

ศึกษารูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม

แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

THE STUDY OF THE FORMS AND METHODS OF PUBLIC RELATIONS

OF THE YOUNG BUDDHISTS ASSOCIATION OF

THAILAND UNDER ROYAL PATRONAGE

พระไพโรจน์ พิรุณโก (ศรีฟ้า)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาธรรมนิเทศ

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พุทธศักราช ๒๕๕๓

ศึกษารูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม
แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

พระพิรพงค์ พิรสกโก (ศรีฟ้า)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาธรรมนิเทศ
บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พุทธศักราช ๒๕๕๓

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)

**THE STUDY OF THE FORMS AND METHODS OF PUBLIC RELATIONS
OF THE YOUNG BUDDHISTS ASSOCIATION OF
THAILAND UNDER ROYAL PATRONAGE**

Phra Perapong Bhīrasakkō (Srefah)

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of
The Requirement for the Degree of
Master of Arts
(Dhamma Communication)
Graduate School

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Bangkok, Thailand

(Copy By Mahachulalongkornrajavidyalaya University Bangkok, Thailand)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อนุมัติให้นักศึกษานิพนธ์
ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธรรม
นิเทศ

.....

(พระสุธีธรรมานุวัตร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ ประธานกรรมการ

(พระมหาสุทิตย์ อากาศโร, ดร.)

..... กรรมการ

(พระมหากฤษณะ ตรุโณ, ผศ.ดร.)

..... กรรมการ

(พระมหาบุญเลิศ ฐมฺมทสุลี)

..... กรรมการ

(รศ. ดร. สมาน งามสนิท)

..... กรรมการ

(รศ. บำรุง สุขพรรณ)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ พระมหากฤษณะ ตรุโณ, ผศ.ดร. ประธานกรรมการ

พระมหาบุญเลิศ ฐมฺมทสุลี กรรมการ

รศ. ดร. สมาน งามสนิท กรรมการ

- ชื่อวิทยานิพนธ์** : ศึกษารูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
- ผู้วิจัย** : พระพิรพงษ์ พิรสกุ โภ (ศรีฟ้า)
- ปริญญา** : พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (ธรรมนิเทศ)
- คณะกรรมการวิทยานิพนธ์**
- : พระมหากฤษณะ ตรุโณ, ผศ.ดร. ป.ธ. ๓, พธ.ม. (ปรัชญา), Ph.D. (Phil.)
- : พระมหาบุญเลิศ ฐมมทสุลี ป.ธ. ๘, พธ.บ., พธ.ม.
- : รศ. ดร. สมาน งามสนิท รป.ด.
- วันที่สำเร็จการศึกษา** :

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษารูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของ "ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์" โดยมีวัตถุประสงค์ ๓ ประการ คือ

- ๑) เพื่อศึกษาแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์และแนวคิดทฤษฎีด้านการสื่อสาร
- ๒) เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของยุวพุทธิกสมาคม ซึ่งเกิดจากคนรุ่นใหม่ผู้มีอุดมการณ์ที่มุ่งมั่นเพื่อให้เป็นสถานที่ศึกษาและเผยแผ่พระพุทธศาสนาแก่คนวัยหนุ่มสาว ให้มาสนใจในพระพุทธศาสนา

๑) รูปแบบและวิธีการการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม

ผลการวิจัยพบว่า ยุวพุทธิกสมาคมมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อหลากหลายประเภท ผู้ก่อตั้งประกอบด้วย นายเสถียร โภธินันทะ, นายบุญยง ว่องวานิช และนายสุพจน์ แสงสมบูรณ์ ได้จัดตั้งยุวพุทธิกสมาคมขึ้นเมื่อวันที่ ๑๕ มกราคม พ.ศ. ๒๕๕๒ และได้รับการโปรดเกล้าฯ วันที่ ๑๗ มีนาคม ๒๕๐๓

ส่วนรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคมได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ วิทยุโทรทัศน์ Internet และสื่อบุคคล เป็นต้น โดยมีวิธีการทั้งสื่อเชิงรับ คือ ให้ประชาชนผู้สนใจ

ค้นหาแหล่งข้อมูลข่าวสารจาก Internet และ ใช้สื่อเชิงรุก ได้แก่ โครงการประกวดหนังสือ
นิทรรศการงานศิลปะเพื่อพระธรรมทางสื่อสมัยใหม่

Thesis Title : The Study of the Forms and the Methods of the Public Relation of the Young Buddhists Association of Thailand under Royal Patronage

Researcher : Phra Perapong Bhīrasakkō (Srefha)

Degree : Master of Arts (Dhamma Communication)

Thesis Supervisory Committee

: Assist. Prof. Dr. Phramahā Grissana Tarunō Pali III, B.A., M.A., Ph.D.

: Phramaha Boonlert Dammatassī Pali VIII, B.A., M.A.

: Assoc. Prof. Dr. Sman Ngamsnit Ph.D. (Public Administration)

Date of Graduation :/ /

ABSTRACT

This research is qualitative one to study the forms and the methods of public relations undertaken by "Young Buddhists Association of Thailand under the Royal Patronage" with three main objectives as follows :-

Firstly, to study the concept of Public Relations and Communication.

Secondly, to study the history of the Young Buddhists Association ideological commitment to be a place for study and propagation of Buddhism for the Young Buddhists.

And Lastly, to study the forms and the methods of Public Relations undertaken by the Young Buddhists Association. Findings are as follows:

The Young Buddhists Association applied on any Public Relations media. The Young Buddhists Association was founded by Mr. Satien Phothinantha, Mr. Bunyong Wongvanish and Mr. Supot Sangsomboon. The Young Buddhists Association was

established on Wednesday, January 15, 2492 and was accepted to be under the Royal Patronage on March 17, 2503.

The Young Buddhists Association used many forms and methods of Public Relations such as Print media, Electronic, Person Media by means of regular, re – active and Proactive Methods.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยงานวิทยานิพนธ์เล่มนี้สามารถสำเร็จลงได้ด้วยดีก็เพราะด้วยความมีอุปการะจากบุคคลสำคัญหลาย ๆ ท่าน ในการเอื้อเฟื้อด้านต่าง ๆ ให้การดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้เป็นไปได้ด้วยดีตลอดทั้งโครงการ ผู้วิจัยจึงขอประกาศไว้เพื่อเป็นอนุสรแห่งคุณงามความดีไว้ในที่นี้ด้วย ได้แก่

ขอขอบพระคุณ พระอาจารย์บุญนพ สุทธิสโร และ พระครูพินิจกิจาท ฦ วัดสวนววง ตำบลแม่ปางขาว อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา ที่ได้เมตตาอนุเคราะห์ในด้านค่าเล่าเรียนและอุปกรณ์ในการศึกษาและวิจัย ตลอดถึงให้ความเป็นห่วงเป็นใยในการศึกษาตลอดมา ขอขอบพระคุณ พระมหากุญณะ ตรี โณ ดร. ที่เมตตาเป็นองค์ประธานที่ปรึกษา พระมหาบุญเลิศ ธรรมทสฺสี, ดร. สมานงามสนิท ที่ให้คำปรึกษาช่วยเหลือตลอดทั้งโครงการตลอดถึง พระนำชัย ธรรมานนุโท และ รศ. ชูศักดิ์ ทิพย์เกษร ที่กรุณาตรวจคำภาษาอังกฤษในบทคัดย่อของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จนสำเร็จ

ขอขอบพระคุณ พระครูสุวัตติธรรมรัต พระอุปัชฌาย์ และ พระครูธรรมทรสุทัศน์ เจ้าอาวาสวัดลครท่า ที่ได้ให้ฟังฟังคำสั่งสอนมีปฏิปทาที่ถูกต้องตามหลักพระวินัย เข้าสู่ทางอันเป็นประโยชน์อันสูงสุดของผู้ที่ออกจากเรือน และได้เมตตาเรื่องที่พำนักในการศึกษาเล่าเรียนที่วัดลครท่า กรุงเทพมหานคร ทำให้เกิดความสะดวกในการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบใจเจริญพรแก่ญาติโยมที่ให้การสนับสนุนด้านต่างๆ ได้แก่ คุณสุรัตน์ ศรีฟ้า และคุณชัยสังคม อัครเศษกุล ที่ให้คำปรึกษาด้านโปรแกรมและสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ต่างๆ

ด้วยอานิสงส์แห่งคุณงามความดีที่เกิดจากประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้และด้วยอำนาจแห่งสิ่งเป็นมงคลอันสูงสุด คือ พระรัตนตรัย จงบันดาลให้ทุกท่านจงมีแต่ความสุขความเจริญทั้งในทางโลกและทางธรรม ให้จิตเข้าความพ้นกิเลส คือ กองทุกข์ทั้งปวงโดยเร็วพลัน จงทุกท่านทุกประการ เทอญ

พระพิรพงษ์ พิรสกุลโก (ศรีฟ้า)

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ	ฉ
บทที่ ๑ บทนำ	
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๕
๑.๓ ขอบเขตการวิจัย	๕
๑.๔ ปัญหาที่ต้องการทราบ	๕
๑.๕ คำจำกัดความของศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	๖
๑.๖ ทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๖
๑.๗ วิธีการดำเนินการวิจัย	๑๓
๑.๘ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๑๔
บทที่ ๒ แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และทฤษฎีการสื่อสาร	
๒.๑ แนวคิด	๑๕
๒.๑.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	๑๕
๒.๑.๒ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์	๒๗
๒.๑.๓ หลักวิธีการประชาสัมพันธ์	๓๑
๒.๑.๔ เครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์	๓๗
๒.๒ แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร	๔๗

๒.๒.๑ แนวคิดด้านการสื่อสาร	๔๘
๒.๒.๒ ทฤษฎีการสื่อสาร	๕๐
๒.๒.๓ การสื่อสารในทางพุทธศาสนา	๖๐
๒.๒.๔ การประเมินผลการประชาสัมพันธ์	๖๕

บทที่ ๓ ประวัติประวัติความเป็นมาของ ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (ศูนย์ ๑)

๓.๑ ประวัติความเป็นมาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในบรมราชูปถัมภ์ (ศูนย์ ๑)	๗๓
๓.๒ ประวัติความเป็นมา ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธฯ เสด็จพระเกียรติ ปทุมธานี (ศูนย์ ๒)	๗๕
๓.๓ ประวัติความเป็นมาศูนย์วิปัสสนายุวพุทธฯ สวนประไพธรรม จังหวัดชุมพร (ศูนย์ ๓)	๗๕
๓.๔ นโยบายและพันธกิจของยุวพุทธิกสมาคม	๘๐

บทที่ ๔ รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม

๔.๑ หลักการและวัตถุประสงค์	๘๓
๔.๑.๑ วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม	๘๓
๔.๑.๒ วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรม	๘๔
๔.๒ การประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม	๘๕
๔.๒.๑ ศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์จากผู้บริหารยุวพุทธิกสมาคม	๘๖
๔.๒.๒ สรุปรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ในส่วนผู้บริหาร	๑๐๕
๔.๒.๓ ศึกษารูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์จากผู้เข้าอบรม	๑๑๑
๔.๒.๔ สรุปผลรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ในส่วนผู้เข้าอบรม	๑๒๘

บทที่ ๕ สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

๕.๑ สรุปผลเชิงพรรณนาความ	๑๓๐
๕.๑.๑ แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์และแนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร	๑๓๐

๕.๑.๒ ประวัติความเป็นมาของยุวพุทธิกสมาคม	๑๓๑
๕.๑.๓ รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม	๑๓๒
๕.๑.๔ วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของการประชาสัมพันธ์	๑๓๓
๕.๒ อภิปรายผล	๑๓๘
๕.๒.๑ อภิปรายผลเชิงแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์และทฤษฎี การสื่อสาร	๑๓๘
๕.๒.๒ อภิปรายผลเชิงปฏิบัติการ	๑๓๙
๕.๓ ข้อเสนอแนะ	๑๔๐
๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	๑๔๑
๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	๑๔๑
บรรณานุกรม	๑๔๒
ภาคผนวก ก.	
หนังสือขออนุญาตเข้าทำงานวิจัย	๑๔๓
ภาคผนวก ข.	
ยุวพุทธิกสมาคมและกิจกรรมการเผยแผ่พุทธศาสนา	๑๔๘
ภาคผนวก ค.	
แนว / แบบการสัมภาษณ์	๑๖๓
รูปแบบประเมิน หลักสูตรพัฒนาจิตให้เกิดปัญญาฯ	๑๖๘
รูปแบบประเมิน หลักสูตรวิปัสสนากรรมฐาน โดย พระมิตฺตฺสโอะ คเวสโก	๑๗๑
แบบประเมิน หลักสูตรวิปัสสนากรรมฐาน โดย พระครูปลัดวีระนนท์ วีรนนฺโท	๑๗๖
ประวัติของผู้วิจัย	๑๘๐

สารบัญตาราง

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ ๔.๑ สรุปรูปแบบและวิธีการการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม	๑๐๕
ตารางที่ ๔.๒ สรุปรูปแบบและช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้เข้าอบรมได้รับ	๑๒๒
ตารางที่ ๔.๓ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับในครั้งแรกก่อนเข้าอบรมอบรม	๑๒๖
ตารางที่ ๔.๔ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับหลังอบรม	๑๒๖
ตารางที่ ๔.๕ ประโยชน์ที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ (KAP)	๑๒๗
ตารางที่ ๔.๖ ความพึงพอใจสื่อและการบริการ	๑๒๗
ตารางที่ ๔.๗ สรุปรูปข้อเสนอแนะสำหรับสถานที่ปฏิบัติธรรมทั่วไป	๑๒๘
ตารางที่ ๕.๑ รูปแบบและวิธีการการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม	๑๓๕
ตารางที่ ๕.๒ รูปแบบและวิธีการรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้เข้าอบรม	๑๓๖

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ อักษรย่ออ้างอิงจากพระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยฉบับภาษาไทย อ้างอิงโดยระบุอักษรย่อคัมภีร์ (ไทย) เล่ม/ข้อ/หน้า ตามลำดับ เช่น ม.ม. (ไทย) ๑๒/๒๔๐/๒๐๒ หมายถึง มัชฌิมนิกายมูลปิณณาสก์ เล่มที่ ๑๒ ข้อที่ ๒๔๐ หน้าที่ ๒๐๒ อีกชุดหนึ่ง คือ อ้างอิงจากพระไตรปิฎกคัมภีร์อรรถกถาภาษาไทย ฉบับมหามกุฏราชวิทยาลัย อ้างอิงโดย ระบุอักษรย่อคัมภีร์ (ไทย) เล่ม/ภาค/ ตอน/หน้า ตามลำดับ เช่น ชุ.ธ.อ. (ไทย) ๑/๒/๒/๒๔๐. หมายถึง พระสูตรและอรรถกถาแปล ชุททกนิกายธรรมบท เล่มที่ ๑ ภาค ๒ ตอน ๒ หน้าที่ ๒๔๐ ฉบับมหามกุฏราชวิทยาลัย

พระสูตรต้นปิฎก

อ.จ.อ. (ไทย)	= อังคุตตรนิกาย	อัญจนนิบาต (ภาษาไทย)
ช.ช.ป. (ไทย)	= ชุททกนิกาย	ปัญญาสนิบาตชาดก (ภาษาไทย)
ช.วิ. (ไทย)	= ชุททกนิกาย	วิมานวัตถุ (ภาษาไทย)
ที.ป. (ไทย)	= ทีฆนิกาย	ปาฎีกวรรค (ภาษาไทย)

อรรถกถาพระสูตรต้นปิฎก

ที.สี.อ. (ไทย)	= ทีฆนิกาย	ศีลขันธวรรคอรรถกถา (ภาษาไทย)
----------------	------------	------------------------------

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมด้านนิเทศศาสตร์อย่างหนึ่งที่เป็นกระบวนการหรือวิธีการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรหรือบุคคล ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอชื่อเสียง สัญลักษณ์ จุดดี จุดเด่นของแต่ละองค์กร หรือบุคคลไปยังสาธารณชนให้รับทราบตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญและมีความจำเป็นในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายหรือนโยบายที่วางไว้ องค์กรภาครัฐและเอกชนจึงให้ความสำคัญกันมากขึ้น มีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านประชาสัมพันธ์โดยตรงเพื่อให้ประชาชนหรือกลุ่มบุคคลเป้าหมายได้รับทราบถึง ข่าวสาร โครงการ กิจกรรมต่าง ๆ อย่างรวดเร็วทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ ด้วยช่องทางหรือวิธีการที่เหมาะสมในการส่งสาร (Message) ที่ใช้ใน ปัจจุบัน โดยที่ผู้รับสาร (Receiver) สามารถเลือกรับสารได้ตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา และสื่อออนไลน์ (สื่อทางอินเทอร์เน็ต) ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งจากการใช้ช่องทางการสื่อสารในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อออนไลน์ ที่มีสัดส่วนเพียง ๑ เปอร์เซ็นต์ของมูลค่าการตลาดโฆษณาทั้งหมดถือเป็นตัวเด่นที่สุดภายใต้ภาวะเศรษฐกิจถดถอยเหตุผลหลักคือ ราคาค่าโฆษณาออนไลน์ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับสื่อเดิม (เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอื่นๆ) ขณะที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้เป็นจำนวนมาก มีโอกาสในการสร้างความจดจำและการซึมซับ รวมไปถึงการมีส่วนร่วม (Engagement) ของผู้รับสื่อที่สื่ออื่นเดิมทำไม่ได้

ด้วยเหตุที่การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการทัศน์ (Paradigm) และกระบวนการ (Process) ที่ต้องอาศัยความรู้ และการมีจิตสำนึกในด้านการรับผิดชอบต่อสังคม ที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการติดต่อเชื่อมโยงสร้างสัมพันธ์ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างองค์กร สถาบันให้กับกลุ่มประชาชน ซึ่งต้องมีการประนีประนอมหรือสร้างผลประโยชน์ระหว่างสถาบันกับสังคม

๑ ดร. กิเยก ชัยนิรันดร์, **Marketing Clic : กลเม็ดเคล็ดลับการตลาดออนไลน์**, (กรุงเทพมหานคร : บริษัทซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) ,๒๕๕๒), หน้า๗๕.

ให้เกิดความราบรื่นและสันติสุขร่วมกันได้ นักประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงจำเป็นต้องศึกษากระบวนการสื่อสารให้มีความรู้ดีเสียก่อนจึงดำเนินการ ผู้ส่งสาร (Source) ต้องมีความรู้ข้อมูลข่าวสาร การจัดการควบคุมสถานการณ์ในการสื่อสารต่างๆ ความรู้ในเรื่องข้อสาร (Message) จะต้องมีความถูกต้องทั้งความหมายแลสัญลักษณ์ มีการจัดเรียง มีเนื้อหา และการเรียงลำดับอย่างถูกต้องและเหมาะสมช่องทางในการส่งสาร (Channel) หรือพาหนะที่นำหรือพาสาร ไปยังผู้รับที่เหมาะสมแต่ละกลุ่มบุคคล ผู้รับสาร (Receiver) ได้แก่ผู้ชม ผู้ฟัง ผู้ถอดรหัสที่มีความแตกต่างกันในการตีความและการทำความเข้าใจต่อสาร และสุดท้ายของกระบวนการคือ ผลที่เกิดจากการส่งสาร หากใช้กระบวนการสื่อที่ถูกต้องเหมาะสมแล้วผลที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ที่ดี ย่อมสำเร็จเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ^๒

การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมย่อมนำไปสู่ประโยชน์กับองค์กร คือ ทำให้เกิดความไว้วางใจ ความเชื่อถือ ความศรัทธา การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในศาสนาและองค์กรที่เกี่ยวข้อง เป็นการสร้างทัศนคติในเชิงบวกอันเป็นผลประโยชน์ต่อการเผยแพร่ สามารถช่วยและขจัดความรู้สึกเชิงลบอย่างมีประสิทธิภาพเกิดการรับรู้และมีอิทธิพลเหนือความคิดของกลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้นำทางความคิดโดยอาศัยจุดยืนที่ถูกต้องในการสื่อสารเนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมาย เป็นการนำกลยุทธ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์มาใช้ร่วมกันอย่างลงตัว (Pulling together) เพื่อให้กลยุทธ์นั้นสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มุ่งให้ความสำคัญกับบุคคล องค์กรและหน่วยงานองค์กรเป็นหลัก ทำให้เกิดแนวคิดในการสร้างเครื่องมือใหม่ มีขั้นตอนการวางแผนการปฏิบัติงานและการประเมินผล

เมื่อการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญและมีอิทธิพลอย่างมากต่อความรู้สึกนึกคิด และการการจูงใจผู้รับข่าวสาร ถึงกับเรียกสังคมยุคนี้ว่า “ยุคสารสนเทศ” แต่องค์กรทางพุทธศาสนานั้น ยังไม่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์มากนัก องค์กรด้านพุทธศาสนาจะต้องปรับตัวในการนำหลักวิธีการประชาสัมพันธ์มาใช้ในการเผยแพร่กิจกรรมด้านพุทธศาสนาให้มากขึ้น เช่น ต้องนำหลักการประชาสัมพันธ์แบบเชิงรุกมาประยุกต์ใช้ในการเผยแพร่กิจกรรมทางพุทธศาสนา เพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนการและวิธีการในการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ ให้แก่บุคคลหรือ

^๒ วิรัช ลภีรัตนกุล, นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ ยุคสารสนเทศ, พิมพ์ครั้งที่ ๒ (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม), (กรุงเทพมหานคร : บริษัท ด้านสุทธาการพิมพ์ จำกัด, ๒๕๔๒), หน้า ๑๕๗.

กับองค์กรอื่นๆ และถือเป็นกิจกรรมด้านนิเทศศาสตร์อย่างหนึ่งที่ใช้หลักการเพื่อสื่อสารระหว่างบุคคล ในรูปแบบหรือวิธีการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายก่อให้เกิดการร่วมมือหรือสนับสนุนงานเผยแผ่จากมวลชน ให้กับองค์กรสงฆ์เพื่อกระตุ้นให้เกิดความเกิดความรู้หลักธรรมที่ดีๆ แก่ศาสนิกชน เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดถึงการสร้างแรงศรัทธาและความเชื่อถือจากสาธารณชนด้วย^๓

ด้วยประโยชน์ดังกล่าวข้างต้นให้เกิดความสำเร็จอย่างจริงจังตามวัตถุประสงค์ในการเผยแผ่หลักธรรมและหลักวิธีการปฏิบัติตามแนวทางพุทธศาสนา ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับงานด้านพุทธศาสนา ต้องทราบและเข้าใจในการนำหลักวิธีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปประกอบกับหลักการสื่อสารการสอนเชิงพุทธ ส่งเสริมโครงการอบรมธรรมศึกษาและโครงการอบรมปฏิบัติธรรมของสำนักหรือศูนย์ปฏิบัติธรรมต่าง ๆ ที่มีในปัจจุบันให้เกิดการสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้รับอย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมจะเกิดความเจริญก้าวหน้าและเกิดกระบวนการพัฒนาของสำนักหรือศูนย์ปฏิบัติธรรมที่ดีขึ้น ตัวอย่างองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารและเผยแผ่ธรรมทั้งทางปริยัติและแนวปฏิบัติตามทางพุทธศาสนาที่ดำเนินการมาอย่างช้านาน มีการนำหลักแนวความคิดด้านประชาสัมพันธ์มาใช้อย่างเหมาะสม ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ หน่วยงานของเอกชนที่ใช้หลักการสื่อสารประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการบอกกล่าว แจ้งข่าวสาร และเชิญชวนประชาชนผู้สนใจในโครงการการอบรมและปฏิบัติธรรม จนกิจกรรมขององค์กรประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูงในปัจจุบัน ซึ่งเป็นสำนักปฏิบัติธรรมที่ดำเนินกิจการโดยคณะบุคคลที่เป็นคฤหัสถ์ทั้งหมด^๔

ยุวพุทธิกสมาคมได้เปิดให้บริการด้านการเผยแผ่และปฏิบัติธรรมมากกว่า ๖๐ ปี มีผู้สนใจเข้าร่วมในโครงการหลักสูตรที่เปิดสอนและอบรมอย่างต่อเนื่อง จากเหตุที่มีรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ยังผลให้โครงการการเผยแผ่และ

^๓ รองศาสตราจารย์ กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักท์, ๒๕๔๘), หน้า ๕-๖.

^๔ สมาคมจดทะเบียนจัดตั้งอย่างเป็นทางการในวันที่ ๑๔ มิถุนายน ๒๔๙๓ วันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๐๓ สมาคมได้ชื่อว่า "ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์" (หนังสือที่ระลึกพิธีเปิดอาคารปฏิบัติธรรม, ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๓, หน้า ๘-๙.)

อบรมธรรมะและปฏิบัติธรรมต่าง ๆ เป็นที่รู้จักในแวดวงพุทธศาสนิกชนอย่างกว้างขวาง จนถึงในปัจจุบันเกิดความหลากหลายในหลักสูตรอบรมธรรมและการปฏิบัติธรรม มีความพร้อมด้านพระวิปัสสนาจารย์ พนักงานเจ้าหน้าที่ หลักสูตรอบรม ตลอดจนถึงมีระบบการบริหารและกระบวนการอบรมวิปัสสนากรรมฐานที่ดี สามารถสร้างแรงจูงใจและสร้างความเชื่อถือแก่บุคคลทั่วไปเป็นอย่างมาก

การดำเนินกิจกรรมที่ผ่านมา ยุวพุทธิกสมาคมมีชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาร่วมโครงการฝึกอบรมหลักสูตรต่าง ๆ จำนวนมาก เช่น ตัวเลขในปี พ.ศ. ๒๕๕๐ มีผู้เข้ารับการอบรมวิปัสสนากรรมฐานจำนวนทั้งสิ้น ๑๒,๓๖๖ คน ในปี พ.ศ. ๒๕๕๑ มีจำนวนผู้เข้ารับการอบรมทั้งสิ้น ๑๒,๓๐๐ คน เป็นต้น ปัจจุบันมีโครงการและหลักสูตรอบรมกว่า ๔๐ โครงการ จำนวนผู้เข้ารับการอบรมจำนวนมากขึ้นและต่อเนื่อง เป็นสาเหตุให้ยุวพุทธิกสมาคมต้องขยายพื้นที่และศูนย์อบรมเพิ่มขึ้น มีศูนย์บริการเป็นจำนวนทั้งสิ้น ๓ ศูนย์ และที่กำลังอยู่ระหว่างการพัฒนาพื้นที่อีก ๒ ศูนย์ในปัจจุบัน

การดำเนินกิจกรรม ยุวพุทธิกสมาคมได้สร้างความศรัทธาความเชื่อมั่นให้กับประชาชนเป็นจำนวนมาก ประกอบกับประสบการณ์ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมและหลักสูตรอบรมที่มีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงเห็นว่ายุวพุทธิกสมาคมมีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งความรู้ในการศึกษารูปแบบและวิธีการในการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างยิ่ง จะยังผลให้เกิดองค์ความรู้และเป็นแบบอย่างในการปรับปรุงพัฒนาองค์กรด้านพุทธศาสนาในโครงการเผยแผ่และปฏิบัติธรรมได้เป็นอย่างดี เพื่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าเพื่อเกื้อกูลแก่พุทธศาสนิกชนในอนาคตอย่างเข้มแข็งได้สืบต่อไป

จากกิจกรรมการดำเนินงานของ ยุวพุทธิกสมาคมที่มีความเจริญก้าวหน้าจนเป็นที่สนใจของพุทธศาสนิกชนและประชาชนทั่วไปในปัจจุบัน อันเป็นผลมาจากการประชาสัมพันธ์องค์กรและหลักสูตรฝึกอบรมที่ดี ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชนอย่างเหมาะสมตามหลักการในวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ ๓ อย่างได้แก่ Knowledge, k คือการให้ความรู้ Attitude, A คือการให้เกิดทัศนคติที่ดี และ Practice, P คือ การนำไปปฏิบัติ สามารถเขียนเป็นแบบจำลอง KAP ตามที่ผู้วิจัยมีความต้องการศึกษารูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม ตามแบบจำลองดังนี้

๑.๒ วัตถุประสงค์การวิจัย

- ๑.๒.๑ ศึกษาแนวคิดการประชาสัมพันธ์และหลักทฤษฎีการสื่อสาร
- ๑.๒.๒ ศึกษาประวัติความเป็นมาของยูวพุทธิกสมาคม
- ๑.๒.๓ ศึกษารูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์ของยูวพุทธิกสมาคม

๑.๓ ขอบเขตการวิจัย

๑.๓.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

๑) ศึกษาหลักทฤษฎี แนวความคิดด้านการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนทฤษฎีความพึงพอใจ หลักในการการจูงใจต่างๆ เป็นต้น

๒) ศึกษาประวัติความเป็นมาของยูวพุทธิกสมาคม จากการก่อตั้งสมาคมจนเกิดการปรับปรุงและขยายสาขาถึงปัจจุบัน

๓) ศึกษารูปแบบและวิธีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของยูวพุทธิกสมาคมที่สามารถดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ

๑.๓.๒ ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา

๑) ศึกษาที่ยูวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ศูนย์เพชรเกษม ๕๔ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ (ศูนย์ ๑ สำนักงานใหญ่)

๒) ศึกษาที่ยูวพุทธิกสมาคมเฉลิมพระเกียรติ ปทุมธานี (ศูนย์ ๒)

๓) ศึกษาที่ยูวพุทธิกสมาคมสวนประไพธรรม จังหวัดชุมพร (ศูนย์ ๓)

๑.๓.๓ ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษา

๑) ศึกษาจากประชากรผู้บริหารของแต่ละศูนย์

๒) ศึกษาจากประชากรผู้เข้าอบรมของของแต่ละศูนย์

๑.๓.๔ ขอบเขตด้านเวลา

ดำเนินการศึกษาวิจัยระหว่าง เดือนมิถุนายน - เดือนกรกฎาคม ๒๕๕๓

๑.๔ ปัญหาที่ต้องการทราบ

๑.๔.๑ หลักแนวคิดทฤษฎีในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในทางพุทธศาสนา และตามแบบสากล

๑.๔.๒ ประวัติการประชาสัมพันธ์ยูวพุทธิกสมาคม ตลอดจนหลักการ นโยบายขององค์กร

๑.๔.๓ วิธีการและช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของ ยูวพุทธิกสมาคม

๑.๔.๔ ช่องทางการรับข่าวสาร ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในด้านการประชาสัมพันธ์

๑.๕ คำจำกัดความของศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

๑.๕.๑ การสื่อสาร หมายถึง การของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยใช้ข้อมูลข่าวสาร (message) และ ช่องทาง (channel) ที่ใช้ในการส่งสาร ในเอกสารนี้หมายถึง การนำหลักวิธีการสื่อสารมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์วิจัยศาสนาพุทธฯ

๑.๕.๒ การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กิจกรรมทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ในกระบวนการสื่อสาร เพื่อเสริมสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีของหน่วยงานกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง มีขอบเขตของงานในกิจกรรมต่างๆ มากมาย เช่น การเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) การเสริมสร้างทัศนคติ (Public Attitude) กิจกรรมต่างๆ (Public Opinion) เป็นต้น

๑.๕.๓ รูปแบบ หมายถึง วิธีถ่ายทอดความคิดตลอดจนจินตนาการที่มีต่อปรากฏการณ์หรือเรื่องราวใดๆ ให้ปรากฏ ในลักษณะของการสื่อสารลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เป็นแบบจำลองในลักษณะแบบหรือเป็นตัวแทนที่ใช้เป็นแบบอย่าง เป็นแผนผังแบบแผนของการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเนื่องด้วยความสัมพันธ์เชิงระบบตามหลักการประชาสัมพันธ์ยูวพุทธิกสมาคมและโครงการฝึกอบรมของยูวพุทธิกสมาคม

๑.๕.๔ วิธีการ หมายถึง วิธีการดำเนินการตามขั้นตอนการทำงานเพื่อประชาสัมพันธ์ของยูวพุทธิกสมาคม เริ่มจากการนำเสนอแผน/โครงการ อนุมัติ พิจารณาการใช้สื่อ เป็นต้น

๑.๕.๕ การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการในอันที่จะทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และความชำนาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นวิธีการเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยใช้สื่อช่องทางและแบบวิธีการที่เหมาะสม ในเอกสารนี้หมายถึง การจัดฝึกอบรมตามหลักสูตรของยูวพุทธิกสมาคม

๑.๕.๖ ยูวพุทธิกสมาคม หมายถึง ยูวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์เพชรเกษม (ศูนย์ ๑) สำนักงานใหญ่ มีศูนย์ย่อยจำนวน ๒ ศูนย์ คือ ยูวพุทธิกสมาคมเฉลิมพระเกียรติ ปทุมธานี (ศูนย์ ๒) และ ยูวพุทธิกสมาคมสวนประไพธรรม จ.ชุมพร (ศูนย์ ๓)

๑.๖ ทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๑.๖.๑ พระธรรมปิฎก ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับภาษาพูดไว้ในหนังสือเรื่อง “การสื่อภาษาเพื่อเข้าถึงสังคม” ว่า ทัศนะเกี่ยวกับภาษาพูดว่า ภาษาสามารถสื่อสารสังคมได้ไม่สมบูรณ์ คือไม่สามารถเอาสังคมมาตั้งไว้ให้เราเห็นเหมือนวางสิ่งของไว้ต่อหน้าได้ ต้องอาศัยประสบการณ์เก่าที่มีอยู่ ภาษาไม่สามารถแสดงให้รู้ในสัมผัสอย่างประสบการณ์ตรงได้ ความรู้สึกในใจ ความรัก ความโกรธ ความเกลียด การได้รับสร้อยต่างๆ ซึ่งต้องเป็นประสบการณ์ตรงเฉพาะตัวที่ภาษาไม่สามารถนำมาถ่ายทอดโดยสมบูรณ์ได้^๕

๑.๖.๒ รองศาสตราจารย์ กิติมา สุรสนธิ ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการสื่อสารไว้ในหนังสือเรื่อง “ความรู้ทางการสื่อสาร” ว่า การสื่อสาร (Communication) คือกระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่ง คือ ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) เป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหวและเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่องในการส่งและรับสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารโดยผ่านสื่อต่างๆ (Channels) อย่างมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เป็นการกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกลุ่ม โดยใช้สัญลักษณ์ สัญญาณ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน^๖

๑.๖.๓ ดวงพร คำบุญวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง กล่าวถึงแนวความคิดในการประชาสัมพันธ์ไว้ในหนังสือเรื่อง “สื่อสารการประชาสัมพันธ์” ว่า การประชาสัมพันธ์คือ กิจกรรมทุกอย่างที่รวมอยู่ในกระบวนการสื่อสาร เพื่อเสริมสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีของหน่วยงานกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง มีขอบเขตของงานในกิจกรรมต่างๆ มากมาย เช่น การเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) การเสริมสร้างทัศนคติ (Public Attitude) กิจกรรมต่างๆ (Public Opinion) เป็นต้น^๗

๑.๖.๔ วิรัช ลภีรัตนกุล กล่าวถึงหน้าที่ในการดำเนินประชาสัมพันธ์ไว้ในหนังสือเรื่อง “นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ ยุคสารสนเทศ” ว่า หน้าที่ในการดำเนินประชาสัมพันธ์เริ่มต้นจากการสำรวจงานวิจัย เพื่อประเมินถึงทัศนคติความคิดเห็นของประชาชน

^๕ พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), การสื่อภาษาเพื่อเข้าถึงสังคม, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมสภา, ๒๕๔๘).

^๖ รองศาสตราจารย์ กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, หน้า ๘-๒๐.

^๗ ดวงพร คำบุญวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง, สื่อสารการประชาสัมพันธ์, (กรุงเทพมหานคร : บริษัท ที. พี. พรินท์ จำกัด, ๒๕๓๖), หน้า ๕๖.

แล้วรวบรวมผลที่ได้จากการประเมินวิจัย นำรายงานสู่ผู้เป็นหัวหน้าผู้บริหารองการ เพื่อนำความรู้ตึกนึกคิด ความต้องการของประชาชนมาพิจารณากำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติขององการ^๔

๑.๖.๕ จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ ได้กล่าวถึงสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไว้ในหนังสือเรื่อง “ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์” ว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้แก่สื่อที่เป็นสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ และสื่อบุคคลซึ่งนับว่าเป็นสื่อที่มีความสำคัญมากต่อการโน้มน้าวทัศนคติของบุคคลไปจนถึงขั้นการยอมรับความคิดใหม่ โดยเฉพาะผู้นำความคิด เขามีโอกาสติดต่อกับผู้อื่น และสังคมภายนอกมากกว่าผู้อื่น นอกจากนี้แหล่งสื่อที่เป็นสถานศึกษา หน่วยงานราชการและสถาบันที่มีผู้คนมีการเข้ามาติดต่ออย่างสม่ำเสมอ จะช่วยเป็นผู้แนะนำแก่ผู้ที่เข้ามาติดต่อที่ดี^๕

๑.๖.๖ วีระ อรรถมงคล ได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ในหนังสือเรื่อง “หลักการประชาสัมพันธ์” ว่า การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน บริษัท ห้างร้าน มูลนิธิ และสมาคมต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคม จึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์กัน (Interaction) ซึ่งอาจต้องกระทบต่อสังคม และในขณะเดียวกันทัศนคติและพฤติกรรมของสังคมก็อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน ฯลฯ เหล่านั้น ดังนั้นการสสร้างสัมพันธ์ที่ดีของหน่วยงานกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้ระบบต่างๆ ของสังคมดำเนินไปได้อย่างราบรื่น ในทางตรงข้ามหากระบบสังคมขาดการร่วมมือร่วมใจที่ดีกัน ความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนาย่อมเกิดขึ้นได้ยาก^๖

๑.๖.๗ ชัยนันท์ นันทพันธ์ ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ไว้ในหนังสือเรื่อง “การประชาสัมพันธ์อย่างไรจึงได้ผล” ว่า นักประชาสัมพันธ์ที่เรียกว่า “มืออาชีพ” จริงๆ จึง

^๔ วีรัช ลภีรัตนกุล, นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ, หน้า ๒๓.

^๕ จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์, ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์, พิมพ์ครั้งที่ ๕, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๑), หน้า ๑๒๔-๑๒๕.

^๖ วีระ อรรถมงคล, หลักการประชาสัมพันธ์, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สุดจิตออฟเซต, ๒๕๓๘), หน้า ๒๘.

ควรเป็นคนมีความรู้ และมีความสามารถในด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นผู้ที่ยอมรับของบุคคลในวงการทั่วไป ต้องอาศัยการศึกษาและการฝึกอบรมให้พร้อมอยู่เสมอ ซึ่งนับว่าเป็นการยากที่จะค้นหาบุคคลที่มีคุณสมบัติอย่างครบถ้วนดังกล่าว แต่นักประชาสัมพันธ์ก็ไม่จำเป็นต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนแต่ก็พยายามแสวงหาความรู้และประสบการณ์ของตนเองอยู่เสมอเท่าที่ทำได้^{๑๑}

๑.๖.๘ รศ.ชม ภูมิภาค ได้กล่าวในด้านสื่อที่ใช้ในการศึกษาไว้ในหนังสือเรื่อง “หลักการประชาสัมพันธ์อย่างไร” ว่า วิद्यุณับเป็นแหล่งข่าวสารการศึกษาออกโรงเรียนอันสำคัญยิ่ง ชาวชนบทของประเทศไทยได้อาศัยวิทยุเป็นแหล่งข่าวสารความรู้ที่สำคัญมาก เพราะการอ่านออกเขียนได้ยังไม่ดีพอ สิ่งพิมพ์มีน้อย การคมนาคมขนส่งไม่ค่อยสะดวก นอกจากนี้วิทยุยังเป็นแหล่งข่าวสารที่บุคคลทั่วไปเชื่อถือด้วย จึงมีผลในด้านความรู้และด้านชักจูงใจสูง ดังนั้นวิทยุจึงมีประโยชน์มาก ทั้งที่ฟังเวลาว่าง และฟังในเวลาทำงาน การฟังวิทยุมีผลเพื่อนำไปปฏิบัติและมีผลต่อวัฒนธรรมเป็นอันมาก^{๑๒}

๑.๖.๙ สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนัก ก.พ. ได้กล่าวถึงเรื่องทัศนคติไว้ในเอกสารชุด “องค์การเรียนรู้ตามรอยพระยุคลบาทเพื่อเป็นข้าราชการที่ดีและพลังของแผ่นดิน” ว่า ทัศนคติเป็นทัศนคติที่บุคคลยึดถือหรือยอมรับเป็นหลักปฏิบัติ เป็นค่านิยม เป็นความเชื่อที่คอยกำกับและมีอิทธิพลต่อการพัฒนาความรู้สึกลึกซึ้งในเรื่องต่างๆ โดยไม่ต้องมีการจัดอบรมอย่างเป็นระบบ เป็นกิจจะลักษณะเกิดขึ้น เปรียบปรากฏการณ์ส่วนใหญ่ของชีวิต การยอมรับอิทธิพลของทัศนคติที่ต่อคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่จะนำไปสู่การให้ความจริงจังในการพัฒนาการหล่อหลอม และ ปลุกฝังทัศนคติ ที่ดีที่สร้างสรรค์เพื่อให้งานเกิดขึ้น^{๑๓}

๑.๖.๑๐ กุลชาติ พงษ์จันทร์ ได้กล่าวถึงการจูงใจไว้ในหนังสือเรื่อง “ศิลปะการพุดจูงใจ” ว่า การจูงใจหรือการโน้มน้าวใจคนนั้น ก็คือการพุดที่ทำให้ผู้อื่นคล้อยตามคุณซึ่งเป็นผู้พุดได้

^{๑๑} ชัยนันท์ นันทพันธ์, การประชาสัมพันธ์อย่างไรจึงได้ผล, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์บางกอกกราฟฟิค, ๒๕๓๒), หน้า ๘.

