

## การเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน และ พฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียน ของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์

### Media Exposure, Awareness of ASEAN in Domestic Mass Media and the Self-Improvement Behavior of Staffs in the Government Public Relations Department to become Professional ASEAN Journalists

พอใจ สุทธรรมา\*

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การเปิดรับ และการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ภายในและพฤติกรรมการพัฒนา ตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคม อาเซียน ของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ เป็นการ วิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่ มีตำแหน่งงานด้านสื่อสารมวลชนและปฏิบัติงาน ในส่วนกลาง จำนวน 400 คน ทำการประมวล ผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ผล ด้วยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย T - test และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง เดียว (One - way ANOVA) และหาค่าความ สัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาด้วยค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง มีอายุ 30-39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญา ตรี เป็นข้าราชการ ตำแหน่งนักสื่อสารมวลชน ใน สังกัด สทท. มีการเปิดรับ และการรับรู้ข่าวสาร อาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ในระดับ ปานกลาง มีพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็น สื่อมวลชนมืออาชีพในระดับมาก และมีพฤติกรรมการ พัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพ แห่งประชาคมอาเซียนในระดับปานกลาง เมื่อ เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คู่ตัวแปร พบ ว่า เพศ อายุ ตำแหน่งงาน และหน่วยงานที่สังกัด แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อ

ประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน ตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน เพศ อายุ ระดับ การศึกษา และสถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการพัฒนาตนเอง เพื่อเป็นสื่อมวลชน มืออาชีพแตกต่างกัน และ เพศ อายุ ตำแหน่งงาน และหน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกัน มีพฤติกรร มการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่ง ประชาคมอาเซียนแตกต่างกัน เมื่อทดสอบความ สัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารอาเซียนกับ การรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ ภายใน และการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ภายในกับพฤติกรรมการพัฒนา ตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคม อาเซียน พบว่า ทั้งคู่มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก และมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

**คำสำคัญ :** สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน, การ พัฒนาตนเอง, สื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคม อาเซียน, บุคลากร กรมประชาสัมพันธ์

#### Abstract

This research aims to analyze media exposure, awareness of ASEAN in the domestic mass media and the self-improvement behavior of staffs in the Government Public Relations Departments to become professional ASEAN journalists. It is a survey-type

\* นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารพัฒนาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

research study which collects answers from 400 staffs in the Government Public Relations Departments responsible for mass communication and central operations. The collected data are analyzed in a computer program by testing the difference between means using the T-test and by calculating the variance using the One-way ANOVA. The study also investigates the relation between the studied variables by means of Pearson's correlation coefficient method.

The results show that most staffs are women between 30 and 39 years of age, have Bachelor's Degrees and are mass communication government officers in the National Broadcasting Services of Thailand. Their media exposure and awareness of ASEAN news in the domestic mass media are on an average level. Their level of self-improvement behavior to be professional journalists is high. However, their level of self-improvement behavior to be professional ASEAN journalists is medium. Considering the differences between the two variables, the results show that differences in sex, age, job position and department equal different levels of exposure of ASEAN news in the domestic mass media. Different job positions mean different levels of recognition of ASEAN news in the domestic mass media. Differences in sex, age, educational level and job status mean different levels of self-improvement behavior to be professional journalists, and differences in sex, age, job position and department equal different levels of self-improvement behavior to be professional ASEAN journalists. The relationship between exposure and awareness of ASEAN news in the domestic mass media as well as the relationship between exposure

of ASEAN news in the domestic mass media and the self-improvement behavior to be professional ASEAN journalists are correlated positively and on a high level.

**Keywords :** Domestic Mass Media, Self Improvement, Professional ASEAN Journalists, Staffs in the Government Public Relations Department

## บทนำ

รัฐบาลไทยมีจุดมุ่งหมายที่จะนำประเทศไทยไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 อย่างสมบูรณ์ โดยสร้างความพร้อมและความเข้มแข็งทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง และความมั่นคง ให้กับภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคเอกชน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอาเซียนเพื่อให้ประชาชนทุกภาคส่วนได้รับรู้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่รัฐบาลจะต้องเร่งดำเนินการ และในรัฐบาลของ นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ได้มอบหมายให้กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นองค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และมีบทบาทภารกิจในการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพของแต่ละเสาหลัก ร่วมเป็นคณะกรรมการใน 2 ชุดใหญ่ เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอาเซียนสู่ประชาชน (กรมประชาสัมพันธ์, 2555) ได้แก่

1. คณะกรรมการการอาเซียนแห่งชาติ ประกอบด้วยปลัดกระทรวง หรือหัวหน้าหน่วยงาน โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ เป็นประธาน และอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์เป็นคณะกรรมการ

2. คณะอนุกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์อาเซียนแห่งชาติ โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ ได้มอบหมายให้อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์เป็นประธานคณะอนุกรรมการชุดนี้ ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการที่จะช่วยกำหนดนโยบายในการประชาสัมพันธ์วางแผน และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

