566 โดยกำหนดขั้นตอนในการดำเนินการไว้ ได้แก่ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองผ่านแบบสอบถาม จำนวน 67 ชุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามกลับ จำนวน 67 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์และปัจจัยการรับเข้าทำงานขององค์กรภาครัฐ และขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย และนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความเหมาะสมของปริมาณคำถาม นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบ กับบุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try out) จำนวน 30 คน เพื่อนำไปหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา โดยวิธีการคำนวณของครอนบาค Cronbach, cited in Kanlaya Wanichbuncha [3] ได้ค่า



ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.9270 นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ และถูกต้องอีกครั้งหนึ่ง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

การศึกษาครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจะถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ตำแหน่งงาน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันที่เป็นที่ต้องการขององค์กรภาครัฐ

ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่อธิบายการตัดสินใจเลือกรับนักประชาสัมพันธ์เข้าทำงานในองค์กรภาครัฐ

ตอนที่ 4 ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเป็นข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การแปลค่า โดยการแปลผลตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย Penkhae Siriwan et al.[5] ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 คือ ระดับความคิดเห็นมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.01-3.40 คือ ระดับความคิดเห็นปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.00 คือ ระดับความคิดเห็นน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 คือ ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	26	61.8
หญิง	42	38.2
รวม	68	100.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
20-25ปี	14	20.6
26-31ปี	23	33.8
32-37ปี	18	26.5
38-43ปี	8	11.8
44ปีขึ้นไป	5	7.4
รวม	68	100

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของตำแหน่ง

ตำแหน่งงาน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์	7	10.3
ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์	22	32.4
จัดทำสื่อ	20	29.4
เขียนและบรรณาธิการ	9	13.2
จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ชุมชน	10	14.7
อื่นๆโปรดระบุ	-	-
รวม	68	100

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาทำงาน

ระยะเวลาทำงาน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1-5 ปี	21	30.9
6-10 ปี	13	19.1
11-15 ปี	22	32.4
16-20 ปี	10	14.7
21 ปีขึ้นไป	2	2.9
รวม	68	100.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนข้อมูลร้อยละหน้าที่รับผิดชอบในที่ทำงาน

หน้าที่ที่รับผิดชอบในที่ทำงาน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ทำหน้าที่ติดตามความเปลี่ยนแปลงและกระแสต่างๆ ของสังคม รวมถึงประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้น	9	13.2
ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	32	47.1
เขียนข่าวและส่งข่าว	13	19.1
วางแผนการประชาสัมพันธ์	14	20.6
อื่นๆโปรดระบุ	-	-
รวม	68	100.0

จากตารางที่ 1 - 5 ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 และเพศหญิง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่อายุ 26-31 ปี มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาอายุ 32-37 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 อายุ 20-25 ปี อายุ 38-43 และอายุ 44 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.5, 11.8 และ 7.4 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานนักประชาสัมพันธ์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมา มีตำแหน่งจัดทำสื่อ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมา มีตำแหน่งจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ชุมชน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และตำแหน่งงานเขียนและบรรณาธิการ และหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 9 คน และ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และ 10.3 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาทำงาน 11-15 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมา มีระยะเวลาทำงาน 1-5 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 และรองลงมา มีระยะเวลาทำงาน 6-10 ปี,



16-20 ปี และ 21 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน, 10 คนและ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1, 14.7 และ 2.9 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีหน้าที่ ที่รับผิดชอบในทำงาน หน้าที่ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ มีจำนวนคน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมา มีหน้าที่ที่รับผิดชอบวางแผนการประชาสัมพันธ์มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 และรองลงมา มีหน้าที่ที่รับผิดชอบ เขียนข่าวและส่งข่าว และทำหน้าที่ติดตามความเปลี่ยนแปลงและกระแสต่างๆ ของสังคม รวมถึงประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จำนวน 13 คน และ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 และ 13.2 ตามลำดับ

ผลการวิจัยสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์และปัจจัยในการรับเข้าทำงานขององค์กรภาครัฐในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