^{๑๒} รศ.ชม ภูมิภาค , หลักการประชาสัมพันธ์อย่างไร, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : O.S. PRINTING HOUSE Co., LTD, ๒๕๒๖), หน้า ๒๘๕.

^{๑๓} โครงการเรียนรู้ตามรอยพระยุคลบาท สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ., องค์การเรียนรู้ตามรอยพระยุคลบาทเพื่อเป็นข้าราชการที่ดีและพลังของแผ่นดิน, (ชุดที่ 1), หน้า ๔.

โดยที่ปราศจากการรู้สึกนึกคิดจะต่อต้านหรือขัดแย้งกับสิ่งที่คุณได้พูดออกไป เพราะธรรมชาติของคนเรานั้นมีลักษณะต่อต้านต่อผู้อื่นในตัวเองเสมอ ละครธรรมชาติของคนมีความรู้สึกนึกคิดที่แปลกแยกแตกต่างกันเป็นประการสำคัญอยู่แล้ว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องติดต่อสื่อสารกับคนอื่นอยู่ตลอดเวลา^{๑๔}

๑.๖.๑๑ นางสาวพรพิมล ก่อวงศ์ ได้กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ในงานวิจัยเรื่อง “หลักการประชาสัมพันธ์ตามแนวพุทธกับหลักประชาสัมพันธ์สมัยใหม่” ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลปะการจัดการสื่อสารระหว่างองค์กรและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เป็นการรักษาและคงไว้ซึ่งภาพลักษณ์อันดีงามขององค์กร หากใช้หลักการสอน กลวิธีและอุบายประกอบการสอน การใช้คำพูด เช่น กัลยาณวาจา ปิยวาจา สัมมาวาจา สุภายิตและหลักต่างๆ เกี่ยวกับหลักคุณธรรมและบุคลิกภาพมหาบุรุษ มาใช้ ย่อมรักษาภาพลักษณ์อันดีงามขององค์กรให้อยู่ได้ยั่งยืนได้^{๑๕}

๑.๖.๑๒ พระมหาสมพร สุวรรณคำ งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารในการสอนกรรมฐานของ พระธรรมวิสุทธิกวี (พิจิตร ฐิตวณฺโณ) วัดโสมนัสวิหาร” ปัจจัยที่มีผลต่อการสอนกรรมฐานพบว่า ปัจจัยด้านผู้สอนและเนื้อหาเกี่ยวกับหลักธรรมคำสอนในการอบรม ตามหลักพื้นฐานการสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มคน มีรูปแบบวิธีเพื่อประโยชน์แก่ผู้รับการอบรม โดยใช้หลักพุทธวิธีการสอน^{๑๖}

๑.๖.๑๓ ลัดดา ปิยเศรษฐ์ และ คณะ ได้กล่าวถึงการจูงใจไว้ในการวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารด้านสุขภาพทางวิทยุชุมชน” ผลการศึกษาพบว่า มีการนำกระบวนการสื่อสาร

^{๑๔} กุลชาติ พงษ์จันทร์, “ศิลปะการพูดจูงใจ”, (กรุงเทพมหานคร : บริษัท ไพลินบุคเน็ด จำกัด, ๒๕๔๘), หน้า ๙-๑๐.

^{๑๕} นางสาวพรพิมล ก่อวงศ์, “หลักการประชาสัมพันธ์ตามแนวพุทธกับหลักประชาสัมพันธ์สมัยใหม่”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย), ๒๕๕๐.

^{๑๖} พระมหาสมพร สุวรรณคำ, “กระบวนการสื่อสารในการสอนกรรมฐานของพระธรรมวิสุทธิกวี (พิจิตร ฐิตวณฺโณ) วัดโสมนัสวิหาร”, ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาพัฒนาชนบทศึกษา: มหาวิทยาลัยมหิดล), ๒๕๔๗.

คือ “วิทยุชุมชน” เข้ามาประยุกต์ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนในชุมชน มีการเชิญชวนให้มา มีส่วนร่วมในการจัดรายการ ประชาชนให้ความสนใจช่องทางสื่อสาร (Channel) ในการ ออกอากาศของสถานีวิทยุชุมชน สามารถรับฟังรายการได้ชัดเจนได้รับประโยชน์ในด้านเนื้อหา สารข่าวสารสุขภาพ ความบันเทิง ความเพลิดเพลิน ตลอดจนความรู้ต่างๆ ประชาชนที่อาศัยใน ชุมชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดรายการวิทยุชุมชน^{๑๑}

๑.๖.๑๔ กุลธิดา ธรรมวิภังค์ , จรยา เหนียนเฉลย และ บุญเลิศ เฟ่ง ได้กล่าวถึงการจูง ใจไว้ในการวิจัยเรื่อง “การศึกษาสภาพและปัญหาการสื่อสารภายในองค์กรของผู้บริหาร อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ในวิทยาลัยเทคนิค สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในเขตสถาบันการ อาชีวศึกษาภาคกลาง ๑” สภาพการสื่อสารของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในวิทยาลัยเทคนิค จาก การศึกษาพบว่า ด้านผู้ส่งสาร บุคลากรเป็นผู้ที่มีหลักการยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้อง เป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ ดีต่อผู้รับสาร รับฟังและยอมรับในสิ่งที่ผู้อื่นมีความเห็นที่แตกต่าง ด้านสารพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ปฏิบัติเกี่ยวกับสารในด้านข่าวสารในเรื่องต่างๆ ตลอดจนคำสั่งที่ออกมาต้องตั้งอยู่บนพื้นฐาน ความจริงสำหรับช่องทางในการสื่อสาร พบว่าการสื่อสารด้วยวาจาดีกว่าการสื่อสารผ่านสื่อที่เป็น ลายลักษณ์อักษรซึ่งการสื่อสารด้วยวาจาที่มีการใช้มากที่สุดเรียงตามลำดับคือ การสนทนาเป็น รายบุคคล และการสนทนากลุ่ม การประชุมคณะกรรมการ (กลุ่มย่อย) การส่งการ์ดด้วยตนเองเป็น รายบุคคล^{๑๒}

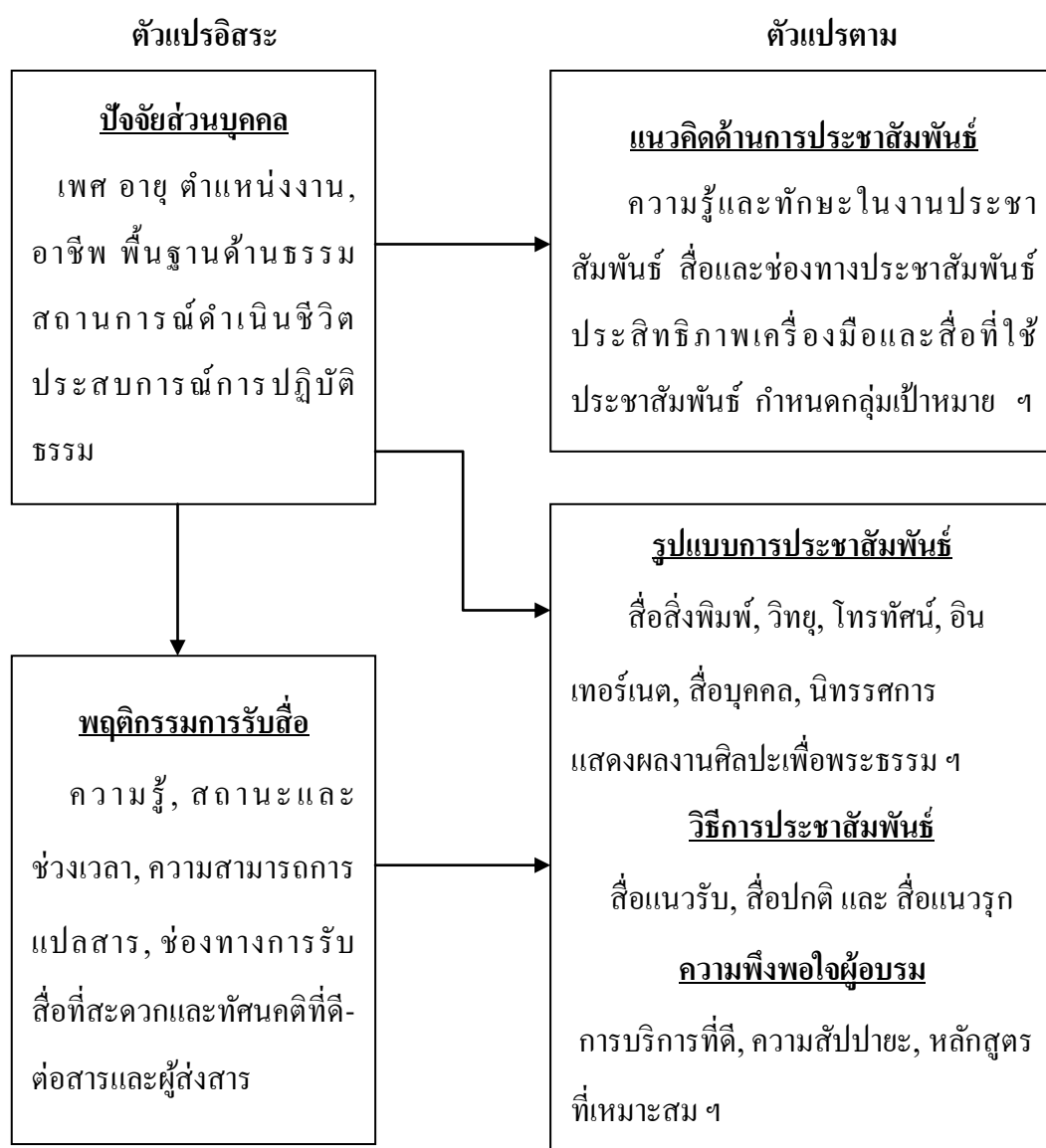
๑.๖.๑๕ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี วรรณรักษ์ ได้กล่าวถึงการใช้กลไกวิธีการ สื่อสารในการสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษไว้ในการวิจัยเรื่อง “การศึกษากลวิธีการสื่อสาร : กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี” กล่าวถึงกลวิธีการสื่อสารที่พบในการสอบถามสัมภาษณ์ ภาษาอังกฤษของนักศึกษา วากลวิธีการสื่อสารที่นักศึกษาใช้มากที่สุด คือกลวิธีการปรับขอความ

^{๑๑} ลัดดา ปิยะเศรษฐ์ และ คณะ, “กระบวนการสื่อสารด้านสุขภาพทางวิทยุชุมชน”, วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (คณะนิเทศศาสตร์ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย), ๒๕๔๒.

^{๑๒} กุลธิดา ธรรมวิภังค์ , จรยา เหนียนเฉลย และ บุญเลิศ เฟ่งสุข, “การศึกษาสภาพและปัญหาการ สื่อสารภายในองค์กรของผู้บริหาร อาจารย์และเจ้าหน้าที่ในวิทยาลัยเทคนิค สำนักงานคณะกรรมการการ อาชีวศึกษาในเขตสถาบันการอาชีวศึกษาภาคกลาง ๑”, วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, (คณะเทคโนโลยี สารสนเทศ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี), ๒๕๔๘.

กลวิธีที่ใช้รองลงมาเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย กลวิธีที่ไม่ใช่ภาษาพูด กลวิธีที่ใช้พื้นความรู้ภาษาแม่หรือภาษาอื่น กลวิธีที่ใช้พื้นความรู้ภาษาอังกฤษและกลวิธีที่หลีกเลี่ยง พบว่า นักศึกษาที่มีความสามารถในการสื่อสารต่างกัน มีวิธีการใช้กลวิธีสื่อสารต่างกันและใช้ความถี่มากน้อยต่างกัน^{๑๕}

กรอบแนวคิดการวิจัย



^{๑๕} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี วรรณรัักษ์, “การศึกษากลวิธีสื่อสาร : กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี”, *คุณภูมินิตตภาษาอังกฤษศึกษา*, (สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี), ๒๕๔๕.

๑.๗ วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Documentary Research) มีขั้นตอนดำเนินการศึกษาวิจัย ดังนี้

๑.๗.๑ ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๑) ข้อมูลปฐมภูมิจาก พระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประวัติสมาคม หลักสูตรการฝึกอบรม และสื่อเอกสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

๒) ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจาก ทฤษฎีการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ หนังสือเอกสารและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์

๑.๗.๒ ศึกษาข้อมูลเก็บข้อมูลทางภาคสนาม

๑.๗.๒.๑ เก็บข้อมูลทางภาคสนามจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In - depth Interview) มีขั้นตอน คือ

๑) กลุ่มตัวอย่าง สัมภาษณ์ผู้บริหารยุวพุทธิกสมาคม (สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างรวม ๕ ท่านจาก ๓ ศูนย์)

๒) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เข้ารับการอบรม (สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างรวม ๖ ท่าน๓ จาก ศูนย์)

๑.๗.๒.๓ เก็บข้อมูลประวัติความเป็นมาของ ยุวพุทธิกสมาคม โดย

๑) ช่องทาง รูปแบบและขั้นตอนที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการฝึกอบรมของ “ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์”

๒) เกี่ยวกับความรู้ประสบการณ์ของผู้ทำหน้าที่การสื่อสารในการประชาสัมพันธ์

๓) เป้าหมายและนโยบายเกี่ยวกับหลักวิธีสื่อสารในการประชาสัมพันธ์ของ “ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์”

๑.๗.๒.๒ การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลต่างๆ จากเอกสารทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การสอบถามและ และจากความรู้ประสบการณ์ของผู้ศึกษา มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา จัดหมวดหมู่คำหลัก เพื่ออภิปรายผลโดยวิธีการพรรณนาความ

๑.๘ ประโยชน์ที่ได้รับ

๑.๘.๑ ได้ทราบถึงรูปแบบและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเทคนิควิธีการและช่องทางที่ใช้ประชาสัมพันธ์

๑.๘.๒ ได้ทราบถึงประวัติความเป็นมาของยุวพุทธิกสมาคม

๑.๘.๓ ได้ทราบถึงรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคมที่มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

๑.๘.๔ ได้ทราบถึงรูปแบบช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ที่ผู้เข้าฝึกอบรมได้รับ ตลอดจนถึงข้อคิดเห็นและความต้องการของผู้เข้าอบรมในโครงการ

บทที่ ๒

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และทฤษฎีการสื่อสาร

๒.๑ แนวคิด

๒.๑.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการและวิธีการในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ตัวบุคคลหรือองค์กรภาครัฐ องค์กรเอกชน และองค์กรทางศาสนา ให้ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวัง อันเกิดมาจากองค์ประกอบการรับข้อมูลข่าวสาร การคุ้นเคยและรู้จักชื่อเสียงในทางที่ดีขององค์กร เป็นการทำให้ผู้รับ สาร (Receive) ให้ทราบถึงโครงการกิจกรรมต่าง ๆ หรือเพื่อนำเสนอชื่อหรือสัญลักษณ์ตัวองค์กรเองก็ตาม ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ มาสนับสนุนการประชาสัมพันธ์มีมากมายหลายหลายช่องทาง (Message) ด้วยกันตัวอย่าง เช่น สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา สื่อที่เป็นเสียง สื่อที่เป็นทั้งภาพและเสียง (โฆษณาผ่านทางคลื่นวิทยุ วิทยุโทรทัศน์) สื่อโฆษณาผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Massage) ตลอดจนสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่มีความสามารถส่งสารอย่างรวดเร็ว เป็นต้น ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสมของแต่ละกลุ่มผู้รับสาร (Receiver) และตามความสามารถของผู้ต้องการส่งสารด้วยการประชาสัมพันธ์สำคัญอย่างหนึ่งที่หน่วยงานหรือองค์กรในสังคมปัจจุบันให้ความสำคัญที่นอกเหนือไปจากงานหลักที่มีการปฏิบัติตามปกติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการตอบสนองและการรับรู้หรือความต้องการของหน่วยงาน/องค์กรนั้นๆ ตามที่กำหนดไว้ เพื่อประโยชน์ในการแข่งขันในงานบริการหรืองานทางด้านธุรกิจต่าง ๆ ปัจจุบัน

๒.๑.๑.๑ ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

ถ้าเราจะตั้งคำถามว่า การประชาสัมพันธ์นั้น มีความสำคัญมากน้อยเพียงใดเราก็จะได้คำตอบว่า การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน บริษัท ห้างร้าน มูลนิธิ และสมาคมต่าง ๆ ซึ่งหน่วยงานที่มีอยู่ดังกล่าวนี้เป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคม จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปฏิสัมพันธ์กัน (Interaction) ซึ่งอาจจะกระทบกระเทือนต่อสังคม และในขณะเดียวกันทัศนคติและพฤติกรรมของสังคมก็อาจจะส่งผล

กระทบต่อการดำเนินงานขององค์กรเหล่านั้น ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างงานองค์กรกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องจะเป็นสิ่งที่จะช่วยทำให้ระบบต่าง ๆ ของสังคมสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น และการร่วมมือร่วมใจที่ดีต่อกัน ตลอดจนเป็นการส่งเสริม และสนับสนุนให้หน่วยงานองค์กร สถาบันละบริษัทห้างร้านมีความเจริญก้าวหน้า ในทางตรงกันข้าม หากระบบสังคมใดขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน ความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนาย่อมเกิดได้ยาก^๑

เป็นที่น่าสังเกตว่า การประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสารสัมพันธ์ที่สำคัญยิ่ง และมีขอบเขตกว้างขวางเมื่อสังคมมีขนาดใหญ่โตขึ้น องค์กร หน่วยงาน สถาบันใด ยิ่งขยายขอบข่ายของการบริหารงานออกไปเท่าใด ระบบงานก็ยิ่งมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นเท่านั้น สภาพดังกล่าวจึงทำให้การประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นเพื่อทำการสื่อสารความเข้าใจ และปรับความเข้าใจกันระหว่างหน่วยงานแลสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ยิ่งไปกว่านั้นการประชาสัมพันธ์ยังช่วยเสริมสร้างลักษณะความเป็นผู้นำขององค์กรและบุคคล เพราะผู้บริหารการประชาสัมพันธ์จะช่วยเสริมสร้างการปรับตัว และความไว้วางใจต่อข่าวสาร หรือความเคลื่อนไหวต่อข่าวสารหรือความเคลื่อนไหวในการติดต่อสื่อสารทั้งภายในองค์กรและกับประชาชน ซึ่งจะทำให้เป็นผลดีต่อการมองเห็นภัยที่จะคุกคามหน่วยงานอันเกิดจากกระแสประชามติ ทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ ๆ ในการปรับองค์กร เพื่อให้สามารถเข้ากับสังคมได้ดีกว่า และมองเห็นช่องทางที่จะสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนและสังคม ได้ดีขึ้นกว่าเดิม

๒.๑.๑.๒ ความเป็นมาของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้กันมาตั้งแต่ครั้งดึกดำบรรพ์ ซึ่งแอบแฝงมาในรูปแบบต่างๆ โดยที่มนุษย์ไม่รู้ตัว เมื่อมนุษย์ได้เริ่มมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเป็นก้อนขึ้น สมาชิกภายในกลุ่มจะมีการแบ่งปันเป็นผู้ปกครองและผู้อยู่ใต้ปกครอง ดังนั้นการติดต่อสื่อสารสัมพันธ์กันจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงมิได้ มนุษย์ในสังคมจึงมีการปฏิบัติตามกติกาสังคมและเงื่อนไขต่าง ๆ ตามที่ได้มีการชี้แจงบอกกล่าวและชักจูงจากผู้นำหรือผู้ปกครองของตน และในขณะที่เดียวกันกลุ่มคนเหล่านั้นก็จะ

^๑ วีระ อรรถมณฑล, การประชาสัมพันธ์, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สุจิตออฟเซต, ๒๕๓๘), หน้า ๒๗.

มีหน้าที่ต่าง ๆ กันไป เมื่อเช่นนี้ เราจึงกล่าวได้ว่า “สังคมมนุษย์จึงเป็นตัวผลักดันให้มีการประชาสัมพันธขึ้นในระยะต่อมา”

อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธที่มีมานานแล้ว เป็นเพราะความพยายามของมนุษย์ที่จะติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น และมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับประชามติ (Public Opinion) เพียงแต่อาจจะมีความแตกต่างกับการประชาสัมพันธในยุคปัจจุบันในแง่ของการใช้เทคนิคเครื่องมือและสื่อการประชาสัมพันธ ความชำนาญเฉพาะด้าน และความรอบรู้ที่กว้างไกลกว่าในอดีตเท่านั้น ก่อนที่การประชาสัมพันธจะมีฐานะเป็นวิชาชีพ (Profession) นั้น หลักการประชาสัมพันธ และศิลปะการประชาสัมพันธก็ล้วนแล้วแต่ที่เป็นสิ่งที่มนุษย์ได้เคยปฏิบัติมาแล้วทั้งสิ้น จากประวัติความเป็นมาที่มียาวนานนี้ เราพอจะแยกวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธได้เป็น ๖ ยุคดังนี้ คือ^๒

๑) การประชาสัมพันธยุคโบราณคดี มนุษย์ได้รู้จักการประชาสัมพันธมาตั้งแต่โบราณกาลแล้ว เมื่อมนุษย์มีการรวมตัวกันเป็นเผ่า มีหัวหน้าเผ่าเป็นผู้นำจึงหากลวิธีต่าง ๆ ให้สมาชิกในเผ่าฟังและปฏิบัติตาม ด้วยการสร้างความเชื่อถือความเลื่อมใสความเกรงกลัวในตัวหัวหน้าเผ่าให้เป็นที่ประจักษ์ว่า หัวหน้าเผ่าเป็นบุคคลศักดิ์สิทธิ์ ด้วยการอาศัยไสยศาสตร์และลัทธินูชาวิญญานเทพเจ้าตลอดจนการประกอบพิธีกรรมของพวกพ่อมดหมอผีต่าง ๆ ต่อมาเมื่อสังคมเจริญก้าวหน้าก็มีวิวัฒนาการในกลวิธีโฆษณาชักจูงใจสูงขึ้น มีการสร้างเทวสถาน การตีเกราะเคาะไม้ ตีฆ้องร้องป่าว การแต่งเพลงปลุกใจ การแต่งนิยาย ความศักดิ์สิทธิ์ และวีรกรรมของบรรพบุรุษ เป็นต้น เป็นที่น่าสังเกตว่าการประชาสัมพันธของหัวหน้าเผ่า หรือผู้นำกลุ่มในสมัยโบราณมักมีจุดประสงค์เพียงเพื่อการชี้แจงบอกกล่าวให้ประชาชนได้ทราบ และสร้างความเข้าใจให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี หรือเพื่อสร้างความรัก ความสามัคคีและความกลมเกลียวเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ในหมู่คณะของตน เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธของยุคนี้ จึงมักเป็นเครื่องมือแบบง่าย ๆ เช่น คำพูด กริยาท่าทาง อาณัติสัญญาณต่าง ๆ เสียงกลอง และควันไฟ เป็นต้น

๒) การประชาสัมพันธยุคภาพเขียน เมื่อมนุษย์มีความเจริญขึ้นเป็นลำดับมา แม้จะยังไม่รู้จักประดิษฐ์อักษรขึ้นใช้ในการสื่อสาร แต่ก็รู้จักการเขียนภาพเพื่อสื่อความหมายและ

^๒ เรื่องเดียวกัน. หน้า ๑๐-๑๓.

ประชาสัมพันธ มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ค้นพบในประเทศต่าง ๆ ซึ่งเป็นภาพเขียนสีและภาพสลักบนผนังถ้ำ เช่น ในประเทศฝรั่งเศสและสเปน (ประมาณ ๒๕,๐๐๐-๓๐,๐๐๐ ปีมาแล้ว) ยิ่งไปกว่านั้นประเทศไทยยังมีการบันทึกภาพเหล่านี้ไว้ในจังหวัดต่าง ๆ ในทุกภาคของประเทศประมาณกว่า ๑๐ จังหวัด ภาพเขียนเหล่านี้แสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในยุคนั้น นอกจากนี้ยังมีภาพเขียน การทำสงคราม ชีวิตธรรมชาติของสัตว์ป่า ซึ่งภาพเขียนเหล่านี้จะเป็นการถ่ายทอดความรู้ตึกนึกคิดและสื่อความหมายให้แก่กันนั่นเอง

๓) การประชาสัมพันธยุคตัวอักษร เมื่อมนุษย์ได้มีการประดิษฐ์ตัวอักษรแล้ว จึงมีการประชาสัมพันธด้วยการเขียนบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ ด้วยตัวอักษรให้คนยุคหลังได้ทราบและติดตามศึกษาต่อไป

ภายหลังจากที่มีการประดิษฐ์ตัวอักษรขึ้นใช้ ก็ได้มีการเผยแพร่ด้วยตัวหนังสือ เช่น ได้มีผู้พบแผ่นจารึกเก่าแก่อายุประมาณ ๔,๐๐๐ ปีในประเทศอิรักปัจจุบัน ซึ่งข้อความแผ่นจารึกดังกล่าวก็ได้ประกาศข้อความชี้แจงแก่ประชาชนให้รู้จักวิธีหว่านเมล็ดพืช วิธีทค่น้ำ การกำจัดหนูที่ทำลายพืชในไร่นาตลอดจนวิธีการเก็บเกี่ยวในประเทศจีน ส่วนในประเทศอินเดียก็มีการบันทึกคำภีร์พระเวทย์ของศาสนาพราหมณ์ จะเห็นได้ว่าทั้งจีนและอินเดียต่างก็เป็นที่ทำให้กำเนิดอารยธรรมของซีกโลกตะวันออก ในขณะที่เดียวกันทั้งกรีกและโรมันต่างก็มีการตื่นตัวในเรื่องประชาคมติและประชาธิปไตยที่เป็นแหล่งกำเนิดอารยธรรมของซีกโลกตะวันตก ดังนั้นวิธีการจูงใจ โน้มน้ำวของผู้นำที่ใช้กับผู้อยู่ใต้ปกครองจึงเปลี่ยนไปจากการใช้วิธีพุดจูงใจให้คล้อยตาม การข่มขู่ให้เกรงกลัว โดยอ้างถึงสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหนือธรรมชาติ ได้เปลี่ยนมาเป็นการเขียนบันทึกเพื่อการประชาสัมพันธและโน้มน้ำวชักจูงในรูปแบบต่าง ๆ เฉกเช่นหลักฐานในสมัยอาณาจักรโรมัน ในยุคนี้จึงมีบทบาทของประชาคมติเกิดขึ้น และผู้นำหรือผู้ปกครองเริ่มให้ความสนใจและความสำคัญของพลังประชาคมติ ยุคนี้นับว่าเป็นยุคที่มีความตื่นตัวทางด้านกรประชาสัมพันธอย่างมาก ยิ่งไปกว่านั้นผู้นำในยุคนี้ก็ได้ใช้การบันทึกเป็นตัวอักษรเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่นการบันทึกถ้อยคำบนกำแพงเมืองปอมเปอี เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนออกไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง หรือสมัยซีซาร์ ได้ประชาสัมพันธกับประชาชนออกแถลงข่าวประจำวัน เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข่าวสารของทางราชการและของส่วนรวม เช่น การประกาศกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ การประกาศข่าวประจำวัน เช่น การเกิด การตาย ภัยธรรมชาติ เป็นต้น

๔) การประชาสัมพันธ์ยุคบทกวีนิพนธ์และบทประพันธ์ ในสมัยกรีกโบราณ ได้มีพวกนักกวีนิพนธ์แต่งบทประพันธ์ร้อยกรองต่าง ๆ และพวกนี้ได้นำเอาเทคนิควิธีการประชาสัมพันธ์ไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจนถึงกับมีการกล่าวขานนามกันว่า พวกนิพนธ์เหล่านี้เป็นนักประชาสัมพันธ์ ต่อมาบทกวีและบทประพันธ์เหล่านั้นได้กลายเป็นเครื่องสะท้อนให้เกิดประชาตติในแง่มุมต่าง ๆ

๕) การประชาสัมพันธ์ยุคเครื่องพิมพ์ ภายหลังที่มนุษย์ได้มีการประดิษฐ์ตัวอักษร จึงได้มีความพยายามที่จะคิดค้นในด้านการพิมพ์หนังสือ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ ในปี ค.ศ. ๑๔๕๔ - ๑๔๕๕ จอห์น กูเตนเบอร์ก (John Gutenberg) ชาวเยอรมัน ได้ประดิษฐ์คิดค้นเครื่องพิมพ์ครั้งแรก จากผลการคิดค้นเครื่องพิมพ์ได้ทำให้การประชาสัมพันธ์ก้าวหน้าไปอย่างกว้างขวางรวดเร็ว เพราะสามารถเผยแพร่ข่าวสารความรู้ไปสู่ประชาชนได้ในรูปสิ่งพิมพ์และหนังสือต่าง ๆ การพิมพ์ในยุคนี้จึงมีผลต่อการประชาสัมพันธ์และสามารถโน้มน้าวประชาชนทั้งด้านการเผยแพร่ลัทธิศาสนา การสร้างอิทธิพลต่อประชาตติเพื่อประโยชน์ด้านการเมืองปกครองรวมทั้งทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ระหว่างรัฐบาลกับประชาชน

ในยุคเครื่องพิมพ์นี้ ทำให้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อโฆษณา (Advertising Media) ที่มีอิทธิพลและบทบาทสำคัญยิ่งต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวางมากขึ้น เป็นผลดีต่อการบริหารประเทศและการปกครองระบอบประชาธิปไตย โดยมีหนังสือพิมพ์เป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

๖) การประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบัน เริ่มจากมนุษย์ได้ปรับปรุงพัฒนาและประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือเครื่องใช้สื่อสารใหม่ๆ มาช่วยเสริมให้งานประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น วิทยุ โทรทัศน์ โทรเลข โทรพิมพ์ โทรสาร การสื่อสารคอมพิวเตอร์และอื่นๆ เครื่องมือและสื่อเหล่านี้ ทำให้งานการประชาสัมพันธ์ปัจจุบันรวดเร็วฉับไวและกว้างไกลขึ้น ส่งผลดีต่อการประชาสัมพันธ์ที่จะบังเกิดแก่มวลมนุษยชาติ

๒.๑.๑.๓ วิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย

ในประเทศไทยมีการประชาสัมพันธ์มาตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัย อาณาจักรกรุงสุโขทัยรุ่งเรืองมากที่สุด ในสมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราช พระองค์ทรงปกครองไพร่ฟ้าแบบพ่อ

ปกครองลูก ขามใดที่ประชาชนมีเรื่องทุกข์ร้อนก็จะมาสิ้นกระดึงหน้าประตูเมือง แล้วพระองค์ก็จะบำบัดทุกข์บำรุงสุขให้แก่อาณาประชาราษฎร์ ทำให้บ้านเมืองมีความร่มเย็นเป็นสุข นอกจากนี้ พระองค์ยังทรงประดิษฐ์ตัวอักษรขึ้นในปี พ.ศ. ๑๘๒๖ ซึ่งจากหลักฐานที่ปรากฏในแผ่นศิลาจารึกของพ่อขุนรามคำแหงมหาราชได้มีการบันทึกประชาสัมพันธว่า อาณาจักรสุโขทัยมีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชพันธุ์ธัญญาหาร ประชาชนมีเสรีในการทำมาหากิน มีสิทธิเสรีภาพ กษัตริย์ทรงปกครองประชาชนอย่างใกล้ชิดสนิทสนม ซึ่งส่วนนี้ถือเป็นการสร้างความรัก ความภักดีให้แก่ประชาชน ตลอดจนการสร้างความรักใคร่กลมเกลียวกันเพื่อความเจริญรุ่งเรืองสืบไป เมื่อสิ้นยุคของพ่อขุนรามคำแหงแล้ว อาณาจักรสุโขทัยก็เริ่มอ่อนแอลง พระเจ้าอู่ทองจึงได้สถาปนากรุงศรีอยุธยาเมื่อปี พ.ศ. ๑๘๙๒ มีการจัดระบบการปกครองแบบจตุสดมภ์ คือ เวียง วัง คลัง นา กษัตริย์มีความใกล้ชิดสนิทสนมกับประชาชนน้อยลง ตลอดระยะเวลา ๔๑๓ ปี อาณาจักรกรุงศรีอยุธยามีทั้งรุ่งเรืองและตกต่ำถึงขั้นเสียกรุงสองครั้ง แต่ก็สามารถกอบกู้เอกราชกลับมาได้ การประชาสัมพันธในยุคนี้อาศัยเรื่อง โดยเฉพาะในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชมีการส่งราชทูตไปเจริญสัมพันธไมตรีและค้าขายกับต่างประเทศ ส่วนที่ยุคตกต่ำ คือในช่วงของการเสียกรุงศรีอยุธยาให้แก่พม่า กษัตริย์ที่ทรงกอบกู้เอกราช คือ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช พระองค์ทรงปลุกจิตสำนึกกระตุ้นเตือนให้ประชาชนรักชาติ ช่วยกันขับไล่ศัตรูออกจากผืนแผ่นดินไทย นอกจากนี้พระองค์ก็ทรงออกเยี่ยมเยียนประชาชนเพื่อบำรุงขวัญให้ประชาชนกลับเข้ามาสู่กรุงศรีอยุธยาเพื่อสร้างชาติสร้างแผ่นดินให้เข้มแข็งต่อไป

ในสมัยกรุงธนบุรี ภายหลังจากที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงกอบกู้เอกราชได้แล้วมีการตั้งกรุงธนบุรีเป็นราชธานี พระองค์ได้ใช้เทคนิคการโฆษณาและการประชาสัมพันธ บำรุงขวัญให้ประชาชนที่แตกกระจัดกระจายให้เข้ามาอาศัยอยู่ในกรุงธนบุรี โดยการออกเยี่ยมเยียนประชาชน เผยแพร่ให้ประชาชนทราบว่ากรุงธนบุรีมีความมั่นคง ปลอดภัย และจะต้องรุ่งเรืองอีกครั้งหนึ่งในแผ่นดินของพระองค์ ต่อมาอาณาจักรกรุงธนบุรีก็สิ้นสุดลงในยุคของพระองค์ รวมเวลา ๑๕ ปี

สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ประเทศไทยเริ่มได้รับอิทธิพลจากอารยธรรมของประเทศตะวันตกในสมัยรัชกาลที่ ๑ แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้เริ่มมีการผลิตหนังสือในประเทศไทยโดยใช้เครื่องพิมพ์เมื่อไทยเริ่มติดต่อกับประเทศตะวันตก ชาวอังกฤษ ชื่อ เจมส์ โลว์ ได้ศึกษา

ภาษาไทยที่ป็นิ่ง และได้หล่อตัวพิมพ์ภาษาไทยที่ประเทศอินเดีย พ.ศ. ๒๓๑๗ ได้มีการเขียนและพิมพ์หนังสือไวยากรณ์ไทยขึ้นที่สิงคโปร์สำหรับชาวต่างประเทศที่ประสงค์จะเรียนภาษาไทย หนังสือเล่มนี้จึงเป็นหนังสือภาษาไทยที่พิมพ์ขึ้นเป็นครั้งแรก

ในปี พ.ศ. ๒๓๗๕ ชาวอเมริกันชื่อ โรบินสัน ได้นำเครื่องพิมพ์เข้ามาในประเทศไทยเป็นครั้งแรก และในปี พ.ศ. ๒๓๗๒ ดร. แบริคเลีย ได้ประดิษฐ์คิดค้นตัวพิมพ์อักษรไทยและได้มีการจัดพิมพ์ประกาศของรัฐบาลไทยห้ามสูบและห้ามค้าฝิ่นในรูปแบบของใบปลิวจำนวน ๕๐๐๐ ฉบับ เมื่อวันที่ ๒๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๒ ต่อมาก็ได้มีการออกหนังสือพิมพ์ฉบับแรกของประเทศไทยชื่อ บางกอกเรคคอร์ดเดอร์ (Bangkok Recorder) เป็นหนังสือพิมพ์รายปักษ์ซึ่งพิมพ์ครั้งแรกครั้งละไม่เกิน ๑๕๐ ฉบับ และกลายเป็นหนังสือพิมพ์รายเดือน โดยลงข่าวการเมืองการค้า บทความและรายงานเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ หลังจากนั้นก็มีหนังสือพิมพ์ออกมาหลายฉบับและหลายแนวทาง ส่วนวิทยุกระจายเสียงประเทศไทยเริ่มมีขึ้นครั้งแรกในรัชกาลที่ ๗

ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองเมื่อวันที่ ๒๔ มิถุนายน พ.ศ. ๒๔๗๕ คณะราษฎรได้มีการตั้งกองโฆษณา เมื่อวันที่ ๓ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๔๗๖ และต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นสำนักงานโฆษณาการ เมื่อวันที่ ๕ ธันวาคม พ.ศ. ๒๔๗๖ โดยทำหน้าที่ในการให้ข่าวให้ความรู้แก่ประชาชนและป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิดเกี่ยวกับรัฐบาลและประชาชน โดยส่วนรวม วันที่ ๕ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๔๘๓ ได้เปลี่ยนชื่อเป็นกรมโฆษณาการ และเมื่อวันที่ ๘ มีนาคม พ.ศ. ๒๔๘๕ ได้เปลี่ยนชื่อเป็นกรมประชาสัมพันธ์จนถึงปัจจุบัน^๓

๒.๑.๑.๔ การพัฒนาการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ได้มีการพัฒนาการก้าวหน้ามาเป็นลำดับ โดยได้ใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อวัตถุประสงค์ในสาระสำคัญดังนี้ คือ

๑) สำนักงานตัวแทนหนังสือจะทำงานประชาสัมพันธ์โดยรับจ้างบริษัทต่าง ๆ เขียนบทความ เพื่อส่งไปลงหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่กิจการและความเคลื่อนไหวใน

^๓ เรื่องเดียวกัน. หน้า ๑๕-๑๘.

หน่วยงานของบริษัทให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบเป็นระยะ ต่อมาสำนักงานตัวแทนหนังสือก็ได้พัฒนาเป็นสำนักที่ปรึกษาและให้บริการด้านประชาสัมพันธ์

๒) การประชาสัมพันธ์ถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือการณรงค์ทางการเมือง ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ใช้การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการสร้างความนิยมให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใสเข้าใจถูกต้องและสนับสนุนพรรคการเมืองของตน ประธานาธิบดีหลายท่านของสหรัฐอเมริกา เช่น รูสเวลท์ ไอเซนฮาว และเคนเนดี ได้ใช้เครื่องมือสื่อสารหลายชนิดในการสร้างความนิยมทางการเมืองและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเป็นลำดับมา

๓) การประชาสัมพันธ์ในวงการธุรกิจ ในสหรัฐอเมริกาเป็นต้นกำเนิดการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ ระหว่างปี ค.ศ. ๑๘๗๕ - ๑๙๐๐ ธุรกิจการค้าและอุตสาหกรรมเจริญก้าวหน้าและมีขนาดใหญ่จึงมีอิทธิพลในการครองชีพของประชาชน

ในช่วงนั้นธุรกิจถือนโยบายไม่ให้ประชาชนรู้เป็นเกี่ยวกับธุรกิจของตน ประชาชนเริ่มไม่ไว้วางใจบริษัทธุรกิจ เกิดความขัดแย้งระหว่างแรงงานกับนายทุนเมื่อประชาชนเลื่อมศรัทธามากขึ้น ธุรกิจจึงที่จะเริ่มตระหนักที่จะกอบกู้ชื่อเสียงและภาพพจน์คืนมาด้วยการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ธุรกิจจึงเริ่มก้าวหน้า โดยมีบริษัทสำนักงานที่ปรึกษา และบริการด้านประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นในระยะแรกมากมายในสหรัฐอเมริกา และแพร่หลายในประเทศต่าง ๆ จากนั้นบริษัทธุรกิจต่าง ๆ ก็ได้จัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขึ้นภายในบริษัทของตนเอง

๔) การประชาสัมพันธ์ในกิจการต่าง ๆ เช่น การรณรงค์เพื่อกิจการสาธารณสุขอาศัยการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญ^๔

๒.๑.๑.๕ การประชาสัมพันธ์กับการโฆษณา

การโฆษณา (Advertising) คือ การกระทำใด ๆ ที่เป็นการชักจูงให้มีความประสงค์หรือความมุ่งหมายเพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ หรือเป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ด้วยวิธีการโดยผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น

^๔ เรื่องเดียวกัน. หน้า ๑๘.

หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หรืออาจจัดรถโฆษณาเคลื่อนที่ (Mobile Unit) เช่น รถโฆษณาเชิญชวนให้ไปเลือกพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่งรถโฆษณาของธนาคาร การโฆษณาทั่วไปจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อสื่อต่าง ๆ อันได้แก่ การซื้อเนื้อที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร การซื้อเวลาจากสถานีวิทยุ โทรทัศน์ ค่าป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Cut out) แผ่นโฆษณา (Poster) แผ่นพับ (Folder) นอกจากนี้ยังมีสื่อโฆษณาเคลื่อนที่ติดตามรถประจำทางตามด้านข้าง (Bus side) และด้านหลัง (Bus back) เป็นต้น^๕

ฉะนั้นการโฆษณาจึงหมายถึง รูปแบบของการเสนอใด ๆ ซึ่งอาจต้องเสียค่าใช้จ่ายมิได้เป็นในรูปส่วนตัว การโฆษณานี้เป็นการส่งเสริมเผยแพร่ความคิดเห็น สินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยมีผู้อุปถัมภ์ตามที่ระบุไว้ การโฆษณาเป็นหน้าที่ทางการตลาดที่สำคัญอีกหน้าที่หนึ่ง ซึ่งมีบทบาทในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสินค้าออกจำหน่ายกับประชาชนผู้บริโภค เพราะการโฆษณาเป็นการสื่อสารโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) จากผู้ขายไปยังผู้ซื้อเพื่อหวังให้สินค้าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ จำหน่ายได้ในปริมาณที่สูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการโฆษณาจะหมายรวมถึง การเชิญชวนหรือจูงใจให้ประชาชนเกิดความอยากใช้หรืออยากจะทำบริการ เพราะประชาชนก็มีความต้องการที่จะหาซื้อหรือใช้บริการต่าง ๆ อยู่แล้ว เช่น การโฆษณาขายรถยนต์ บ้าน บริการซักอบรีด เป็นต้น ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่าเป็นเรื่องธุรกิจ แต่ในขณะเดียวกันหน่วยงานของทางราชการก็มักจะใช้วิธีโฆษณาในกิจกรรมของตนเพื่อเชิญชวนประชาชนมาใช้บริการของตน เช่น ธนาคารออมสิน หรือเทศบาลเชิญชวนให้ประชาชนรักษาความสะอาดของถนน ดังนั้นในการนี้บางครั้งหน่วยงานก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณา จึงเห็นได้ว่าการโฆษณาไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการค้าเสมอไป

ลักษณะสำคัญของการโฆษณาก็คือ มุ่งที่จะชักจูงปลุกฝังความนิยมไปสู่ประชาชนฝ่ายเดียว ซึ่งเป็นระบบเอกวิถี (One-way Process) หรือ (One-way Communication) คือการโฆษณาหรือเผยแพร่ไปสู่ประชาชนแต่เพียงฝ่ายเดียว มักไม่มีการฟังความคิดเห็นหรือเสียงของประชาชนว่าจะมีปฏิกิริยาอย่างไร

^๕ เรื่องเดียวกัน. หน้า ๓๒.

เป็นที่น่าสังเกตว่าการโฆษณาสินค้าในปัจจุบันนี้ เป็นที่น่าสนใจว่าการโฆษณาสินค้าในปัจจุบันนี้มีได้มุ่งเพื่อการขายสินค้าหรือบริการเพื่ออย่างเดียวแต่มุ่งที่จะสร้างความประทับใจและสร้างสรรค์สิ่งที่มีประโยชน์ให้แก่สังคมตลอดจนเป็นการสร้างชื่อเสียง เกียรติคุณ ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร/สถาบันหรือบริษัท การโฆษณาประเภทนี้เราเรียกว่า การโฆษณาสถาบัน/องค์กร (Institutional Advertising) หรือการโฆษณาบริษัท (Corporate Advertising)

๒.๑.๑.๖ กระบวนการและหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์

ศาสตราจารย์ คัลลิป และเซ็นเตอร์ รวมทั้งนักวิชาการด้านประชาสัมพันธ์หลายท่าน ได้เคยให้แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติในลักษณะที่เป็นกระบวนการและหน้าที่ว่า^๖

๑) เป็นความพยายามอย่างมีระเบียบแบบแผนและมีการเตรียมไว้ก่อนอย่างรอบคอบ

๒) เป็นการชักจูงประชาคมดีด้วยวิธีการที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

๓) เป็นการกระทำซึ่งเป็นที่ยอมรับของประชาชน (acceptable performance)

๔) เป็นการกระทำที่มีพื้นฐานอยู่ที่การสร้าง ความพึงพอใจร่วมกัน (mutually satisfactory)

๕) เป็นการกระทำที่ยึดถือระบบการติดต่อสื่อสารสองทาง (two-way communication)

จะเห็นได้ว่า แนวความคิดที่กล่าวมาข้างต้นนี้ เป็นกระบวนการและหน้าที่ที่เริ่มต้นมาด้วยการมีความพยายามอย่างมีระเบียบแบบแผน และมีการเตรียมล่วงหน้าไว้ก่อนอย่างรอบคอบ และการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องตามแผนที่กำหนดหรือวางไว้ด้วยการยึดถือระบบแห่งการติดต่อสื่อสารสองทาง คือ องค์กร/สถาบันสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มประชาชน ขณะเดียวกันก็รับฟังปฏิกิริยาความคิดเห็นและความต้องการหรือประชาคมดีจากประชาชนซึ่งจะยังผลให้เกิดการยอมรับจากประชาชนและให้ความร่วมมือสนับสนุนกับองค์กร/สถาบัน ในที่สุด

^๖ วิรัช อภิรัตนกุล, นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพฯ : บริษัท ด้านสหุทธการพิมพ์ จำกัด, ๒๕๒๕), หน้า ๑๘-๒๐.

นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังต้องใช้วิธีการชักจูงประชาคมติเข้าร่วมด้วย อย่างไรก็ตามการชักจูงประชาคมติจะต้องเป็นไปอย่างเหมาะสมและมีจริยธรรมหรือมีความรับผิดชอบต่อสังคมจึงจะเป็นที่ยอมรับจากประชาชน หากใช้วิธีการชักจูงด้วยที่ปราศจากจริยธรรมหรือผิดทำนองคลองธรรมแล้ว (unethical) ก็จะมีได้การยอมรับหรือสนับสนุนจากประชาชน ฉะนั้นโดยนัยประชาชนย่อมจะเป็นผู้ตัดสินใจในการกระทำขององค์กร/สถาบันว่า มีจริยธรรม ถูกต้องตามทำนองคลองธรรมหรือไม่ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่เพียงไร

๒.๑.๑.๗ การประชาสัมพันธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์

การประชาสัมพันธ์ อาจพิจารณาได้ว่ามีลักษณะเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ (science and art) พร้อมกันในตัวเองดังจะเห็นได้จากทัศนะของ Burnelt ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ ศาสตร์และศิลป์แห่งการรู้จักตัวเราเองและผู้อื่นที่อยู่รอบข้างเรา อันได้แก่ความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างเราและบุคคลอื่น รวมทั้งตัวเรารู้จักการประพฤติปฏิบัติเพื่อให้ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้เป็นที่พอกพอกใจร่วมกันของทั้งสองฝ่ายทั้งตัวเราและผู้อื่นด้วย^๑

๒.๑.๑.๘ นักประชาสัมพันธ์กับภาระหน้าที่ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการต่อเนื่อง (continuous process) หน้าที่ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะเริ่มต้นจากการสำรวจวิจัย เพื่อประเมินทัศนคติความคิดเห็นของประชาชน แล้วรวบรวมผลที่ได้จากการประเมินวิจัย นำรายงานสู่ฝ่ายบริหารขององค์กร เพื่อนำเอาความรู้สึคนึกคิดและความต้องการของประชาชนมาพิจารณากำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติขององค์กรแล้วทำการสื่อสารนโยบายและกระทำขององค์กรไปสู่เป้าหมาย เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจอันดีร่วมกัน ความนิยมชมชอบและความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน

นักประชาสัมพันธ์จึงมิได้หน้าที่เพียงประชาสัมพันธ์กับประชาชนเพียงอย่างเดียว แต่จะต้องทำงานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายบริหารตลอดเวลา นักประชาสัมพันธ์หรือผู้ที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์จึงทำหน้าที่เป็นผู้รับฟังความคิดเห็น (listener) ผู้ให้คำแนะนำปรึกษา (counselor) ผู้ทำการติดต่อสื่อสาร (communicator) และผู้ประเมินผล (evaluator) ในตัวบุคคลเดียวกัน^๒

^๑ วีระ อรรถมงคล, การประชาสัมพันธ์, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สุจิตออฟเซต, ๒๕๓๘), หน้า ๒๗-๒๘.

^๒ เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๓.

๒.๑.๑.๕ การประชาสัมพันธ์เริ่มต้นจากฝ่ายบริหารแล้วสื่อสารไปสู่ประชาชน

ศาสตราจารย์ มาร์สตัน ได้ให้ทัศนะและแนวความคิดในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (management) ซึ่งจะต้องทำหน้าที่ประเมินถึงทัศนคติของประชาชน เพื่อดำเนินนโยบายและการกระทำอันคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชน แล้วทำการติดต่อสื่อสารไปยังประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจและการยอมรับในตัวสถาบัน หมายความว่า^๕

๑) การประชาสัมพันธ์ เป็นภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (management) หรือฝ่ายบริหารขององค์การ ซึ่งฝ่ายจัดการในที่นี้หมายถึง ฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหารขององค์การ/สถาบันทุกประเภท อันได้แก่ องค์การของรัฐ องค์การธุรกิจเอกชนที่แสวงหากำไร (nonprofit organization)

๒) หน้าที่และกระบวนการของการประชาสัมพันธ์ จะผนวกรวมอยู่ในการกระทำที่มีขั้นตอนและระเบียบแบบแผนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การ/สถาบัน ซึ่งได้แก่

๒.๑ การประเมินทัศนคติของประชาชน การสำรวจวิจัยประชามติ ซึ่งถือเป็นงานขั้นที่ ๑ (Step ๑)

๒.๒ การนำเอาความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน มาพิจารณา กำหนดนโยบายและการดำเนินงานขององค์การ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก การวางแผน ซึ่งถือเป็นงานขั้นที่ ๒ (Step ๒)

๒.๓ การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ด้วย โครงการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและการยอมรับจากประชาชน การสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปสู่ประชาชน จึงถือเป็นงานขั้นที่ ๓ (Step ๓)

^๕ เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๐-๒๑.

๒.๔ การประเมินผลหลังจากที่ได้ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ไปแล้ว เพื่อทราบถึงจุดอ่อน ข้อบกพร่อง เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การประเมินผลเมื่อปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เสร็จสิ้นไปแล้ว จึงถือเป็นงานขั้นที่ ๔ (Step ๔)

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ที่มีมานานด้วยความพยายามของมนุษย์ที่จะติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ตั้งแต่โบราณกาล เริ่มจากการตีกระาะเคาะไม้ ตีฆ้องร้องป่าว การแต่งเพลงปลุกใจ การเขียนภาพและภาพสลักบนผนังถ้ำ ภายหลังจากที่มีการประดิษฐ์ตัวอักษรขึ้นใช้ ก็ได้มีการเผยแพร่ด้วยตัวหนังสือ การประชาสัมพันธ์ยุคเครื่องพิมพ์เป็นต้น เมื่อสังคมขอบเขตกว้างขวางมีขนาดใหญ่โตขึ้น องค์กร หน่วยงานการประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นเพื่อทำการสื่อสารความเข้าใจหน่วยงานและสาธารณชนที่เกี่ยวข้องการประชาสัมพันธ์ เพื่อช่วยเสริมสร้างลักษณะความเป็นผู้นำขององค์กรและบุคคล โดยผู้บริหารมีหน้าที่ดำเนินนโยบายการประชาสัมพันธ์การสำรวจวิจัยประชาคมติ พิจารณากำหนดนโยบาย การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ และการประเมินผลหลังดำเนินการ นักประชาสัมพันธ์จะมีภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์ การรวบรวมผลที่ได้จากการสำรวจวิจัยความคิดเห็นของประชาชน รายงานสู่ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการองค์กร ตลอดจนให้คำแนะนำปรึกษาต่าง ๆ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เป็นการชักจูงประชาคมติที่เป็นไปอย่างเหมาะสมและมีจริยธรรมหรือมีความรับผิดชอบต่อสังคม

๒.๑.๒ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ขององค์กรสถาบันต่าง ๆ จะเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลขึ้นมาได้เพราะองค์กร/สถาบันเหล่านั้น ได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน แต่วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ปฏิบัติกันอยู่นั้น เราสามารถแบ่งการดำเนินการได้เป็น ๓ ด้านดังนี้ คือ^{๑๑}

^{๑๑} วีระ อรัญมงคล, การประชาสัมพันธ์, หน้า ๔๑-๔๒.

๒.๑.๒.๑ วัตถุประสงค์ทั่วไป (General Objective) ของการประชาสัมพันธ์จะเป็น การเผยแพร่ในเรื่องของนโยบาย วัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินงาน ความประพฤติปฏิบัติของ หน่วยงาน ผล และบริการต่าง ๆ ระเบียบข้อบังคับ การปฏิบัติ ตลอดจนความเคลื่อนไหวของ หน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดความไว้วางใจ และ เลื่อมใสศรัทธาในองค์กร/สถาบัน

๒.๑.๒.๒ วัตถุประสงค์เฉพาะงานหรือกิจ (Specific objective) การดำเนินกิจการ ของภาครัฐและเอกชนในแต่ละงาน โครงการ จะมีการกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะกิจหรือ เฉพาะงานที่แตกต่างกันไป วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ที่สำคัญของโครงการ คือ เพื่อพัฒนา จิตความสามารถของการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ เพื่อการพัฒนา ยกระดับคุณภาพชีวิต สังคมจิตใจ และวัฒนธรรม รวมทั้งรักษาทรัพยากรธรรมชาติและ แก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม

๒.๑.๒.๓ วัตถุประสงค์เพื่อการบริหาร (Administrative objective) เป็นการการ ประชาสัมพันธ์ที่ใช้เพื่อเป็นส่วนช่วย หรือส่งเสริมสนับสนุนการบริหารด้วยการดำเนินการเพื่อ วัตถุประสงค์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

๑) เพื่อเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนจากผู้ปฏิบัติงานในองค์กรและจาก ประชาชน เพื่อปรับปรุงการบริหารและบริการชุมชนให้ถูกต้องยิ่งขึ้น

๒) สร้างสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานลดความตึงเครียด ความขัดแย้ง เพื่อให้การบริหารและการบริการดำเนินไปอย่างราบรื่น ให้เกิดความสำนึกว่า องค์กรนั้นเป็นศูนย์ รวมของทุกคน

๓) ให้ข่าวสารความรู้กับพนักงาน เพื่อให้เข้าใจองค์การดีขึ้นทั้งในแง่ นโยบาย วัตถุประสงค์ ระเบียบปฏิบัติ ฯลฯ

๔) พัฒนาระดับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ตลอดจนการตอบสนองต่อ ความคิดเห็น ปฏิกริยา ปัญหา และความรู้สึกในด้านต่าง ๆ ภายในและภายนอกองค์กร

๕) เพื่อสร้างเสริม ช่วยเหลือ แนะนำ แก้ไข ปรับปรุงข้อบกพร่องในเชิง บริหารของหน่วยงาน

๖) เพื่อหาช่องทางให้เจ้าหน้าที่และประชาชนได้แสดงความคิดเห็น สะท้อนการประพฤติปฏิบัติของหน่วยงานให้ฝ่ายบริหารปรับปรุงแก้ไข

San Black ได้ชี้ให้เห็นว่า วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์มีสาระสำคัญที่พอสรุปได้ดังนี้^{๑๑}

๑) เพื่อสร้างความนิยมเกิดขึ้นในประชาชน เพราะความนิยมจากประชาชนจะทำให้องค์กรได้รับความสนับสนุนและทำให้อยู่รอด เพราะองค์กร สถาบันใดที่ปราศจากแรงศรัทธา ความนิยมและความสนับสนุนจากประชาชน องค์กรนั้นจะดำเนินการได้ด้วยความยากลำบากและไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒) เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงขององค์กรหรือสถาบันมิให้เสื่อมเสีย ดังนั้นไม่ว่าเป็นองค์กรประเภทใด ต้องรักษาชื่อเสียงขององค์กรของตนให้ได้อยู่เสมอ เช่น

- ก. ต้องดำเนินงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต
- ข. ต้องกระทำดีด้วยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริงสู่ประชาชนอยู่เสมอ
- ค. ตรงไปตรงมา
- ง. แสดงออกถึงความมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม
- จ. หลีกเลี่ยงที่จะนำความเสื่อมเสียชื่อเสียงมาสู่องค์กร

เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในองค์กรและระหว่างองค์กรกับประชาชน หรือองค์กร/สถาบันอื่นที่เกี่ยวข้อง การสร้างความเข้าใจร่วมกันต้องอยู่บนพื้นฐานแห่งความเป็นจริง และการได้รับข่าวสารข้อมูลอย่างบริบูรณ์เต็มที่ โดยทั่วไปวัตถุประสงค์การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการป้องกันการเสียหาย เป็นแนวทางในการควบคุมการทำงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเตรียมวิธีการเผชิญปัญหาอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นตลอดจนเพื่อเป็นหลักและแนวทางในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังได้เน้นถึงสิ่งต่าง ๆ คือ^{๑๒}

๑) ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและการยอมรับด้วยการชี้แจง ให้ความรู้ การศึกษา และการโน้มน้าวใจ ซึ่งจะต้องมีการ

^{๑๑} ชัยนันท์ นันทพันธ์, ประชาสัมพันธ์อย่างไรจึงได้ผล, (กรุงเทพมหานคร : บางกะปิกราฟฟิค, ๒๕๓๒), หน้า ๗๘.

^{๑๒} วีระ อัญมงคล, หลักการประชาสัมพันธ์, หน้า ๓๖-๓๗.

สื่อสารอย่างต่อเนื่อง องค์ประกอบปัจจัยหลายอย่างที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นอาทิ ระยะเวลา สิ่งแวดล้อม สภาพบรรยากาศของการสื่อสาร ความพร้อมทางด้านร่างกายและจิตใจ รวมทั้งอารมณ์ เป็นต้น

๒) กระตุ้นให้เกิดการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมทางความคิด การสนับสนุน ความไว้วางใจ ความนิยมศรัทธา และกระตุ้นความความรู้ความเข้าใจเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึก การเผยแพร่ให้รับรู้ข่าวสารเพียงอย่างเดียวไม่พอ แต่จะต้องพยายามให้กลุ่มเป้าหมาย เกิดตระหนักและเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม

๓) การอำนวยความสะดวก เพิ่มประสิทธิภาพ และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดซึ่งกันและกัน ทั้งภายในและภายนอกสถาบัน และระหว่างสถาบันกับสาธารณชน เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง อำนวยความสะดวกให้ผู้ที่ทำงานมีความรู้ความเข้าใจต่อสิ่งที่กำลังทำ

๔) เพื่อเป็นการเลือกและกำหนดใช้สื่อในการติดต่อสื่อสาร ได้ถูกต้องมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกลุ่มเป้าหมายที่หน่วยงานต้องการเข้าถึง

๕) เพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด หรือการแสดงออกสู่สาธารณชนในทางลบ รวมทั้งในกรณีที่เกิดภาวะวิกฤต หรือปัญหาเฉพาะหน้า

วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์สรุปได้ว่า เป็นการกระทำให้องค์กรได้รับความสนับสนุนและทำให้อยู่รอด เป็นแนวทางในการควบคุมการทำงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเตรียมวิธีการเผชิญปัญหาอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น ในการกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้น จะต้องเป็นวัตถุประสงค์ที่สามารถทำให้เป็นจริงได้ เป็นวัตถุประสงค์ที่ทุกคนให้ความร่วมมือหรือสามารถปฏิบัติได้ดูตามเป้าหมายที่วางไว้ ถ้าหากตั้งวัตถุประสงค์ไว้แต่ไม่สามารถทำให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการและแผนการประชาสัมพันธ์ได้ ถือว่าล้มเหลว ในที่สุดก็ก่อให้เกิดทัศนคติในทางลบต่อโครงการอื่นที่จะตามมา มีผลถึงด้านจิตใจเกิดความคับข้องใจของผู้ปฏิบัติ การสนับสนุนจากสาธารณชนก็เสื่อมถอยลงไปในที่สุด

๒.๑.๓ หลักวิธีการประชาสัมพันธ

นักประชาสัมพันธที่มีชื่อเสียง อาจให้ความหมายของการประชาสัมพันธแตกต่างกัน ไปในเนื้อความ ถ้อยคำ แต่ในความหมายนั้นจัดอยู่ในแนวเดียวกัน เมื่อประมวลความหมายแล้ว กล่าวโดยสรุปได้ว่า

การประชาสัมพันธ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนและการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ไปที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธอันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความ เข้าใจและให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินไปได้ ด้วยดี สมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย

จากความหมายนี้จึงเป็นเสมือนตัวบทหรือแม่บทที่ต้องขยายความออกไปได้อีก มากมาย ซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธโดยตรง จะต้องอาศัยเทคนิค วิธีการอีกมากมายถึงจะทำให้งานประชาสัมพันธได้ผล เพื่อให้บรรลุความสำเร็จไปตามเป้าหมาย ดังกล่าวจำเป็นต้องมีการวิจัย การวางแผน การติดต่อสื่อสาร และการประเมินผลซึ่งเป็นการ ปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีขั้นตอน

ข่าวลือหรือข่าวในทางไม่เสริมภาพพจน์ก็มีส่วนทำให้เกิดขวัญและกำลังใจของ คนทำงานเสียไปได้หรือทำให้เกิดการแตกสามัคคี ไม่เข้าใจของคนทำงานร่วมกันดังนั้นคนใน องค์กรที่ทำงานร่วมกันจึงมีส่วนในบทบาททางช่วยงานประชาสัมพันธขององค์กร เพราะเป็นกลุ่ม คนภายในที่ต้องช่วยกันประชาสัมพันธกับกลุ่มคนภายนอก ดังนั้นการสร้าง ความเข้าใจกับคน ภายใต้องค์กรให้เกิดความรัก ความสามัคคี เป็นเรื่องสำคัญของการบริหารด้วย^{๑๑}

๒.๑.๓.๑ หลักสำคัญการประชาสัมพันธ

ในการประชาสัมพันธ สิ่งหนึ่งที่เป็นหลักการสำคัญ คือ หน่วยงานองค์กร จำเป็นต้องบอกกล่าวให้ประชาชนทราบทั้งในสิ่งที่ดีและไม่ดี ไม่ใช่บอกกล่าวเฉพาะเรื่องที่ดีหรือ เรื่องที่น่าภูมิใจเท่านั้น หลักการประชาสัมพันธถือว่าการประชาสัมพันธกับการทำดีเป็นของคู่กัน ถ้า ทำไม่ดีถือว่าการประชาสัมพันธก็ไร้ผล การประชาสัมพันธสัมฤทธิ์ผลเพียงใด องค์กร/สถาบัน ต้อง

^{๑๑} ชัยนันท์ นันทพันธ์, ประชาสัมพันธ์อย่างไรจึงได้ผล, หน้า ๗๖-๗๘.

มีนโยบายที่ดีในการดำเนินงาน ตลอดจนการปฏิบัติที่ดีต่อประชาชน ปฏิบัติที่ดีต่อประชาชน การประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยหลักสำคัญ ๓ ประการดังต่อไปนี้^{๑๔}

๑) การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ โดยบอกกล่าวให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินงาน ผลหรือกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์การ

๒) การแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์การ ให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ประชาชนทั่วไปและพนักงานภายในได้ทราบ

๓) การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด องค์การจำเป็นต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์เมื่อมีสิ่งบอกเหตุว่าอาจจะทำให้เกิดความเข้าใจผิดในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินการต่าง ๆ อาจมีทั้งทางตรงหรือทางอ้อม

๒.๑.๓.๒ การวางแผนประชาสัมพันธ์

การสำรวจความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติ (Kap survey) หลักการ KAP ในการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างพื้นฐานที่ควบคุมและหนักแน่นในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ต่อประชาชน เพื่อสร้างความสำเร็จในการทำงานประชาสัมพันธ์ อันประกอบด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้ คือ K = KNOWLEDGE เป็นการให้ข้อมูล ให้ความรู้แก่เขา เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินงานต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐได้ดียิ่งขึ้น A = ATTITUDE สร้างทัศนคติที่ดีให้แก่เขา เมื่อประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ดีพอสมควรแล้ว จะเกิดทัศนคติที่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ชอบ ไม่ชอบตามมา และถ้าได้มีข้อมูลไว้เป็นอย่างดีแล้วก็นำทำให้ความไม่ชอบ หรือความรู้สึกที่จะถูกขืนมาต่อต้านลดน้อยลง P = PRACTICE สร้างทัศนคติที่ดีให้แก่เขา เป็นผลต่อเนื่องมาถึงทำให้เกิดการกระทำ หลังจากที่มีความรู้ ความเข้าใจและเกิดทัศนคติที่ดีแล้วก็จะเกิดการกระทำตาม

ความสำเร็จและความล้มเหลวของการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันขึ้นอยู่กับความเข้าใจในหลักการและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ว่า แต่ละส่วนงานมีความเข้าใจ ได้ทราบทั่วถึงแค่ไหนอย่างไร และใช้วิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อผลประโยชน์ในการเป็นเครื่องปกตองตนเอง หรือเพื่อให้ได้ยกย่องนับถือของคนทั่วไปในสังคม ขณะเดียวกันฝ่ายประชาสัมพันธ์ก็ต้อง

^{๑๔} เรื่องเดียวกัน. หน้า ๔๔.

เสนอแนะให้ฝ่ายบริหารได้ทราบถึงทัศนคติ ประชามติหรือความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน เพื่อที่จะได้ทำการแก้ไขปัญหา คาดการณ์ล่วงหน้า หรือค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ เพื่อหาทางป้องกันมิให้เกิดปัญหายุ่งยากในอนาคต

เมื่อมีปัญหายุ่งยากเกิดขึ้นในหน่วยงาน ประชาสัมพันธ์ต้องคอยประสานผลประโยชน์และแก้ปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ในหน่วยงาน เพราะชื่อเสียงของหน่วยงานถือเป็นเรื่องที่สำคัญ อันที่จะทำให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องและได้รับการสนับสนุนจากประชาชนตลอดไป โดยมีเป้าหมายคือ ทำอย่างไรเพื่อให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธาและเป็นการสร้างค่านิยมของประชาชน

การสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างพนักงานที่อยู่ภายในองค์กรและประชาชนที่อยู่ภายนอก คนที่ทำงานภายในต้องมีความรักกลมเกลียวสามัคคีกัน มีขวัญและกำลังใจที่ดีในการทำงานทุกคนเข้าใจนโยบายที่ดี มีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน เช่น หนังสือเวียน จดหมายภายใน การประชุมพบปะสังสรรค์ระหว่างพนักงานผู้บริหาร

ในความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์เหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในหรือประชาสัมพันธ์ภายนอก ได้อาศัยยึดหลักการดำเนินประชาสัมพันธ์โดยมีการติดต่อสื่อสารแบบสองทางเป็นสิ่งสำคัญ เมื่อมีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ ขณะเดียวกันก็มีการเปิดช่องทางให้กับผู้รับสื่อได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและประชามติต่าง ๆ ด้วยความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ และความต้องการของกลุ่มประชาชนเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขกำหนดหลักการปฏิบัติตามความเหมาะสมขององค์กรต่อไป วัตถุประสงค์ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น ๒ ประเภท^{๑๕}

๑) วัตถุประสงค์ในการชี้แจงบอกกล่าวข้อมูล (Informational objective) เป็นวัตถุประสงค์ของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้วางแผนต้องการให้ข้อมูล ชี้แจง บอกกล่าวเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพื่อเป็นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เช่น แนะนำโครงการหลักสูตรฝึกอบรม หรือเพื่อสร้างความรู้จักให้เกิดขึ้น และให้แพร่หลายในหมู่ประชาชนเป้าหมายและสาธารณชน

^{๑๕} จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์, ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์, พิมพ์ครั้งที่ ๕, (กรุงเทพมหานคร : ๒๕๔๑), หน้า๑๑๗-๑๑๘.

๒) วัตถุประสงค์เพื่อการสร้างแรงจูงใจ (Motivational objective) เป็น วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างแรงกระตุ้นหรือสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่ผู้วางแผนคาดการณ์ไว้

โดยทั่วไปวัตถุประสงค์การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการป้องกันการเสียหาย เป็นแนวทางในการควบคุมการทำงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเตรียมวิธีการเผชิญปัญหาอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นตลอดจนเพื่อเป็นหลักและแนวทางในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยัง ได้เน้นถึงสิ่งต่าง ๆ คือ^{๑๖}

๖) ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและการยอมรับด้วยการชี้แจง ให้ความรู้ การศึกษา และการ โน้มน้าวใจ ซึ่งจะต้องมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง องค์ประกอบปัจจัยหลายอย่างที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นอาทิ ระยะเวลา สิ่งแวดล้อม สภาพบรรยากาศของการสื่อสาร ความพร้อมทางด้านร่างกายและจิตใจ รวมทั้งอารมณ์ เป็นต้น

๗) กระตุ้นให้เกิดการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมทางความคิด การสนับสนุน ความไว้วางใจ ความนิยม ศรัทธา และกระตุ้นความความรู้ความเข้าใจเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึก การเผยแพร่ให้รับรู้ข่าวสารเพียงอย่างเดียวไม่พอ แต่จะต้องพยายามให้กลุ่มเป้าหมาย เกิดตระหนักและเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้วย

๘) เพื่อการอำนวยความสะดวก เพิ่มประสิทธิภาพ และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดซึ่งกันและกันทั้งภายในและภายนอกสถาบัน และระหว่างสถาบันกับสาธารณชนเป็น เรื่องที่เกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง อำนวยความสะดวกให้ผู้ที่ทำงานมีความรู้ความเข้าใจ ต่อสิ่งที่กำลังทำ

๙) เพื่อเป็นการเลือกและกำหนดใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารได้ถูกต้องมี ประสิทธิภาพและเหมาะสมกลุ่มเป้าหมายที่หน่วยงานต้องการเข้าถึง

๑๐) เพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด หรือการแสดงออกสู่ สาธารณะชนในทางลบ รวมทั้งในกรณีที่เกิดภาวะวิกฤต หรือปัญหาเฉพาะหน้า

^{๑๖} เรื่องเดียวกัน. หน้า ๓๖-๓๗.

วัตถุประสงค์ของแผนประชาสัมพันธ์ที่ได้นั้น จะต้องเป็นวัตถุประสงค์ที่สามารถทำให้เป็นจริงได้ เป็นวัตถุประสงค์ที่ทุกคนให้ความร่วมมือหรือสามารถปฏิบัติได้สุดตามเป้าหมายที่วางไว้ ถ้าหากตั้งวัตถุประสงค์ไว้แต่ไม่สามารถทำให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ แผนการประชาสัมพันธ์ถือว่าล้มเหลว มีผลถึงด้านจิตใจ เกิดความคับข้องใจของผู้ปฏิบัติในที่สุดก็ก่อให้เกิดทัศนคติในทางลบต่อโครงการอื่นที่จะตามมา การสนับสนุนจากสาธารณชนก็เสื่อมถอยลงไปที่สุดในที่สุด

๒.๑.๓.๓ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก Aggressive public relation (APR)

เป็นการมุ่งสร้างโอกาสทางการให้ข้อมูลข่าวสารและชื่อเสียง ภาพลักษณ์ขององค์กรในสภาวะการแข่งขันทางการตลาดอย่างรุนแรง การประชาสัมพันธ์เชิงรุกมีความจำเป็นอย่างมากเพราะมุ่งวัตถุประสงค์ทางการแข่งขันเป็นสำคัญ ประโยชน์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกสามารถแบ่งออกได้เป็น^{๑๖}

- ๑) ทำให้เกิดความไว้วางใจ เชื่อถือและศรัทธาในกิจกรรมและองค์กรมากขึ้น
- ๒) ช่วยสร้างทัศนคติในเชิงบวกอันเป็นผลประโยชน์ต่อการขายสินค้าบริการ
- ๓) ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและขจัดความรู้สึกเชิงลบให้กับกิจการและองค์กร
- ๔) ช่วยให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ลดการสูญเสียเปล่าและความสับสน
- ๕) สามารถสร้างการรับรู้และมีอิทธิพลเหนือความคิดของกลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยจุดยืน และบุคลิกภาพ ของตราสินค้าเป็นหลักในการสื่อสารเนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมาย
- ๖) สินค้าบางประเภทไม่สามารถทำโฆษณาได้ก็สามารถใช้การประชาสัมพันธ์เชิงการตลาดแทน ซึ่งให้ผลกระทบต่อสินค้าและองค์กรได้ไม่แตกต่างกัน

^{๑๖} ซีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ, คอลัมน์ “คลื่นความคิด”, มติชนรายวัน, (วันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ. 2549), หน้า ๘.

๓) นำทั้งกลยุทธ์การตลาดและประชาสัมพันธ์มาใช้ร่วมกันอย่างลงตัว (Pulling together) เพื่อให้กลยุทธ์นั้นสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือที่เรียกว่า “One Look-One Voice”

๒.๑.๓.๔ การกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

ในที่นี้หมายถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงหรือต้องการติดต่อมากที่สุดเป็นอันดับแรกและอันดับรอง การกำหนดกลุ่มเป้าหมายมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้วางแผนและผู้นำแผนไปปฏิบัติ รู้จักและเข้าใจประชาชนที่แพลนนั้นต้องการเข้าถึง เพราะประชาชนแต่ละกลุ่มต่างมีความแตกต่างกันในหลายด้าน ดังนั้นความสำคัญของเป้าหมายแต่ละกลุ่มจึงเป็นเรื่องที่ต้องคำนึงถึง เพราะการกำหนดกลุ่มเป้าหมายนั้น จะเกี่ยวข้องถึงการเข้าถึงกลุ่มประชาชนเหล่านั้นอย่างมีประสิทธิภาพ

ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย จะแบ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในและกลุ่มภายนอก การประชาสัมพันธ์ภายใน กลุ่มเป้าหมายหลักได้แก่ พนักงาน เจ้าหน้าที่ เช่น เจ้าหน้าที่ พนักงานแต่ละแผนกภายในที่มีความเกี่ยวข้องกับงานและรายละเอียดของแผนก ก่อนที่จะมีการเริ่มให้มีการดำเนินการตามที่มีกำหนดในแผน ก็จะต้องประชาสัมพันธ์ให้พนักงานและเจ้าหน้าที่ได้ทราบและเข้าใจในระเบียบและวิธีปฏิบัติให้ถูกต้องเสียก่อน เป็นการสร้างความพร้อมเพียงด้านพนักงานและการดำเนินกิจการของทุกสาขา และเพื่อป้องกันการผิดพลาดและการไม่ได้รับความสะดวกต่อผู้เข้ามาใช้บริการอันจะทำให้เสียภาพพจน์ขององค์กรได้

ในขณะที่เดียวกันกลุ่มเป้าหมายภายนอกได้แก่ ผู้ที่ติดต่อและเข้ามาใช้บริการภายใน ทั้งที่เป็นประชาชนทั่วไป สมาชิก เอกชน สถาบันการศึกษา หน่วยงานต่าง ๆ ที่ติดต่อ ซึ่งจะต้องประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่มีความเหมาะสมแต่ละช่องทางที่ใช้ นั้น การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย มีผลถึงขั้นตอนของการดำเนินการต่าง ๆ และการกำหนดกิจกรรมและใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มแต่ละประเภท และยังเป็นการแนะนำถึงการที่ผู้รับผิดชอบฝ่ายอื่น จะได้มีการเตรียมความพร้อมในการอำนวยความสะดวก และการให้บริการที่ถูกต้องรวดเร็ว โดยใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิธีการและสื่อต่าง ๆ ทำให้เกิดการอำนวยความสะดวกและรวดเร็วให้กับผู้ที่มีการติดต่อและมาใช้บริการ^{๑๘}

^{๑๘} เรื่องเดียวกัน. หน้า ๑๒๑-๑๒๓.

๒.๑.๓.๕ การส่งสารหรือส่งข่าวสาร (Communication-action)

เมื่อมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์แล้ว หน่วยงานจะดำเนิน จะแบ่งเป็น กลุ่มเป้าหมายในและกลุ่มภายนอก ซึ่งต้องคำนึงถึงกระบวนการสื่อสารสองทาง คือการรับฟังความต้องการและความคิดเห็นหรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับ (Feedback) จากกลุ่มเป้าหมายด้วย

การเลือกใช้สื่อและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ในที่นี้หมายถึงกลุ่มที่ต้องการเข้าถึง หรือต้องการติดต่อ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายมีวัตถุประสงค์ให้ผู้วางแผนและผู้ปฏิบัติได้มีความรู้และความเข้าใจประชาชน เมื่อทราบกลุ่มเป้าหมายชัดเจนแล้วการหาวิธีและการใช้สื่อที่เหมาะสม ระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ช่วงเวลาที่กำหนดไว้ ครอบคลุมประชาชนควรได้มีโอกาสรับฟังข่าวสาร ๑ ครั้ง โดยทั่วไปกำหนดระยะเวลา ๔ สัปดาห์ และพิจารณาความต่อเนื่อง (Continuity) ที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารออกไปในช่วงระยะเวลาที่กำหนดไว้ เช่น ในช่วงการณรงค์ว่าจะใช้เวลานานเท่าใด ซึ่งบางครั้งอาจจะใช้ฤดูกาล เทศกาลหรือวันสำคัญทางประเพณีเป็นเครื่องช่วยในการพิจารณาตัดสินใจว่าจะใช้สื่อมีความต่อเนื่องอย่างไร จะใช้สื่อตัวใด^{๑๕}

เนื่องจากสื่อตัวเดียวกันมีความหลากหลาย เช่น หนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารต่างมีความหลากหลายในเนื้อหา รูปแบบ กลุ่มเป้าหมาย หรือสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีหลากหลายสถานีที่ทำรายการในช่วงเวลาต่าง ๆ มากมาย แต่ละรายการมีความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม อันมีผลต่อการจัดเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอเพื่อออกอากาศเผยแพร่ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ จึงเลือกสื่อเพื่อให้สื่อการประชาสัมพันธ์ได้ผลมากที่สุด

๒.๑.๔ เครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

การเผยแพร่หรือการกระจายข่าวสารต่าง ๆ จำเป็นต้องใช้เครื่องมือเป็นตัวกลางการถ่ายทอดให้ประชาชนได้รับทราบ เข้าใจ นิยม ศรัทธา แต่ในทางการติดต่อสื่อสารความเข้าใจกันไม่ว่าเป็นสื่อคำพูด สิ่งพิมพ์ โสตทัศนูปกรณ์ ตลอดจนสื่ออื่นๆ ล้วนแต่ต้องอาศัยสื่อเป็นตัวกลางในการ

^{๑๕} Arnold M. Barban, Stiven M.Cristol, Frank Koperk, *Essentials of Media Planning 2nd edition*, (Illinois U.S.A: NTC. Business Book, 1987), pp. 55-57.

สื่อให้เข้าใจกันทั้งสิ้นเพื่อให้ผู้รับ (Receiver) และผู้ส่ง (Source) ได้รับข่าวสาร (Message) และข้อมูลถูกต้องตรงกัน

ดังนั้น เครื่องมือและสื่อจึงเป็นหัวใจสำคัญของการประชาสัมพันธ์กับประชาชน กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ซึ่งอาจทำได้หลายวิธีโดยใช้เครื่องมือสื่อสารเข้ามาช่วยเสริมให้การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานองค์การมีประสิทธิภาพมากขึ้น ปัจจุบันการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ได้ขยายไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็วขององค์กร/สถาบันต่าง ๆ เล็งเห็นความสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องทำการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนมีความรู้ เข้าใจในเรื่องต่าง ๆ การติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนเป้าหมายย่อมอาจทำได้หลายวิธี การใช้เครื่องมือและสื่อต่าง ๆ มาช่วยงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถถึงกลุ่มของประชาชนเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและสู่มวลชนจำนวนมาก เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ปัจจุบันมีอยู่หลายชนิด อาจแยกได้เป็นประเภทได้ดังนี้^{๒๐}

๒.๑.๔.๑ สื่อการพูดหรือสื่อบุคคล

สื่อประเภทการพูด การติดต่อสื่อสารด้วยวาจาหรือคำพูดมีรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งใช้กันมากมายพอสรุปได้ดังนี้

- ๑) การพูดคุยสนทนา เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลทั่วไปเช่น สื่อสารระหว่างหัวหน้ากับลูกน้อง พ่อแม่กับลูก ฯลฯ
- ๒) การบรรยายสรุป เป็นการบรรยายชี้แจงให้ผู้ฟังมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างกว้างๆ ผู้บรรยายเป็นผู้มีความรู้ในเรื่องที่พูดเป็นอย่างดี เช่นการพูดเยี่ยมเยียน การบรรยายพิเศษ ฯลฯ
- ๓) การประชุมแบบต่าง ๆ มีการระดมความคิด (Brain storming) การแลกเปลี่ยนความคิด การปรึกษา และการเสนอความคิดเห็นต่าง ๆ
- ๔) การอภิปรายกลุ่ม เป็นการเสนอความเห็นหรือการให้ทัศนะของผู้ทรงคุณวุฒิในหัวข้อเรื่องใดเรื่องหนึ่งแก่ผู้เข้าร่วมประชุม

^{๒๐} วีระ อนุรักษ์มงคล, การประชาสัมพันธ์, หน้า ๗๕- ๘๑.