เพื่อให้การดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ สอดรับกับนโยบายของรัฐบาล กรมประชาสัมพันธ์ ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2555-2559 (กรมประชาสัมพันธ์, 2554) เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และนโยบายการบริหารงานของรัฐบาล พร้อมทั้งได้กำหนดวิสัยทัศน์เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 คือ “องค์กรหลักที่เป็นเลิศด้านการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสาร มวลชนแบบมีอาชีพแห่งอาเซียน เพื่อการพัฒนา การรักษาความมั่นคง วัฒนธรรม และภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ” และมีค่านิยมองค์กรว่า “กรมประชาสัมพันธ์ สื่อสร้างสรรค์ สังคมไทย ก้าวไกลสู่อาเซียน”

จากภารกิจหลักและงานที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาล กรมประชาสัมพันธ์ได้ใช้ศักยภาพของสื่อที่มีอย่างเต็มประสิทธิภาพ ประกอบด้วย สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่อใหม่ โดยมีหน่วยปฏิบัติที่มีสำนักงานตั้งอยู่ในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ ในการทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนให้กับประชาชนชาวไทยทั้งที่อาศัยอยู่ในประเทศและต่างประเทศ ได้รับรู้และตระหนักถึงความสำคัญของการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นประชาคมอาเซียนที่จะมาถึงในปี 2558 อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นตำแหน่งงานด้านสื่อสารมวลชนโดยตรงหรือไม่ก็ตาม ต่างถือได้ว่าเป็นกลไกสำคัญในการมีส่วนร่วมสนับสนุนส่งเสริมให้การปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชนของกรมประชาสัมพันธ์ ประสบผลสำเร็จเป็นไปตามยุทธศาสตร์ ส่งผลให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากข่าวสารอย่างสูงสุด ซึ่งบุคลากรจะต้องเป็นผู้มีความรู้ข้อมูลข่าวสารอาเซียนเป็นอย่างดี มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาของประเทศสมาชิกอาเซียน ในการติดต่อสื่อสาร และจะต้องมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอด้วย

กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ทั้งในรูปแบบของสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารแก่บุคลากร รวมทั้งส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาตนเองเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่าบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอาเซียนมากน้อยเพียงใด มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในอย่างเต็มประสิทธิภาพหรือไม่ และการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน มีการรับรู้ประเด็นสำคัญต่าง ๆ มากน้อยอย่างไร และหลังจากได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วมีพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียนอย่างไรบ้าง เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ นำไปปรับปรุงและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายในให้สอดคล้องต่อความต้องการของบุคลากรทั้งในรูปแบบและเนื้อหา รวมถึงการวางแผนส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียนต่อไป

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติงานในส่วนกลาง เฉพาะตำแหน่งงานด้านสื่อสารมวลชน จำนวน 534 คน (กรมประชาสัมพันธ์, ม.ป.ป.) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกศึกษาเฉพาะผู้ที่มีตำแหน่งงานด้านสื่อสารมวลชน ในสังกัดหน่วยงานส่วนกลาง ประกอบด้วย ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ ตำแหน่งนักสื่อสารมวลชน ตำแหน่งผู้ประกาศและรายงานข่าว ตำแหน่งผู้จัดรายการ ตำแหน่งผู้สื่อข่าว ตำแหน่งช่างภาพ และตำแหน่งโสตทัศนศึกษา จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบคำนวณสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

ที่เหมาะสมในแต่ละตำแหน่งงาน โดยใช้วิธีเทียบบัญชีไตรยางศ์ เพื่อเป็นสูตรในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้เลือกเป็นประชากรกลุ่มตัวอย่างในแต่ละตำแหน่งงาน (ปัทมาปรัชญาวุฒิรัตน์, 2550, หน้า 27) และทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยเป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละตำแหน่งงานตามจำนวนที่กำหนดไว้ จนครบตามจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

2. ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม เป็นคำถามลักษณะแบบปลายปิด แบบหลายตัวเลือก ซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมประชาสัมพันธ์ เป็นข้อคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating) โดยกำหนดมาตราส่วนไว้ 3 ระดับ ส่วนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมประชาสัมพันธ์ ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียน แบ่งเป็นพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพ และ พฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียน ทั้งนี้ข้อคำถามในส่วนที่ 3 และ 4 เป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) ตามวิธีการของ Likert scale โดยกำหนดมาตราส่วนไว้ 5 ระดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการทำงาน ตำแหน่งงาน และหน่วยงานที่สังกัด รวมทั้งข้อมูลการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียน โดยการแจกแจงความถี่ นำเสนอข้อมูลด้วยตารางร้อยละและค่าเฉลี่ย ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ T - test

และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) ซึ่งหากพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยจะทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe และใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกับการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน และความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกับพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียน

## ผลการวิจัย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพการทำงานเป็นข้าราชการ และมีตำแหน่งงานเป็นนักสื่อสารมวลชน ในสังกัด สทท.

2. การเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาแยกตามประเภทของสื่อพบว่า มีการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากเพื่อนร่วมงานมากที่สุด รองลงมาเป็นการเปิดรับจากหนังสือเวียนทาง intranet ส่วนการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับน้อยที่สุด

3. การรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาแยกตามประเภทของข่าวสารอาเซียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ข่าวสารอาเซียนเกี่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียนมากที่สุด รองลงมาเป็นการรับรู้ข่าวสารอาเซียนเกี่ยวกับสัญลักษณ์ของอาเซียน ขณะที่ภาษาของประเทศสมาชิกอาเซียน เป็นประเภทข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้最少

4. พฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกตามลักษณะของพฤติกรรมพบว่า การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลทุกประเภท มีความร่าเริงแจ่มใส และให้เกียรติผู้อื่นด้วยความจริงใจ ตรงไปตรงมา ไม่เสแสร้ง เป็นพฤติกรรมที่บุคลากรมีการพัฒนาตนเองมากที่สุด รองลงมา คือ มีความสามัคคีเอื้ออาทร ยินดีและเต็มใจในการให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกันกับเพื่อนร่วมงาน และพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างมีการพัฒนาตนเองน้อยที่สุด คือ การศึกษาและพัฒนาการเขียนแผนงาน โครงการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ และดำเนินงานตามแผนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย จนเกิดความชำนาญ

5. พฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียน ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาแยกตามลักษณะของพฤติกรรมพบว่า ท่านให้ความสำคัญและยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมของประเทศในสมาชิกอาเซียน ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียนมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านติดตามข่าวสารเพื่อให้รอบรู้ เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก และน้อยที่สุด คือ ท่านได้เข้าร่วมอบรมศึกษาดูงานประเทศสมาชิกอาเซียน

6. จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ พบว่า บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่งงาน และหน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, 0.001, 0.001 และ 0.01 ตามลำดับ

7. จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของ

ลักษณะทางประชากรกับการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ พบว่า บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ ตำแหน่งงาน มีการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

8. จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ ที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพการทำงาน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.01, 0.001 และ 0.001 ตามลำดับ

9. จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียนของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ พบว่า บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่งงาน และหน่วยงานที่สังกัด แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, 0.001, 0.05 และ 0.001 ตามลำดับ

10. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรที่ทำการศึกษา พบว่า การเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก และมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง นอกจากนี้ยังพบว่าการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคม

อาเซียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก และมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง เช่นกัน

## สรุปและวิจารณ์ผล

1. ในด้านการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมประชาสัมพันธ์ บุคลากรมีการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกรมประชาสัมพันธ์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอาเซียน ไม่ได้เน้นที่สื่อใดสื่อหนึ่งโดยเฉพาะ แต่ได้มีการผสมผสานสื่อที่มีอยู่ เพื่อให้เกิดความหลากหลายของสื่อ และต้องการให้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชนภัทร ธีระพิริยะกุล (2552, หน้า 150) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความต้องการข่าวสารด้านกำกับดูแลกิจการที่ดีของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)” พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากในการประชาสัมพันธ์ของทาง บมจ. ทีโอที ไม่ได้เน้นเผยแพร่สื่อใดสื่อหนึ่งเป็นสื่อหลัก แต่ให้ความสำคัญกับทุกสื่อและเผยแพร่ข้อมูลใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ สื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุด คือ เปิดรับจากเพื่อนร่วมงาน เนื่องจากเพื่อนร่วมงานเป็นสื่อบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดและมีความเป็นกันเอง อีกทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารได้โดยตรง และซักถามข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจได้ทันที รวมทั้งสื่อบุคคลมีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมได้ตามสถานการณ์และบุคคลที่ทำการสื่อสารด้วย จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อบุคคลที่เป็นเพื่อนร่วมงานจำนวนมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปัทมา ปรัชญาวุฒิรัตน์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง การเปิดรับและการรับรู้

ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน กรณีศึกษา : โครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัวกรุงเทพมหานคร พบว่า สื่อบุคคลส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสาร คือ หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน ทั้งนี้ ยังสอดคล้องกับที่ พรทิพย์ วรกิจโภคพร (2551, หน้า 292) ได้กล่าวไว้ว่า การเลือกรับสื่อของผู้รับสารนั้นจะเลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ เลือกสื่อที่สอดคล้องเลือกสื่อที่ตนสะดวก เลือกสื่อตามความเคยชิน และเลือกสื่อตามลักษณะเฉพาะของสื่อ

2. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ซึ่งอาจสรุปได้ว่า การเผยแพร่ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมประชาสัมพันธ์ อาจไม่สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้มากนัก เนื่องจากข้อมูลข่าวสารอาจมีเนื้อหาไม่เพียงพอต่อความต้องการ การนำไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงาน และการพัฒนาตนเอง ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลางเท่านั้น ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการรับรู้ข่าวสารของ มนุษย์ ตามที่ พัทณี เขยจรรยา และ คณะ (2538, หน้า 69) กล่าวไว้ในกระบวนการของการเลือกรับสารว่า การตัดสินใจที่จะเลือกว่าเราจะรับรู้สิ่งใดนั้น ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการด้วยกัน เช่น ความสนใจ ความรู้ ประสบการณ์ ทักษะ ความเชื่อ อุดมการณ์ เป็นต้น ซึ่งผู้รับสารมักจะเลือกรับข่าวสารที่สนับสนุนสอดคล้องกับแนวคิดของตนเสมอ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารอาเซียนเกี่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียนมากที่สุด เนื่องจาก ประเทศสมาชิกอาเซียน เป็นข้อมูลพื้นฐานที่กลุ่มตัวอย่างสามารถรับรู้ได้ง่ายที่สุด เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมประชาสัมพันธ์ทุกชนิด มีการเผยแพร่ข้อมูลของประเทศสมาชิกอาเซียนเช่นกัน รวมถึงสื่อมวลชนอื่นๆ ก็ได้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลอย่างกว้างขวางด้วย

3. สำหรับพฤติกรรมกรรมการพัฒนาตนเอง เพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากบุคลาการกรมประชาสัมพันธ์มีตำแหน่งงานด้านสื่อมวลชน และมีภารกิจหน้าที่หลักคือการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาลสู่ประชาชนอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามค่านิยมหลักขององค์กร คือการทำงานอย่างมืออาชีพ บุคลาการกรมประชาสัมพันธ์จึงต้องมีการพัฒนากระบวนการทำงาน วิธีการทำงาน และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและความชำนาญในการปฏิบัติงานจนเป็นที่ยอมรับ เพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทั้งนี้สอดคล้องกับที่ สมศักดิ์ สินธุระเวชญ์ (2541, หน้า 26-27) ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการพัฒนาตนเอง คือ ให้มีความรู้ ให้มีความเข้าใจ สามารถตีความ แปลความ ขยายความ ได้ ให้เกิดทักษะที่ชำนาญ สามารถทำงานเองได้อย่างคล่องแคล่ว อัตโนมัติ มีความสามารถแก้ปัญหาเองได้ทุกอย่าง และให้มีเจตคติที่ดี ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายชื่อแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพ โดยการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลทุกประเภท มีความร่าเริงแจ่มใส และให้เกียรติผู้อื่นด้วยความจริงใจ ตรงไปตรงมา ไม่เสแสร้งมากที่สุด เนื่องจากการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตประจำวัน และการทำงานในบทบาทของการเป็นสื่อมวลชน การสื่อสารจะประสบผลสำเร็จได้ดั่งนั้นผู้ส่งสารและผู้รับสารจะต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีความร่าเริงแจ่มใส และให้เกียรติผู้อื่นด้วยความจริงใจ ตรงไปตรงมา ไม่เสแสร้ง ส่งผลให้บุคลาการเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพที่ดี มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมฤทัย นิรติศัย (2553) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการพัฒนาตนเองเกือบทุกด้านอยู่ในระดับมากโดยให้ความสำคัญกับการสร้างบุคลิกภาพที่ดีมากที่สุด มีการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและประสบการณ์อยู่ในระดับปานกลาง

4. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียน ในระดับปานกลาง เนื่องจากประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 ซึ่งเป็นเป้าหมายของการรวมตัวกันของประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองและขีดความสามารถในการแข่งขันเวทีระหว่างประเทศในทุกด้าน บุคลาการของกรมประชาสัมพันธ์ซึ่งถือว่าเป็นกำลังสำคัญในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอาเซียนเพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ และเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน รวมถึงตัวบุคลาการเองก็ต้องมีการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนเช่นเดียวกัน ดังนั้น การพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียน จึงเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับบุคลาการของกรมประชาสัมพันธ์ เพราะนอกจากจะส่งผลต่อตนเองโดยตรงแล้ว ยังส่งผลต่อองค์กร และประชาชนอีกด้วย ทั้งนี้สอดคล้องกับที่ เปาวลี วิมูลชาติ (2549, หน้า 19) ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาตนเองหมายถึง การที่บุคคลพยายามเพิ่มพูนความรู้ ทักษะความสามารถ และทัศนคติของตนเอง มีความต้องการที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตนเองให้ดีขึ้น ทันต่อสภาวะการณ์แวดล้อม เพื่อให้มีความสามารถในการปฏิบัติงานที่ตนเองรับผิดชอบอย่างมีคุณภาพ เพิ่มความสุขและความก้าวหน้าของตนเองและเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ เรียม ศรีทอง (2542 หน้า 164-165) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการพัฒนาตนเองไว้ 3 ประการ คือ ประโยชน์ต่อตนเอง ต่อคนอื่น และต่อหน่วยงาน และเมื่อพิจารณาแยกตามลักษณะของพฤติกรรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียน คือ ให้ความสำคัญและยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมของประเทศในสมาชิกอาเซียนมากที่สุด เพราะว่าการอยู่ร่วมกันในสังคมซึ่งมีคนจำนวนมากย่อมมีความแตกต่างหลากหลายของวัฒนธรรม