องค์กรภาครัฐมีความต้องการนักประชาสัมพันธ์ที่มีคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพที่ดีในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมา มีความรับผิดชอบในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 รองลงมา มีความรู้และมีทักษะด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์และด้านชุมชนสัมพันธ์ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.45 รองลงมา มีความรู้และทักษะด้านการเขียนโครงการและการวางแผนในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.42 อีกทั้ง ต้องการนักประชาสัมพันธ์ที่มีความสามารถใช้โปรแกรมตัดต่อวิดีโอในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน ที่เป็นที่ต้องการขององค์กรภาครัฐ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1.จบการศึกษาปริญญาตรี สาขาประชาสัมพันธ์	4.28	.77	มาก
2.มีความรู้ดีทางภาษาไทยและอังกฤษ	4.25	.88	มาก
3.ต้องรู้จักสร้างเครือข่ายกับผู้สื่อข่าวและสื่อมวลชน	4.33	.80	มาก
4.มีบุคลิกภาพที่ดี	4.52	.72	มากที่สุด
5.มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์	4.40	.80	มากที่สุด
6.มีความรับผิดชอบ	4.51	.89	มากที่สุด
7.มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี	4.23	.93	มาก
8.สามารถผลิตสื่อได้หลากหลายประเภท	4.20	.87	มาก
9.มีทักษะการพูดที่ดีและน่าเชื่อถือ	4.20	.84	มาก
10.สามารถใช้โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ	4.41	.87	มาก
11.มีความสามารถในการเขียนข่าวและเผยแพร่ข่าว	4.35	.86	มาก
12.มีความสามารถจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์	4.25	.95	มาก
13.มีความรู้และมีทักษะด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์และด้านชุมชนสัมพันธ์	4.45	.72	มาก
14.มีความรู้และทักษะด้านการเขียนโครงการและการวางแผน	4.42	.70	มาก
15.มีความสามารถจัดการภาวะวิกฤตขององค์กรได้	4.35	.63	มาก
เฉลี่ยรวม	4.43	.63	มาก

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่อธิบายการตัดสินใจเลือกรับนักประชาสัมพันธ์เข้าทำงานในองค์กรภาครัฐ

ปัจจัยที่อธิบายการตัดสินใจเลือกรับนักประชาสัมพันธ์เข้าทำงานในองค์กรภาครัฐ มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและวิชาชีพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมาไม่เป็นคนที่มีคติความติดตัวมีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมามีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมามีความสามารถด้านการเขียนข่าวและเผยแพร่มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมามีความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาสามารถทำงานตรงตามเวลาที่องค์กรกำหนดได้ มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมามีบุคลิกภาพดี มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมามีความรู้และทักษะด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์และด้านชุมชนสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมามีความสุขภาพแข็งแรงและสมประกอบมีค่าเฉลี่ย 4.32

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่อธิบายการตัดสินใจเลือกรับนักประชาสัมพันธ์เข้าทำงานในองค์กรภาครัฐ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับนักประชาสัมพันธ์เข้าทำงาน ในองค์กรภาครัฐ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1.จบการศึกษาตรงกับตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์	4.27	.86	มาก
2.มีความรู้และประสบการณ์ด้านการทำงานประชาสัมพันธ์	4.26	.89	มาก
3.มีบุคลิกภาพดี	4.41	.90	มาก
4.มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและวิชาชีพ	5.00	.50	มาก
5.สามารถทำงานตรงตามเวลาที่องค์กรกำหนดได้	4.44	.74	มาก
6.มีความสุขภาพแข็งแรง และสมประกอบ	4.32	.83	มาก
7.สามารถผลิตสื่อหลากหลายประเภทรวมถึงโซเชียลมีเดีย	4.20	.91	มาก
8.มีความรับผิดชอบ	4.44	.92	มาก
9.สามารถใช้ภาษาไทยและอังกฤษได้ดี	4.04	.89	มาก
10.มีความสามารถด้านการเขียนข่าวและเผยแพร่	4.48	.66	มาก
11.มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี	4.30	.78	มาก
12.มีที่พักอาศัยใกล้ที่ทำงาน	3.88	.90	มาก
13.มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.48	.80	มาก
14.ไม่เป็นคนที่มีคติความติดตัว	4.63	.62	มาก
15.มีความรู้และทักษะด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์และด้านชุมชนสัมพันธ์	4.39	.81	มาก
เฉลี่ยรวม	4.73	.70	มาก

อภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 และเพศหญิง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 26-31 ปี มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาอายุ 32-37 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และอายุ 20-25 ปี และอายุ 38-43 และอายุ 44 ปีขึ้นไป จำนวนคนคิดเป็นร้อยละ 20.5 และ 11.8 และ 7.4 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานนักประชาสัมพันธ์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมามีตำแหน่งจัดทำสื่อ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมามีตำแหน่งจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ชุมชน จำนวน 10 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.7 และตำแหน่งงานเขียนและบรรณาธิการ และหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 9 คน และ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และ 10.3 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาทำงาน 11-15 ปี จำนวน 22



คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมา มีระยะเวลาทำงาน 1-5 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 และรองลงมา มีระยะเวลาทำงาน 6-10 ปี , 16-20 ปี และ 21 ปีขึ้นไป จำนวน 13, 10 และ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1, 14.7 และ 2.9 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีหน้าที่ที่รับผิดชอบในที่ทำงาน หน้าที่ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ มีจำนวนคน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมา มีหน้าที่ที่รับผิดชอบวางแผนการประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 และรองลงมา มีหน้าที่ที่รับผิดชอบ เขียนข่าวและส่งข่าว และทำหน้าที่ติดตามความเปลี่ยนแปลงและกระแสต่างๆของสังคม รวมถึงประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จำนวน 13 คน และ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 และ 13.2 ตามลำดับ

องค์กรภาครัฐมีความต้องการนักประชาสัมพันธ์ที่มีคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพที่ดี ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมา มีความรับผิดชอบ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 รองลงมา มีความรู้และมีทักษะด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์และด้านชุมชนสัมพันธ์ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.45 นำเชื่อถือและมีทักษะทางการพูดโน้มน้าวใจ ซึ่งหน่วยงานประเภทราชการและธุรกิจมีความต้องการนักประชาสัมพันธ์ที่มีคุณสมบัติไม่แตกต่างกัน รองลงมา มีความรู้และทักษะด้านการเขียนโครงการและการวางแผนในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.42 อีกทั้งต้องการนักประชาสัมพันธ์ที่มีความสามารถใช้โปรแกรมตัดต่อวีดีโอ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.41 ตามลำดับ สอดคล้องกับ Sorapong Wongtheerathorn and Siriporn Yodsira. [4] ได้ทำวิจัยเรื่องคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่พึงประสงค์ของเทศบาลตำบล แพรกษา อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ต้องการด้านบุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์ ต้องมีบุคลิกภาพที่ดี สุภาพเรียบร้อยแต่งกายถูกต้องตามกาลเทศะการอ่อนน้อมถ่อมตน และมีใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสเสมอ มีสติปัญญาไหวพริบซึ่งสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้และทันเหตุการณ์ตลอดเวลา

ปัจจัยที่อธิบายการตัดสินใจเลือกรับนักประชาสัมพันธ์เข้าทำงานในองค์กรภาครัฐ มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและวิชาชีพ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมา ไม่เป็นคนมีคติความติดตัว มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมา มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมา มีความสามารถด้านการเขียนข่าวและเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมา มีความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมา สามารถทำงานตรงตามวันเวลาที่องค์กรกำหนดได้ มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมา มีบุคลิกภาพดี มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมา มีความรู้และทักษะด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์และด้านชุมชนสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมา มีสุขภาพแข็งแรงและสมบูรณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.32 สอดคล้องกับพระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการพลเรือน พ.ศ.2551 ที่กล่าวว่า ไม่เป็นผู้ถูกเคยต้องรับโทษจำคุกเพราะกระทำความผิดทางอาญาและยังสอดคล้องกับ Kamonphan Thenburin [5] ได้ทำวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ไทย และงานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ไทยและมาเลเซียที่ปรากฏเว็บไซต์ หางาน Jobstreet พบว่า ต้องมีความสามารถด้านการเขียนและบรรณาธิการได้

ข้อเสนอแนะ

ผู้ทำหน้าที่รับผิดชอบด้านจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีควรนำข้อมูลที่ได้ไปใช้จัดทำหลักสูตรใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการรับเข้าทำงานขององค์กรภาครัฐ

เอกสารอ้างอิง

- [1] Pitchayaporn Prakrongjai. (2021). **Agency public relations**. Phitsanulok : Faculty management science Pibulsongkram Rajabhat University. (In Thai)
- [2] Apichat Puksawat. (2013). **Public relations for image building = Public relations.for image building**. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- [3] Kanlaya Wanichbuncha. (2003). **Using SPSS for Window in data analysis**. 6th edition. Bangkok: Thammasarn Company. (In Thai)
- [4] Sorapong Wongteerathorn and Siriporn Yodsira. (2019) **Qualifications of Desirable Public Relations**



Officers of Phraeksa Subdistrict Municipality Mueang District, Samut Prakan Province National Academic Conference Rangsit University Year 2019: pages 1377-1385. (In Thai)

- [5] Kamonphan Thenburin (2012). Analysis of duties of Thai public relations and Functional analysis of Thai and Malaysian public relations appearing on Jobstreet job search website. University of the Thai Chamber of Commerce. (In Thai)