๕) การกล่าวปราศรัย เป็นการพูดที่มีพิธีกรเฉพาะเรื่องหรือเฉพาะโอกาส เช่น การกล่าวปราศรัยของนายกรัฐมนตรีเนื่องในโอกาสวันสำคัญต่าง ๆ

๖) การให้โอวาท เป็นการพูดเพื่อให้ข้อคิด คำแนะนำ หรือกระตุ้นเตือนในโอกาสสำคัญต่าง ๆ เช่น พระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

๗) การกล่าวสุนทรพจน์ เป็นการพูดถ้อยคำไพเราะ เสนาะหู ในโอกาสต่าง ๆ ของผู้นำระดับประเทศ

๘) การอบรมสัมมนา เป็นการพูดของผู้มีความรู้สามารถสูง มาถ่ายทอดให้แก่ผู้เข้ารับสัมมนาได้ฟัง เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้

๙) การพูดในที่ประชุม เป็นการพูดที่มีความสำคัญในด้านการประชาสัมพันธ์ เพราะบ่อยครั้งนักประชาสัมพันธ์ต้องมีการพูดลักษณะเช่นนี้อยู่เสมอ

นักประชาสัมพันธ์จึงต้องทราบหรือศึกษาหลักการพูดอย่างมีประสิทธิภาพ และสำฤทธิ์ผล จะต้องอาศัยความรู้ความสามารถและทักษะหรือความเชี่ยวชาญในการพูด การฝึกบ่อยๆ จนเกิดทักษะเชื่อมั่นในตนเองไม่ประหม่าตื่นเต้น นักประชาสัมพันธ์ต้องสามารถพูดได้ในลักษณะต่าง ๆ เช่น ในโรงแรมที่โอ้อ่า ศาลาวัด ในหมู่บ้าน จึงจำเป็นต้องมีการเตรียมตัวให้พร้อม ทำการศึกษาค้นคว้าทำความเข้าใจให้ถ่องแท้ วิเคราะห์ผู้ฟัง เวลา โอกาสสถานที่รวมทั้งศึกษาหลักการพูดเชิงวิชาการด้วย

๒.๑.๔.๒ วิทยูกระจายเสียง

วิทยูกระจายเสียงเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทเป็นอย่างยิ่ง ในปัจจุบันคลื่นวิทยูสามารถปกคลุมทั่วพื้นที่ในประเทศไทย เกือบทุกครัวเรือนได้รับคลื่นวิทยูเป็นส่วนมาก เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนอย่างทั่วถึง กว้างขวาง และรวดเร็วโดยเฉพาะในชนบท^{๒๐}

ข้อดีของวิทยูกระจายเสียง

- ๑) วิทยูสามารถคลุมพื้นที่โดยไม่จำกัดเวลาสถานที่
- ๒) รวดเร็วกว่าข่าวอื่น เมื่อเกิดข่าวด่วน ข่าวสด หรือเหตุการณ์วิกฤติต่าง

^{๒๐} รองศาสตราจารย์ชม ภูมิภาค, หลักการประชาสัมพันธ์, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ O.S. PRINTING HOUSE Co., LTD., ๒๕๒๖), หน้า ๒๘๗-๒๘๘.

๓) มีผลทางด้านจิตวิทยาสูงในการเข้าถึงประชาชนสามารถเร้าอารมณ์หรือ
 จูงใจได้ง่ายโดยใช้คำพูดและน้ำเสียง

๔) ไม่เสียเวลาในขั้นตอนการเข้าถึงเหมือนสื่ออื่น

๕) เข้าถึงคนได้ทุกระดับอาชีพ

๖) สามารถเสนอเหตุการณ์ ติดตามรายงานเหตุการณ์ได้ตลอด

๗) เครื่องรับราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับสื่อชนิดอื่น

ขั้นตอนการผลิตโฆษณาทางวิทยุ

การสรุปบทโฆษณา (Brief Script) คือ การสรุปเนื้อหาและถ้อยคำโฆษณาระหว่าง
 ฝ่ายสร้างสรรค์และฝ่ายผลิตเสียง พร้อมทั้งเลือกเสียงของโฆษกที่จะกล่าว คำโฆษณา ซึ่งจะต้องมี
 ความชำนาญพิเศษทางด้านเสียง การบันทึกเสียง (Sound Recording) คือ การอัดเสียงโฆษณาและ
 เสียงประกอบต่าง ๆ การตัดต่อและเรียบเรียงเสียง (Sound Mixing) คือ การนำเสียงทั้งหมดมาตัด
 ต่อและเรียบเรียงตามเนื้อหาที่ได้

หลักวิธีการเขียนบท คือ ต้องเขียนด้วยภาษาสนทนาหรือพูดคุยกันแต่ต้องสื่อ
 ความหมายให้ชัดเจน ใช้คำที่ผู้ฟังคุ้นเคย เมื่อฟังแล้วเข้าใจและเกิดภาพพจน์ที่ชัดเจน ใช้ประโยคสั้น
 ๆ ง่าย ๆ ไม่ยืดเยื้อ ไม่วกวน ชัดเจน เข้าใจได้ทันที เสียงประโยคยาว ๆ ที่เต็มไปด้วยคุณศัพท์หรือ
 คำเชื่อมต่าง ๆ จนไม่รู้ว่าความสำคัญของประโยคนั้นอยู่ตรงไหน ใช้ประโยคบอกเล่าให้มากกว่า
 ประโยคปฏิเสธ เลี่ยงการใช้คำที่มีเสียงทำให้สับสนกันเวลาเปล่งเสียง เช่น คำที่มีเสียงคล้ายกัน คำ
 ซ้ำในประโยคเดียวกัน คำที่มีอักษรซ้ำกันหรือการเล่นคำอื่น ๆ ใช้ภาษาที่บรรยายให้เกิดภาพหรือ
 จินตนาการ เช่น การบอกลำดับขั้นตอนว่าอะไรก่อนอะไรหลัง การบอกสีสันการบอกตำแหน่ง การ
 ใช้ภาษาเปรียบเทียบ เป็นต้น

๒.๑.๔.๓ โทรทัศน์

โทรทัศน์เป็นสื่อที่บทบาทสำคัญยิ่งในปัจจุบันเพราะมีลักษณะที่เด่นและได้เปรียบ
 กว่าสื่ออื่นๆ นิยมแพร่หลายจากมหาชนทั่วโลกประชาชนสามารถรับชมข่าวสาร ความรู้ ความ
 บันเทิง รวมทั้งสามารถแพร่ข่าวเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นสดๆ ร้อนๆ ทั้งเป็นสื่อที่ใช้

ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมรายการเด็ก กีฬาสาระ บันเทิง ฯลฯ ได้อย่างกว้างขวางอีก
ด้วย^{๒๒}

ข้อดีของโทรทัศน์

๑) มีความรวดเร็วสูง เชื่อถือได้
๒) ใช้นำเสนอเรื่องที่น่าสนใจ สามารถใช้ทั้งคำพูด เสียง ภาพประกอบเพื่
ดึงดูดความสนใจ

- ๓) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากเพราะส่วนใหญ่ปัจจุบันมีเครื่องรับโทรทัศน์
- ๔) ให้ความสนใจได้ดี เพราะประกอบด้วยภาพ สี สัน ความเคลื่อนไหว
- ๕) มีลักษณะคล้ายสื่อมวลชนหลายประเภท แต่ได้เปรียบกว่า

ขั้นตอนการผลิตสื่อโทรทัศน์

เป็นการนำองค์ประกอบทางด้านภาพ (Video Side) และเสียง (Audio Side) มา
ประกอบกันอย่างสอดคล้อง เป็นเหตุเป็นผลและสื่อความหมายได้ตรงตามทีผู้สร้างสรรค์โฆษณา
กำหนดไว้ ขั้นตอนการผลิตงานโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์มีดังนี้

๑) ขั้นตอนเตรียมการก่อนการถ่ายทำ เป็นการเตรียมการจัดทำบท (Script)
แล้วจึงนำไปเขียนผังการโฆษณา (Story Board) เมื่อได้ผังการ โฆษณาแล้วจึงนำมาแยกรายละเอียด
ของฉากต่าง ๆ เพื่อจัดทำตารางการถ่ายทำ จากนั้นจึงเตรียมฉาก อุปกรณ์ประกอบฉาก (Property)
สถานที่ถ่ายทำ คัดเลือกนักแสดง จัดเตรียมเครื่องแต่งกาย อุปกรณ์การถ่ายทำและอุปกรณ์สร้างผล
พิเศษต่าง ๆ นัดหมายนักแสดงและทีมงาน ตลอดจนการฝึกซ้อมนักแสดงตามบท

๒) ขั้นตอนระหว่างการทำ เป็นการปฏิบัติงานตามตารางที่กำหนดไว้ โดย
มีบุคคลหลายฝ่ายเช่น ช่างกล้อง ผู้กำกับแสดง เจ้าหน้าที่ควบคุมแสง เสียงผู้แสดง ช่างแต่งหน้า
อาจถ่ายทำนอกสถานที่หรือโรงถ่ายที่จัดเตรียมฉากไว้ ในการถ่ายทำอาจต้องมีการถ่ายทำหลายครั้ง
เพื่อให้ได้ภาพที่ดีที่สุด โดยมีมุมภาพ ขนาดภาพและการเคลื่อนไหวของภาพที่สื่อความหมายได้
ชัดเจน

^{๒๒} วีระ อรัญมงคล, การประชาสัมพันธ์, หน้า ๘๔-๘๕.

๒.๑.๔.๔ ภาพยนตร์

ภาพยนตร์เป็นสื่อที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างมาก เพราะเป็นการสื่อสารผ่าน โสตประสาท ทางตา ด้วยภาพ แสง สีและเสียงประกอบกัน ซึ่งช่วยให้ผู้ชมเกิดการเข้าใจ คล้อยตามตลอดจนการสร้างทัศนคติแก่ผู้ชมได้^{๒๓}

ข้อดีของภาพยนตร์

- ๑) สามารถกระตุ้น ปลุกเร้าความสนใจให้ผู้ชมเกิดความประทับใจและเกิดความทรงจำได้ด้วย แสง สี เสียงและการเคลื่อนไหว
- ๒) อธิบายเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างละเอียด เกิดความรู้ความเข้าใจได้ดี
- ๓) สามารถควบคุมความเร็ว ช้า หยุดภาพได้ตามต้องการ

๒.๑.๔.๕ หนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ที่ประกอบไปด้วยเนื้อหาสาระรวมทั้งสารคดีเกี่ยวกับข่าวต่าง ๆ ส่วนใหญ่กำหนดออกเป็นรายวัน รายสัปดาห์ เพื่อถ่ายทอดข้อเท็จจริง ความคิดเห็นจากนักหนังสือพิมพ์ ขณะเดียวกันก็เป็นตัวกลางถ่ายทอดเป็นกระบอกเสียงให้ประชาชนด้วย การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ มุ่งเป็นสื่อกลางช่วยนำข่าวสารไปเผยแพร่สู่ประชาชนโดยมิได้มุ่งหมายที่จะซื้อเนื้อที่โฆษณา แต่ผู้สัมพันธ์กับหนังสือพิมพ์เพื่อคอยป้อนข่าวให้ หรือคอยบริการความสะดวกแก่บรรดาผู้แทนหนังสือพิมพ์หรือนักข่าวที่มาติดต่อหาข่าว

ข้อดีและบทบาทของหนังสือพิมพ์

- ๑) เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนหาอ่านได้ง่าย
- ๒) กำหนดออกสม่ำเสมอ
- ๓) เข้าถึงประชาชนได้จำนวนมาก
- ๔) คงทนในการย้อนกลับทบทวนได้
- ๕) ราคาไม่แพงนัก เพราะมีค่าโฆษณา
- ๖) สามารถเข้าถึงกลุ่มต่าง ๆ ได้ เพราะเสนอข่าวสารได้หลายด้านมีหลาย

ภาษา

^{๒๓} เรื่องเดียวกัน. หน้า ๘๗-๘๘.

๗) ดึงดูดความสนใจโดยภาพประกอบต่าง ๆ

ขั้นตอนการออกแบบสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

- ๑) เก็บรวบรวมข้อมูลของสิ่งพิมพ์
- ๒) สรุปลักษณะต่าง ๆ เช่น ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ลักษณะกระดาษ
- ๓) ออกแบบแนวคิดสื่อสิ่งพิมพ์ว่าต้องการให้ออกมาให้รูปแบบใด
- ๔) ทดลองทำและแก้ไขในสิ่งที่ต้องการปรับปรุง
- ๕) พิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์

๒.๑.๔.๖ นิติสาร

นิติสาร เป็นเป็นสิ่งที่เป็นเครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันบริษัทธุรกิจส่วนใหญ่หันมานิยมทำโฆษณาในนิติสารมากขึ้น ในประเทศไทยปัจจุบันมีนิติสารมากมาย เพราะนิติสารมีคุณภาพการพิมพ์ที่ดี สามารถโฆษณาสินค้าในรูปแบบที่สีสันชัดเจน สวยงามน่าอ่าน^{๒๔}

ข้อดีของนิติสาร

- ๑) มีรูปแบบสีสันประณีตชวนให้น่าอ่านและน่าสนใจ
- ๒) สามารถเสนอเนื้อหาได้ลึกซึ้ง ชูใจ สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี
- ๓) สามารถถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง เช่น วัยรุ่น สตรีนักศึกษา

แม่บ้าน

๔) สามารถเปลี่ยนหรือสร้างความเห็น ทักษะคติหรือเป็นแบบอย่างง่าย

๕) มีความคงทน ถาวร ทบทวนข่าวสารได้ ยาวนานกว่าหนังสือพิมพ์

๖) แนวโน้มนิติสารในปัจจุบันมีประโยชน์และมีเนื้อหาสาระยิ่งกว่าในอดีต

เช่น มีการเสนอบทความ บทสัมภาษณ์ บทวิเคราะห์ต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้

^{๒๔} เรื่องเดียวกัน. หน้า ๘๕.

๒.๑.๔.๖ สิ่งพิมพ์อื่นๆ

สิ่งพิมพ์อื่นๆ ในปัจจุบันก็มีความสำคัญและมีบทบาทมากพอสมควรในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งมีความเหมาะสมสำหรับงานต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไป ได้แก่^{๒๕}

๑) วารสาร สิ่งพิมพ์ที่จัดรูปแบบเล่มมีสีสันนำอ่าน ส่วนใหญ่จัดทำขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในและ นอกองค์กรหน่วยงาน มีกำหนดออกเป็นทั้งแบบ รายสัปดาห์ รายบีกษ์ หรือรายเดือน สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตามต้องการ มีความสม่ำเสมอ ดึงดูดความสนใจได้ดี มีเนื้อหาแสดงได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก

๒) จดหมายข่าว มีรูปแบบเนื้อหาคล้ายแบบข่าวในหนังสือพิมพ์ มีหัวกระดาษสวยงามเป็นสัญลักษณ์ขององค์กร ออกแบบประณีตตามต้องการ จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการโฆษณาองค์กรหน่วยงาน

๓) แผ่นปลิวและใบแทรก โดยมากเป็นกระดาษแผ่นเดียวในรูปแบบแผ่นเดียวหรือใบปลิว มักแจกด้วยมือหรือเป็นใบแทรก (Insert) บางทีอาจใช้โปรยเป็นใบปลิว

๔) โปสเตอร์หรือแผ่นประกาศ ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ให้ผู้มีความรู้ เข้าใจและปฏิบัติตาม

๕) จุลสาร เป็นหนังสือเล่มเล็กๆ ลักษณะเป็นปกอ่อน แต่ละเล่มมีเรื่องเดียว มักสรุปเรื่องเป็นเรื่องที่มีความสนใจของประชาชน สามารถจูงใจผู้อ่านด้วยสี อักษร เทคนิคต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

๖) แผ่นพับ มีลักษณะคล้ายใบปลิว พิมพ์แผ่นเดียว หน้าเดียวหรือสองหน้าก็ได้ มุ่งหมายเพื่อเผยแพร่ที่มีความละเอียดกว่าใบปลิว

๗) อนุสาร เป็นเอกสารที่คล้ายจุลสาร แตกต่างอยู่ที่มีรูปเล่มที่ใหญ่กว่า แนะนำหรือใช้สรุปเรื่องราวต่าง ๆ

^{๒๕} เรื่องเดียวกัน. หน้า ๕๐-๕๑.

๒.๑.๔.๘ กิจกรรมต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์

สื่อกิจกรรมเป็นสื่อที่มีความนิยมมากอีกอย่างหนึ่ง ด้วยการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย โดยการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร/สถาบัน เพื่อสร้างความนิยม ศรัทธา ตลอดจนสร้างภาพพจน์ให้เกิดความรู้สึกหรือทัศนคติของประชาชน ขณะเดียวกันก็พยายามจูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร/สถาบันด้วย สื่อกิจกรรมต่าง ๆ มีดังนี้^{๒๖}

๑) การจัดนิทรรศการเพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถจัดได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร (กลางแจ้ง) แบ่งออกได้เป็น (๑) นิทรรศการแบบถาวร แสดงเรื่องราวจากอดีตส่วนใหญ่จัดเป็นรูปแบบพิพิธภัณฑ์ (๒) นิทรรศการแบบชั่วคราว เป็นการแสดงเรื่องราวต่าง ๆ ในปัจจุบัน หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ส่วนใหญ่จัดตามโรงแรม ห้องประชุมต่าง ๆ (๓) นิทรรศการเคลื่อนที่ เป็นนิทรรศการเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่น่าสนใจแล้วเคลื่อนไปตามที่ต่าง ๆ ตามกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

๒) การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อประชาสัมพันธ์ เป็นโครงการขนาดเล็กกว่านิทรรศการ แต่มีจุดหมายวัตถุประสงค์คล้ายคลึงกัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กร/สถาบันกับประชาชน เป้าหมายหรือสาธารณชนทั่วไป ได้แก่ การจัดแสดง รวบรวมต่าง ๆ

๓) การเปิดให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน แล้วเผยแพร่ไปสู่สาธารณชน และขณะเดียวกันก็เปิดรับฟังปฏิกิริยาสะท้อนกลับ เพื่อให้ทราบข้อมูลมาปรับปรุงในหน่วยงานต่อไป

๔) การเยี่ยมชมกิจการ เป็นการเตรียมการไว้เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มผู้สนใจ เพื่อเผยแพร่กระบวนการดำเนินงานให้เกิดความนิยม ความเชื่อศรัทธาแก่องค์กร/สถาบัน

๒.๑.๔.๙ สื่อประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต (Internet) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของคนทั่วไป เนื่องจากเป็นช่องทางที่สื่อสารง่ายและรวดเร็วและสามารถทำกิจกรรมได้หลายๆ อย่าง ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีความต้องการเพิ่มขึ้นทุกวัน จากสถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปี ๒๐๐๘ สํารวจโดย Internet World Stats พบว่า จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในทวีปเอเชียมีจำนวน ๕๖๘.๕ ล้านคน ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด รองลงมา คือทวีปยุโรป ๓๘๔.๖ ล้านคน และอันดับสาม คือทวีปอเมริกาเหนือ

^{๒๖} เรื่องเดียวกัน. หน้า ๘๒-๘๔.

๒๔๘.๒ ล้านคน ส่วนในประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ ๑๓.๔ ล้านคนและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี

จากข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ พบว่าประเทศไทยจำนวนคนใช้คอมพิวเตอร์สูงขึ้นมาก ในปี ๒๕๓๔ มีจำนวนคนใช้เพียง ๓๐ คน จากนั้นในปี ๒๕๓๕ มีคนใช้มากถึง ๗๐,๐๐๐ คน จนมาถึงปี ๒๕๔๗ ที่ ๖,๕๗๐,๐๐๐ คน และคาดว่าในปี ๒๕๕๐ คนใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยสูงถึง ๑๓,๔๖๖,๐๐๐ คน^{๒๗} จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ยืนยันได้ว่า อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางสื่อสารช่องทางหนึ่งที่น่าสนใจและเติบโตอย่างรวดเร็วจากคนในประเทศไทยและทั่วโลก

ณ ปัจจุบัน ช่องทางการสื่อสารมีมากมายหลายช่องทาง หากมองปริมาณสื่อเดิมๆ จะเห็นว่าสื่อโทรทัศน์มีนับร้อยช่อง นิตยสารก็มีมาก แม้แต่โทรศัพท์มือถือก็มีส่วนเข้ามาแบ่งส้นปันส่วนความสนใจไป แต่แต่ละคนสามารถหาข้อมูลข่าวสารด้วยตัวเองได้โดยง่าย นั่นคือที่มาของสังคมตลาดออนไลน์ ซึ่งเป็นอีกยุคของการทำตลาดที่พลิกกระบวนการที่ต่าง ๆ ออกไปจากเดิมจากที่มีลักษณะการสื่อแบบทางเดียวในลักษณะขององค์กรที่มีต่อปัจเจกบุคคล (Individual) โดยที่ไม่ได้มีการปฏิสัมพันธ์ต่อองค์กรจนถึงรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน

สื่ออินเทอร์เน็ตจึงนับว่ามีความสำคัญสื่อหนึ่ง โดยเฉพาะเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตซึ่งมีบทบาทมากในงานการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ปัจจุบัน เนื่องจากการสื่อสารสามารถทำได้อย่างกว้างไกลไร้ขีดจำกัด สามารถนำเสนอแพร่ภาพ ข้อความ ข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ใครๆ ก็สามารถคลิกได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง สามารถเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ถึงกันได้ สามารถทราบข้อมูลของสินค้าและบริการได้ง่าย มีระบบ Feedback จากผู้เข้าดูทำให้ทราบพฤติกรรมในอดีตและมีการเชื่อมโยงข้อมูลตามความประสงค์จากผู้เข้าบริการได้^{๒๘}

^{๒๗} ดร. ภิเชก ชัยนิรันดร์, **Marketing Clic : กลเม็ดเคล็ดลับการตลาดออนไลน์**, (กรุงเทพมหานคร : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) ,๒๕๕๒), หน้า ๕.

^{๒๘} ดร.ภิเชก ชัยนิรันดร์, **บันทึกความสำเร็จธุรกิจดอทคอม e-Commerce Success Case Study มุมมองการตลาดและกรณีศึกษาเว็บไซต์ไทย**, (กรุงเทพมหานคร : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) ,๒๕๕๑), หน้า ๓๓-๓๔.

เครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การกระตุ้นมุ่งที่กระทำเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ให้เกิดความนิยม ความไว้วางใจ การสร้างทัศนคติ การ โน้มน้าวจิตใจและการสร้างความศรัทธาให้เกิดขึ้นกับองค์กร ตลอดจนการศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรหรือสถาบันนั้น การที่ผู้ส่งและผู้รับจะสามารถเข้าใจกันได้ดีเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับ ทักษะ ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรมของทั้งสองฝ่าย

สรุปแนวคิดด้านประชาสัมพันธ์

หลักวิธีการและวัตถุประสงค์ของประชาสัมพันธ์ ก็เพื่อการสำรวจความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ (Kap survey) การทำให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใส และเกิดความศรัทธาให้การสนับสนุนองค์กรนั้น ไม่ใช่เรื่องที่ยากหรือยากเกิน ไปแต่ต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการ เพื่อช่วยในการสร้างภาพพจน์ชื่อเสียงให้กับหน่วยงาน และขวัญกำลังใจของคนในองค์กร การประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพราะเป็นสาเหตุให้เกิดความสามัคคีและให้คนทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความรู้ในข่าวสารความเคลื่อนไหวความเข้าใจในกิจการของต่าง ๆ ด้วยการใช้สื่อ ที่หลากหลายในการสร้างการรับรู้และมีอิทธิพลด้านความคิดตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ การใช้คำพูด การใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์และสื่ออินเทอร์เน็ต และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อมุ่งสร้างในสภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรง เป็นต้น

เครื่องมือและสื่อจึงเป็นหัวใจสำคัญของการประชาสัมพันธ์กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ซึ่งอาจทำได้หลายวิธีโดยใช้เครื่องมือสื่อสารเข้ามาช่วยเสริมให้การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานองค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้นได้แก่ การติดต่อสื่อสารด้วยวาจาการกล่าวปราศรัย การอบรมสัมมนา วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของคนส่วนใหญ่ได้อย่างสมเหตุสมผล ด้วยการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมตลอดจึงต้องอาศัยการสนับสนุนความรู้ความสามารถจากบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านในการทำงาน เพื่อให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นไปตามขั้นตอน แผน และวิธีการที่ถูกต้องในการการเลือกวิธีการเผยแพร่ข่าวสารให้เหมาะสมต่อไป

๒.๒ แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร

สื่อหรือช่องทางในการถ่ายทอดและวิธีการในการติดต่อเพื่อเป็นแนวทางอย่างได้ผลดีที่สุดสิ่งสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร คือ การที่จะสื่อความหมายอย่างไรเพื่อให้ผู้รับ

สารนั้นเข้าใจได้อย่างถูกต้องว่าผู้ส่งหมายความว่าอะไรในข่าวสารนั้นมีนักวิชาการหลายท่านได้นำเสนอทฤษฎีการสื่อสารที่นำมาใช้เป็นหลักในการศึกษาถึงวิธีการส่งผ่านข้อมูลสารสนเทศการใช้สื่อและช่องทางการสื่อสาร ทฤษฎีการสื่อสารเหล่านี้ได้นำมาใช้ในขอบข่ายของเทคโนโลยีการศึกษาตั้งแต่ทศวรรษ ๑๙๘๐ เป็นต้นมา เพื่อเอื้อประโยชน์สำหรับใช้เป็นแนวทางในสื่อสาร รวมถึงการเลือกใช้สื่อเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการเรียนรู้ได้อย่างดี

๒.๒.๑ แนวคิดทางด้านการสื่อสาร (Theories about communication)

การสื่อสารมีบทบาทในการพัฒนาระบบสังคมและวัฒนธรรม (socio - culture systems) พัฒนาประเทศและโลก ซึ่งระบบสังคมและวัฒนธรรมของคนในแต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติด้วยหลักวิธีการนำเสนอเนื้อหาจากผู้ส่ง ไปยังผู้รับ เป็นกลไกทางสังคมที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน คือ นอกจากการพัฒนาทางด้านด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคมแล้ว มนุษย์มีความต้องการพัฒนาในด้านสื่อสารเพื่อให้เกิดความสะดวกในคุณประโยชน์การสื่อสารไม่แพ้กัน โดยมีการพัฒนาควบคู่กันไปเพื่อที่จะเอื้ออำนวยในด้านข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกนี้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วขึ้น มีความสัมพันธ์กับความต้องการที่สอดคล้องกันในการพัฒนาการขี้อระบบทางสังคม ด้วยเหตุนี้เองทฤษฎีการสื่อสารจึงมีบทบาทในการพัฒนาระบบสังคมและวัฒนธรรม (socio - culture systems) พัฒนาประเทศและโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้^{๒๕}

สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกัน การติดต่อสื่อสารของบุคคลต่างชาติต่างภาษา จะต้องมีการศึกษาถึงกฎข้อบังคับทางศาสนาของแต่ละศาสนา หลังสงครามโลกครั้งที่ ๒ มหาวิทยาลัยในสหรัฐได้พัฒนาการศึกษานิติศาสตร์ที่เน้นสอนการปฏิบัติงานทางวิชาชีพ (professional practice) ไปสู่การศึกษาวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์ โดยแรงผลักดันส่วนหนึ่งจากอิทธิพลทางปัญญา (intellectual influence) ของนักวิชาการที่อพยพมาจากยุโรป อาทิ ลูอินและลาซาร์สเฟลด์ ทฤษฎีของการสื่อสารจึงเริ่มก่อตั้งขึ้น

^{๒๕}รองศาสตราจารย์ กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางด้านการสื่อสาร, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักท์, ๒๕๔๘), หน้า ๓๕.

โดยค่อย ๆ แยกจากทฤษฎีทางสังคมวิทยา จิตวิทยาและภาษา กลายมาเป็นศาสตร์ใหม่ในตัวของมันเองที่เรียกว่า การสื่อสารมวลชน (mass communication study) มุ่งวิจัยผลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเมือง สังคมและวัฒนธรรม เราเรียกทฤษฎีแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์ในระยะเริ่มแรกนี้ว่า ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน (Mass Communication Theory) ซึ่งจะเห็นได้ชัดจากผลงานของวิลเบอร์ ชรามม์ เมลวิน เดอเฟอร์ และ เดนิส แมคเคลว แต่กลุ่มทฤษฎีระบบ (Systems Theories) ของวีเนอร์ แชนนอน และ วีเวอร์ (Wiener-Sannon-Weaver) และในเชิงการสื่อสารของมนุษย์ (Human Communication) ของเบอร์โล (Berlo) รวมทั้งในเชิงการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) ของไฮเดอร์ นิวคอมบ์ เฟสติเกอร์และออสกู๊ด (Heider-Newcomb-Festiger-Osgood) ส่งผลให้การศึกษาด้านสื่อสารมวลชนขยายตัวออกไปครอบคลุมอาณาบริเวณของการสื่อสาร (communication spheres) ที่กว้างขวางขึ้น^{๓๐}

วิชาการสื่อสารมวลชนจึงได้ปรับปรุงตนเองและขยายตัวจากความเป็นเพียงนิเทศศิลป์ (communication art) มาเป็นนิเทศศาสตร์ (Communication art and science หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า communication arts) สมบูรณ์ในสองทศวรรษสุดท้ายของศตวรรษที่ ๒๐ ทฤษฎีของการสื่อสารมิได้จำกัดอยู่เฉพาะที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนเท่านั้น แต่จะครอบคลุมการสื่อสารทุกประเภทและในทุกบริบท (context) นับตั้งแต่การสื่อสารภายในบุคคล (intrapersonal communication) จนไปถึงการสื่อสารของโลก (global communication) สร้างเป็นองค์ความรู้ที่อธิบายการสื่อสารทั่วไป ในแง่ขององค์ประกอบ โครงสร้าง กระบวนการ บทบาทหน้าที่ จุดประสงค์ purposes) ประสิทธิภาพ (effectiveness) ประสิทธิภาพ (efficiency) และค่าประสิทธิภาพ (cost-efficiency) ทฤษฎีของการสื่อสารดังกล่าว อาจจำแนกแยกย่อยออกเป็นทฤษฎีต่าง ๆ ในการสื่อสาร (theories in communication) เมื่อองค์ความรู้เข้าไปเกี่ยวข้องกับสื่อสารประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น ทฤษฎีต่าง ๆ ในการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือในการสื่อสารมวลชน เป็นต้น

การสื่อสารจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ในการเอื้ออำนวยหลักปัจจัยพื้นฐาน ๔ อย่าง อันได้แก่ อาหาร น้ำ เครื่องดื่มและที่อยู่อาศัย แม้การสื่อสารมิได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความต้องการพื้นฐานทางกายโดยตรง แต่เป็นตัวสื่อกลางที่

^{๓๐} กิดานันท์ มลิทอง, เทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่อการศึกษา, (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อรุณาการพิมพ์, ๒๕๔๘), หน้า ๔๕.

มีความจำเป็นในกระบวนการของวิถีชีวิตและสังคมที่ขาดไม่ได้ ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นเพียงไร มีองค์ประกอบยิ่งมากเท่าไร การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญและต้องการมากขึ้นเท่านั้น สังคมที่มีความหนาแน่นและมีความหลากหลายอย่างมากมาอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งมีการแข่งขันกันมากในเรื่องข้อมูลข่าวสาร ภายใต้อัจฉริยะในด้านเวลาอย่างเช่นในปัจจุบัน เพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าว ระบบการสื่อสารที่ดีจึงมีความจำเป็นมากขึ้น โดยสามารถจำแนกถึงความจำเป็นของการสื่อสารออกเป็น ๖ ประการด้วยกัน คือ^{๓๐}

- ๑) ความสำคัญต่องานในชีวิตประจำวัน
- ๒) ความสำคัญต่องานในสังคมสภาพแวดล้อมและผลกระทบต่าง ๆ
- ๓) ความสำคัญต่องานด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม
- ๔) ความสำคัญต่องานการเมืองการปกครอง
- ๕) ความสำคัญต่อความมั่นคงของชาติและระหว่างประเทศ
- ๖) งานความสำคัญต่อการสืบทอดศาสนาวัฒนธรรมและการอนุรักษ์

๒.๒.๒ ทฤษฎีการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) คือกระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) เป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหวและเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่องในการส่งและรับสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ (Channels) อย่างมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

๒.๒.๒.๑ องค์ประกอบของการสื่อสาร

องค์ประกอบของการสื่อสารตามหลักการทฤษฎีการสื่อสาร สามารถแบ่งออกเป็น ๔ ส่วนได้แก่

- ๑) ผู้ส่งสาร (Source) คือผู้ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูลสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางที่เรียกว่าสื่อ ถ้าหากเป็นการสื่อสารทางเดียวผู้ส่งจะทำหน้าที่ส่งเพียงประการเดียวแต่ถ้าเป็นการสื่อสาร ๒ ทาง ผู้ส่งสารจะเป็นผู้รับในบางครั้งด้วย ผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะในการสื่อสาร มีเจต

^{๓๐} ปรมะ สตะเมทิน, หลักนิเทศศาสตร์, (กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย, ๒๕๓๒), หน้า ๑.

คติต่อตนเอง ต่อเรื่องที่จะส่ง ต้องมีความรู้ในเนื้อหาที่จะส่งและอยู่ในระบบสังคมเดียวกับผู้รับก็จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

๒) **ข่าวสาร (Message)** ในกระบวนการติดต่อสื่อสารก็มีความสำคัญ ข่าวสารที่ดีต้องแปลเป็นรหัสเพื่อสะดวกในการส่งการรับและตีความเนื้อหาสารของสารและการจัดสารก็จะต้องทำให้การสื่อความหมายง่ายขึ้น

๓) **ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channels)** คือ ช่องทางเพื่อใช้ในการรับรู้ในประสาทสัมผัสทั้งห้า คือตา หู จมูก ลิ้นและกายสัมผัส ตลอดจนตัวกลางที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เช่น สิ่งพิมพ์ กราฟิก สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่จะพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ตามเกณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่เกณฑ์สื่อที่เป็นบุคคล เกณฑ์การมีส่วนร่วมในสื่อของผู้รับสารและเกณฑ์แหล่งกำเนิดสื่อ

๔) **ผู้รับสาร (Receiver)** คือผู้ที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ผู้รับสารจะต้องมีประสิทธิภาพในการรับรู้ มีเจตคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสารต่อผู้ส่งสารและต่อตนเองในการเลือกที่จะรับสารอย่างไร เช่น ถ้าผู้รับสารต้องการรับสารตามที่ผู้ส่งสารกระทำอยู่ในขณะนั้นและผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจได้ในสารนั้น การสื่อสารก็กระทำสำเร็จโดยง่าย^{๓๒}

๒.๒.๒.๒ การสื่อสารจำแนกแบบใช้จำนวนของผู้ทำการสื่อสารเป็นเกณฑ์ สามารถจำแนกได้เป็น ๕ ลักษณะ คือ^{๓๓}

๑) **การสื่อสารภายในตัวบุคคล (Interpersonal Communication)** เป็นการสื่อสารของบุคคลคนเดียว โดยคนเดียวกันทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร ตัวอย่าง เช่น การร้องเพลง การพูดกับตัวเอง การฟัง การเขียนจดหมาย

๒) **การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารกลุ่มเล็ก (Interpersonal and Small Group Communication)** คือการสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป มาทำการสื่อสารลักษณะตัวต่อตัว กล่าว คือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง ในขณะที่อีกคนส่งสาร อีกคนทำหน้าที่รับสาร ดังนั้นการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดได้

^{๓๒} รองศาสตราจารย์ กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, หน้า ๘-๑๐.

^{๓๓} Amatai Etzioni, **Modern Organizations Englewood Cliffs**, (N.J.: Prentice-Hall, 1964), P32.

ทั้ง ๒ กรณี ตัวอย่าง เช่น การพูดคุยกันระหว่างคน ๒ คน การเขียนจดหมายถึงกันและการ โทรศัพท์ถึงกัน เป็นต้น และกรณีของกลุ่มย่อยที่มีคนมากกว่า ๒ คนมารวมกันในลักษณะการติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันโดยตรง เช่น การเรียนหนังสือในชั้นเรียน การประชุมกลุ่ม เป็นต้น

๓) การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) เป็นการสื่อสารในคนจำนวนมากซึ่งอยู่ในสถานที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น การอภิปรายในที่ประชุม การหาเสียงในการเลือกตั้งและการปราศรัยในวาระต่าง ๆ เป็นต้น

๔) การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างสมาชิกองค์กรต่าง ๆ หรือของหน่วยงาน ประกอบด้วยผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารระหว่างผู้ร่วมงานระดับเดียวกันทุกระดับ ทุกหน่วยงาน โดยมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันภายใต้สภาพแวดล้อม บรรยากาศขององค์กรที่สามารถเปลี่ยนไปตามกาลเทศะและตัวบุคคล ตลอดจนสาระเรื่องราวและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

๕) การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการสื่อสารข้อมูลอย่างเดียวกัน จากองค์กรหรือสถาบันสื่อสารมวลชนไปยังคนจำนวนมากที่อยู่ในที่ต่างกันและรับสารจะมีคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน เป็นการส่งข่าวสารให้กับคนจำนวนมากที่มีความแตกต่างกัน อยู่ในถิ่นต่าง ๆ กันได้อย่างทั่วถึงในเวลาอันรวดเร็วมีประสิทธิภาพและมีสมรรถภาพ สื่อประเภทนี้ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

๒.๒.๒.๓ การสื่อสารของมนุษย์ สามารถแบ่งได้โดยใช้เกณฑ์ ๕ ประการ คือ

๑) การจำแนกประเภทโดยใช้จำนวนผู้ทำการสื่อสาร

- ก. การสื่อสารภายในบุคคล
- ข. การสื่อสารระหว่างบุคคล
- ค. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ Large Group Com
- ง. การสื่อสารในองค์กร
- จ. การสื่อสารมวลชน Mass Com

๒) การจำแนกประเภทโดยใช้ภาษา

- ก. การสื่อสารเชิงวจนะภาษา (Verbal Communication)
- ข. การสื่อสารเชิงอวจนะภาษา (Nonverbal Communication)

๓) การจำแนกประเภทโดยใช้การเห็นหน้า

- ก. การสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน
- ข. การสื่อสารแบบไม่เห็นหน้ากัน

๔) การจำแนกประเภทโดยใช้ความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

- ก. การสื่อสารระหว่างเชื้อชาติ
- ข. การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
- ค. การสื่อสารระหว่างประเทศ

๕) การจำแนกประเภทโดยใช้ลักษณะทางวิชาการ

- ก. ระบบข่าวสาร
- ข. การสื่อสารระหว่างบุคคล
- ค. การสื่อสารมวลชน
- ง. การสื่อสารในองค์การ
- จ. การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
- ฉ. การสื่อสารการเมือง
- ช. การสื่อสารการสอน
- ซ. การสื่อสารสาธารณสุข

๒.๒.๒.๔ ทฤษฎีต่าง ๆ ของการสื่อสาร

การสื่อสารแบ่งออกได้เป็นสองลักษณะด้วยกัน คือ แบบที่มีการไหลของสารทางเดียว (One way Communication) และแบบที่มีการไหลของสารในลักษณะสองทาง (Two Ways Communication) ซึ่งให้ความสำคัญกับปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback)

คำอธิบายแบบง่าย ๆ ในรูปแบบของการเขียนความจริงหรือข้อเท็จจริงที่ต้องการอธิบายสิ่งต่าง ๆ ในการกำหนดทฤษฎีด้วยกระบวนการสื่อสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน จึงมีผู้ที่คิดค้นแบบจำลองแต่ละแนวคิดแตกต่างกันตามความสนใจของแต่ละคน ทฤษฎีต่าง ๆ ได้แก่

๑) ทฤษฎี SMCR ของ เบอร์โล

เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) ได้พัฒนาทฤษฎีที่ผู้ส่งจะส่งสาร การแปลความหมายผู้รับรับและการโต้ตอบกับสารนั้น ทฤษฎี SMCR ประกอบด้วย ผู้ส่ง (source) ต้อง

เป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การเข้ารหัส (Encode)” เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้ที่ดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้ให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วยกระบวนการสื่อสารของ เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) ที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาในครั้งนี้สามารถอธิบายส่วนประกอบของกระบวนการสื่อสารได้ดังรายละเอียด คือ^{๓๔}

๑.๑ การส่งสารเริ่มตั้งแต่ผู้ส่งสาร คือบุคคลที่ต้องการส่งสารไปยังผู้อื่น โดยในการส่งสารนั้นผู้ส่งสารทำการแปลสารให้อยู่ให้อยู่ในลักษณะที่มนุษย์ร่วมกันสร้างขึ้นและเกิดความเข้าใจร่วมกัน เช่น ภาษาและอากัปกิริยาต่าง ๆ ดังนั้นในกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารจึงถือได้ว่าเป็นผู้มีส่วนสำคัญที่ทำให้กระบวนการสื่อสารนั้นเกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้ ผู้ส่งสารจึงมีหน้าที่และบทบาทสำคัญได้แก่

ก. ผู้ส่ง (source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการเข้ารหัส (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับ เพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้ที่ดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่งและควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้ให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย ผู้ส่งสารนั้นสามารถแบ่งออกได้หลายประเภทตามหลักเกณฑ์ที่ในการแบ่ง เช่น การแบ่งโดยใช้หลักเกณฑ์ของการสื่อสาร คือผู้ส่งสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ส่งสารในการสื่อสารแบบสื่อมวลชนและการแบ่งประเภทการสื่อสารโดยใช้หลักเกณฑ์ตามหน้าที่ในการสื่อสาร เช่น ผู้ส่งสารที่มีหน้าที่ในการให้ความรู้ ผู้ส่งสารมีหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารหรือมีหน้าที่ในการให้ความบันเทิง เป็นต้น

ข. ข้อมูลข่าวสาร (message) เกี่ยวข้องด้านเนื้อหา สัญลักษณ์และวิธีการส่งข่าวสาร ซึ่งข่าวสารประกอบไปด้วยเรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกต่าง ๆ โดยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ สารเกิดจากความคิดต่าง ๆ ของผู้ส่งสารและมีความ

^{๓๔} David K, **Berlo Process of Communication**, (New York : Holt, Rinehart and Winton) 1960, p.57.