เชื้อชาติ ศาสนา การให้ความเคารพและยอมรับในความหลากหลายทางวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน จะส่งผลให้ทุกคนอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข และเกิดความร่วมมือร่วมแรงในการพัฒนาประเทศชาติในอนาคตต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ ดนัย เทียนพุก (2537, หน้า 12) ได้เสนอวิธีการพัฒนาตนเองไว้ คือ รู้จักยอมรับในความรู้ความสามารถของบุคคลอื่น หรือของผู้ร่วมงานด้วยกัน ตามสถานภาพที่เป็นจริง ไม่เอาเกณฑ์ของตน รู้จักยืดหยุ่นในทัศนะและวิธีการทำงาน มีการปรับตัวเข้าหากันเพื่อให้เกิดความกลมกลืน รู้เขารู้เรา รู้ความพอดีที่พึงปฏิบัติต่อกัน

5. จากการศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจำแนกตามลักษณะทางประชากร พบว่า บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่มี เพศ อายุ ตำแหน่งงาน และหน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน เนื่องจากข้อมูลข่าวสารอาเซียนมีความสำคัญต่อการปฏิบัติหน้าที่ในการนำเสนอข่าวสารไปสู่ประชาชน ซึ่งแต่ละหน่วยงานหรือตำแหน่งงาน มีความรับผิดชอบต่างกัน ชัดเจน เช่น วิทยุ และโทรทัศน์ การนำข้อมูลมาใช้ก็ย่อมแตกต่างกัน ทั้งนี้จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมา ปรัชญาวุฒิรัตน์ (2550, หน้า 79-80) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเกี่ยวกับโครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่ง Klapper (อ้างถึงในแพรวพรรณ ปานนุช, 2551 หน้า 20-21) อธิบายกระบวนการเลือกสรรข่าวสารในขั้นตอนของการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนความคิดเดิมที่มีอยู่แล้ว ดังนั้น การเลือกเปิดรับสื่อจึงเลือกเปิดรับเฉพาะสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและ

ทัศนคติของตน ส่วนบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่มีระดับการศึกษา และสถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในไม่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีสถานภาพการทำงานเป็นข้าราชการ ส่งผลให้การเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปัทมา ปรัชญาวุฒิรัตน์ (2550, หน้า 79-80) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเกี่ยวกับโครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัวกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

6. จากการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจำแนกตามลักษณะทางประชากร พบว่าบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่มี ตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน เนื่องจากคนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น และแต่ละบุคคลย่อมเลือกที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความต้องการ และความสนใจของตนเอง ดังนั้นจึงส่งผลให้บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่มี ตำแหน่งงานแตกต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ พัทณี เขยจรรยา และคณะ (2538, หน้า 69-70) ที่ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับกระบวนการรับรู้ข่าวสารของมนุษย์ในขั้นของการเลือกรับสารว่า การที่ผู้รับสารจะเลือกรับสิ่งเร้าใด หรือเลือกรับสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง เนื่องจากในแต่ละวันมีสิ่งเร้าและมีสารต่างๆ จำนวนมากเข้ามาในชีวิตประจำวัน จึงต้องมีการเลือกว่าต้องการจะรับรู้สิ่งใดบ้าง เพราะเราไม่สามารถจะรับรู้สิ่งต่าง ๆ ได้ทั้งหมด การตัดสินใจที่จะเลือกว่าเราจะรับรู้สิ่งใดนั้น ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัย



หลายประการด้วยกัน เช่น ความสนใจ ความรู้ ประสบการณ์ ทักษะ ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม เป็นต้น ผู้รับสารมักจะเลือกรับข่าวสารที่สนับสนุนสอดคล้องกับแนวคิดเดิมของตนเสมอ ส่วนบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการทำงาน และหน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในไม่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งล้วนแล้วแต่มีภารกิจหน้าที่ในการเป็นสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารอาเซียนก็จะต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลข่าวสารอาเซียนเช่นเดียวกัน จึงจะสามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนได้อย่างถูกต้อง ดังนั้น จึงส่งผลให้การรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ พัทณี เหยจรรยา และคณะ (2538, หน้า 69-70) ที่กล่าวถึงอิทธิพลต่อการรับรู้ของแต่ละคนว่า แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ ทำให้บุคคลมักจะเห็นสิ่งที่ต้องการเห็น และได้ยินในสิ่งที่ต้องการได้ยิน เพื่อสนองความต้องการของตนเอง

7. จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพจำแนกตามลักษณะทางประชากรพบว่า บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพการทำงาน แตกต่างกันไป พฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแตกต่างกัน เนื่องจากการพัฒนาตนเองเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเองจากพฤติกรรมที่เป็นอุปสรรคต่อความเจริญก้าวหน้าไปสู่การมีพฤติกรรมที่เหมาะสม ดังนั้น การพัฒนาตนเองจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ แต่เนื่องจากบุคลากรมีความแตกต่างกัน ก็ย่อมมีจุดมุ่งหมายของการพัฒนาตนเองแตกต่างกันไปด้วย ทั้งนี้สอดคล้องกับ สงวน สุทธิเลิศอรุณ (2543, หน้า 127-128) ได้กล่าวถึงความมุ่งหมายของการพัฒนาตนเอง

ไว้ 3 ประการ คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และความคิดเพื่อเพิ่มพูนทักษะ ความชำนาญ และเพื่อพัฒนาเปลี่ยนแปลงเจตคติ และความเฉลียวฉลาดทางอารมณ์ ส่วนบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่มีตำแหน่งงานและหน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการพัฒนาตนเองเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับบุคลากร โดยเฉพาะการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน ซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์ ทักษะในการปฏิบัติงานอย่างมาก และด้วยกระบวนการสื่อสารเป็นเรื่องละเอียดอ่อน หากการสื่อสารไม่ดี ไม่มีประสิทธิภาพ อาจสร้างความขัดแย้งขึ้นได้ รวมทั้งทำให้สื่อขาดความน่าเชื่อถือ ประกอบกับการพัฒนาตนเองยังส่งผลให้บุคลากรมีความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ ประสบการณ์ในการทำงานเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น บุคลากรที่มีตำแหน่งงาน และหน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกัน จึงมีการพัฒนาตนเองเพื่อให้เป็นสื่อมวลชนมืออาชีพไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อำนาจ ทรวงประเสริฐ (2552) พบว่า การพัฒนาตนเองของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมมีพฤติกรรมการพัฒนาตนเองบ่อยครั้ง ทั้งนี้เพราะพนักงานมีความตั้งใจที่จะพัฒนาตนเองให้มีความรู้ ความเข้าใจ ทักษะความชำนาญ มีความสามารถ มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีความเจริญก้าวหน้าและประสบความสำเร็จในชีวิต ทั้งด้านการทำงานและด้านครอบครัว

8. จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียนจำแนกตามลักษณะทางประชากร พบว่า บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพการทำงาน แตกต่างกันไป มีพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียนแตกต่างกัน เนื่องจากการส่งเสริมให้บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ได้รับการพัฒนาเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคม

อาเซียน อาจจะยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของบุคลากร เพราะในปัจจุบัน มีการคัดเลือกให้บุคลากรเพียงบางส่วนเข้ารับการอบรมด้านภาษาอังกฤษ และให้ความรู้เกี่ยวกับอาเซียนเท่านั้น แต่ทว่าหากบุคลากรยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากองค์กร บุคลากรเองก็ควรศึกษาหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเองให้ประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ฐีระ ประवालพฤกษ์ (2538, หน้า 20) ได้กล่าวถึงวิธีการพัฒนาตนเองไว้คือ ศึกษาหาความรู้จากเอกสารและสื่อทางวิชาการ ติดตามความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับนโยบายและงานที่อยู่ในความรับผิดชอบ แลกเปลี่ยนประสบการณ์และข้อคิดเห็นเกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติ สนใจเข้าร่วมประชุม สัมมนา เพื่อรับความรู้ใหม่ๆ แสวงหาโอกาสในการศึกษาดูงาน สมัครเป็นสมาชิกขององค์การทางวิชาการหรือวิชาชีพ และเข้าศึกษาหลักสูตรในสถาบันอุดมศึกษา ทั้งนี้ จากวิธีการพัฒนาตนเองดังกล่าว จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียนแตกต่างกันไปด้วย ส่วนบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ที่มีตำแหน่งงานและหน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียนไม่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีตำแหน่งงานและหน่วยงานที่สังกัดคล้ายกัน คือมีตำแหน่งงานนักสื่อสารมวลชน และหน่วยงานที่สังกัดคือ สทท. จึงมีพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียนไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เทียมรัตน์ คงทนต์ (2554) พบว่า ความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรในบริษัท ทีเอสที เมทัลเวิร์ค จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า บุคลากรในบริษัท ทีเอสที เมทัลเวิร์ค จำกัด ที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน และการศึกษาต่างกัน มีระดับความต้องการพัฒนาตนเองไม่แตกต่างกัน

9. จากผลการวิจัยในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปร พบว่า การเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ โดยมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก และมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมาก ก็จะมีการรับรู้ข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมากตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมา ปรัชญาวุฒิรัตน์ (2550) ที่ทำการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของข้าราชการกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : โครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัวกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเกี่ยวกับโครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัวกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารและความสนใจประเภทข่าวสารต่างๆ จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเกี่ยวกับโครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัวกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายความว่าเมื่อข้าราชการกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเกี่ยวกับโครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัวกรุงเทพมหานครมาก ก็จะมีการรับรู้ข่าวสารและความสนใจประเภทข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเกี่ยวกับโครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัวกรุงเทพมหานครมากตามไปด้วย

10. ทั้งนี้ จากผลการวิจัยในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปร พบว่า การเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียน โดยมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก และมีความ

สัมพันธ์กันในระดับสูง ซึ่งหมายความว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมาก ก็จะมีพฤติกรรมการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียนมากตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ พีระ จิโรโสภณ (2540, หน้า 637-639) ได้กล่าวถึงการเปิดรับข่าวสารในกระบวนการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจไว้ว่า แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่งตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน และบางครั้งบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลนั้นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป โดยปกติแล้วคนเรามักจะเปิดตัวเองให้สื่อสารตามความคิดเห็นและความสนใจของตนเอง เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตน ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2553, หน้า 154) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ความรู้จากสาขาจิตวิทยาการเรียนรู้ถูกนำมาใช้ในการศึกษาเรื่องผลกระทบของสื่อมวลชน เนื่องจากสื่อถูกพิจารณาว่าเป็นวิถีทางที่จะถ่ายทอดความคิดให้แก่ประชาชนกลุ่มใหญ่ที่เป็นผู้รับสารของสื่อ ความคิดที่รับเข้าไปนั้นจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน “องค์ประกอบทางจิต” ของมนุษย์ เช่น ความเข้าใจ ในขั้นต่อมาเมื่อความเข้าใจเปลี่ยนไป ผลที่จะเกิดขึ้นตามมาก็คือพฤติกรรม/การกระทำก็มักจะเปลี่ยนไปตามความเข้าใจด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สมิต อาชวานิจกุล (2534, หน้า 175) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการพัฒนาตนเองว่า การที่คนเราได้ผ่านการศึกษอบรมตามสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ก็ได้ หรือการที่ไม่มีโอกาสได้ผ่านสถาบันการศึกษาในขั้นสูงก็ได้ ไม่ใช่เครื่องชี้วัดว่าคนเราจะเจริญก้าวหน้าหรือตกต่ำ คนจำนวนมากสำเร็จการศึกษาแล้วทั้งตำรา ไม่ฝึกฝนค้นคว้า ไม่นานวิชาที่เรียนมาจะเลื่อนหายไปจากความจำ โอกาสก้าวหน้าจึงเป็นไปได้ยาก แต่ผู้ที่รักการค้นคว้า

มุ่งมั่นปรับปรุงพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา ย่อมจะก้าวไกลกว่าคนประเภทแรก การเป็นคนรักการอ่าน รักการศึกษาค้นคว้า และพัฒนาตนเองย่อมจะมีความรู้ที่จะพัฒนาตนเองไปสู่ความเจริญก้าวหน้า

## ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยเพื่อนร่วมงาน เป็นสื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุด รองลงมา คือ หนังสือเวียนทาง intranet ส่วนการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับน้อยที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการข่าวสารและความสนใจข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกลุ่มตัวอย่าง ว่ามีการเปิดรับข่าวสารอาเซียนจากเพื่อนร่วมงานมากที่สุด เนื่องจากเพื่อนร่วมงานเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิด และมีความยืดหยุ่น ดังนั้น หากองค์กรมีการสนับสนุนให้บุคลากรได้รับการพัฒนา ด้วยการอบรมทางด้านภาษาอังกฤษ และอบรมเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับอาเซียน อย่างทั่วถึงและต่อเนื่องแล้ว นอกจากจะส่งผลให้ตัวบุคลากรเองเป็นผู้มีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ในการทำงานอย่างมืออาชีพ ยังช่วยให้การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปสู่ผู้รับสารภายในหน่วยงาน หรือประชาชน บุคคลภายนอก ก็จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องไปด้วย

2. จากวิสัยทัศน์กรมประชาสัมพันธ์ ใน การเป็นองค์กรหลักที่เป็นเลิศด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนแบบมืออาชีพแห่งอาเซียน เพื่อการพัฒนา การรักษา ความมั่นคง วัฒนธรรม และภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ดังนั้น บุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ ทุกคนจำเป็นต้องได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารอาเซียนอย่างเพียงพอ เหมาะสม และต่อเนื่อง ดังนั้น