ต้องการที่จะส่งหรือแสดงความคิดออกไปสู่ผู้รับสาร การส่งสารจึงเป็นการที่ผู้ส่งสารแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายๆ อย่างเพื่อแทนความคิดต่าง ๆ ด้วยคำพูด การเขียน การวาดและการแสดงอาการใดๆ ความสำคัญของสาร คือการทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนองสารนั้น

ค. ช่องทางในการส่ง (channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสาร โดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง ๕ หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือการได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการ ได้กลิ่น เป็นสื่อหรือตัวกลางที่นำพาข่าวสารไปยังผู้รับโดยทั่วไปสารที่ถ่ายทอดไปยังผู้รับ มีทั้งแบบที่อยู่ต่อหน้าและการสื่อสารไปยังกลุ่มคนที่อยู่ห่างไกลกัน หรือเป็นกลุ่มใหญ่ จึงมีความจำเป็นต้องมีการใช้สื่อที่จะนำพาข่าวสารไปยังผู้รับที่เหมาะสมต่อผู้รับ แต่โดยสำคัญแล้ว การแบ่งประเภทของช่องทางของสารหรือสื่อในกระบวนการสื่อสารมีความสำคัญน้อยกว่าการพยายามเสนอให้ได้ทราบถึงยังผู้รับสารให้มีข้อมูลที่ได้รับครบมากที่สุด เพราะการแบ่งสื่อไม่ขึ้นอยู่กับการใช้หลักเกณฑ์อะไร บางสื่อใช้เพียงอย่างเดียว บางครั้งอาจใช้หลาย ๆ สื่อก็ได้

ง. ผู้รับ (receiver) คือองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการสื่อสาร เพราะการสื่อสารใด ๆ ก็ตาม อาจไม่ประสบความสำเร็จ หรืออาจจะสำเร็จไม่เต็ม ถ้าหากผู้รับสารไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ในบทบาทของตนที่มีต่อการติดต่อสื่อสารนั้น บทบาทหน้าที่ของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมีอยู่ ๒ ประการ คือการรับรู้ความหมายตามเรื่องราวของผู้ส่งสารผ่านสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งมาถึงตนและการแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสารหรือข่าวสารนั้น การแบ่งจำแนกประเภทของผู้รับสารก็เช่นกัน สามารถแบ่งได้หลายรูปแบบด้วยเช่นกัน เช่นการแบ่งตามลักษณะการสื่อสารเช่น กลุ่มระหว่างผู้รับสารระหว่างบุคคล ผู้รับสารแบบการสื่อสารกลุ่ม หรือผู้รับสารที่เป็นระบบสื่อสารมวลชน เป็นต้น

๑.๒ ปัจจัยที่สำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและรับ จะทำการสื่อสารความหมายนั้นได้ผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด ตามลักษณะของทฤษฎี SMCR นี้ ประกอบด้วย

ก. ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) หมายถึง ทักษะซึ่งทั้งผู้ส่งและผู้รับควรมีความชำนาญในการส่งและการรับการเพื่อให้เกิดความเข้าใจกัน ได้อย่างถูกต้อง เช่น ผู้ส่งต้องมีความสามารถในการเข้ารหัสสาร มีการพูดโดยใช้ภาษาพูดที่ถูกต้อง ใช้คำพูดที่ชัดเจนฟังง่าย มีการแสดงสีหน้าหรือท่าทางที่เข้ากับการพูด ท่วงทำนองลีลาในการพูดเป็นจังหวะ

น่าฟัง หรือการเขียนด้วยถ้อยคำสำนวนที่ถูกต้องสละสลวยน่าอ่าน เหล่านี้เป็นต้น ส่วนผู้รับต้องมีความสามารถในการถอดรหัสและมีทักษะที่ให้เหมือนกันกับผู้ส่ง โดยมีทักษะการฟังที่ดี ฟังภาษาที่ผู้ส่งพูดมารู้เรื่อง หรือสามารถอ่านข้อความที่ส่งมานั้นได้

ข. ทักษะคติ (attitudes) เป็นทัศนคติของผู้ส่งและผู้รับซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับ มีทัศนคติที่ดีต่อกันจะทำให้การสื่อสารได้ผลดี ทั้งนี้เพราะทัศนคติย่อมเกี่ยวโยงไปถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับด้วย เช่น ถ้าผู้ฟังมีความนิยมชมชอบในตัวผู้พูดก็มักจะมีความเห็นคล้อยตามไปได้ง่าย แต่ในทางตรงข้าม ถ้าผู้ฟังมีทัศนคติไม่ดีต่อผู้พูดก็จะฟังแล้วไม่เห็นชอบด้วยและมีความเห็นขัดแย้งในสิ่งที่พูดมานั้น หรือถ้าทั้งสองฝ่ายมีทัศนคติไม่ดีต่อกัน ท่วงทำนองหรือนำเสียงในการพูดก็อาจจะห้วนห้าวไม่น่าฟัง แต่ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อกันแล้วมักจะพูดกันด้วยความไพเราะอ่านหวานน่าฟัง เหล่านี้เป็นต้น

ค. ระดับความรู้ (knowledge levels) ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีระดับความรู้เท่าเทียมกันก็จะทำให้การสื่อสารนั้นลุล่วงไปด้วยดี แต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีระดับที่แตกต่างกัน ย่อมจะต้องมีการปรับปรุงความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่ง ความยากง่ายของภาษาและถ้อยคำสำนวนที่ใช้ เช่น ไม่ใช่คำศัพท์ทางวิชาการ ภาษาต่างประเทศ หรือถ้อยคำยาว ๆ สำนวนสลับซับซ้อน ทั้งนี้เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อความเข้าใจ ตัวอย่างเช่น การที่หมอรักษาคณไขแล้วพูดแต่คำศัพท์การแพทย์เกี่ยวกับโรคต่าง ๆ ย่อมทำให้คนไข้ไม่เข้าใจว่าตนเองเป็นโรคอะไรแน่หรือพัฒนาการจากส่วนกลางออกไปพัฒนาหมู่บ้านต่าง ๆ ในชนบทเพื่อให้คำแนะนำทางด้านการเกษตรและเลี้ยงสัตว์แก่ชาวบ้าน ถ้าพูดแต่ศัพท์ทางวิชาการโดยไม่อธิบายด้วยถ้อยคำภาษาง่าย ๆ หรือไม่ใช้ภาษาท้องถิ่นก็จะทำให้ชาวบ้านไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดได้ หรือในกรณีของการใช้ภาษามือของผู้พิการทางโสต ถ้าผู้รับไม่เคยได้เรียนภาษามือมาก่อนทำให้ไม่เข้าใจและไม่สามารถสื่อสารกันได้เลย เป็นต้น

ง. ระบบสังคมและวัฒนธรรม (socio-culture systems) ระบบสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติ สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกัน เช่น การให้ความเคารพต่อผู้อาวุโส หรือวัฒนธรรมการกินอยู่ ดังนั้นในการติดต่อสื่อสารของบุคคลต่างชาติต่างภาษา จะต้องมีการศึกษาถึงกฎข้อบังคับทางศาสนาของแต่ละศาสนาด้วย

๒) การสื่อสารของ ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell)

ฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell) เป็นนักรัฐศาสตร์ สนใจศึกษาการสื่อสารจากการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ได้ทำการวิจัยในเรื่องการสื่อสารมวลชนไว้ในปี พ.ศ. ๒๔๕๑ และได้คิดสูตรการสื่อสารที่ถึงพร้อมด้วยกระบวนการสื่อสารที่สอดคล้องกัน โดยในการสื่อสารนั้นจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้ คือ สูตรการสื่อสารของลาสเวลล์เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปโดยสามารถนำมาเขียนเป็นรูปแบบจำลองและเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสารในการที่จะจัดให้การเรียนการสอนเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพดีนั้น เราสามารถนำสูตรของ ลาสเวลล์ มาใช้ได้เช่นเดียวกับการสื่อสารธรรมดา คือ^{๓๕}

๒.๑ ใคร (Who) เป็นผู้ส่งหรือทำการสื่อสาร เช่น ในการอ่านข่าว ผู้อ่านข่าว เป็นผู้ส่งข่าวไปยังผู้ฟังที่บ้าน ในสถานการณ์ในห้องเรียนธรรมดาที่เช่นเดียวกันย่อมเป็นการพูดระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน หรือการที่ผู้เรียนกลายเป็นผู้ส่งโดยการตอบสนองกลับไปยังผู้สอน แต่ถ้าเป็นการสอนโดยใช้ภาพยนตร์หรือโทรทัศน์ ตัวผู้ส่งก็คือภาพยนตร์หรือโทรทัศน์นั้น

๒.๒ กล่าวอะไร ด้วยวัตถุประสงค์อะไร (Says what, with what purpose) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาข่าวสารที่ส่งไป ผู้ส่งจะส่งเนื้อหาอะไร โดยจะเป็นข่าวสารธรรมดาเพื่อให้ผู้รับทราบความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ในแต่ละวัน หรือเป็นการให้ความรู้โดยที่ผู้สอนจะต้องทราบว่าสอนเรื่องอะไร ทำไมจึงจะสอนเรื่องนั้น สอนเพื่อวัตถุประสงค์อะไร และคาดว่า จะได้รับการตอบสนองจากผู้เรียนอย่างไรบ้าง โดยใช้วิธีการและช่องทางใด (By what means, in what channel) ผู้ส่งทำการส่งข่าวสารโดยการพูด การแสดงกริยาท่าทาง ใช้ภาพ หรืออาจจะใช้อุปกรณ์ระบบไฟฟ้า เช่น ไมโครโฟน หรือเครื่องเล่นวีซีดีเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสารให้ผู้รับรับได้โดยสะดวก ถ้าเป็นในการเรียนการสอน ผู้สอนอาจจะสอนโดยการบรรยายหรือใช้สื่อการสอนต่าง ๆ เพื่อช่วยในการส่งเนื้อหาบทเรียนไปให้ผู้เรียนรับและเข้าใจได้อย่างถูกต้อง ทำให้เกิดการเรียนรู้อขึ้น

๒.๓ ผ่านช่องทาง (In which channel) เป็นการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร โดยดูถึงความสามารถหรือประสิทธิภาพของสื่อแต่ละชนิดประเภทว่า สื่อนั้นมี

^{๓๕} Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication. In society", The Communication of Ideal Bryson ed, (New york : Harper and Row publishers), 1948, page 62.

อิทธิพลอย่างไรต่อผู้รับสาร หรือดูความให้เหมาะสมของสื่อในการสื่อสารว่ามีการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างให้เหมาะสมหรือไม่ ซึ่งการศึกษาเรื่องนี้เรียกว่า การวิเคราะห์สื่อที่ใช้ (Media Analysis)

๒.๔ ส่งไปยังใคร ในสถานการณ์อะไร (To whom, in what situation) ผู้ส่งจะส่งข่าวสารไปยัง ผู้รับเป็นใครบ้าง เนื่องในโอกาสอะไร เช่น การอ่านข่าวเพื่อให้ผู้ฟังทางบ้านทราบถึงเหตุการณ์ ประจำวัน หรือแสดงการทำกับข้าวให้กลุ่มแม่บ้านชม ผู้ส่งย่อมต้องทราบว่าผู้รับเป็นกลุ่มใดบ้างเพื่อสามารถเลือกสรรเนื้อหาและวิธีการส่งให้ให้เหมาะสมกับผู้รับ การเรียนการสอนก็เช่นเดียวกัน การสอน ผู้เรียนอายุ ๘ ปีกับอายุ ๑๕ ปีต้องมีวิธีการสอนและการใช้สื่อการสอนต่างกัน ผู้สอนต้องทราบถึงระดับสติปัญญาความสามารถและภูมิหลังของผู้เรียนแต่ละคนว่ามีความแตกต่างกันอย่างไรบ้าง ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการเรียน เช่น มีสื่อการสอนอะไรที่จะนำมาใช้สอน ได้บ้าง สภาพแวดล้อมห้องเรียนที่จะสอนเป็นอย่างไร

๒.๕ ได้ผลอย่างไรในปัจจุบันและอนาคต (With what effect, immediate and long term) การส่งข่าวสารนั้นเพื่อให้ผู้รับฟังผ่านไปเฉย ๆ หรือจดจำด้วยซึ่งต้องอาศัยเทคนิควิธีการที่แตกต่างกันและเช่นเดียวกันกับในการเรียนการสอนที่จะได้ผลนั้น ผู้สอนจะต้องตระหนักอยู่เสมอว่าเมื่อสอนแล้ว ผู้เรียนจะได้รับความรู้เกิดการเรียนรู้มากน้อยเท่าใดและสามารถจดจำความรู้ที่ได้รับนั้นได้นานเพียงใด โดยที่ผู้เรียนอาจได้รับความรู้เพียงบางส่วน หรือไม่เข้าใจเลยก็ได้ การวัดผลของการถ่ายทอดความรู้นั้นอาจทำได้ยากเพราะบางครั้งผู้เรียนอาจจะไม่แสดงการตอบสนองออกมา และบางครั้งการตอบสนองนั้นก็อาจจะวัดผลไม่ได้เช่นกัน

๓) การสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของ แชนันและวีเวอร์

คล็อด อี แชนัน (Claude E. Shannon) และวอร์เรนวีเวอร์ (Warren Weaver) ได้คิดทฤษฎีการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรง การสื่อสารเริ่มด้วยผู้ส่งซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลทำหน้าที่ส่งเนื้อหาข่าวสารเพื่อส่ง ไปยังผู้รับ โดยผ่านทางเครื่องส่งหรือตัวถ่ายทอดในลักษณะของสัญญาณที่ถูกส่งไปในช่องทางต่าง ๆ กันแล้วแต่ลักษณะของการส่งสัญญาณแต่ละประเภท เมื่อทางฝ่ายผู้ได้รับสัญญาณแล้ว สัญญาณที่ได้รับจะถูกปรับให้ให้เหมาะสมกับเครื่องรับหรือการรับเพื่อทำการแปลสัญญาณให้เป็นเนื้อหาข่าวสารนั้นอีกครั้งหนึ่งให้ตรงกับที่ผู้ส่งส่งมาก ในขั้นนี้เนื้อหาที่รับจะไปถึงจุดหมายปลายทาง คือผู้รับตามที่ต้องการ แต่ในบางครั้งสัญญาณที่ส่งไปอาจถูกรบกวน

หรืออาจมีบางสิ่งบางอย่างมาขัดขวางสัญญาณนั้น ทำให้สัญญาณที่ส่งไปกับสัญญาณที่ได้รับมีความแตกต่างกันเป็นเหตุให้เนื้อหาข่าวสารที่ส่งจากแหล่งข้อมูลไปยังจุดหมายปลายทางอาจผิดเพี้ยนไป นับเป็นความล้มเหลวของการสื่อสารเนื่องจากที่ส่งไปกับข้อมูลที่ได้รับไม่ตรงกัน อันจะทำให้เกิดการแปลความหมายผิดหรือความเข้าใจผิดในการสื่อสารกันได้^{๓๖}

จากทฤษฎีการสื่อสารนี้พิจารณาได้ว่า แชนนันและวีเวอร์ สนใจว่าเมื่อมีการสื่อสารกันจะมีอะไรเกิดขึ้นกับข้อมูลข่าวสารที่ส่งไปนั้น ไม่ว่าจะเป็นการส่งโดยผ่านอุปกรณ์ระบบไฟฟ้า หรือการส่งโดยใช้สัญญาณต่าง ๆ เช่น เมื่อมีการเปิดเพลงออกอากาศทางสถานีวิทยุ เสียงเพลงนั้นจะถูกแปลงเป็นสัญญาณและส่งด้วยการกล้ำสัญญาณ (modulation) จากสถานีวิทยุไปยังเครื่องรับวิทยุ โดยเครื่องรับจะแปลงสัญญาณคลื่นนั้นเป็นเพลงให้ผู้รับได้ยิน ในขณะที่สัญญาณถูกส่งไปจะมีสิ่งต่าง ๆ “สิ่งรบกวน Noise source” เช่น ในการส่งวิทยุระบบ AM สัญญาณจะถูกรับรบกวนโดยไฟฟ้าในบรรยากาศ หรือในขณะที่ฉายวิดีโอ การรับภาพและเสียงของผู้เรียนถูกรบกวนโดยสิ่งรบกวนหลายอย่าง เช่น แสงที่ตกลงบนจอโทรทัศน์และเสียงพูดคุยจากภายนอก เป็นต้น จึงสรุปได้ว่า “สิ่งรบกวน” คือสิ่งที่ทำให้สัญญาณเสียไปภายหลังไปภายหลังที่ถูกส่งจากผู้ส่งและก่อนที่จะถึงผู้รับทำให้สัญญาณที่ส่งไปกับสัญญาณที่ได้รับมีลักษณะแตกต่างกันและอาจกล่าวได้ว่าเป็นอุปสรรคของการสื่อสารเนื่องจากทำให้การสื่อสารไม่ได้ผลเต็มที่ถูกต้องตามที่ควรจะเป็น

๔) การสื่อสารเชิงวงกลมของ ออสกู๊ด และ ชแรมม์

ชาร์ลส์ อี ออสกู๊ด และ วิลเบอร์ แอล ชแรมม์ (Charles E. Osgood and Wibur L. Schramm) ตามปกติแล้วในการสื่อสารระหว่างบุคคลและแบบกลุ่มบุคคลนั้น ผู้ส่งและผู้รับจะมีการเปลี่ยนแปลงบทบาทกันไปมาในลักษณะการสื่อสารสองทาง โดยเมื่อผู้ส่งได้ส่งข้อมูลข่าวสารไปแล้ว ทางฝ่ายผู้รับทำการแปลความหมายข้อมูลที่รับมาและจะเปลี่ยนแปลงบทบาทจากผู้รับกลับเป็นผู้ส่งเดิมเพื่อตอบสนองต่อ สิ่งที่ได้รับมา ในขณะที่เดียวกันผู้ส่งเดิมจะเปลี่ยนแปลงบทบาทเป็นผู้รับเพื่อรับข้อมูลที่ส่งกลับมาและทำการแปลความหมายสิ่งนั้น ถ้ามีข้อมูลที่จะต้องส่งตอบกลับไปก็จะเปลี่ยนแปลงบทบาทเป็นผู้ส่งอีกครั้งหนึ่งเพื่อส่ง ข้อมูลกลับไปยังผู้รับเดิมการสื่อสารในลักษณะที่ทั้งผู้ส่งและผู้รับจะวนเวียนเปลี่ยนแปลงบทบาทกันไปมาในลักษณะเชิงวงกลมด้วยลักษณะดังกล่าวทำให้ ออสกู๊ด (Charles

^{๓๖} Shannon, C, and Weaver, **The Mathematical Theory of Communication.** (Urbana : University of Illinois Press), 1949, page 53.

E. Osgood) และ ชเรมม (Wibur L. Schramm) ได้สร้างแบบจำลองการสื่อสารเชิงวงกลมขึ้น โดยเน้นถึงไม่เพียงแต่องค์ประกอบของการสื่อสารเท่านั้น แต่รวมถึงพฤติกรรมของทั้งผู้ส่งและผู้รับด้วย โดยที่แบบจำลองการสื่อสารเชิงวงกลมนี้มีลักษณะของการสื่อสารสองทางซึ่งตรงกันข้ามอย่างเห็นได้ชัดกับการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของ แชนนันและวีเวอร์ ข้อแตกต่างอีกประการ คือในขณะที่ความสนใจของ แชนนันและวีเวอร์ อยู่ที่ช่องทางการติดต่อระหว่างผู้ส่งและผู้รับ แต่ ออสกู๊ดและชเรมม ได้มุ่งพิจารณาและเฉพาะพฤติกรรมของผู้ส่งและผู้รับซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญในกระบวนการสื่อสาร

ขอบข่ายประสบการณ์ในทฤษฎีการสื่อสารของ ชเรมม ได้นำทฤษฎีการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของแชนนันและวีเวอร์มาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการอธิบายการสื่อสารที่เกิดขึ้นในการเรียนการสอน โดยเน้นถึงวัตถุประสงค์ของการสอน การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้อย่างดีมีประสิทธิภาพเฉพาะในส่วนที่ผู้ส่งและผู้รับทั้งสองฝ่ายต่างมีวัฒนธรรม ประเพณีความเชื่อ ความรู้ ฯลฯ ที่สอดคล้องกันและมีประสกรณ์ร่วมกัน จึงจะทำให้สามารถเข้าใจความหมายที่สื่อกันนั้นได้ ทั้งนี้เพราะผู้ส่งสามารถเข้ารหัสและผู้รับสามารถถอดรหัสเนื้อหาข่าวสารในขอบข่ายประสบการณ์ที่แต่ละคนมีอยู่ เช่น ถ้าไม่เคยเรียนภาษารัสเซีย เราคงไม่สามารถพูดหรือแปลความหมายของภาษารัสเซียได้ ดังนี้ เป็นต้น ถ้าส่วนของประสบการณ์ของทั้งผู้ส่งและผู้รับซ้อนกันเป็นวงกว้างมากเท่าใด จะทำให้การสื่อสารนั้นเป็นไปได้โดยสะดวกและง่ายมากยิ่งขึ้นเพราะต่างฝ่ายจะเข้าใจสิ่งที่กล่าวถึงนั้นได้เป็นอย่างดี แต่เมื่อใดที่วงของขอบข่ายประสบการณ์ซ้อนกันน้อยมากหรือไม่ซ้อนกันเลย แสดงว่าทั้งผู้ส่งและผู้รับแทบจะไม่มีประสบการณ์ร่วมกันเลย การสื่อสารนั้นจะทำให้ยากลำบากหรือแทบจะสื่อสารกันไม่ได้อย่างสิ้นเชิง ซึ่งสามารถทราบได้จากผลป้อนกลับที่ผู้ส่งกลับไปยังผู้ส่งนั่นเอง^{๓๓}

๒.๒.๓ การสื่อสารในทางพุทธศาสนา

การสื่อสารเผยแผ่ธรรมในทางพุทธศาสนา พระพุทธองค์ได้วางแนวทางปฏิบัติไว้เพื่อใช้ในการสอน การเผยแผ่ อธิบายหลักธรรม ตลอดจนใช้ตัดเตือนชี้แจงให้เห็น โทษใน

^{๓๓} Schramm Wilber, **How Communication Works, Chapter in the process and Effects of**

การกระทำเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีในฐานะเป็นอาจารย์ เป็นศิษย์ พี่และน้องที่ดี การเข้าร่วมประกอบพิธีกรรมทางพุทธศาสนาในโอกาสอันสมควร และปฏิบัติตามหลักการเผยแผ่ศาสนาอย่างสมควรแก่โอกาส ด้วยวิธีการพูด การเขียน หรือการใช้หลักการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้อื่นรู้และเข้าใจหลักคำสอนที่ถูกต้อง การปฏิบัติให้ดูเป็นตัวอย่างให้รู้จักประวัติความเป็นมาของศาสนา ให้เห็นการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ของศาสนา เมื่อรู้และเห็นแล้วใครมีศรัทธาจะนับถือหรือไม่ นั่นเป็นสิทธิของแต่ละคน ผู้ที่จะเผยแผ่ศาสนาได้นั้นต้องเป็นผู้มีความรู้เข้าใจและสามารถปฏิบัติตามหลักธรรมได้ถูกต้อง การเผยแผ่พระพุทธศาสนามีวิธีการ คือ^{๓๘}

๑. ถ้าเห็นเขาไม่เข้าใจหลักธรรม ก็อธิบายให้ฟังตามที่เรารู้ หรือแนะนำหนังสือดี ๆ ให้เขาอ่าน

๒. เห็นเพื่อนประพฤติมิชอบ เราก็ควรชี้แนะให้เห็นคุณและโทษว่าไม่ใช่อะไร ช่วยให้เขาหลีกเลี่ยงสิ่งให้ล่านี่

๓. แนะนำชาวพุทธที่ไม่นับถือให้คนที่เห็นชาวพุทธแต่เชื่อได้รู้จักเพื่อว่าเขาเห็นว่าการเป็นคนดีนั้นทำได้ไม่ยากและทำให้ชีวิตประสบความสำเร็จด้วย

๔. ชวนเพื่อนเข้าร่วมประกอบพิธีกรรมทางศาสนาบ้างหลักการพูดตามแนวพุทธศาสนา

หลักการการสื่อสารเผยแผ่ธรรมในทางพุทธพระศาสนาที่เกี่ยวข้องในด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ได้วางแนวทางปฏิบัติไว้เป็นหลักที่ต่าง ๆ ได้แก่

๒.๒.๓.๑ หลักการใช้คำพูดของบัณฑิต

พระพุทธองค์ได้ทรงสอนหลักการพูดในหลายหลักวิธี ในการพูดที่ดีและไม่ดี พระพุทธเจ้าทรงแสดงไว้ในพาลบัณฑิตสูตร ทรงชี้ให้เห็นคุณสมบัติที่สำคัญของบัณฑิต คือ มีการพูดถ้อยคำที่ดีที่เคยพูดมาเปนนปกติ ซึ่งวจีกรรมหรือการพูดของบัณฑิตเปนวนัจฉริยที่สุภาพดีงาม ซึ่งมีลักษณะ ๔ ประการ คือ บุคคลไม่พูดคำเท็จ ทำให้คนอื่นเสียหาย ไม่พูดสอเสียดใส่คนอื่นเขาใจผิดทะเลาะเบาะแว้ง ไม่พูดคำหยาบให้เกิดความเสียหายกับผู้อื่น และไม่พูดเพอเจอไรสาระไร้ประโยชน์ การสื่อสารควยสัมพันธ์มาวาจา ขอมก่อนให้เกิดความเข้าใจกันเป็นเป้าหมาย ดังใน

^{๓๘} ชัยวัฒน์ อัดพัฒน์, หลักพุทธศาสนา, (กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๒๓), หน้า ๑๖๕-๑๖๖.

ÇÒÁÒ'ÇÑµ¶Øว่า “คนมีปัญญาทั้งหลายพูดแต่คำจริง คำพูดของบัณฑิตทั้งหลายจึงไม่กลับกลายเป็นอย่างอื่น คนทำบุญไว้จะไปในที่ใดย่อมมีแต่สิ่งที่น่ารักน่าใคร่บันเทิงอยู่ในที่นั้น” ^{๓๕}

หลักของการสื่อสารและเป็นเครื่องชี้วัดประสิทธิภาพความสำเร็จของการสื่อสารด้วยคำพูดด้วย ได้แก่^{๓๖}

๑) พูดคำจริง คือ คำพูดแน่อนและคงที่ รักษาคำพูดไม่เปลี่ยนแปลงไปมา

๒) พูดคำสมานไมตรี คือ พูดคำสุกไมตรีและพูดคำประสานสามัคคี พูดแนะนำคนที่ยังไม่รู้จักหรือรู้จักกันและพูดชักนำคนที่รู้จักกันให้ชอบพอกัน พูดชักจูงคนที่ชอบพอกันให้สนิทสนมกัน

๓) คำไพเราะ คือ คำพูดที่ดูดีมีและคำพูดอ่อนหวาน ถอยคำออกมาจากใจใสสะอาดของผู้พูด ให้เห็นควรถือเอาเป็นเยี่ยงอย่าง ซึ่งจัดเป็นคำพูดดีพูดไพเราะกำลังใจ ทำให้ผู้ฟังชื่นใจ

๔) คำพูดที่มีประโยชน์ คือ คำพูดมีเหตุผล มีหลักฐานยืนยันผู้อื่นคัดค้านไม่ได้ บทว่า เจริญสุกไมตรี ในโสณทัณฑสูตร คือ ทรงประกอบพร้อมด้วยพระดำรัสสุกไมตรีที่ท่านกล่าวไว้โดยนัยเป็นต้นว่า บรรดาจากเหล่านั้น คำพูดสุกไมตรีเป็นไฉน คำพูดสุกไมตรีคือวาจาที่หาโทษมิได้ เป็นวาจาดี ไพเราะเสนาะเป็นไฉน คำพูดสุกไมตรี คือวาจาที่หาโทษมิได้ เป็นวาจาดี ไพเราะเสนาะหู ดังนี้ อธิบายว่า มีพระดำรัสอ่อนหวาน บทว่า ช่างปราศรัย คือทรงฉลาดในการปฏิสันถาร..^{๓๗}

๒.๒.๓.๒ วิธีสื่อสารในการสอนของพระพุทธเจ้า

หลักการเลือกใช้สื่อสารในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการสื่อสารซึ่งในทางพุทธศาสนาในอังคุตตรนิกายแสดงไว้ว่า “สังคหัตถุ ๔ ประการที่พระผู้มีพระภาคได้ทรงแสดงไว้แล้ว คือ ข้าพระองค์รู้ว่า ‘ผู้นี้ควรสงเคราะห์ด้วยทาน’ ก็สงเคราะห์ด้วยทานรู้ว่า ‘ผู้นี้ควรสงเคราะห์ด้วยคำพูดอันไพเราะ’ ก็สงเคราะห์ด้วยคำพูดอันไพเราะรู้ว่า ‘ผู้นี้ควรสงเคราะห์ด้วยการทำประโยชน์ให้’ ก็สงเคราะห์ด้วยการทำประโยชน์ให้รู้ว่า ‘ผู้นี้ควรสงเคราะห์ด้วยการวางตัว

^{๓๕} พุ.วิ. (ไทย) ๒๖/๑๒๕๖/๑๕๕.

^{๓๖} นัตรสูมลาย กบิลสิงห, ศาสนา, (กรุงเทพฯ : คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๑๘),

^{๓๗} ที.สี.อ. (ไทย) ๑/๒/๑๕๘/๒๕.

สม่าเสมอ' ก็สงเคราะห์ด้วยการวางตัวสม่าเสมอ ข้าแต่พระองค์ผู้เจริญ โภกทรัพย์ในตระกูลของข้าพระองค์มีอยู่พร้อม คนทั้งหลายย่อมเข้าใจคำพูดของข้าพระองค์ว่าควรฟังไม่เหมือนคำพูดของคนจน^๒ ในนพินิกษาคคตรัสว่า คำพูดของเธอไม่หยาบคาย ไม่คลาดเคลื่อนนุ่มนวลอ่อนหวาน ชัดตรง ไม่ทำให้ฟังชาน ไม่คลอนแคลน เมื่อเปล่งออกมา น้ำเสียงของเธอทำให้พอใจ ไพเราะจับใจ ดุจเสียงนกกการเวก ทำให้ใจของลูกกำหนดยิ่งนัก^๓

พระพุทธเจ้าเมื่อจะทรงสอนใครแต่ละครั้ง พระองค์ก็ทรงอาศัยองค์ประกอบหลายๆ อย่าง ในการสอนบุคคลแต่ละระดับตามที่มีพื้นฐานความรู้และสติปัญญาที่แตกต่างกัน พระองค์ได้ประยุกต์คำสอนแต่ละลักษณะให้มีความเหมาะสม พระองค์ทรงนำเนื้อหาที่มีอยู่มาทำการตีความโดยอาศัยข้อมูลที่มีอยู่ตามสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เคยเกิดขึ้น แล้วนำเข้าสู่หลักการที่ถูกต้องตามคำสอนทางพระพุทธศาสนา วิธีการสอนแบบต่าง ๆ ของพระพุทธองค์กำหนดขอบข่ายตามลักษณะหัวข้อที่พระธรรมเพื่ออำนวยความสะดวกจัดลำดับขั้นตอนการทำความเข้าใจ ทรงพิจารณาจากบุคคลที่กำลังรับฟัง ถ้าบุคคลมีระดับสติปัญญาน้อยก็จะทรงสอนธรรมะอีกรูปแบบหนึ่ง ผู้มีปัญญามาก ก็จะใช้อีกรูปแบบหนึ่ง วิธีสอนแบบต่าง ๆ วิธีการสอนของพระพุทธเจ้าที่น่าสังเกต หรือพบบ่อย เมื่อจัดเข้าอยู่ในประเภทแล้วจำแนกวิธีการสอนของพระพุทธเจ้าได้ ๔ ประเภท คือ^๔

๑) **แบบสากัจฉา** การสนทนา เป็นการสอนโดยใช้วิธีการถามคู่สนทนา เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจธรรมและความเลื่อมใสศรัทธา วิธีการสอนแบบนี้จะเห็นได้จากการที่พระองค์ใช้โปรดบุคคลในกลุ่มที่มีจำนวน จำกัดที่สามารถพูดคุยตอบโต้กันได้ การสอนแบบนี้จะมีปรากฏในพระไตรปิฎกหลายๆ ที่ เช่น กรณีของปริพพาชกชื่อว่า วัจน โคตร เข้าไปทูลถามเรื่องความเห็นสุดโต่ง ๑๐ ประการกับพระองค์ และก็ได้มีการสนทนาแบบถาม - ตอบ ในเรื่องดังกล่าวระหว่างปริพพาชก กับพระพุทธองค์ เป็นต้น

^๒ อัง.อุฎฐก. (ไทย) ๒๓/๒๔/๒๖๗.

^๓ จุ.ชา.ปัญญาส. (ไทย) ๒๘/๓๕/๗.

^๔ เสฐียรพงษ์ วรรณปก, **พุทธวิธีการสอนจากพระไตรปิฎก**, (กรุงเทพมหานคร : เพชรรุ่งการพิมพ์ จำกัด, ๒๕๔๐), หน้า ๕๔,

๒) แบบบรรยาย พระพุทธเจ้าจะทรงใช้ในที่ประชุมใหญ่ในการแสดงธรรมประจำวัน ซึ่งมีประชาชนและพระสาวกเป็นจำนวนมากมารับฟัง ถือว่าเป็นวิธีการที่พระพุทธองค์ใช้มากที่สุดในการแสดงธรรม มีทั้งการแสดงธรรมที่มีใจความยาวและที่มีใจความแบบสั้นๆ ตามแต่สถานการณ์ที่เห็นว่าเหมาะสม เช่น ในพรหมชาลสูตร พระองค์ได้บรรยายเกี่ยวกับเนื้อหาของศีล ซึ่งแบ่งออกเป็น ๓ ระดับ คือ

๒.๑ ศีลระดับต้นที่เรียกว่าจตุศีล

๒.๒ ศีลระดับกลางที่เรียกว่ามัชฌิมศีล

๒.๓ ศีลระดับสูงที่เรียกว่ามหาศีล

และในตอนท้ายก็ทรงแสดงเรื่องทฤษฎี ทฤษฎีหรือปรัชญาของลัทธิต่าง ๆ ร่วมสมัยพุทธกาล ซึ่งมีทั้งหมด ๖๒ ทฤษฎีโดยพระพุทธเจ้าทรงนำมาแสดงหรือบรรยายและชี้ให้เห็นว่าพระพุทธศาสนามีความเห็นหรือมีหลักคำสอนที่ต่างจากทฤษฎีทั้ง ๖๒ ประการนี้อย่างไร

๓) แบบตอบปัญหา การสอนแบบตอบปัญหาของพระพุทธเจ้า จะทรงสอนให้พิจารณาลักษณะของปัญหาและใช้วิธีตอบให้เหมาะสมกัน ซึ่งในการตอบปัญหาของพระองค์นั้น จะทรงพิจารณาจากความเหมาะสม ตามลำดับแห่งภูมิรู้ของผู้ถามเป็นสำคัญ เช่น ในเวทตาสังยุตที่มีเวทคาไปทูลถามพระพุทธเจ้าว่า “บุคคลให้อะไรชื่อว่าให้กำลัง ชื่อว่าให้วรรณะ ชื่อว่าให้ความสุข ชื่อว่าให้จักขุ ชื่อว่าให้ทุกสิ่งทุกอย่าง” พระพุทธเจ้าก็ตรัสตอบว่า “บุคคลที่ให้ข้าว ชื่อว่าให้กำลัง ให้ผ้าชื่อว่าให้วรรณะ ให้ยานพาหนะชื่อว่าให้ความสุข ให้ประทับชื่อว่าให้จักขุ และผู้ให้ที่พักชื่อว่าให้ทุกสิ่งทุกอย่าง ส่วนผู้พร่ำสอนธรรมชื่อว่าให้ อมตะ” ในเนื้อหาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงลักษณะการสอนแบบตอบปัญหา และแสดงถึงการให้ความหมาย ด้วยการตีความคำถามในขณะเดียวกันด้วย แบบตอบปัญหา ท่านแยกประเภทปัญหาไว้ตามลักษณะวิธีตอบเป็น ๔ อย่าง คือ^{๔๕}

๓.๑ ปัญหาที่ฟังตอบตรงไปตรงมาตายตัว (เอกังสพพยากรณ์ปัญหา)

๓.๒ ปัญหาที่ฟังย้อนถามแล้วจึงแก้ (ปฏิปุจจาพยากรณ์ปัญหา)

๓.๓ ปัญหาที่จะต้องแยกความตอบ (วิภังชพยากรณ์ปัญหา)

^{๔๕} ที. ปา. (ไทย) ๑๑/๓๑๒/๒๕๑,

๓.๔ ปัญหาที่พึงยับยั้งเสีย (ฐปณียปัญหา) ได้แก่ปัญหาที่ถามนอกเรื่องไร้ประโยชน์อันจักเป็นเหตุให้เขว ยึดเยื้อ สิ้นเปลืองเวลาเปล่า พึงยับยั้งเสียแล้วชักนำผู้ถามกลับเข้าสู่แนวเรื่องที่ประสงค์ต่อไป

๔) **แบบวางกฎข้อบังคับ** เป็นการสอนโดยใช้วิธีการกำหนดหลักเกณฑ์ กฎ และข้อบังคับให้พระสาวกหรือสงฆ์ปฏิบัติ หรือยึดถือปฏิบัติด้วยความเห็นชอบพร้อมกัน วิธีการนี้จะเป็นลักษณะของการออกคำสั่งให้ผู้ศึกษาปฏิบัติตาม ถือว่าเป็นการสอนโดยการวางระเบียบให้ปฏิบัติร่วมกัน เพื่อความสงบสุขแห่งหมู่คณะ ดังจะเห็นได้จากกรณีที่พระองค์ทรงบัญญัติพระวินัยต่าง ๆ ซึ่งใช้เป็นข้อบังคับให้พระภิกษุได้ปฏิบัติตาม และที่สำคัญกฎข้อบังคับที่พระองค์ทรงบัญญัติ นั้น สามารถเป็นตัวแทนของพระองค์ได้ การสื่อสารเผยแพร่ธรรมในทางพุทธพระศาสนา พระพุทธองค์ทรงสั่งสอนหลักการวิธีการใช้หลักคำพูดในหลายวิธี เพื่ออธิบายหลักธรรมตลอดถึงชี้แจงและตักเตือนให้เห็นโทษการกระทำ หรือเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดี เช่น หลักการพูดที่ดีและไม่ดี การพูดที่สุภาพดีงาม การไม่พูดเท็จ พูดให้ผู้อื่นเสียหาย ไม่พูดต่อเสียด ไม่พูดคำหยาบ เป็นต้น

วิธีการสอนแบบต่าง ๆ ของพระพุทธองค์ ทรงพิจารณาตัวบุคคลเป็นหลัก ตามระดับสติปัญญา มีปัญญาน้อยก็จะทรงสอนธรรมะอีกรูปแบบหนึ่ง ผู้มีปัญญามากก็ใช้การสอนอีกรูปแบบหนึ่ง กำหนดขอบข่ายตามลักษณะหัวข้อที่พระธรรมเพื่อง่ายต่อการจัดลำดับขั้นตอนการทำ ความเข้าใจ เพื่อให้เกิดความเข้าใจธรรมะและความเลื่อมใสศรัทธา สอนแบบการสนทนา การแสดงธรรมที่มีใจความยาว และที่มีใจความแบบสั้นๆ ตามแต่สถานการณ์ โดยตัวผู้สอนต้องมีคุณสมบัติที่พร้อมในด้านการสื่อสารและหลักธรรมความรู้ต่าง ๆ เป็นต้น

๒.๒.๔ การประเมินผลการประชาสัมพันธ์

การประเมินผล คือ การเสาะแสวงหาหรือศึกษาเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อความก้าวหน้าของงานหรือสังคมส่วนรวม ข้อมูลที่ได้จากประเมินผลจะช่วยให้ผู้บริหารมีโอกาสทราบและใกล้ชิดกับเหตุการณ์มากขึ้น พร้อมทั้งจะเผชิญหน้ากับปัญหา เหตุการณ์ และความยากลำบากต่าง ๆ เพื่อการบริหารงานที่ดีกว่า ในการประชาสัมพันธ์การประเมินผลเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ เริ่มจากการศึกษาข้อมูลที่ได้มาอย่างถูกต้อง ทั้งในด้านข้อมูลและวิธีการที่ได้มาซึ่งข้อมูล การประเมินผลจะช่วยให้ได้สะท้อนข้อมูลย้อนกลับดังกระจกเงาสะท้อนให้เห็นภาพพจน์ในสายตาประชาชน

การประเมินผลการประชาสัมพันธเป็นการตรวจสอบการดำเนินงานและการประชาสัมพันธ เพื่อหาคำตอบดังต่อไปนี้^{๔๖}

๑) การเปลี่ยนแปลงสภาพปัญหาทางสังคม เป็นที่ยอมรับกันแล้วว่าปัญหาของสังคมได้ส่งผลกระทบต่อประชาชนหรือกลุ่มชนโดยรวม ซึ่งเป็นปัญหาที่สถาบันจะต้องแสดงถึงความรับผิดชอบที่จะต้องมีการตรวจสอบติดตามว่า การกระทำนั้นๆ มีผลดีหรือเกิดผลกระทบต่อองค์การหน่วยงานอย่างไร

๒) การเปลี่ยนแปลงในด้าน โครงสร้างและหน้าที่ขององค์การต้องมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขขยายขอบเขตและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับงานและช่วยการแก้ปัญหาตลอดจนบริการสาธารณชน ได้มากขึ้นเต็มที่ จึงจำเป็นต้องมีการประเมินผลการดำเนินงานและหาทางปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานบางอย่าง เพราะข้อมูลที่ได้จากการประเมินจะเป็นเครื่องชี้แจงให้ผู้บริหารทราบว่า จะดำเนินการไปในทางทิศใดและจะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพที่สุด

๓) การเปลี่ยนแปลงของความต้อการและความมุ่งหวังของสาธารณะเมื่อมีปัญหาทางสังคมและการบริการ ทศนคติ พฤติกรรมและการให้การสนับสนุนของคนในสังคมก็ย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้นการให้ความช่วยเหลือสิ่งใดๆ ก็ตาม จะต้องให้คนเหล่านั้นมั่นใจว่าเขาจะได้ประโยชน์อย่างแท้จริงโดยทั่วหน้า

๔) เมื่อสังคมและความเป็นอยู่ของสาธารณะชนเปลี่ยน ความคาดหวังก็มีมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันกันมากขึ้นเพื่อจะแสดงขีดความสามารถและประสิทธิภาพของตนเองให้ปรากฏแก่สายตาประชาชน ให้เกิดการยอมรับและสนใจประชาชน ดังนั้น การประเมินผลจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะสามารถสืบทราบและเปิดเผยความจริงข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๕) สังคมปัจจุบันเป็นสังคมของโลกข่าวสาร ความก้าวหน้าทำให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อเรื่องราวเหตุการณ์เหล่านั้น ประกอบกับการศึกษาของคนในสังคมปัจจุบันมีมากขึ้น ความต้องการแสวงหาข่าวสารมากขึ้นกว่าในอดีต

^{๔๖} จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์, ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ, หน้า ๒๑๔-๒๑๕.

เพื่อนำมาใช้และการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน ประชาชนมีการแสดงออกซึ่งความคิดต่าง ๆ นานา จากสิ่งที่ตนได้รับรู้หรือได้ยินมา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นนี้อาจก่อให้เกิดการบิดเบือน ข่าวสารหรือเรื่องราวได้ หากเรื่องราวนั้นมีผลกระทบเกี่ยวข้องโดยตรงแล้ว หากองค์กรมิได้ติดตาม ข่าวสารและประเมินความคิด สำนวญทัศนคติประชาชนแล้วอาจเป็นการสายเกินไปที่จะทำการ แก้ปัญหา เลี่ยงต่อสภาพพจน์และการยอมรับนับถือที่ประชาชนเคยมีอยู่เดิมก็ได้

๒.๒.๔.๑ วัตถุประสงค์ในการประเมินผลการประชาสัมพันธ

การประเมินผลการประชาสัมพันธมีวัตถุประสงค์เพื่อ ต้องการทราบผลลัพธ์ที่ได้ หรือการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนหรือโครงการตลอดถึงข้อมูลที่ได้จากการประเมินผลจะเป็นผลดีต่อการดำเนินงานของแผนและโครงการในคราวต่อไป โดยเชื่อมโยงไปถึงการกำหนด กิจกรรม การค้นหาข้อมูลและนำไปสู่การวางแผนดำเนินการแก้ไขปรับปรุงและใช้ในการปฏิบัติใน คราวต่อไป การประเมินทำให้ผู้ปฏิบัติได้ทราบว่า การดำเนินงานของแผนหรือโครงการแต่ละ กิจกรรมมีผลเป็นอย่างไร ควรมีการปรับปรุงแก้ไขจุดใดจึงจะมีความเหมาะสมกับความต้องการ หรือความสนใจของกลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ

๒.๒.๔.๒ ประเภทของการประเมินผล

เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ตั้งแต่ต้นในการ ประชาสัมพันธ จึงแบ่งประเภทของการประเมินผลออกเป็น ๒ ประเภท คือ

(๑) การประเมินความก้าวหน้า (Formative Evaluation) การประเมินผล ความก้าวหน้าของแผนระหว่างดำเนินงานหรือปฏิบัติตามแผน ข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลกลับต่อการ ปรับปรุงแผนหรือการดำเนินก้าวต่อไปก่อนสิ้นสุดแผน

(๒) การประเมินผลสรุปของงาน (Summative Evaluation) เป็นการประเมินผล เพื่อตัดสินมูลค่าของผลงานทั้งหมด เป็นการกระทำเมื่อโครงการเสร็จแล้ว ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากการ ประเมินนี้จะเป็นข้อมูลที่จะช่วยให้ผู้วางแผนหรือผู้บริหารทราบประสิทธิภาพของโครงการโดย ส่วนรวมทั้งหมด ว่าสมควรที่จะสนับสนุนต่อไปหรือไม่

๒.๒.๔.๓ วิธีการประเมินผลการประชาสัมพันธ

(๑) ทำเป็น ๒ ระยะ

๑.๑ Pre-Test หมายถึงทดสอบการทำงานตามแผนที่วางแผนเสร็จแล้วก่อนนำไปใช้จริง เพื่อทดสอบประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ว่าถึงกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายเข้าใจเจตนาของโครงการอย่างถูกต้องหรือไม่ เพื่อตรวจสอบว่ามีสิ่งใดต้องแก้ไขปรับปรุง เช่น ภาษาที่ใช้ถ้อยคำสำนวนที่ใช้มีความชัดเจนเหมาะสมในการสื่อความหมายหรือไม่

วัตถุประสงค์ในการทำ เพื่อดูว่าแผนหรือโครงการมีความถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่จะต้องติดต่อหรือไม่ โดยกลุ่มที่นำการ Pre - Test ไปใช้ต้องมั่นใจว่ามีความใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายที่สุดเพื่อความเที่ยงตรงในผลที่จะออกมา

๑.๒ Post - test เป็นการทดสอบแผนกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษาเพื่อดูผลหลังจากที่ได้มีการทดลองนำแผนและกิจกรรมที่ได้มาใช้กับกลุ่มเป้าหมายแล้ว เพื่อดูว่าได้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางใดบ้าง อันเป็นประโยชน์ในการดำเนินการปรับปรุงการวางแผนต่อไปในอนาคต

(๒) เทคนิคอื่นในการประเมินผลแผนงานและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่

๒.๑ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้านเวลา เป็นการประเมินผลโดยศึกษาช่วงที่นำแผนไปใช้งาน เริ่มตั้งแต่ก่อนนำแผนไปใช้ ขณะนำแผนไปใช้ และหลังจากมีการนำแผนไปใช้ทำให้ทราบผลที่สามารถวัดได้ว่า ก่อนและหลังการทำการประชาสัมพันธ์โครงการ เป็นผลความต่อเนื่องของรูปแบบหรือลักษณะนิสัยเดิม พื้นฐานเดิม

๒.๒ การวิเคราะห์ความคุ้มค่า เป็นวิธีการวิเคราะห์เพื่อดูว่าโครงการหรือแผนงานนั้นคุ้มค่าหรือไม่กับการลงทุนด้านเวลา ทรัพยากรและสติปัญญาหรืออย่างไร จุดเด่นวิธีนี้คือ การวางแผนการเลือกใช้ทรัพยากรและประมาณการว่าเลือกวิธีการแต่ละอย่างนั้นเหมาะสม คุ้มค่า หรือคุ้มค่ามีประโยชน์มากน้อยเพียงใดต่อกลุ่มเป้าหมาย หรือคุ้มค่าต่อการได้รับจากการลงทุนลงแรง^{๔๗}

^{๔๗} จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์, ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์, หน้า ๒๒๐-๒๒๒.

๒.๒.๔.๔ ขอบข่ายในการประเมิน

ขอบข่ายในการประเมินแผนและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กระทำในเรื่อง ๔ ประการ ดังนี้

(๑) ศึกษาครอบคลุมสื่อที่มีไปถึงกลุ่มเป้าหมายว่า ผู้ฟัง ผู้ชม ผู้ใช้บริการสามารถรับสื่อข่าวสารเรื่องเหล่านั้นจากสื่อใด สามารถครอบคลุมได้ไกลถึงไหน และการที่สื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคิดเป็นสัดส่วนเท่าใดเทียบกับกลุ่มที่ต้องการสื่อทั้งหมด

(๒) การสนองตอบของกลุ่มเป้าหมายต่อข่าวสารที่เผยแพร่กระจายออกไป (Auditor Response) เป็นการศึกษาว่า กลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารมีที่ทำหรือแสดงออกอย่างไรเมื่อทราบข่าวสารนั้นแล้ว มีความพึงพอใจอย่างไร กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจเนื้อหาของข่าวสารนั้นหรือไม่ เป็นต้น

(๓) ศึกษาผลกระทบซึ่งมาจากการสื่อสาร (Communication Impact) เป็นการศึกษผลกระทบของสารที่มีต่อกลุ่มเป้าหมาย อะไร คือสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับข่าวสาร และเป็นผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายทั้งช่วงระยะสั้นและระยะยาว

(๔) กระบวนการชักจูง (Process of Influence) เป็นการศึกษาว่าอะไร คือ กระบวนการหรือกลไกที่มีอิทธิพลต่อการชักจูงโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายโดยใช้ผ่านสื่อใด อันมีผลต่อความคิดหรือพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มเป้าหมายนั้น

๒.๒.๔.๕ เครื่องมือช่วยในการประเมินผล

(๑) เป็นการรวบรวมข่าวที่ได้ทำการเผยแพร่ออกไปโดยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถประเมินผู้อ่านและนับจำนวนปริมาณความถี่หรือความบ่อยที่ได้ทำการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนเป้าหมายว่าเป็นเท่าใด และให้ทราบว่าสื่อใดได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มนอกเป้าหมายอย่างไรบ้าง รวมทั้งเป็นการวัดผลการตอบสนองต่อข่าวสารมีอัตราส่วนเท่าใดที่ต้องการเข้าถึง ช่วยให้ทราบความเป็นไปของเรื่องราวต่าง ๆ ได้ สามารถประมาณการของตนอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ

(๒) การศึกษาความสนใจของผู้อ่าน (Reader - Interest Study) เป็นการสัมภาษณ์ผู้อ่านได้ผ่านการอ่าน ฟัง ตัวข้อความเอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อที่เป็นอักษร แล้วจึงสัมภาษณ์ใน

คำถามในเนื้อหาที่สนใจของข้อความ ทำให้สามารถวางแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ได้ตรงตามความสนใจผู้อ่านได้

(๓) ศึกษาความหมายในการอ่าน (Readability test) เป็นการประเมินความยากง่ายของข่าวสารและรูปแบบของภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดูว่ากลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจเนื้อหาหรือไม่ โดยคำนึงถึงอายุและการศึกษาเป็นเกณฑ์ ได้แก่การวัดความสามารถในการอ่านคำยาก ความยาวประโยคโดยเฉลี่ย คำกริยาในสัดส่วนที่คล้ายคลึงกัน หรือ เป็นการทดสอบหรือวัดผู้อ่าน โดยคำนึงถึงเนื้อหาทั้งหมดเพื่อวัดความเข้าใจและความสามารถในการอ่านเป็นสำคัญ ซึ่งการวัดนี้ช่วยให้การวางแผนประชาสัมพันธ์สามารถผลิตข่าวสารเหมาะสมกับความสามารถของผู้อ่าน มีรูปแบบและเนื้อหาที่เหมาะสม

(๔) การวิจัยวิทยุและโทรทัศน์ เป็นการวัดและประเมินขนาดของผู้ชมทางด้านสื่อกระจายเสียง วิธีการ ได้แก่การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ การให้ผู้ฟังนิกรายการและสถานที่ถ่ายทำที่ที่จำได้ การถามถึงวันเวลาที่ได้รับชม เป็นต้น

สื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้ใช้เทคนิควิธีการหลากหลายวิธี จะเห็นได้ว่าเป็นการดำเนินการที่มีความเหมาะสมและต่อเนื่อง (continuous process) เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่สอดคล้องกันทั่วทั้งและมีประสิทธิภาพ หลังจากนั้นหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์ คือการสำรวจเพื่อประเมินถึงทัศนคติความคิดเห็นของประชาชน แล้วรวบรวมผลประเมินผลเป็นรายงานให้กับฝ่ายบริหาร

การวิเคราะห์ ตรวจสอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ได้ปฏิบัติไปแล้วตามแผนงานประชาสัมพันธ์ การตรวจสอบ ติดตามผล การประเมินผลกระทบ และการประเมินประสิทธิผลของโครงการ ทั้งแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น การสังเกต หรือแบบที่เป็นทางการ เช่น การวิจัย เป็นต้น เพื่อนำความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและความต้องการต่าง ๆ ของประชาชนมาพิจารณากำหนดเป็นนโยบายและนำไปสู่วิธีการขั้นตอนที่เหมาะสมสู่ประชาชนเป้าหมาย เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจที่ดีงามอันดีร่วมกัน เกิดความนิยมชมชอบและความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน

สรุปได้ว่าการประเมินผลการประชาสัมพันธ์เป็นการตรวจสอบการดำเนินงานและการประเมินผล การประชาสัมพันธ์ เพื่อประเมินผลการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ได้สะท้อนข้อมูลย้อนกลับในสายตาประชาชนว่ามีผลดีหรือเกิดผลกระทบต่อองค์การหน่วยงาน

อย่างไร ควรจะดำเนินการไปในทางทิศใดและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างไรให้มีประสิทธิภาพที่สุด ตลอดจนทำให้สามารถสืบทราบและเปิดเผยความจริงข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงาน การแก้ปัญหา สิ่งที่มีผลต่อภาพพจน์และการยอมรับนับถือที่ประชาชนเคยมีอยู่เดิม

การประเมินผลการประชาสัมพันธมี ๒ ประเภท คือการประเมินความก้าวหน้า (Formative Evaluation) และการประเมินผลสรุปของงาน (Summative Evaluation) ทำเป็น ๒ ระยะ คือ ๑) Pre-Test เพื่อดูว่าแผนหรือโครงการมีความถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่จะต้องติดต่อหรือไม่ และ ๒) Post-test เป็นการทดสอบคุณภาพหลังจากที่ได้มีการทดลองนำแผนและกิจกรรมที่ได้มานอกจากนี้ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้านเวลา ก่อนและหลังการทำการประชาสัมพันธ การวิเคราะห์ความคุ้มค่า ว่าคุ้มค่าหรือไม่กับการลงทุนด้านเวลา ทรัพยากร และสติปัญญาที่ใช้

สรุปแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารได้ว่าเป็นหลักวิธีการนำเสนอเนื้อหาจากผู้ส่งไปยังผู้รับ เป็นกลไกทางสังคมที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน ที่ทำให้มนุษย์เข้าใจกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ในการส่งสารรับสารติดต่อกัน ไม่ว่าจะเป็นทางวาจา หรือการกระทำ การแสดงออกหรือการแฝงความรู้สึกอยู่ข้างในหรือการใช้ท่าทางภาษาคำพูดต่าง ๆ ใช้เป็นเครื่องมือเชื่อมต่อการพัฒนาทางด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม มนุษย์มีความต้องการพัฒนาในด้านการสื่อสารเพื่อให้เกิดความสะดวกในคุณประโยชน์การเอื้ออำนวยในด้านข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกนี้อย่างรวดเร็วขึ้นและสัมพันธ์กับความต้องการที่สอดคล้องกันในการพัฒนาการสื่อสารระบบทางสังคม

การสื่อสาร (Communication) คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งตามหลักทฤษฎีในข้างต้นที่มีความเกี่ยวข้องในด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธสามารถสรุปได้โดยย่อ ๆ ได้ว่า

เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกัน โดยใช้สัญลักษณ์ สัญลักษณ์ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน มีการไหลของสารสองแบบ คือ การไหลทางเดียว (One way Communication) และแบบที่มีการไหลของสารในลักษณะสองทาง (Two Ways Communication) ใช้หลัก $S =$ ผู้ส่งสาร $M =$ ตัวข้อมูลข่าวสาร $C =$ ช่องทางในการใช้สื่อสาร และ $R =$ ผู้รับหรือแปลข้อมูลข่าวสารที่ส่งมา การวัดผลของการถ่ายทอดความรู้นั้นว่าได้ผลอย่างไรใน

ปัจจุบันและอนาคต การรับส่งสารที่ถูกระงับมีสิ่งรบกวนเป็นอุปสรรคของการสื่อสารทำให้การสื่อสารไม่ได้ผลเต็มที่ และความสำคัญของการสื่อความหมาย การรับรู้และการแปลความหมายของสัญลักษณ์ เป็นการสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับใช้ในการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับวัยคลึงและมีประสิทธิผลร่วมกัน เป็นต้น

การสื่อสารในประชาสัมพันธได้ให้ประโยชน์หลายประการทั้งต่อองค์กรและหน่วยงาน เป็นส่วนที่ช่วยส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการดำเนินกิจการองค์กรหรือสถาบันด้วย เป็นการช่วยสร้างและทำความเข้าใจซึ่งกันและระหว่างองค์กรและกลุ่มเป้าหมายให้แต่ละฝ่ายได้มีโอกาสสร้างความคิดเห็น ความต้องการ ความสนใจ และทัศนคติต่อเรื่องราวต่าง ๆ ที่ต้องเกี่ยวข้อง โดยการ ใช้สื่อและเครื่องมือตลอดถึงหลักวิธีการดำเนินการขั้นตอนการประชาสัมพันธที่ถูกต้อง

บทที่ ๓

ประวัติความเป็นมา

๓.๑ ประวัติประวัติความเป็นมาของ ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (ศูนย์ ๑)

ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (ศูนย์ ๑) คือ สำนักงานใหญ่ของยุวพุทธิกสมาคม เป็นสำนักปฏิบัติธรรมตามแนวพุทธศาสนาที่ดำเนินกิจการและบริหารของกลุ่มบุคคลผู้มีความรู้และมีความสามารถ โดยจัดตั้งเป็นรูปแบบขององค์กรสมาคมเพื่อการกุศล มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ ๕๘/๘ เพชรเกษม ๕๔ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ก่อตั้งขึ้นเป็นทางการเมื่อวันที่ ๑๔ มิถุนายน พ.ศ. ๒๔๕๓ จากแรกเริ่ม คือ คณะยุวพุทธิกะซึ่งเกิดจากคนรุ่นใหม่ผู้มีอุดมการณ์มุ่งมั่นที่จะศึกษาและเผยแผ่พระพุทธศาสนา ประกอบด้วย นายเสถียร โปธินันทะ นายบุญย ว่องวานิช และนายสุพจน์ แสงสมบุรณ์ ท่านทั้ง ๓ ได้จัดตั้งยุวพุทธิกสมาคมขึ้นเมื่อวันที่ ๑๕ มกราคม พ.ศ. ๒๔๕๒ โดยมีความเห็นพ้องกันว่าจะต้องตั้งสมาคมเผยแผ่พระพุทธศาสนาสำหรับคนวัยเดียวกัน เพื่อจะได้ชักจูงคนหนุ่มสาวให้มาสนใจในพระพุทธศาสนาซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก อ.สุชีพ ปุญญานุภาพ เมื่อครั้งยังอยู่ใต้วรรณาสาวพัสดร์ทรงสมณะศักดิ์พระศรีวิสุทธิญาณ ได้อนุญาตให้ใช้พระอุโบสถวัดกันมาตุยาราม เป็นที่ทำการ

ระยะแรกได้จัดกิจกรรมปฐกฐา-วิสันาธรรมในวันอาทิตย์และมีอบรมปฏิบัติสมถวิปัสสนากาวนา ได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไปและได้รับความชื่นชมจากผู้ใหญ่ในสมัยนั้น กระทั่งต่อมาได้พัฒนาจนเกิดเป็น “ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์” ในวันที่ ๑๔ มิถุนายน พ.ศ. ๒๔๕๓ ได้ใช้อักษรย่อว่า "ย.พ.ส." ได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งด้านการศึกษา เผยแผ่ อบรมจริยธรรมครู และปฏิบัติธรรมตามหลักพระพุทธศาสนาแก่เยาวชนตลอดจนผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ ปัจจุบันที่ตั้งสำนักงานใหญ่อยู่ที่เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

เมื่อสงครามโลกครั้งที่ ๒ สงบลง มีกลุ่มบุคคลผู้สนใจทางด้านพระพุทธศาสนา ประกอบด้วยบุคคลสำคัญ ๓ ท่าน คือ

- ๑) นายเสถียร โปธินันตะ
- ๒) นายบุญยง ว่องวานิช
- ๓) นายสุพจน์ แสงสมบูรณ์

ทั้ง ๓ ท่านจัดตั้ง "คณะยุวพุทธิกะ" ขึ้นเมื่อวันพุธ ที่ ๑๕ มกราคม พุทธศักราช ๒๔๘๒ โดยมีความเห็นพ้องกันว่า จะต้องตั้งสมาคมเผยแผ่พระพุทธศาสนา สำหรับคนวัยเดียวกัน เพื่อจะได้ชักจูงคนหนุ่มสาว ให้มาสนใจในพระพุทธศาสนา และแก้ความเข้าใจผิดของคนปัจจุบันที่ว่า ศาสนาเป็นของคนคร่ำครึ โดยได้รับความเมตตาจาก พระศรีวิสุทธิญาณ หรือสุชีโวภิกขุ (ท่านอาจารย์สุชีพ ปุญญานุภาพ ถึงแก่กรรม) แห่งวัดกันมาตุยาราม อนุญาตให้ใช้พระอุโบสถเป็นสำนักงานในขณะนั้น ระยะเวลาจัดกิจกรรมปุจฉา-วิสัชนาธรรมในวันอาทิตย์ ปฏิบัติกิจในพระพุทธศาสนา และปฏิบัติสมณะวิปัสสนากาวนา ได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไป ในวันที่ ๑๔ มิถุนายน ๒๔๘๓ ได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นสมาคมอย่างเป็นทางการ มีกรรมการ ๑๑ คน เป็น ยุวพุทธิกสมาคมแห่งแรกของประเทศไทย และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ฯ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ นายบุญยง ว่องวานิช นายยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ นำคณะกรรมการเข้าเฝ้าเมื่อ วันที่ ๑๔ มกราคม ๒๕๐๓ มีสำนักงานชั่วคราวอยู่ในวัดกันมาตุยาราม กรุงเทพมหานคร ได้ทำพิธีเปิดป้ายสำนักงานในวันออกพรรษา ตรงกับ วันที่ ๒๖ ตุลาคม ๒๔๘๓

ต่อมาวันที่ ๑๗ มีนาคม ๒๕๐๓ ได้รับพระมหากรุณาธิคุณโปรดเกล้าฯ รับยุวพุทธิกสมาคมเข้าไว้ในพระบรมราชูปถัมภ์ สมาคมจึงได้ชื่อว่า "ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์" ใช้อักษรย่อ "ย.พ.ส."

เมื่อวันที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๑๒ วันที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๑๒ คณะกรรมการของสมาคมได้รับพระบรมราชานุญาตให้เข้าเฝ้าถวายเข็มเครื่องหมายสมาคมแด่ สมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอและสมเด็จพระเจ้าลูกเธอทั้ง ๔ พระองค์ ณ พระตำหนักจิตรลดารโหฐานซึ่งทรงรับเป็นองค์สมาชิกกิตติมศักดิ์ในครั้งนั้นด้วย

๓.๑.๑ การดำเนินกิจการของยุวพุทธิกสมาคม

๑) วันที่ ๒๔ สิงหาคม ๒๕๓๒ คณะกรรมการของสมาคมได้รับพระกรุณา ให้เข้าเฝ้าถวายเข็มเครื่องหมายสมาคมแก่ พระเจ้าวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าโสมสวลีพระวรชายา (พระอิสริยยศในขณะนั้น) ในสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมารและพระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าพัชรกิติยาภา ณ พระที่นั่งอัมพรสถาน ทรงรับเป็นสมาชิกกิตติมศักดิ์ทั้ง ๒ พระองค์

๒) ปี พ.ศ.๒๕๑๘ นายขวัญ เอี่ยมอ่อน ได้ทูลเกล้าถวายที่ดินจำนวน ๕ ไร่ที่แขวงบางด้วน เขตภาษีเจริญ แต่สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ซึ่งพระองค์ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานให้เป็นที่ตั้งสมาคมจวบจนทุกวันนี้

๓) ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๒๒ ฯพณฯ ศาสตราจารย์สัญญา ธรรมศักดิ์ เป็นประธานพิธีวางศิลาฤกษ์ อาคารหลังแรกของสมาคม คือ "อาคารว่องวานิช"

๔) วันที่ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๒๓ ย้ายสำนักงานจากวัดกันมาตุยาราม มาอยู่ ณ อาคารหลังใหม่ ปี พ.ศ. ๒๕๒๔ ก่อตั้งโรงเรียนยุวพุทธพิทยา เพื่อจัดการศึกษาแก่เด็กนักเรียนอนุบาลอายุ ๓ - ๕ ปี โดยปลูกฝังให้เด็กนักเรียนมีความรู้ด้านวิชาการและธรรมะเบื้องต้น

๕) วันที่ ๗-๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๐ พิธีอัญเชิญพระพุทธรูปปางประสูติ จากประเทศเนปาล ในฐานะองค์กรภาคร่วมขององค์การพุทธศาสนิกสัมพันธ์แห่งโลก (พสล.) และองค์การยุวพุทธศาสนิกสัมพันธ์แห่งโลก (ยพสล.) ได้จัดโครงการ “ธรรมศิลป์นานาชาติเพื่อพ่อหลวง” เพื่อเฉลิมฉลองเนื่องใน ปีมหามงคลที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงมีพระชนมายุครบ ๘๐ พรรษา โดยได้อัญเชิญพระพุทธรูปปางประสูติ จากประเทศเนปาล มาประดิษฐาน ณ ที่ทำการสมาคม ถนนเพชรเกษม ๕๔ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ เพื่อให้พุทธศาสนิกชนได้สักการบูชา ระหว่างวันที่ ๗-๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๐

๖) พระพุทธรูปปางประสูติเมตตาอนุเคราะห์โดย พระเดชพระคุณพระราชรัตนรังสี (วิริยฤทธิ์ วิริยทุทธิ) ประธานสงฆ์วัดไทยกุสินารา เฉลิมราชย์ ประเทศอินเดียและเป็นผู้ดูแลการก่อสร้างวัดไทยลุมพินี ประเทศเนปาล เป็นพระพุทธรูปยืน พระหัตถ์ขวาชี้ไปเบื้องบน พระหัตถ์ซ้ายชี้ไปเบื้องล่าง ขนาดความสูง ๘.๕ นิ้ว ฐานกว้าง ๓.๕ นิ้ว ทำด้วยเรซินปิดทองคำเปลวจำนวน ๘๐ องค์ และเรซินรมดำ จำนวน ๒๐๐ องค์ ทำพิธีเจริญพระพุทธรูปมนต์ โดยสามเณรศากยะ ๑๕ รูป ณ พระอุโบสถวัดไทยลุมพินี และมหามายาเทวีวิหารสถานที่ประสูติ เมืองปาตัน กรุงกาฐมาณฑุ พระ

พุทธโฆษา พระสังฆนายกแห่งประเทศไทยเนปาลเจ้าอาวาสวัดศรีสุมังคโลวิหาร ได้เมตตาอภัยฐานจิต ก่อนส่งมอบให้คณะฯ กลับสู่ประเทศไทย สมเด็จพระพุฒาจารย์ (เกี่ยว อุปเสโณ) ประธานคณะผู้ปฏิบัติหน้าที่สมเด็จพระสังฆราชเป็นผู้แทนคณะสงฆ์ไทย รับผิดชอบต่ออย่างเป็นทางการ

๓) องค์กรผู้ดำเนินการเผยแพร่พระพุทธศาสนาสู่เยาวชนและประชาชนทั่วไป อัญเชิญพระพุทธรูปปางประสูติมาร่วมสมโภช ณ ยุวพุทธิกสมาคม เพื่อเป็นเครื่องเตือนใจถึงธรรมะของพระพุทธองค์ครั้งได้ตรัสอาสาทิวาจาหรือประกาศตนอย่างห้าวหาญ หลังจากประสูติจากพระครรภ์มารดาว่า “เป็นลูกผู้เลิศ ลูกผู้ประเสริฐ” นั้นหมายถึง การพัฒนาคนตามวัย ด้วยเป้าหมายการใช้ชีวิตที่เกิดมาอย่างมีคุณค่า มีความกตัญญูรู้คุณบิดามารดาผู้ให้ชีวิต คิดอย่างรอบคอบในการดำเนินชีวิตและการเลี้ยงดูบุตรหลานด้วยคุณธรรม

๔) พิธีอัญเชิญและประดิษฐาน ณ ยุวพุทธิกฯ ได้รับความเมตตาจาก พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) เป็นองค์ประธาน เมื่อวันที่วันจันทร์ที่ ๗ พฤษภาคม ๒๕๕๐ และเปิดให้พุทธศาสนิกชนสักการะจนถึงวันที่ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๐ ก่อนนำไปจัดแสดงในโครงการธรรมศิลป์เพื่อพ่อหลวง ณ ศูนย์การค้าสยามพารากอน

๕) งานนี้ทางสมาคมได้รับเกียรติจากปลัดกระทรวงวัฒนธรรม คุณวิระ โรจน์พจนรัตน์ เป็นประธานจุดธูปเทียนบูชาพระรัตนตรัย และอัญเชิญพระพุทธรูปปางประสูติ จำนวน ๑ องค์ ถวายให้พระธรรมโกศาจารย์ เพื่อนำพระพุทธรูปปางประสูติ มาประดิษฐานหน้าพระพุทธ วิสุทธิเทพ นอกจากนี้สมาคมได้รับความเมตตาจาก พระราชวรมุนี นำศาสนิกชนนั่งสมาธิถวาย เป็นพระราชกุศล ตลอดจนการแสดงปาฐกถาธรรม เรื่อง “การเดินทางของ ลูกผู้เลิศ ลูกผู้ประเสริฐ” โดยพระมหาปริชา กิตติปัญโญ

๓.๑.๒ โครงการภาพยนตร์การ์ตูน "พระพุทธเจ้า"

กลุ่มธรรมะการ์ตูน ๘๐ พรรษาหาราช นำโดย ดร.วัลลภา พิมพ์ทอง บริษัท มีเดีย สแตนดาร์ด จำกัด ผลิตภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องยิ่งใหญ่ “พระพุทธเจ้า” ที่ใช้เทคนิคแอนิเมชัน ๒ มิติ ทุนสร้างกว่า ๑๐๐ ล้านบาท ความยาว ๕๐ นาที เสร็จสมบูรณ์ในเดือนตุลาคม ๒๕๕๐ ได้รับความร่วมมือจากยุวพุทธิกสมาคมในการบริหารจัดการเผยแพร่ให้ทันกำหนดฉายในโรงภาพยนตร์ชั้นนำ ในวันที่ ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐ เพื่อเฉลิมพระเกียรติและถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในโอกาสทรงเจริญพระชนมพรรษา ๘๐ พรรษา โดยทีมงานสร้างคนไทยทั้งหมด

กว่า ๑๒๐ คน ซึ่งส่วนหนึ่งมีประสบการณ์การทำงานให้กับผู้สร้างแอนิเมชันระดับโลกอย่าง วอลท์ ดิสนีย์ มาแล้ว นอกจากนี้ยังมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลอย่างละเอียดเพื่อให้ภาพและเรื่องราวมีความ สมเหตุสมผลและสอดคล้องกับพระไตรปิฎกและอรรถกถา โดยมีมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช วิทยาลัยเป็นที่ปรึกษาด้านวิชาการและตรวจสอบเนื้อหา

ด้านการออกแบบตัวละครนั้น ได้ผสมผสานระหว่างจินตนาการและความเป็น สากลเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ชมในต่างประเทศได้ด้วย อีกทั้งได้ออกแบบฉากให้ใกล้เคียงกับสภาพ สังคมชมพูทวีปครั้งพุทธกาลให้มากที่สุด โดยระดมความคิดจากผู้รู้ทางพระไตรปิฎกและ ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิสถาปัตยกรรม เพื่อให้ฉากและสถานที่ต่างๆ ตามท้องเรื่องมีความละเอียดงดงามและ สมจริง ทั้งนี้ ภาพยนตร์การ์ตูน "พระพุทธเจ้า" ได้รับการบรรจุเข้าเป็นโครงการเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงเจริญพระชนมพรรษา ๘๐ พรรษา ของรัฐบาล และแปลเป็นภาษานานาชาติอย่างน้อย ๕ ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ภาษาญี่ปุ่น และภาษาเยอรมัน

๓.๑.๓ โครงการสร้างอาคารปฏิบัติธรรม

ยุวพุทธิกสมาคม (ศูนย์ ๑) หลังพิธีวางศิลาฤกษ์ ๒๗ มกราคม ๒๕๔๘ การ ก่อสร้างอาคารปฏิบัติธรรม ยุวพุทธิกสมาคม ได้ดำเนินการต่อเนื่องมาตามลำดับ เริ่มจากการรื้อ ถอนอาคารเดิมและเตรียมพื้นที่ก่อสร้าง ในเดือน มี.ค. ถึง พ.ค. ๒๕๔๘ แล้วได้ดำเนินการงาน เสาเข็ม โดยมีพิธีลงเสาเอกในเดือน มิถุนายน ๒๕๔๘ แล้วดำเนินการงานเสาเข็มเจาะ จนกระทั่ง สามารถเริ่มงานฐานราก และโครงสร้างได้ดินได้ใน เดือน ตุลาคม ๒๕๔๘ และงานฐานรากพร้อม โครงสร้างได้ดิน เสร็จสิ้นในเดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๕๐

ในการก่อสร้างอาคาร ผู้รับเหมาที่ชนะการประมูล คือ บ. ๒๗ วิศวรรรม โดยประมูล ได้ในราคาการประมูล ๑๔๗ ล้านบาท ระยะเวลาตั้งแต่ ๒๑ พฤษภาคม ๒๕๕๐ ถึง ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๕๑ ผู้รับเหมาได้เริ่มการทำงานโครงสร้างหลังจากได้มีการปรับเปลี่ยนแบบอาคารหลายครั้ง เพื่อให้ถูกต้องตามที่ทางราชการกำหนด เพื่อรองรับการใช้งานของสาธุชนจำนวนมากในอนาคต

๓.๑.๔ ศูนย์พัฒนาจิตและปัญญา

อีกหนึ่งความมุ่งมั่นเพื่อสังคมธรรมมาภิบาลในทศวรรษที่ผ่านมา ยุวพุทธิกสมาคม แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์จึงได้ดำริก่อตั้ง “ศูนย์พัฒนาจิตและปัญญา”(Mind and

Wisdom Development Centre) เพื่อเผยแผ่ความรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิตแนวพุทธสู่บุคคลระดับบริหารในภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน เพื่อเอื้อประโยชน์ทั้งชีวิตส่วนตัวชีวิตครอบครัว ตลอดจนการบริหารงานองค์กรให้เกิดบรรยากาศการทำงานที่ดี มอบคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้นแก่ผู้ได้บังคับบัญชา เกิดความสุข ความสามัคคีปรองดองในองค์กร เพิ่มภูมิคุ้มกันให้สังคมไทยแข็งแรง เป็นสังคมธรรมมาภิบาลที่มั่นคงและยั่งยืน ศูนย์พัฒนาจิตและปัญญา (Mind and Wisdom Development Centre) จะทำหน้าที่สร้างสรรค์หลักสูตรใหม่ๆ สำหรับผู้บริหาร เพื่อประยุกต์เอาพระพุทธรธรรมมาใช้ในการบริหารตนเองและองค์กรได้ โดยพัฒนารูปแบบการอบรมให้ทันสมัย เหมาะสมสำหรับนักบริหาร จัดทำโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเข้าใจทั้งด้านธุรกิจและธรรมะ มีประสบการณ์ในการปฏิบัติธรรม และมีทักษะในรูปแบบการอบรมเชิงธุรกิจ

การจัดวางหลักสูตรมีแผนอย่างต่อเนื่องเป็น ๔ ระดับเพื่อรองรับผู้บริหารที่ต้องการพัฒนาจิตและปัญญาอย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่หลักสูตร ๑ วัน / ๒ วัน เพื่อสร้างและกระตุ้นความสนใจ หลักสูตร ๓ วัน เพื่อปูพื้นฐานการพัฒนาตนเอง หลักสูตร ๔ วัน เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการพัฒนาปัญญาในระดับเข้มข้นและหลักสูตร ๗ วัน ที่เป็นการแนะนำวิปัสสนากรรมฐานในระดับเข้ม แม้ว่าทุกๆ หลักสูตรจะมีค่าลงทะเบียน แต่ศูนย์พัฒนาจิตและปัญญาฯ นี้มิได้ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อทำกำไร ค่าลงทะเบียนจะถูกคืนกลับมาในรูปแบบของค่าเช่าห้องอบรม ห้องพักที่สะดวกสบาย อาหาร ค่าเดินทางและค่าตอบแทนวิทยากร ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ ค่าเอกสารและของที่ระลึกเป็นต้น ศูนย์พัฒนาจิตและปัญญาฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า หลักสูตรต่างๆ ที่พัฒนาขึ้นนี้จะสามารถร่วมจรโลงสังคมไทยให้เป็นสังคมคุณภาพ และเปี่ยมด้วยคุณธรรม

จากการดำเนินงานด้านการเผยแผ่งานพุทธศาสนา ด้านหลักธรรมคำสอนและการปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่องและมีระยะยาวนาน ด้วยความมุ่งมั่นและทุ่มเททั้งกำลังกายและด้วยใจจริง เพื่อเผยแผ่ความรู้ทั้งเชิงปริยัติและแนวปฏิบัติตามคำสอนในพระไตรปิฎกให้กับชาวพุทธได้มีอย่างถูกต้อง เพื่อเกิดความสุขความเจริญเป็นแนวทางปฏิบัติกับผู้ที่ได้ชื่อว่าเป็นพุทธอย่างแท้จริง ทำให้เป็นศูนย์ปฏิบัติธรรมยุวพุทธฯ มีการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในปัจจุบัน ศูนย์ปฏิบัติธรรมยุวพุทธฯ มีการขยายสาขาออกไปอีก ๔ สาขา ซึ่งปัจจุบันสามารถให้บริการฝึกอบรมจำนวน ๒ สาขา คือ