หากองค์กรต้องการให้บุคลากรเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพแห่งประชาคมอาเซียนสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ องค์กรควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง รวมถึงปรับปรุงข้อมูลเนื้อหาที่จำเป็น และสอดคล้องต่อการปฏิบัติงาน

3. องค์กรควรมีการวางแผนในการพัฒนาบุคลากรให้เข้ารับการศึกษาภาคภาษาอังกฤษ และภาษาของประเทศสมาชิกอาเซียน เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางที่ประเทศสมาชิกอาเซียนใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน และหากบุคลากรมีความสามารถในการติดต่อสื่อสารด้วยภาษาของประเทศสมาชิกอาเซียนได้ด้วย จะยิ่งส่งผลให้บุคลากรมีประสิทธิภาพ สร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปสู่ประชาชน รวมถึง องค์กรควรสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรได้เข้าร่วมอบรมศึกษาดูงานประเทศสมาชิกอาเซียนด้วย

## ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการนำเสนอรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ อาทิเช่น การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก การสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์เนื้อหา มาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลมีความละเอียดลึกซึ้ง และรอบด้านยิ่งขึ้น ตลอดจนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ภายในให้เหมาะสมทั้งในด้านของรูปแบบ เนื้อหา และกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

2. ผู้ที่สนใจจะศึกษาวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในต่าง ๆ ขององค์กร ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลของสื่อแต่ละประเภท ว่ามีบทบาทแตกต่างกันในการให้ความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมายหรือไม่อย่างไร

## เอกสารอ้างอิง

- กรมประชาสัมพันธ์, สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์. (2554). แผนยุทธศาสตร์  
กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2555-2559. ค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2555, จาก [http://hq.prd.go.th/  
plan/ewt\\_dl\\_link.php?nid=697](http://hq.prd.go.th/plan/ewt_dl_link.php?nid=697).
- กรมประชาสัมพันธ์, สำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 กาญจนบุรี. (2555). ความรู้วิทยากรบนเวทีเสวนา  
สื่อสร้างสรรค์สู่ประชาคมอาเซียน. ค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2555, จาก [http://ewt.prd.go.th/  
ewt/region8/ewt\\_news.php?nid=329&filename=Asean\\_main](http://ewt.prd.go.th/ewt/region8/ewt_news.php?nid=329&filename=Asean_main).
- กรมประชาสัมพันธ์, กองการเจ้าหน้าที่. (ม.ป.ป.). (2555). ข้อมูลบุคลากร. ค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2555,  
จาก <http://intranet.prd.go.th/>.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). สื่อสารมวลชน:ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:  
ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ชนภัทร ชีระพิริยกุล. (2552). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความต้องการข่าวสาร ด้านการ  
กำกับดูแลกิจการที่ดีของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน). วารสารศาสตรมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิระ ประवालพุกษ์. (2538). การพัฒนาบุคลากร. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์การศาสนา กรมศาสนา.
- दनัย เทียนพุ่ม. (2537). กลยุทธ์การพัฒนาคน. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เทียมรัตน์ คงทนต์. (2554). ความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรในบริษัท ทีเอสที เมทัลเวิร์ด  
จำกัด. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรม  
ราชูปถัมภ์.
- ปัทมา ปรัชญาอุฉิรัตน์. (2550). การเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของข้าราชการ  
กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : โครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัว  
กรุงเทพมหานคร. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เปาวลี วิมูลชาติ. (2549). การศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองและความต้องการพัฒนา  
ตนเองของข้าราชการ กรมทหารสื่อสาร. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. (2544). ความสำคัญของผู้รับสาร. ในหลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 6).  
นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พัชนี เสงี่ยมกุล และ ถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์. (2538). แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์.  
กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พีระ จิโรโสภณ. (2540). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร  
(หน่วยที่ 11). นนทบุรี:มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- แพรวพรรณ ปานนุช. (2551). ความต้องการข้อมูลข่าวสาร การเลือกใช้สื่อของประชาชนในจังหวัด  
สุราษฎร์ธานี กรณีความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เรียม ศรีทอง. (2542). พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาคน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เวิร์ดเวฟเอ็ดดูเคชั่น.
- สงวน สุทธิเลิศอรุณ. (2543). พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาคน. กรุงเทพฯ:อักษรภาพพัฒนา.
- สมฤทัย นีรติชัย. (2553). การพัฒนาตนเองเพื่อการประกอบอาชีพของคนพิการที่กำลังฝึกอาชีพ

ในโรงเรียนอาชีวพระมหาไถ่ พัทยา. สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์.

สมศักดิ์ สินธุเวชชัย. (2541). มุ่งสู่คุณภาพการศึกษา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์วัฒนาพานิช.

สมิต อาชนิจกุล. (2534). การพัฒนาตนเอง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.

อำนาจ ทรวงประเสริฐ. (2552). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองของพนักงานธนาคาร  
กรุงไทย จำกัด (มหาชน). รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.