๓.๒ ประวัติความเป็นมา ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธเฉลิมพระเกียรติปทุมธานี (ศูนย์ ๒)

ด้วยศรัทธาแห่งมหาชนที่หลั่งไหลเข้ามาปฏิบัติธรรมกับยุวพุทธิกสมาคม จนกระทั่ง ศูนย์วิปัสสนากรรมฐานแห่งที่ ๑ ไม่สามารถรองรับมหาชนได้ ผู้มีกุศลจิต นายผลิต - นางปราณี สระวาสี ได้ทูลเกล้าฯ ถวายที่ดิน จำนวน ๑๐ ไร่ ณ อำเภอคลองหลวง ปทุมธานี แด่สมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช เพื่อมอบให้ ยุวพุทธิกสมาคมฯ สร้างเป็น ศูนย์วิปัสสนาแห่งที่ ๒ เพื่อเป็นศูนย์วิปัสสนาแบบเข้ม สำหรับผู้ที่เคยผ่านการอบรมวิปัสสนา จากศูนย์แห่งที่ ๑ แล้ว อีกทั้งเป็นสถานที่ฝึกอบรมวิทยากร และเป็นที่พำนักปฏิบัติธรรมสำหรับพระสงฆ์ในช่วงเข้าพรรษาอีกด้วย ปี พุทธศักราช ๒๕๔๐ เริ่มการก่อสร้างปี ๒๕๔๑ อาคารปฏิบัติธรรม แบบ ๑๒ ห้อง สร้างสำเร็จ ด้วยงบประมาณกว่า ๕๐ ล้านบาท และได้จัดอบรมปฏิบัติธรรมจากนั้นเป็นต้นมา อาคารของศูนย์วิปัสสนา ยุวพุทธฯเฉลิมพระเกียรติ มีอาคารหลัก ๆ แบ่งเป็น ๓ ส่วน คือ

๑) อาคาร ๑๒ พรรษามหาราชาเป็นอาคาร ๓ ชั้น แบ่งเป็นห้องเล็กๆ สำหรับผู้ปฏิบัติธรรมพักห้องละ ๑ ท่าน โดยผู้ปฏิบัติธรรมสามารถ ออกมาใช้พื้นที่ว่าง ระหว่างแต่ละห้อง สำหรับเดินจงกรม – นั่งสมาธิได้อีกด้วยห้องปฏิบัติธรรม อยู่ชั้น ๒ ของอาคาร ๑๒ ปี เป็นห้องโล่งสำหรับปฏิบัติกิจกรรมกลุ่ม เช่น สวดมนต์ทำวัตรเช้า เย็น , ฟังธรรมบรรยาย และผู้ปฏิบัติธรรมสามารถ เข้ามาปฏิบัติธรรมได้อีกด้วย ห้องพัก เป็นห้องพักเดี่ยว มีที่นอน และอุปกรณ์เครื่องนอนเหมาะสมแก่การ ปฏิบัติธรรม มีห้องน้ำในตัว ผู้ปฏิบัติธรรมสามารถปฏิบัติธรรมในห้องพัก หรือใช้พื้นที่ว่างระหว่างห้องพัก สำหรับปฏิบัติธรรม

๒) ห้องสำนักงาน อยู่ชั้นล่าง ด้านหน้าของอาคาร๑๒ พรรษา ใช้เป็นที่ทำงานของเจ้าหน้าที่ประจำของสมาคม มีกล้องที่วิวงจรปิดสำหรับตรวจตราความปลอดภัยในบริเวณ อาคาร และบริเวณรอบนอก อีกทั้งมีระบบอินฟาเรดเพื่อเพิ่มความปลอดภัยแก่ผู้ปฏิบัติธรรมอีกด้วย

๓) กุฏิปฏิบัติธรรมแบบอुकฤษณ์ เป็นกุฏิเดี่ยวสำหรับพระสงฆ์ปฏิบัติธรรม อย่างเข้มขันตลอดพรรษา และเพื่อรองรับสำหรับผู้ต้องการฝึกตนขั้นสูงสุด มีทั้งหมดจำนวน ๕ หลัง อยู่ด้านหลังอาคาร ๑๒ พรรษามหาราชา

๓.๓ ประวัติความเป็นมาศูนย์วิปัสสนายุวพุทธฯสวนประไพพรรณจังหวัดชุมพร (ศูนย์ ๓)

ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธฯสวนประไพพรรณ ได้ถือกำเนิดขึ้นจากกุศลจิตของ นางประไพไพฑูรย์ ที่ได้มอบที่ดินจำนวน ๒๕ ไร่ ณ ตำบลนากระตาม อ.ท่าแฉะ จ.ชุมพร ให้แก่ยุวพุทธิก

สมาคมฯ เมื่อพ.ศ.๒๕๔๕ โดยมี พันเอก(พิเศษ) ทองคำ ศรีโยธิน นายกิตติมศักดิ์ เป็นผู้รับมอบยูวพุทธได้พิจารณาเห็นว่าสาธุชนผู้สนใจการปฏิบัติตามแนวสติปัฏฐานสี่ ในหลักสูตรต่างๆที่สมาคมจัดขึ้น มากขึ้น จนศูนย์วิปัสสนาแห่งที่ ๑ และ ๒ ที่มีอยู่เดิมไม่สามารถรองรับต่อความต้องการสาธุชนได้ ยูวพุทธสมาคมจึงได้มีมติดำเนินการสร้างศูนย์วิปัสสนายูวพุทธฯ สวนประไพธรรม (ศูนย์ ๓) ขึ้น เพื่อรองรับผู้สนใจปฏิบัติธรรม ในภาคใต้ ทั้งเยาวชนและสาธุชนนิมิตใหม่ของ

สถานปฏิบัติธรรมของชาวภาคใต้ ที่สามารถเอื้ออำนวยแก่การปฏิบัติธรรม ศูนย์ปฏิบัติธรรมยูวพุทธฯ สวนประไพธรรม ได้ทำพิธีเปิดอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ ๑๘ มีนาคม ๒๕๔๕ โดย พระศรีสิทธิเมธี เป็นประธานฝ่ายสงฆ์ พล.ต.ต.สถาพร วิมุตตานนท์ อดีตอุปนายกยูวพุทธิกสมาคม เป็นประธานฝ่ายฆราวาส พร้อมด้วยคณะกรรมการ เจ้าหน้าที่ และแขกผู้มีเกียรติในพื้นที่จังหวัดชุมพรร่วมงานเป็นจำนวนมาก

๓.๔ นโยบายและพันธกิจของศูนย์วิปัสสนายูวพุทธฯ

๓.๔.๑ นโยบายของศูนย์วิปัสสนายูวพุทธฯ

ยูวพุทธิกสมาคมมีนโยบายในการดำเนินกิจการงานบริการและการเผยแผ่พุทธศาสนา เพื่อเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด คือ

“ เป็นองค์กรทางพระพุทธศาสนาที่บริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผู้นำในการเผยแผ่ พระพุทธศาสนาสู่เยาวชนและผู้สนใจเข้าร่วมศึกษาและปฏิบัติธรรมตาม พระไตรปิฎก (เถรวาท) โดยเน้นหลักวิปัสสนากรรมฐานตามแนวสติปัฏฐาน ๔ ให้เกิดศรัทธาและปัญญา เพื่อนำหลักธรรมมาใช้ในการดำเนินชีวิต พร้อมทั้งเข้าร่วมเผยแผ่พระพุทธศาสนา ให้กว้างขวางมั่นคงตลอดไป ”

๓.๔.๒ พันธกิจของยูวพุทธิกสมาคม

- ๑) สร้างศรัทธาและความพึงพอใจให้กับผู้เข้ารับการอบรมทั่วไป

- ๒) ปรับปรุงระบบการทำงานการบริหารจัดการสมาคมและการคัดเลือกบุคคลากร
- ๓) ขยายการเผยแผ่พุทธศาสนาสู่เยาวชนในหลายช่องทางมากขึ้น
- ๔) ปรับปรุงรูปแบบและขยายสาขา สร้างเครือข่ายองค์กรและบุคคลในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มคนที่กว้างขึ้น
- ๕) สร้างความมั่นคงให้องค์กรสามารถอยู่ได้ในระยะยาว

๓.๔.๓ ลักษณะเด่นของยุวพุทธิกสมาคม

- ๑) จัดทะเบียนเป็นยุวพุทธิกสมาคมแห่งแรกในประเทศไทย เมื่อวันที่ ๑๔ มิถุนายน ๒๔๙๓ ในเวลาต่อมาจึงมียุวพุทธิกสมาคมจังหวัดต่างๆ เกิดขึ้น
- ๒) ยุวพุทธ บริหารงานโดยคณะกรรมการบริหารและเจ้าหน้าที่ประจำ
- ๓) มีการบริหารจัดการ อย่างเป็นระบบ
- ๔) ยุวพุทธ เป็นผู้ริเริ่มหลักสูตรต่างๆ เช่น บรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน เป็นครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๐๕
- ๕) เป็นองค์กรสาธารณกุศล ที่มีศูนย์วิปัสสนากรรมฐานเปิดให้ผู้ประชาชนทั่วไป เข้าอบรม ปฏิบัติธรรม ทุกเดือนตลอดปี โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ เป็นเวลาร่วม ๒๐ ปี ยุวพุทธ

๓.๔.๔ หลักสูตรและโครงการฝึกอบรมของยุวพุทธิกสมาคม

ยุวพุทธิกสมาคม ได้จัดหลักสูตรปฏิบัติธรรมทั้งหลักสูตรระยะสั้น ๑ วัน, หลักสูตร ๒ วัน, หลักสูตร ๓ วัน, หลักสูตร ๘ วัน, หลักสูตร ๑๕ วัน หลักสูตร ๑ เดือน และหลักสูตร ๓ เดือน ให้บริการทุกเพศทุกวัย ทั้งเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สนใจสามารถเลือกเข้าอบรมปฏิบัติธรรมในโครงการต่างๆ ตามที่เวลาของตนจะอำนวย เช่น หลักสูตรการพัฒนาจิตให้เกิดปัญญาและสันติสุข หลักสูตรสำหรับบุคคลทั่วไปอายุตั้งแต่ ๑๕ ปีขึ้นไป หลักสูตรการเจริญสติ กำหนดรู้ปัจจุบันในชีวิต หลักสูตรจิตภาวนา เป็นต้น โดยมีพระวิปัสสนาสอนตลอดโครงการ ณ ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธ

นอกจากนี้ ยุวพุทธิกสมาคมได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริม พุทธศาสนาโดยประสานงานร่วมกับภาครัฐและเอกชนอันได้แก่ กระทรวงศึกษาธิการ กรมการศาสนา กระทรวง

วัฒนธรรม สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ฯลฯ มาเป็นเวลานานกว่า ๕๐ ปี สมาคมจึงเห็นความสำคัญของการถ่ายทอดธรรมไปสู่เยาวชนว่า ครูเป็นผู้มีบทบาทสำคัญยิ่งในการปลูกฝังคุณธรรมควบคู่ไปกับวิชาการ แต่ปัญหาที่พบก็คือ ครูผู้สอนพระพุทธศาสนาจำนวนมากยังขาดทักษะและยุทธศาสตร์ในการสอนเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้แก่เยาวชน รวมทั้งการขยายเครือข่ายออกไปทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการสอนพระพุทธศาสนา

วัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ มุ่งหมายเพื่อเพิ่มพูนพัฒนาความรู้ความเข้าใจในพระพุทธศาสนาให้แก่ครู อาจารย์ ในสถานศึกษาทั่วประเทศ ชมรมครูสอนพระพุทธศาสนาได้จัดโครงการต่างๆ เพื่อให้สามารถนำความรู้ไปถ่ายทอดปลูกฝังยังผู้เรียนให้เป็นพลเมืองดี มีเหตุผล ดำรงชีวิตอยู่อย่างพอเพียงในสังคมอย่างมีความสุข โดยนำหลักธรรมคำสั่งสอนมาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตขึ้น หรับครูผู้สอนพระพุทธศาสนาหลายรูปแบบ อาทิเช่น โครงการสัมมนาครูสอนพระพุทธศาสนา โครงการอบรมครูสอนพระพุทธศาสนาแบบบูรณาการ โครงการธรรมยาตรา นมัสการสังเวชนียสถาน ๔ ตำบล ประเทศอินเดีย - เนปาล โครงการธรรมสัญจรภายในประเทศ และโครงการอบรมการทำวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนพระพุทธศาสนา

โครงการธรรมยาตราทั้งภายในประเทศและนอกประเทศ อย่าง เช่น โครงการธรรมยาตรา ไหว้พระ ๕ วัด, โครงการแสงธรรมในงานเทียน (เป็นโครงการทัศนศึกษาเชิงวัฒนธรรมและปฏิบัติธรรมเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในมหามงคลเฉลิมพระชนพรรษา ๘๐ พรรษา), โครงการเที่ยวด้วย ธรรมด้วย รวยบุญ ณ ศูนย์วิปัสสนาพุทธฯ สวนประไพธรรม โดยใช้ช่วงเวลาในการเดินทางระหว่างวัน ไปและวันเดินทางกลับ นมัสการพระบรมสารีริกธาตุและไหว้พระ ชมสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ตามเส้นทางในหลักสูตรพัฒนาจิตพระภาสกร ภูริวาทโน และโครงการธรรมยาตรา ณ พุทธคยา - สารนาท ประเทศอินเดีย เป็นต้น

สรุปประวัติความเป็นมาของพุทธิกสมาคม

การส่งเสริมกิจกรรมในการเผยแผ่คำสอนและหลักปฏิบัติตามแนวทางพระพุทธศาสนาแต่อดีตนจนถึงปัจจุบัน มีสถาบันพระมหากษัตริย์ชื่อว่าทรงเป็นองค์ศาสนูปถัมภกเป็นหลักอันสูงสุดให้กับชาวพุทธมาแต่ครั้งสมัยพุทธกาล ประเทศไทยเริ่มตั้งแต่สมัยสุโขทัย อยุธยา ถึงกรุงธนบุรี ถึงปัจจุบัน รัชกาลพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภูมิพลอดุลยเดชมหาราชฯ ก็ทรงสร้าง

วัด สนับสนุนกิจการสงฆ์ในทุกๆ ด้าน เพื่อให้ผู้อยู่ภายใต้พระบรมโพธิสมภารของพระองค์ ได้รับธรรมคำสั่งสอนของพุทธศาสนา หวังเพื่อคนไทยจะได้เป็นคนดีมีปัญญา ให้คนดีคือคนส่วนมากของประเทศชาติ บ้านเมืองประเทศและโลกที่ทุกคนอยู่อาศัยจะสงบร่มเย็น ไม่เกิดปัญหาความวุ่นวายในชีวิตการเป็นอยู่ และเพื่อสืบสานพระพุทธศาสนาให้ยั่งยืนอยู่เป็นหลักฐานได้สืบต่อไป

นโยบายการส่งเสริมพุทธศาสนาของรัฐบาลคือสิ่งหนึ่งที่สนองราชโองการของพระมหากษัตริย์โดยสายงาน มีกระทรวงและกรมการต่างๆ เข้ามารับผิดชอบเป็นงานระดับนโยบายของชาติ เพื่อพัฒนาชีวิตและสังคม สนับสนุนการศึกษาเป็นไปเพื่อส่งเสริมศีลธรรมแก่เด็กและเยาวชน มีหน่วยงานที่เป็นองค์กรของศาสนา คือ มหาเถรสมาคมเป็นหลักในการส่งเสริมการศึกษาและการเผยแผ่ มีทั้งการสนับสนุนงบประมาณและบุคลากรให้กับส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นทำการเผยแผ่ทั้งภายในประเทศและส่งพระธรรมทูตไปเผยแผ่ยังต่างประเทศให้กับคนไทยและชาวต่างชาติสนใจศึกษาพุทธศาสนากัน จนประเทศไทยในปัจจุบัน ได้รับการเชิดชูนิยมในด้านพุทธศาสนาจากชาวต่างประเทศเป็นอันมาก มีชาวต่างชาติที่ศรัทธาและศึกษาหลักธรรมอย่างถ่องแท้แล้วมานับถือศาสนาพุทธก็มีแพร่หลายขึ้น

ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ คือ องค์กรที่ดำเนินกิจกรรมในรูปแบบของสมาคมการกุศลที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากจากที่ได้รับพระมหากรุณาธิคุณ โปรดเกล้าฯ ในวันที่ ๑๗ มีนาคม ๒๕๐๓ รับยุวพุทธิกสมาคมเข้าไว้ในพระบรมราชูปถัมภ์ สมาคมจึงได้ชื่อว่า "ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์" ใช้อักษรย่อ "ย.พ.ส." มีส่วนช่วยทำให้เกิดขวัญและกำลังใจเป็นอย่างสูงในการผลักดันให้งานเผยแผ่หลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนาเป็นไปด้วยความเข้มแข็งต่อเนื่องและยาวนาน มีหลักสูตรฝึกอบรมที่ครบถ้วนทั้งปรัยัติและปฏิบัติมากกว่า ๔๐ หลักสูตร/โครงการ ด้วยวิสัยทัศน์ หลักคุณธรรมความรู้และประสบการณ์ที่สูงของผู้นำองค์กรแต่อดีต คือ คุณบุญยง ว่องวานิช และในปัจจุบัน คือคุณอนุรุท ว่องวานิช ผู้สืบทอดเจตนารมมีการบริหารที่เป็นระบบและเป็นมืออาชีพพัฒนาปรับปรุงระบบการทำงานที่ชัดเจนมีคุณภาพอยู่เสมอ ประกอบกับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานที่มีความรู้สามารถและมีจิตใจศรัทธาในการทำงานที่มุ่งหวังการกุศลเป็นพื้นฐาน

บทที่ ๔

รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม

๔.๑ หลักการและวัตถุประสงค์

๔.๑.๑ วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม

วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม เพื่อที่จะใช้ในการสื่อสารให้
ได้รู้จักตัวองค์กร คือ ยุวพุทธิกสมาคม เพื่อความน่าเชื่อถือและน่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับกิจการงาน
กิจการการประกอบการของศูนย์ตลอดถึงสถานที่ตั้ง ซึ่งขณะนี้ยุวพุทธิกสมาคมมีสถานที่เปิดบริการ
ถึง ๓ แห่งเพื่อรองรับผู้ที่สนใจอย่างสะดวก ใกล้เคียงสถานที่ใดก็เลือกไปได้ตามสะดวก และด้วยความ
เป็นหน่วยงานด้านเผยแผ่ธรรมและธรรมปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จในหลายหลักสูตรหลาย ๆ
ด้าน การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้คนได้ทราบข้อมูลในแง่บวกเช่นนี้ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ที่
เป็นสื่อมวลชนได้ทำอย่างสม่ำเสมอ จึงสามารถช่วยเพิ่มพูนความเชื่อถือศรัทธาในองค์กรได้

หลักการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคมมีวัตถุประสงค์การดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์เพื่อบรรลุถึงเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยอาศัยทัศนคติการทำงานด้าน
ประชาสัมพันธ์ที่ยึดถือหลักปฏิบัติ ได้แก่

๑) การกระทำดี หมายถึงการประพฤติปฏิบัติที่ดีมีคุณธรรม สมควรแก่การเชื่อถือ
ศรัทธาและให้ความไว้วางใจแก่สาธารณชน การกระทำดีนั้นถือเป็นบันไดขั้นแรกที่จะทำให้
ประชาชนประจักษ์ ศรัทธา และยังเป็นพื้นฐานสำคัญส่งผลให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประสบ
ผลสำเร็จ เพราะหากยุวพุทธิกสมาคมมีพฤติกรรมปฏิบัติที่ไม่ดี ประชาชนย่อมจะเสื่อมศรัทธาใน
เวลาไม่ช้าตามลำดับ นอกจากนี้การปฏิบัติงานของยุวพุทธิกสมาคมจะต้องดำเนินไปด้วยการรักษา
ความดี มีความซื่อสัตย์ มีผลงาน ซึ่งควรค่าแก่การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบ
โดยทั่วไป

๒) สร้างความสนใจแก่ประชาชน การเผยแพร่ผลงานให้ประชาชนทราบตาม
แผนงานหรือโครงการที่กำหนดไว้ จะต้องมีเทคนิคหรือวิธีการสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นในหมู่
ประชาชน ให้ประชาชนหันมาสนใจในเรื่องหรือสิ่งที่ประสงค์จะสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เหนือ

สิ่งอื่นใดในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เพื่อสร้างความสนใจแก่ประชาชน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมมิได้คำนึงถึงประโยชน์ของยุวพุทธิกสมาคมเพียงฝ่ายเดียว

๓) ใช้เครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีการวางแผนในการใช้สื่อหรือเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์อย่างรัดกุมเหมาะสม รวมทั้งวิธีการและเทคนิคในการสื่อสารต่าง ๆ และคุณภาพของเครื่องมือสื่อสารนั้น ๆ ซึ่งในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ บางครั้งอาจต้องใช้มือหรือเครื่องมือประชาสัมพันธ์หลาย ๆ ประเภทประกอบกันไป เช่น การแถลงชี้แจงด้วยวาจา การใช้เอกสารสิ่งพิมพ์ การจัดนิทรรศการ และเหตุการณ์พิเศษ การใช้สื่อมวลชนช่วยแพร่กระจายข่าว เช่นวิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ^๑

เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการบริหารจากผู้ปฏิบัติงานพัฒนาระดับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร และจากประชาชน เป็นวัตถุประสงค์ที่สามารถทำให้เป็นจริงทุกคนให้ความร่วมมือหรือสามารถปฏิบัติได้จริง จากการศึกษาพบว่ายุวพุทธิกสมาคมมีหลักวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ใช้ว่า วัตถุประสงค์เป็นไปสมควรแก่การเชื่อถือศรัทธาและให้ความไว้วางใจที่คำนึงถึงด้านคุณธรรม การสื่อสารเผยแพร่ให้แก่สาธารณชนตามแผนงานหรือโครงการที่กำหนดไว้ นั้นคำนึงถึงผลประโยชน์โดยส่วนรวมใช้สื่อหรือเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เหมาะสม ถือได้ว่ายุวพุทธิกสมาคมมีการประชาสัมพันธ์ที่เป็นไปตามหลักการด้านวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ เป็นไปเพื่อสนับสนุนและทำให้องค์กรอยู่รอด ทำให้งานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และการเผยแพร่นโยบายเกี่ยวกับการพัฒนากระดับคุณภาพชีวิต สังคม และจิตใจของคน

๔.๑.๒ วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรม

เป็นการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหลักสูตรของยุวพุทธิกสมาคมให้กับสมาชิก สาธุชน และประชาชนทั่วไปได้ทราบข้อมูล ข่าวสาร ระเบียบวิธีการ การสื่อแจ้งข่าวสำหรับกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ที่มีการจัดขึ้นนอกเหนือจากหลักสูตรปกติ เช่น กิจกรรมวันสำคัญในทางพุทธศาสนา งานบุญเชิญชวนตักบาตรทำบุญพระสงฆ์บวชเข้าพรรษา และยุวพุทธิกสมาคม

^๑ ข้อมูลจากฝ่ายกิจกรรมโสต/ งานบริหาร/ ธุรกิจ/ งานยานยนต์ ศูนย์ปทุมธานี (ศูนย์ ๒)

มีพระบวชเข้าพรรษาทุก ๆ ปี นอกจากนี้สื่อในการประชาสัมพันธ์สามารถใช้ในการสื่อสาร แจ้งข่าวสารด้านอื่น ๆ ให้กับสมาชิกและผู้สนใจได้ทราบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงรายการรายละเอียด การเตรียมพร้อมของผู้ต้องการเข้าร่วมในโครงการ และเป็นการดำเนินการสื่อข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันมีความหลากหลายในการสื่อสารถึงผู้รับแบบต่าง ๆ ที่ได้ผลมากขึ้น เช่น ส่งข้อมูลผ่านทาง Email และ SMS เป็นต้น

๔.๒ การประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม

เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่มุ่งหมายที่วางไว้ ด้วยรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสม ประกอบกับใช้เครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมและหลากหลายทั้ง ในเนื้อหา รูปแบบ กลุ่มเป้าหมาย อย่างเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ซึ่งมีหลากหลายสถานีที่ทำมีรายการในช่วงเวลาต่าง ๆ มากมาย แต่ละรายการมีความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม อันมีผลต่อการจัดเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอเพื่อออกอากาศเผยแพร่ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ จึงเลือกสื่อเพื่อให้สื่อการประชาสัมพันธ์ได้ผลมากที่สุด ดังที่ผู้ให้ทัศนคติในการสัมภาษณ์ในงานวิจัยในครั้งนี้จากองค์การที่ประสบความสำเร็จจากการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ และกับกลุ่มสมาชิก โดยมีลำดับการศึกษาดังนี้

การศึกษาข้อมูลรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกำหนดการศึกษาที่มาจาก ๒ ส่วน แยกนำเสนอเป็นหัวข้อการสัมภาษณ์แต่ละหัวข้อบุคคลได้แก่ การสัมภาษณ์เจ้าอธิการผู้บริหารของสมาคม และจากการสัมภาษณ์เจ้าอธิการผู้เข้าปฏิบัติธรรม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม จากวัตถุประสงค์การวิจัยเรื่องหลักและวิธีการประชาสัมพันธ์ ในการเผยแพร่ธรรมทั้งปริยัติและปฏิบัติ ของยุวพุทธิกสมาคมที่มีหลักสูตรพัฒนาจิตงานเพื่อการเผยแผ่พุทธศาสนาและงานส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมแก่ประชาชนในสังคมมากกว่า ๔๐ หลักสูตร มีศูนย์วิปัสสนาทั้ง ๓ แห่ง การประชาสัมพันธ์เพื่อแจ้งข่าวสารให้ประชาชนและกลุ่มสมาชิกผู้สนใจปฏิบัติธรรมเหล่านี้ให้ทราบอย่างทั่วถึงกันเป็นเรื่องที่ยาก และถือในสถานะผู้ที่มีรูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์ การดำเนินกิจการในการเผยแผ่ธรรม ทำให้ปัจจุบัน ยุว

พุทธิกสมาคมสามารถจัดการดำเนินกิจกรรมการสอนธรรมและการอบรมปฏิบัติธรรมจนประสบความสำเร็จในโครงการหลักสูตรต่าง ๆ ได้

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล มีระดับผู้บริหารของยุวพุทธิกสมาคมจำนวนทั้งสิ้น ๕ ท่าน จากยุวพุทธิกสมาคม ทั้ง ๓ ศูนย์ เพื่อการสำรวจหลักวิธีการและรูปแบบที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดหัวข้อที่ใช้สัมภาษณ์ คือ

- ๑) วิธีการทำให้ประชาชนรู้จักยุวพุทธิกสมาคม
- ๒) วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม
- ๓) รูปแบบหรือช่องทาง (Channel) การประชาสัมพันธ์ของ ยุวพุทธิกสมาคม
- ๔) ข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์

๔.๒.๑ ศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์จากผู้บริหารยุวพุทธิกสมาคม

รายละเอียดการศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) รายบุคคล ส่วนของผู้บริหารยุวพุทธิกสมาคม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑. คุณดวงกมล สุวิชากุล ผู้อำนวยการบริหาร ยุวพุทธิกสมาคมสำนักงานใหญ่ (ศูนย์ ๑) ได้ให้สัมภาษณ์ถึงรูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์และหลักวิธีการทำให้ประชาชนรู้จักยุวพุทธิกสมาคมตามลำดับ คือ

ข้อ ๑) วิธีการทำให้ประชาชนรู้จัก ยุวพุทธิกสมาคม

การประชาสัมพันธ์ในช่วงต้นยังไม่เน้นให้ความสำคัญมากนัก มีการใช้สื่อที่เป็นสื่อบุคคลส่วนมากการส่งลูกหลานญาติพี่น้องมาอบรมปฏิบัติธรรมและการส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่พนักงานที่ทำงานในห้างร้านบริษัทเข้ามาฝึกอบรมปฏิบัติตามหลักสูตรต่าง ๆ โดยไม่มีการจำกัดเรื่องอายุและวัยของผู้สมัคร ทั้งการศึกษาปริยัติและปฏิบัติธรรม^๒

มาถึงยุคหลังมีการทำประชาสัมพันธ์เนวรุกมากขึ้น มีการจัดทำฐานข้อมูลต่าง ๆ ที่ครบครัน โดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการใช้การสอน เช่น หลักสูตรที่มีคนหลายๆ ใช้วิทยากรมากกว่า ๑ ท่านตามความสามารถของวิทยากรและสื่อ VDO โดยมีการสร้างในภาพลักษณ์การมากขึ้นดีขึ้น

^๒สัมภาษณ์ คุณดวงกมล สุวิชากุล, ผอ. บริหาร ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (ศูนย์ ๑), ๒๕ ส.ค. ๒๕๕๓.

เพื่อความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะแนวการสอนในเรื่องหลักสูตรปฏิบัติ ยุวพุทธิกสมาคมจะมีความสำคัญในเรื่องหลักวิธีที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือและความศรัทธามากกว่าจะ使人รู้จักเฉพาะหลักสูตรและกิจการของยุวพุทธิกสมาคม

ข้อ ๒) วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ ยุวพุทธิกสมาคมและหลักสูตรอบรม

๒.๑ วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ ในปัจจุบันยุวพุทธิกสมาคมมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องภาพพจน์และการเผยแพร่ธรรมคำสอนของพระพุทธองค์แบบกว้างไกลโดยไม่จำกัดกลุ่มบุคคล โดยเฉพาะเน้นในเรื่องสื่อเชิงรุกเชิงปฏิบัติมากกว่า แต่ก็มีข้อมูลในเรื่องปรีดียอยู่ด้วยโดยจัดทำเป็น DVD และอินเทอร์เน็ต เพื่อให้มีตลาดกว้างที่มากขึ้น

๒.๒ วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ หลักสูตร เพื่อสื่อให้ประชาชนทั่วไปจากสื่อใหม่ๆ ซึ่งก็มีแนวความคิดที่จะทำเป็นสื่อแนะนำหลักสูตรอย่างคร่าว ๆ ในการอธิบายรายละเอียดต่าง ๆ หรือประชาสัมพันธ์สำหรับกลุ่มสมาชิกเดิมให้รู้ข้อมูลรายละเอียด โดยจำนวนผู้ที่เข้ามาร่วมปฏิบัติมีเปอร์เซ็นต์ของผู้ที่ได้รับสื่อจากการแนะนำปากต่อปากประมาณที่ ๖๕ เปอร์เซ็นต์ นอกจากนั้นจะเป็นสื่อที่เป็นวารสารยุวพุทธสัมพันธ์ และสื่ออื่นๆ

ข้อ ๓) รูปแบบหรือช่องทาง (Channel) การประชาสัมพันธ์ของ ยุวพุทธิกสมาคม

การนำสื่อสมัยใหม่ต่าง ๆ มาใช้ เช่น Facebooks อีเมลล์ หรือ SMS ส่งให้กับกลุ่มสมาชิกล่วงหน้า (ประมาณ ๑ สัปดาห์) เป็นต้น ส่วนสื่อ TV เสรี และสื่อเคเบิล TV จะมีการทำเป็นวาระๆ ไป ขั้นตอนการทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับโครงการเดิมและโครงการใหม่มีขั้นตอนดำเนินการคือ เริ่มจากประธานโครงการดำเนินการเพื่อขออนุมัติโครงการกับกรรมการบริหาร ผ่านคณะกรรมการวิชาการจึงส่งกรรมการบริหารอนุมัติโครงการ หลังจากนั้นส่งให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานและคณะกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อเลือกเรื่องรายละเอียดที่จะต้องออกประชาสัมพันธ์ต่อไป

สื่อในการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีอยู่หลายสื่อด้วยกัน เช่น สื่อบุคคล หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสาร วารสารต่าง ๆ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสื่อสารทางเครือข่าย อินเทอร์เน็ตต่าง ๆ จึงต้องเข้าใจกลไกการเลือกสื่อให้เหมาะสมตามโอกาสและช่วงเวลาให้อำนวย ทั้งนี้เพื่อให้แผนการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิผลมากที่สุด นอกจากนี้ ในการเข้าถึงประชาชนกลุ่ม

ประชาชนเป้าหมายด้วยการเยี่ยมชมและเข้าถึงตัวบุคคลที่ต้องการติดต่อประชาสัมพันธ์ด้วย ยูวพุทธิกสมาคมมีการใช้สื่อเพื่อสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้แก่

๓.๑ สื่อบุคคล ในสังคมไทย “สื่อบุคคล” นับว่ามีความสำคัญมากต่อการโน้มน้าวทัศนคติของบุคคลไปจนถึงขั้นการยอมรับความคิดใหม่ สื่อบุคคลที่สำคัญที่สุดของ ยูวพุทธิกสมาคม โดยเฉพาะศูนย์ปทุมธานี ซึ่งมีการสำรวจโดยวิธีการสอบถาม พูดคุยของเจ้าหน้าที่และผู้บริหารกับผู้เข้าร่วมอบรมในโครงการต่าง ๆ เป็นการประชาสัมพันธ์โดยที่ผู้เคยเข้าร่วมอบรมบอกปากต่อปาก กับเพื่อนฝูงญาติพี่น้องหรือที่ทำงาน ดังที่ทราบกันอยู่แล้วว่าผู้มีประสบการณ์ตรง เปรียบดังเป็นผู้นำความคิด มีโอกาสของการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นและสังคมภายนอกมากกว่าบุคคลอื่น เพราะฉะนั้น ผู้ที่มีโอกาสได้รู้มาก เห็นมาก และมีประสบการณ์ย่อมมีโอกาสนำความคิดไปถ่ายทอดความคิดใหม่ๆ พร้อมกับถ่ายทอดทัศนคติของตัวเองที่ได้ยิน ไปให้ผู้อื่นได้ฟังด้วย เป็นการประมวลความคิด ความรู้สึกต่อปัญหาเรื่องราวนั้นอันมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงและผลการสะท้อนกลับของผู้ฟังอื่น

๓.๒ กองทุนเผยแผ่ธรรมะเป็นธรรมทาน

ยูวพุทธิกสมาคมเป็นแหล่งรวมธรรมอันมีค่าของพระวิปัสสนาจารย์ ผู้มีเมตตาสอนกรรมฐานในหลักสูตรต่างๆ ของสมาคม เพื่อการนำมาศึกษาปฏิบัติ เผยแผ่ และอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง เพื่อเป็นแรงทรัพย์สร้างแรงธรรมอย่างต่อเนื่องกองทุนเผยแผ่ธรรมะเป็นธรรมทาน คือแรงศรัทธาจากศิษย์ยานุศิษย์ และพุทธศาสนิกชนที่เข้าร่วมในโครงการของยูวพุทธิกฯ ด้วยการจัดตั้งกองทุนเผยแผ่ธรรมะเป็นธรรมทานขึ้น เพื่อเป็นทุนในการจัดหาอุปกรณ์ ผลิตวัสดุธรรมทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการอนุรักษ์และเผยแผ่ รายการ Audio CD, MP3, DVD และ VCD ธรรมต่าง ๆ

๓.๓ สื่อธรรมบรรยาย

ยูวพุทธิกสมาคมจัดทำสื่อธรรมะเพื่อเผยแพร่แก่สมาชิกและสำหรับสาธุชนผู้สนใจทั่วที่ต้องการธรรมบรรยายของพระวิปัสสนาจารย์ วิปัสสนาจารย์ ผู้ทรงคุณวุฒิในทางพุทธศาสนาไปฟังที่บ้าน ได้แก่

๓.๓.๑ สื่อธรรมบรรยาย MP3 ตัวอย่างเช่น

- ๑) ธรรมบรรยายเรื่อง “เรื่องของใจ” โดย รศ.ดร.นวลศิริ เปาโรหิตย์

- ๒) ธรรมบรรยายเรื่อง “โลกกับธรรม” โดย พระชาลัญชัย อธิปญฺโญ
- ๓) ธรรมบรรยายเรื่อง “กรรมนั้นสำคัญไฉน” โดย ดร.สนอง วรอุไร
- ๔) ธรรมบรรยายเรื่อง “พระอสีติมหาสาวก” โดย ดร.บรรจบ บรรณรุจิ
- ๕) ธรรมบรรยายเรื่อง “ความสุข..ไม่มีขึ้นปลาย” โดย พระภาสกร ภูริว

ฑุฒโน

๓.๓.๒ สื่อธรรมบรรยาย CD, VCD และ DVD เช่น

- ๑) เทศน์ลำดับญาณ ท่านเจ้าคุณโชดก ญาณสิทธิ
- ๒) ๓๑ ภพภูมิในพระพุทธศาสนา คุณวรากร ไรวา
- ๓) บุญกิริยาวัตถุ ๑๐ คุณฉัตรชัย สุจริตกุล
- ๔) เรื่องของใจ คุณอโณทัย เจียรสดาวงศ์
- ๕) ทางสวรรค์ พญ.สุมาลี นิมนานิตย์

๓.๔ โครงการอาสาสมัครเพื่อพระพุทธศาสนา

โครงการอาสาสมัครเพื่อพระพุทธศาสนา จัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ประสานความร่วมมือให้อาสาสมัครที่สามารถจัดสรรเวลา เข้ามาร่วมทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมพระพุทธศาสนาและกิจกรรมของ ยูวพุทธิกสมาคมด้วยแนวคิดที่ทุกคนมีเวลาว่างในชีวิตประจำวันอยู่จำนวนหนึ่ง หากปีนเวลานั้นมาช่วยเหลืองานเผยแผ่พระพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม ย่อมเป็นพลังเวลาที่มีคุณค่ามหาศาล ในการนำธรรมะในพระพุทธศาสนาให้แผ่ขยายฝังรากลึกในจิตใจของประชาชนคนไทย อันจะนำสันติสุขมาสู่สังคมไทย และเป็นการร่วมกันสืบทอดพระพุทธศาสนาให้คงอยู่คู่สังคมสืบไป

๓.๕ วารสารและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ได้แก่

๓.๕ วารสารยูวพุทธสัมพันธ์ ยูวพุทธิกสมาคมได้จัดพิมพ์เป็นเอกสารฉบับราย๓ เดือน เพื่อเผยแพร่พระธรรมและความรู้ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนงานกิจกรรม ความเคลื่อนไหวของสมาคม ให้สมาชิกและผู้สนใจทั่วไปได้รับทราบ คือ ประจำเดือน เดือนเดือนพฤศจิกายน - ม.ค. ฉบับเดือน ส.ค. - ต.ค. ฉบับเดือน พ.ค. - ก.ค. ฉบับ ที่เดือน ก.พ. - เม.ย. ฉบับเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม ๒๕๕๐ฉบับ ๖๓ เดือนสิงหาคม - ตุลาคม

๓.๕ แผ่นพับ ใบปลิว มีการจัดทำเป็นแผ่นพับ ใบปลิว สำหรับใช้ในการแนะนำตัว ยุวพุทธิกสมาคมกิจกรรมหลักสูตรต่าง ๆ ที่ดำเนินการและที่จะจัดขึ้นในแต่ละช่วง แต่ละโครงการ ตลอดจนใช้ในการแจ้งข่าวสาร บอกข่าวเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้จัดขึ้นในโอกาสต่าง ๆ โดยแจกจ่ายให้กันผู้เข้าร่วมอบรม และประชาชนผู้สนใจทั่วไป สถาบันต่าง ๆ ให้ได้ทราบในแต่ละศูนย์

๓.๖ รายการวิทยุ ยุวพุทธิกสมาคมจัดรายการวิทยุออกอากาศทางสถานีวิทยุ อส.พระราชวังดุสิต FM ๑๐๔ MHz. และ AM ๑๓๓๒ MHz. ทุกวันศุกร์ เวลา ๑๗.๑๕ - ๑๗.๔๕ น. ดำเนินรายการโดย รศ.ดร.วิไล เทียนรุ่งโรจน์ หนูนภักดี และคุณกาญจนา กรัณยประเสริฐ

๓.๗ สื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต (Website) ยุวพุทธิกสมาคมได้พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการดำเนินงานของสมาคมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตทาง URL WWW.YBAT.ORG เป็นอีกช่องทางหนึ่งซึ่งมีเนื้อหาและรายละเอียดส่วนต่างๆ เช่น การกระจายเสียงธรรมบรรยายของโครงการต่างๆ ที่จัดขึ้นในสมาคมให้ผู้สนใจรับฟังผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น และยังมีเนื้อหาสำคัญต่างมีหัวข้อหลักๆ แบ่งได้ดังนี้

ก. หลักสูตรสำหรับผู้ที่ยังไม่เคยปฏิบัติ จะเป็นหลักสูตรที่เป็นหลักสูตรพื้นฐานเช่นหลักสูตรคุณแม่สิริ, หลักสูตรเบื้องต้น อ.เรณู, หลักสูตรเบื้องต้นพระนวลจันทร์

ข. หลักสูตรสำหรับผู้ที่เคยปฏิบัติแล้ว จะเป็นหลักสูตรสำหรับต้องการพัฒนาตนเองไปขึ้นสูงสุดเหมาะสำหรับที่ผู้ผ่านการปฏิบัติมาแล้วอย่างน้อย ๑ ครั้ง

ค. หลักสูตรเด็กและเยาวชน กลุ่มเป้าหมายจะเป็นเยาวชน อายุตั้งแต่ ๗ - ๒๕ ปี โดยจะแยกตามกลุ่มอายุในการอบรม

ง. หลักสูตรครูและพระสงฆ์ สำหรับครูสอนวิชาพระพุทธศาสนาและหลักสูตรพระสงฆ์จำพรรษา

จ. หลักสูตรนักธุรกิจและนานาชาติ เป็นหลักสูตรสำหรับผู้บริหารที่มีเวลาน้อยในการปฏิบัติ และหลักสูตรสำหรับชาวไทย-ต่างชาติ (หลักสูตรดังกล่าวมีค่าลงทะเบียน)

การรับอาสาสมัครผ่านเว็บไซต์ ได้เปิดให้บริการตั้งแต่ช่วงกลางปี ๒๕๕๐ โครงการอาสาสมัครเพื่อพระพุทธศาสนา จึงจัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ประสานความร่วมมือให้อาสาสมัครที่สามารถจัดสรรเวลา เข้ามาร่วมทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมพระพุทธศาสนา และกิจกรรม

ของยุวพุทธฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้คนที่มีความรู้ความสามารถได้มีส่วนช่วยเหลือยุวพุทธฯ ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาและมีส่วนช่วยเหลือกิจกรรมสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ ตามความถนัดและความสนใจ และสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างอาสาสมัครและยุวพุทธฯ

ในหมวดกิจกรรมปฏิบัติธรรมนี้จะมีรายละเอียด เกี่ยวกับระเบียบการของแต่ละหลักสูตรนั้น ไบสมักรและวิธีการสมัครซึ่งมีความแตกต่างกัน รวมไปถึงตารางการปฏิบัติในแต่ละวัน ซึ่งสามารถอ่านได้ทางหน้าเว็บไซต์ หรือดาวน์โหลดไบสมักรเพื่อพิมพ์และสมัครทางไปรษณีย์ได้เช่นกันการรับสมัครปฏิบัติธรรมผ่านเว็บไซต์ เป็นอีกช่องทางหนึ่งสำหรับผู้สนใจปฏิบัติธรรมสามารถสมัครปฏิบัติธรรมผ่านเว็บเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งได้เปิดทำการตั้งแต่วันที่ ๗ มกราคม ๒๕๕๑ เป็นต้นมา จนถึงขณะนี้มีผู้สนใจสมัครปฏิบัติธรรมทางเว็บไซต์จำนวนมาก

๓.๘ มัลติมีเดียและสื่อธรรมผ่านเว็บไซต์

สมาคมได้ดำเนินการพัฒนางานในด้านระบบมัลติมีเดีย ยุวพุทธิกสมาคมอย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดกิจกรรมหลักสูตรต่าง ๆ หลายประเภท ซึ่งในแต่ละหลักสูตรจะมีพระวิปัสสนาจารย์ และวิทยากรผู้มีความรู้ทางธรรมมาบรรยายธรรม ที่ผ่านมาสมาคมได้พัฒนาเว็บไซต์ให้สามารถรับฟังธรรมบรรยายผ่านเว็บไซต์ได้ รวมถึงสามารถดาวน์โหลด MP3 ธรรมะจากเว็บไซต์ รวมถึงสามารถดาวน์โหลดวารสาร ยุวพุทธสัมพันธ์ เล่มต่าง ๆ ได้

๓.๙ นิทรรศการแสดงผลงานศิลปะเพื่อพระธรรม “ธรรมศิลป์ ศิลป์เพื่อธรรม”

ในโอกาสฉลอง ๖๐ ปี ยุวพุทธิกสมาคมด้วยการแสดงศักยภาพในการเป็นผู้นำในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อธรรมในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ศิลปะ ดนตรี ไอทีภาพถ่าย และสื่อวีดิทัศน์ จึงได้เริ่มโครงการ “ธรรมศิลป์ ศิลป์เพื่อธรรม” การจัดแสดงผลงานศิลปะเพื่อธรรมะ โดยศิลปินร่วมสมัยร่วมจัดแสดงในช่วงสัปดาห์วิสาขบูชาวันสำคัญของโลก มีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมการเผยแผ่พระพุทธศาสนาผ่านงานศิลปะร่วมสมัย เนื่องในโอกาสเฉลิมฉลอง ๖๐ ปี ยุวพุทธิกสมาคมและเพื่อหารายได้สมทบกิจกรรมส่งเสริมพระพุทธศาสนาสู่เยาวชนและสังคมไทย

ข้อ ๔) ข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์

ยุวพุทธิกสมาคมประกอบไปด้วยกลไกและปัจจัยหลายด้าน ซึ่งประกอบไปด้วยกรรมการบริหาร วิทยากร ผู้อุปถัมภ์ และส่วนเจ้าหน้าที่ จะต้องมีความพร้อมเพียงทำงาน

เป็นไปทางเดียวกันทั้ง ๔ ฝ่าย เป็นองการที่ผู้บริหารและหลายๆ ฝ่ายเข้ามาช่วยกันบริหารและสนับสนุนด้านต่าง ๆ ทำให้การเผยแพร่สามารถประสบความสำเร็จไปได้

การสร้างความสำเร็จให้เกิดขึ้นด้วยการมีปฏิปทาที่ดี มีอาคารสถานที่เรียบง่าย มีพระดี วิธีการดี ผู้นำเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกลที่จะพัฒนางานสอนและงานการบริหารจัดการที่ญาติโยมไปทำบุญที่วัด พระควรเน้นในด้านการเทศสอนธรรมให้กับประชาชนเป็นหลักแทนการให้คำบาลีอย่างเดียว ต้องประกอบไปด้วย คำสอนที่ดี, หลักสูตรที่ดี, การบริการที่ดี, สถานที่ปฏิบัติต้องเหมาะสม, มีความสัปปายะ, ความปลอดภัย, มีการแบ่งสัดส่วนที่ชัดเจน, จำนวนคนต้องไม่แออัดเกินไป ประกอบกับปฏิปทาของพระสงฆ์ที่น่าเลื่อมใส ดังนั้นหากพร้อมในสิ่งต่าง ๆ แล้วการประชาสัมพันธ์ก็ย่อมประสบความสำเร็จในการเผยแพร่ธรรมและดำเนินการโครงการต่าง ๆ ได้โดยไม่มียาก

๒. คุณพิมพ์พัทธ์ ชาญศรีสกุล รองผู้อำนวยการสายพัฒนา/ส่งเสริมและอุปถัมภ์ ยุวพุทธิกสมาคมสำนักงานใหญ่ (ศูนย์ ๑) ได้ให้คำสัมภาษณ์ถึง หลักวิธีการทำให้ประชาชนรู้จัก ยุวพุทธิกสมาคมโดยใช้รูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์ ดังนี้^๓

๑) การทำให้ประชาชนรู้จัก ยุวพุทธิกสมาคม

เริ่มตั้งแต่ ยุวพุทธิกสมาคมฯ ก่อตั้งขึ้นจากการชักชวนของกลุ่มผู้สนใจศึกษาศึกษาธรรมและร่วมกันปฏิบัติธรรมของสมาชิก ได้มีการขยายกลุ่มสมาชิกไปอย่างกว้างขวางมากขึ้น โดยอาศัยการบอกกันปากต่อปากหลังจากมีการตั้ง โรงเรียนวิถิปุทธขึ้น กิจกรรมในการส่งเสริมธรรมควบคู่ไปกับการเรียนการสอนปกติ ทำให้ผู้ปกครองนักเรียนและบุคคลทั่วไปมีความศรัทธาเชื่อมต่อยุวพุทธิกมากขึ้น ประกอบกับการที่ทาง ดร.บุญยงว่องวานิช นายกสมาคมในสมัยนั้น ได้มีส่วนช่วยในการแนะนำเพื่อนฝูง การประชาสัมพันธ์ในโอกาสต่าง ๆ มีการแถลงลงข่าวการให้สัมภาษณ์และงานสังคมทางธุรกิจบ้าง ตลอดถึงคณะกรรมการแต่ละท่านก็ช่วยกันคนละไม้คนละมือในการประชาสัมพันธ์หลักสูตร โครงการต่าง ๆ ด้วย

โครงการบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อนสำหรับเด็ก ถือเป็นอีกโครงการหนึ่งซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ทำให้เกิดการบอกต่อๆ กันของผู้ปกครองญาติพี่น้องที่ได้มาฟังธรรมและปฏิบัติ

^๓ สัมภาษณ์ คุณพิมพ์พัทธ์ ชาญศรีสกุล, รองผู้อำนวยการสายพัฒนา/ส่งเสริมและอุปถัมภ์ ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (ศูนย์ ๑), ๒๕ ส.ค. ๒๕๕๗.

ธรรมแล้วเกิดความเชื่อถือต่อยุวพุทธิกสมาคมฯ ได้ช่วยกันบอกต่อๆ กันไปยังเพื่อนฝูงญาติพี่น้อง ทำให้มีผู้รู้จักและเข้ามาศึกษาและปฏิบัติธรรมที่ยุวพุทธิกมากขึ้นตามลำดับจนมาถึงปัจจุบัน มีคนเข้ามามาก จนพื้นที่และจำนวนหลักสูตรไม่สามารถรองรับได้เพียงพอต่อความต้องการ

๒) วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ยุวพุทธิกสมาคมและหลักสูตรอบรม

๒.๑ วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ ยุวพุทธิกสมาคม

มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะสื่อสารเผยแพร่หลักธรรมคำสอนในทางพุทธศาสนาควบคู่ไปกับการสร้างชื่อเสียงของ ยุวพุทธิกสมาคมฯ ด้วย โดยเริ่มตั้งแต่ปี ๒๕๓๖ เป็นต้นมา ยุวพุทธิกสมาคมฯ มีการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมธรรมไปถึงหลักสูตรปฏิบัติวิปัสสนาอย่างจริงจังขึ้น โดยมีหลักสูตรปฏิบัติธรรมของ คุณแม่สิริ กรินชัย เป็นหลักสูตรแรกๆ และมีการเพิ่มหลักสูตรอีกหลายหลักสูตรในเวลาต่อมา เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของสมาชิกและประชาชนทั่วไป เนื่องจากที่ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ ยุวพุทธิกสมาคมฯ ที่มีมาโดยตลอด ทำให้ในปัจจุบันสำหรับศูนย์บางแห่งที่เดียวสามารถรองรับ โครงการต่าง ๆ เช่น โครงการจิตใสใจสบายได้ถึงจำนวน ๓๕๐๐ คน / ครั้ง ด้วยความพร้อมในด้านการใช้สื่อและอาคารสถานที่ๆ พร้อมในขณะนี้

๒.๒ วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ หลักสูตรอบรม

มีวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มสมาชิกและประชาชนทั่วไปได้รับทราบข้อมูลและเกิดความมั่นใจในหลักสูตร ความพร้อมและความน่าเชื่อถือในตัวผู้ให้การอบรม ตลอดจนสามารถทราบรายละเอียดหลักสูตรต่าง ๆ ที่สนใจล่วงหน้าและสามารถสมัครเข้ามาก่อนได้ล่วงหน้า ประมาณ ๓-๕ เดือน เพื่อให้เกิดความสะดวกและสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึงทั้งกลุ่มสมาชิกเก่าและประชาชนโดยทั่วไปอย่างทั่วถึงในหลักสูตรต่าง ๆ

๓) รูปแบบที่ใช้ในการสื่อประชาสัมพันธ์

มีสื่อที่เป็นสื่อเก่าได้แก่สื่อบุคคล สื่อวารสารยุวพุทธิกสัมพันธ์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่ออื่นๆ ที่ใช้ในปัจจุบัน รวมทั้งสื่อเชิงรุกที่ ยุวพุทธิกสมาคมฯ กำลังดำเนินการอยู่ในขณะนี้ ด้วยการมองการไกลของท่านนายกสมาคมฯ ให้ดำเนินโครงการ “แผ่นดินธรรมแผ่นดินไทย” มี

วัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มคนรุ่นใหม่และประชาชนทั่วไปได้มีความใกล้ชิดกับธรรมมากขึ้น ประกอบไปด้วย ๔ โครงการด้วยกัน คือ

๓.๑ โครงการนิทรรศการธรรมศิลป์ “ศิลปะเพื่อพระธรรม” คือ โดยใช้ภาพวาดในการสื่อเผยแผ่ มีการเชิญศิลปินส่งภาพเข้าร่วมและให้การนำเสนอผลงานภาพที่สื่อถึงธรรมในแง่มุมต่าง ๆ โดยมีการเชิญสื่อมวลชนมาถ่ายทำเพื่อประชาสัมพันธ์ด้วย

๓.๒ โครงการประกวดหนังสือ เรื่อง “พระในบ้าน” โดยมีกลุ่มเป้าหมายไปยังเด็กเยาวชน และประชาชนทั่วไป ทั้งที่มีความสนใจธรรมและที่ไม่ได้สนใจธรรม เพื่อให้เกิดการเรียนรู้การตื่นตัวให้กับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มคนรุ่นใหม่ เป็นการสื่อที่เรียกว่า การสื่อแบบ “ใช้สุนทรียศาสตร์สร้างศรัทธา” โดยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการ เขียนเรื่องสั้นขนาดยาว ๑ หน้ากระดาษ A4 แล้วนำมาคัดจากทั้งหมดให้เหลือเพียง ๑๐ เรื่อง ทำการสร้างเป็นหนังสือเพื่อใช้ในการเผยแผ่ไปยังเด็กเยาวชน และประชาชนทั่วไป

๓.๓ โครงการประกวดภาพถ่ายธรรม เป็นการถ่ายภาพที่มีเนื้อหาบริบทเป็นลักษณะภาพสื่อธรรม โดยเอาภาพถ่ายผสมผสานเข้ากับแนวความคิดที่สอดคล้องกับหลักธรรมคำสอนในเรื่องธรรม เรื่องคุณงามความดีเป็นหลัก

๓.๔ โครงการคอนเสิร์ตธรรม ของคุณมาลีวัลย์ เจริญมาและเพื่อน กำหนดวันเวลาคอนเสิร์ตในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๔ เพื่อหารายได้สมทบทุนให้แก่โครงการต่าง ๆ ของเยาวชนเผยแผ่ไปยังโรงเรียนในเครือข่ายกว่าพันโรง ตลอดถึงสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ

๔) ข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์

ยุทธวิธีทุกสมาคมฯ เป็นองค์กรที่มีการวางระบบด้านกิจกรรมและข้อมูลต่าง ๆ ไว้เป็นอย่างดี ทำให้การทำงานไม่ว่าด้านการบริหารจัดการ ตลอดจนถึงข้อมูลสนับสนุนที่จำเป็นสำคัญๆ ประกอบไปด้วยผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีกำลังทรัพยากรบุคคลและเทคโนโลยีที่พร้อมเพียง ทำให้ง่ายต่อการพัฒนาทั้งปัจจุบันและอนาคตอย่างรวดเร็วทันต่อการแข่งขันกับโลกภายนอก ตลอดถึงมีโครงสร้างที่ชัดเจน บุคลากรที่ทำงานด้วยใจรักเพราะงานที่ทำคืองานที่ต้องเสียสละเป็นการทำงานการกุศล

ความคิดเห็นในส่วนของวัดหรือสถานปฏิบัติธรรมที่จะทำในด้านประชาสัมพันธ์ นั้น อันดับแรกวัดต้องมีผู้นำที่วิสัยทัศน์เสียก่อน มีจุดเด่นที่ชัดเจนเสียก่อน เป็นนักเทศน์ก็ต้องใช้

จุดเด่นในการประชาสัมพันธ์ด้านการเทคนิควิทยากรรม ต้องเริ่มต้นที่จุดแข็งหาจุดแข็งให้เจอเพราะ หากไม่มีข้อเด่นในด้านใดด้านหนึ่งเป็นจุดเริ่มต้นแล้ว การประชาสัมพันธ์จะดีก็ไม่ใช่ประโยชน์ แล้วจึงค่อยๆ สร้างความเข้มแข็งในด้านวิชาการก่อนจึงค่อยสร้างคน สร้างเทคโนโลยี สร้างการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ แล้ว ความนิยมศรัทธาและกำลังสนับสนุนก็มาเอง

๓. **คุณปริษา แสนเขียว** หัวหน้าศูนย์ ยุวพุทธิกสมาคมเฉลิมพระเกียรติปทุมธานี (ศูนย์ ๒) ให้คำสัมภาษณ์ หลักวิธีการทำให้ประชาชนรู้จักยุวพุทธิกสมาคมโดยใช้รูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์ดังนี้^๔

ข้อที่ ๑) วิธีการทำให้ประชาชนรู้จัก ยุวพุทธิกสมาคม

การรับสื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรและโครงการต่าง ๆ จากการสอบถามพูดคุยกับกลุ่มผู้เข้ามาปฏิบัติธรรมและเข้าร่วมกิจกรรมโครงการในช่วงต่าง ๆ ในเรื่องการรับข่าวข้อมูลข่าวสารที่ผ่านมาจาก ศูนย์ยุวพุทธิกสมาคม(ศูนย์ปทุมธานี) ทำให้มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมหลักสูตรต่าง ๆ สามารถแบ่งสื่อการประชาสัมพันธ์ออกเป็น ๒ ส่วน คือ

๑.๑ สื่อบุคคล จากการสำรวจและทราบถึงผลและช่องทางในการได้รับข้อมูลข่าวสารนี้ สามารถประมาณจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการในช่องทางจากการบอกปากต่อปาก หรือสื่อบุคคลได้ว่า มีความสำคัญผลสูงมาก ใช้บุคลากร ความยุ่งยากในการสื่อสาร และมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำ เมื่อเทียบกับวิธีการขั้นตอนแบบอื่น

ด้วยเหตุที่สมาชิกเก่าและบุคคลทั่วไปได้รับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์จากหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะจากสื่อบุคคล สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะสื่อบุคคลที่มีการบอกกันปากต่อปากย่อมมีความน่าเชื่อถือมากกว่า เพราะการแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด หรือมีความรู้จักมักคุ้นกัน ย่อมเกิดสัมฤทธิ์ผลที่ง่ายกว่าการได้รับสื่อโดยทั่วไป ประกอบกับในปัจจุบันมีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตกันมาก สามารถเปิดอ่านได้ทุกเมื่อมีข้อมูลอธิบายได้หลายรูปแบบ และสามารถประชาสัมพันธ์เพื่อส่งข่าวสารข้อมูลได้ไกลไม่จำกัด ประกอบกับ ยุวพุทธิกสมาคมเป็นสมาคมที่มีชื่อเสียงด้านความร่วมมือในด้านการฝึกอบรมธรรมและการปฏิบัติ ธรรมค่อนข้างสูง ทำให้มีผู้คนคุ้นเคยและรู้จักเป็นอันมากขึ้นเป็นลำดับถึงปัจจุบัน

^๔สัมภาษณ์ คุณปริษา แสนเขียว, หน.ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธ ปทุมธานี (ศูนย์ ๒), ๒๐ ก.ค. ๒๕๕๑.

วิธีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร คือ ทางศูนย์ยูวพุทธิกสมาคม(ศูนย์ปทุมธานี) ได้กำหนดไว้ในวันสุดท้ายของแต่ละหลักสูตร โดยในวันนี้จะทำการประกาศบอกข่าวชี้แจง รายละเอียดกิจกรรมหลักสูตร โครงการต่าง ๆ ที่จะมีขึ้นภายในช่วงเวลาเวลาอันใกล้เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้อบรมปฏิบัติธรรมได้ทราบ และสามารถนำข่าวสารข้อมูลไปแนะนำบอกไปยังญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง และบุคคลอื่นที่สนใจ เพื่อได้ทราบและเข้ามาร่วมกิจกรรมกับทางยูวพุทธิกสมาคม ซึ่งผลจากการสำรวจนี้ไม่ได้มีการวัดผลเป็นตัวเลขแต่อย่างใด แต่พอจะคาดคะเนอย่างคร่าวๆ ได้ว่ามีจำนวนถึง ๕๐ เปอร์เซ็นต์โดยประมาณจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด

๑.๒ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อแผ่นพับ สื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บบไซต์, อีเมล) SMS และจากสื่ออื่นๆ ซึ่งมีเหตุผลมาจากที่ ยูวพุทธิกสมาคมซึ่งถือได้ว่าเป็นสมาคมที่มีชื่อเสียงในขณะนี้ ประกอบกับผลจากผู้ที่ปฏิบัติธรรมที่ต้องการอบรมต่อเนื่อง หลังจากผ่านการอบรมปฏิบัติระดับพื้นฐานมาจากศูนย์บางแค ที่อบรมในหลักสูตรพื้นฐานเป็นหลัก ทำให้ผู้อบรมต้องการปฏิบัติระดับสูงขึ้น ไปอีก (ระดับผู้ที่ผ่านการปฏิบัติหลักสูตรพื้นฐานมาก่อน ๑-๒ ครั้ง) จึงได้เขามาร่วมในหลักสูตรที่ศูนย์แห่งนี้ จำนวนโดยรวมสำหรับในส่วนของประชาสัมพันธ์ช่องทางที่สอง คือ มีจำนวนที่ผู้เข้าร่วมโครงการประมาณ ๕๐ เปอร์เซ็นต์ต่อผู้ที่เข้ามาในหลักสูตร โครงการทั้งหมด

ข้อที่ ๒) วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์องค์กรและหลักสูตรอบรม

๒.๑ วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ ยูวพุทธิกสมาคม

มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะสื่อสาร แจ้งข่าวเพื่อให้กลุ่มสมาชิกเก่า ประชาชน และสาธุชนทั่วไปได้ทราบและได้รู้จักตัวองค์กรคือ ยูวพุทธิกสมาคมให้รู้จักกิจการ งาน การประกอบกิจการของศูนย์ว่ามีความเป็นมาอย่างไร เป็นสถานที่ศึกษาปฏิบัติเป็นไปตามรูปแบบไหนอย่างไร บุคลากร สถานที่ ตำแหน่งที่ตั้ง ที่ประกอบกิจการ มีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจอย่างไร โดยสามารถรองรับการบริการได้ถึง ๓ แห่ง สำหรับผู้ที่มิที่อยู่ใกล้สถานที่ใดก็สามารถเลือกไปได้ตามสะดวกในการเดินทาง เพื่อให้ผู้คนที่ได้ทราบข้อมูลเพื่อความเชื่อถือศรัทธาเกิดขึ้นกับองค์กรด้วย

๒.๒ วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ หลักสูตรอบรม

เป็นการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหลักสูตรของ ยูวพุทธิกสมาคมให้กับสมาชิก สาธุชนและประชาชนทั่วไปได้ทราบข้อมูล ข่าวสาร ระเบียบวิธีการ การสื่อแจ้งข่าวสำหรับ

กิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ที่มีการจัดขึ้นนอกเหนือจากหลักสูตรปกติ เช่น กิจกรรมวันสำคัญในทางพุทธศาสนา งานบุญเชิญชวนตักบาตรทำบุญพระสงฆ์บวชเข้าพรรษา ซึ่งในปีนี้ ยุวพุทธสิกขามคม มีพระบวชเข้าพรรษาที่ศูนย์ปทุมธานีจำนวนถึง ๑๒ รูป นอกจากนี้สามารถใช้ในการสื่อสาร แจ้งข่าวสารด้านอื่นๆ ให้กับสมาชิกและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบเกี่ยวกับ การเปลี่ยนแปลงรายการรายละเอียดต่าง ๆ ของหลักสูตรอบรม การเตรียมพร้อมของผู้ต้องการเข้าร่วมใน โครงการ และเป็นการดำเนินการสื่อข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งอาจมีการใช้การสื่อสารทางโทรศัพท์ถึงผู้รับโดยตรง การส่ง SMS และการส่งข้อมูลผ่านทาง E mail เป็นต้น

ความสะดวกจากการใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรต่างนั้น ก็มีการอำนวยความสะดวกเมื่อผู้ที่ประสงค์จะติดต่อโดยตรงทางโทรศัพท์ในการสอบถามข้อมูลก็มีแจ้งไว้ และขั้นตอนการสมัครเข้าร่วมกิจกรรม ผู้ที่สนใจก็สามารถใช้แบบฟอร์มจากที่ศูนย์โดยตรง หรือใช้สื่อที่เป็นอินเทอร์เน็ตในการ Print และ เขียนใบสมัครส่งมายังยุวพุทธสิกขามคมได้

ข้อที่ ๓) รูปแบบที่ใช้ในการสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อในการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีอยู่หลายสื่อด้วยกัน เช่น สื่อบุคคล หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสาร วารสารต่าง ๆ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสื่อสารทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต่าง ๆ จึงต้องเข้าใจกลไกการเลือกสื่อให้เหมาะสมตามโอกาสและช่วงเวลาที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่แผนการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากที่สุด นอกจากนี้ ในการเข้าถึงประชาชนกลุ่มประชาชนเป้าหมายด้วยการเยี่ยมชมและเข้าถึงตัวบุคคลที่ต้องการติดต่อประชาสัมพันธ์ด้วย

นอกจากจะใช้การแจ้งบอกข่าวเกี่ยวกับหลักสูตรโครงการต่าง ๆ ที่จะมีขึ้นอีกในวันที่ยังจบหลักสูตรแล้ว ทางยุวพุทธสิกขามคมยังมีการให้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นแผ่นพับ ใบปลิว หนังสือ แผ่น CD, VCD และ DVD ธรรม ให้กับผู้ผ่านกิจกรรมการอบรมด้วยแล้วแต่กรณี และบางท่านที่ต้องการขอซื้อหนังสือ CD, VCD และ DVD ธรรม และ ธรรมปฏิบัติ ที่ทางศูนย์มีเตรียมไว้ก็สามารถรับการอำนวยความสะดวกได้ ซึ่งสื่อที่ช่วยเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ประชาสัมพันธ์สามารถใช้เป็นสิ่งทดแทนคำอธิบายที่ดีอีกสิ่งหนึ่ง และให้ความสะดวกในการฟังสำหรับคนที่ไม่มีเวลาสามารถเปิดฟังที่ใดก็ได้ ประกอบกับการแนะนำการพูดคุยกับผู้ที่เคยร่วมกิจกรรมผ่านมาแล้ว ความเชื่อใจในสถานะญาติ เพื่อนฝูงคนรู้จักที่แนะนำย่อมได้ผลที่สูงกว่าสื่ออื่น

ข้อที่ ๔) ข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์

สำหรับสำนักปฏิบัติที่ต้องการประชาสัมพันธ์หลักสูตรหรือโครงการฝึกอบรมที่ประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีความพร้อมพอสมควร ได้แก่

๔.๑ ความรู้ในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ บุคลากรควรมีความรู้ในการใช้สื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน มีความเข้าใจในเรื่องเทคนิค วิธีการและกระบวนการบ้าง เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือสื่อสาร เช่น ด้านคอมพิวเตอร์ โปรแกรมพื้นฐานด้านงานพิมพ์ รูปภาพต่าง ๆ ได้บ้าง หรือ การนำเสนอผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

๔.๒ บุคลากร คือ ผู้เป็นวิทยากร หรือพระวิปัสสนาจารย์ ที่มีคุณภาพ ต้องมีความรู้ มีข้อวัตรปฏิบัติ หากเป็นไปได้ควรเป็นผู้ที่มีคนเคารพนับถือหรือมีความโดดเด่นในเรื่องนั้นๆ สามารถสอนได้เป็นไปตามธรรม ตามคำสั่งสอนของพระไตรปิฎก เป็นต้น

๔.๓ สร้างความศรัทธาให้มาก มีบุคคลที่สนใจและมีความพร้อมที่จะเข้าร่วมอบรมปฏิบัติธรรม ในช่วงแรกๆ อาจมีจำนวนไม่มาก หากกลุ่มเป้าหมายมีความเชื่อถือความศรัทธาแล้วจะค่อยเพิ่มขึ้นมาเองโดยธรรมชาติ

๔. คุณวิวัฒน์ กุลนนท์ หัวหน้ากิจกรรม - โสต ยุวพุทธิกสมาคมเฉลิมพระเกียรติ ปทุมธานี (ศูนย์ ๒) ให้คำสัมภาษณ์ถึงหลักวิธีการทำให้ประชาชนรู้จัก ยุวพุทธิกสมาคมดังนี้^๕

ข้อที่ ๑) วิธีการทำให้ประชาชนรู้จัก ยุวพุทธิกสมาคม

ในทางปฏิบัติโดยทั่วไปแล้ว การประชาสัมพันธ์หน่วยงานหรือองค์การเพื่อให้เป็นการรู้จักของมวลชนนั้นเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างมาก เพื่อให้เกิดความคุ้นเคยในชื่อของหน่วยงานนั้นๆ เช่น จากสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต หรือจากการแนะนำปากต่อปากของสมาชิก ทำให้ทั้งคนเก่าและคนใหม่ได้รับรู้ข่าวสาร เป็นการแนะนำให้รู้ได้ทราบถึงกิจกรรมการดำเนินงานตลอดจนถึงบุคลากร ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ ตัวพระวิปัสสนาจารย์ หรือแนะนำวิทยากรที่น่าสนใจ เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือต่อโครงการและหลักสูตร

ในการรับสื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรและโครงการต่าง ๆ ของ ยุวพุทธิกสมาคมเพื่อให้ประชาชนได้ทราบและเข้าร่วมในหลักสูตรต่าง ๆ โดยวิธีการและรูปแบบต่าง ๆ สามารถแบ่งออกได้เป็น ๓ ทาง คือ

^๕ สัมภาษณ์ คุณวิวัฒน์ กุลนนท์, หน.กิจกรรมโสต/ งานบริหาร/ ธุรการ/ งานยานยนต์ ศูนย์วิปัสสนาฯ พุทธปทุมธานี (ศูนย์ ๒), ๒๐ ก.ค. ๒๕๕๑.

๑.๑ จากความต่อเนื่องขั้นพื้นฐานจาก ยุวพุทธิกสมาคมสำนักงานใหญ่ (ศูนย์บางแค) ซึ่งเป็นหลักสูตรขั้นเบื้องต้นส่วนใหญ่ ผู้ที่ต้องการเข้าปฏิบัติในหลักสูตรที่สูงขึ้น (หลักสูตรสำหรับผู้ที่เคยผ่านหลักสูตรพื้นฐานมาบ้างแล้ว มีความรู้ในขั้นตอนการปฏิบัติมาดีแล้ว) ก็จะมาเข้าอบรมปฏิบัติต่อกับ ยุวพุทธิกสมาคมศูนย์ปทุมธานี ซึ่งมีหลักสูตรสำหรับผู้เคยปฏิบัติเปิดอบรมอยู่หลายหลักสูตร ทำให้มีผู้ปฏิบัติกลุ่มนี้เข้ามาร่วมอบรมที่นี้อีกส่วนหนึ่ง คือ มีปริมาณผู้เข้าอบรมจำนวนประมาณ ๔๐ เปอร์เซ็นต์ของทั้งหมด

๑.๒ กลุ่มคนที่ได้รับข้อมูลข่าวหลักสูตร โครงการจากการบอกเล่าแนะนำต่อกัน ของผู้ที่กลับไปหลังจากได้ออกจากโครงการต่าง ๆ ของยุวพุทธิกสมาคมซึ่งมีการประกาศชี้แจงตอนหลังจบโครงการให้ทุกคนรับทราบด้วยสื่อและเอกสารต่าง ๆ ซึ่งมีจำนวนของสมาชิกกลุ่มนี้มากและได้ผลพอสมควร จำนวนประมาณ ๓๐ เปอร์เซ็นต์ของทั้งหมด

๑.๓ สื่ออื่นๆ ได้แก่ สื่อวิทยุ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะเกี่ยวกับสื่อวิทยุ มีใช้อยู่ ๒ คลื่นความถี่ คือ คลื่น AM และคลื่น FM ความประสบความสำเร็จในช่องทางนี้อาจมีไม่มากนัก เนื่องจากคลื่น FM ที่เป็นคลื่นหลักของ ยุวพุทธิกสมาคมในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรโครงการที่เป็นพิเศษ เช่น ในโครงการเทศกาล วันสำคัญทางพุทธศาสนาฯ ส่วนมากมักไม่ได้ผลนัก เพราะเป็นการใช้คลื่นความถี่ที่มีรบกวนในการส่งสารที่จำกัด เป็นบริเวณที่ได้ทราบการประชาสัมพันธ์ในบริเวณใกล้กับทางศูนย์ใหญ่เสียมากกว่า แต่สื่อที่เป็นอินเทอร์เน็ตก็เป็นเครื่องมือที่มีผลในการประชาสัมพันธ์มากกว่าสื่ออื่นๆ ในกลุ่มนี้ เพราะมีความกว้างและสะดวกกว่าสำหรับในปัจจุบันที่มีความเจริญในด้านเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างทั่วถึง จำนวนประมาณ ๓๐ เปอร์เซ็นต์ของทั้งหมด

ข้อที่ ๒) วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ องค์กรและหลักสูตรอบรม

การประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคมมีวัตถุประสงค์แบ่งเป็น ๒ ส่วน คือ

๒.๑ วัตถุประสงค์ในการบอกข่าวและแนะนำให้กลุ่มประชาชนได้รู้จัก ยุวพุทธิกสมาคมตลอดถึงเพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดในด้านการให้บริการ โดยเฉพาะในการเปิดให้บริการช่วงแรกๆ เป็นการสร้างความคุ้นเคย เกิดความน่าเลื่อมใสศรัทธาเกิดขึ้นกับองค์กรทำให้ผู้สนใจในหลักสูตร โครงการต่าง ๆ โทรเข้ามาติดต่อสอบถามข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีคนรู้แล้วต่อไปก็จะมีจำนวนผู้เข้ามาร่วมหลักสูตรต่าง ๆ มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

๒.๒ วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรม การประชาสัมพันธ์เพื่อแจ้งข่าวรายละเอียดของกิจกรรมที่เปิดให้บริการในช่วงต่าง ๆ ตลอดถึงกิจกรรมในโอกาสพิเศษอื่น นอกเหนือจากกิจกรรมโครงการตามตารางประจำเดือนของแต่ละศูนย์ จะได้ชี้แจงและให้ข้อมูลรายละเอียดกับผู้ที่สนใจเข้าอบรมปฏิบัติธรรมกับ ยูวพุทธิกสมาคมได้ เช่น มีรายละเอียดของวัน เวลา หลักสูตร จำนวนที่เปิดรับต่อหลักสูตร คุณสมบัติผู้ที่สามารถเข้าอบรมปฏิบัติธรรม ตลอดถึงบุคลากรประจำหลักสูตร ก็คือ ตัวผู้สอน ผู้บรรยาย หรือ พระวิปัสสนาจารย์ ซึ่งในบางท่านที่มีความสนใจ ได้มีการติดต่อกลับมายังศูนย์เพื่อสอบถามรายละเอียดต่าง ๆ เพิ่มเติม ตลอดถึงได้เข้ามาสอบถามรายละเอียดด้วยตนเองที่ศูนย์ด้วย

ข้อที่ ๓) รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์ปฏิบัติธรรมยูวพุทธฯ

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ยูวพุทธิกสมาคม มีการใช้สื่อเพื่อสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ อยู่หลายวิธีด้วยกัน เพื่อให้สามารถสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึงและมีความเหมาะสมกับสาธุชนและประชาชนทั่วไป สื่อและวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล, สื่อธรรมบรรยาย วารสารและสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ สื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต

ข้อที่ ๔) วิธีการประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์ปฏิบัติธรรมยูวพุทธฯ

การดำเนินการและขั้นตอนการทำงานในการปฏิบัติเพื่อผลิตสื่อ ยูวพุทธิกสมาคม ศูนย์ปฐมธานี มีการใช้สื่อเพื่อสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยที่มีทั้งที่เป็นการดำเนินการของทางศูนย์เอง และที่ส่งข้อมูลและดำเนินการให้โดยสำนักงานใหญ่ คือ ศูนย์บางแคเป็นผู้ดำเนินการออกสื่อแพร่กระจายไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ตามที่กำหนด มีรายละเอียด คือ

๔.๑. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทางศูนย์ปฐมธานีเป็นผู้ดำเนินการเอง คือ สื่อที่ใช้การประชาสัมพันธ์ที่เป็นการประกาศข้อมูลข่าวสารให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทราบ การดำเนินการก็จะทำโดยเจ้าหน้าที่พนักงานของทางศูนย์จะเป็นผู้ประชาสัมพันธ์โดยประกาศผ่านเครื่องขยายเสียง การตีประกาศ การใช้เอกสารแผ่นพับใบปลิว นอกจากนั้นก็จะมีการแจกและจำหน่ายหนังสือ CD และ DVD ให้กับผู้ที่มาปฏิบัติหรือมาร่วมโครงการด้วยเป็นต้น

๔.๒ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทางศูนย์บางแคเป็นผู้ดำเนินการให้ เป็นลักษณะที่เป็นสื่อประเภทที่มีการประชาสัมพันธ์ที่ทำงานเป็นประจำ มีเทคนิควิธีการที่สลับซับซ้อนมากขึ้น ได้แก่

สื่อต่าง ๆ ที่เป็นสื่อวิทยุ สื่ออินเทอร์เน็ต หรือเป็นหนังสือ วารสาร เป็นต้น ขั้นตอนวิธีการในการออกสื่อ มีกระบวนการขั้นตอนโดย แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ

(๑) หลักสูตร/โครงการเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา

คือหลักสูตรที่มีการดำเนินการเป็นประจำอยู่แล้ว การดำเนินการโดยเพียงแต่ขั้นตอนการประสานงานซึ่งอยู่ภายใต้การรับผิดชอบของประธาน โครงการนั้นๆ (ในทุกหลักสูตรจะมีประธาน โครงการเป็นผู้รับผิดชอบอยู่หนึ่งท่าน) เป็นการเตรียมการติดต่อประสานงานกับพระวิปัสสนาจารย์ วันเวลาและรายละเอียดที่เปลี่ยนแปลงในงานต่าง ๆ กับหัวหน้างานกิจกรรม โสตของ ศูนย์ยูวพุทธิกสมาคมปทุมธานี เพื่อดูรายละเอียดให้สอดคล้องกันและไม่ทับกันไม่เกิดปัญหาในการอบรมปฏิบัติในภายหลัง

(๒) โครงการใหม่ การทำโครงการหลักสูตรที่มีการนำเสนอเข้าผังตารางใหม่นั้น เป็นความรับผิดชอบในส่วนของประธาน โครงการในการติดต่อประสานงานกับพระวิปัสสนาจารย์ หรือวิทยากร หลังจากนั้นจึงประสานงานในรายละเอียดกับทางศูนย์ปฏิบัติมาคู่ช่วงเวลาที่เหมาะสมและรายละเอียดที่จำเป็นต่าง ๆ เพื่อลงในตารางหลักสูตร ซึ่งต้องพิจารณาถึงช่วงเวลาที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ที่จะเข้าร่วมโครงการด้วยว่าสอดคล้องเหมาะสมเป็น ไปได้เพียงใด จึงทำเป็นโครงการ หลังจากนั้นจึงส่งโครงการพร้อมรายละเอียดเข้าประชุมฝ่ายวิชาการที่ ศูนย์บางแค เพื่อทำการเสนอและอนุมัติโครงการเมื่อเห็นสมควร

นอกจากจะใช้การแจ้งบอกข่าวเกี่ยวกับหลักสูตร โครงการต่าง ๆ ทางยูวพุทธิกสมาคม ยังมีการให้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นแผ่นพับ ใบปลิว หนังสือ แผ่น CD, VCD และ DVD ธรรม ให้กับผู้ผ่านกิจกรรมการอบรมด้วยแล้วแต่กรณี และบางท่านที่ต้องการขอซื้อหนังสือ CD, VCD และ DVD ธรรม และ ธรรมปฏิบัติ ที่ทางศูนย์มีเตรียมไว้ก็สามารถรับการอำนวยความสะดวกได้ ซึ่งสื่อที่ช่วยเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ประชาสัมพันธ์สามารถใช้เป็นสิ่งทดแทนคำอธิบายที่ดีอีกสิ่งหนึ่ง คือ CD, VCD และ DVD ธรรม และเป็นสิ่งที่ให้ความสะดวกในการฟังสำหรับคนที่ไม่มีเวลามาอบรมปฏิบัติ สามารถให้ใครเปิดฟังที่บ้านก็ได้ เมื่อมีการได้เห็น ได้ฟังแล้ว ประกอบกับการแนะนำ การพูดคุยกับผู้ที่เคยร่วมกิจกรรมผ่านมาแล้ว ความเชื่อใจในสถานะญาติ เพื่อนฝูงคนรู้จักที่แนะนำย่อมได้ผลที่สูงกว่าการได้เห็น ได้อ่านจากสื่อต่าง ๆ มากกว่า หลายท่านที่มาเข้าร่วมกิจกรรมใน โอกาสต่อมาได้

๔.๓ วิธีการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนดำเนินการเริ่มจากผู้เป็นประธานโครงการสำรวจและสรุปโครงการนำเข้าไปประชุมฝ่ายวิชาการสำนักงานใหญ่ พร้อมรายงานปัญหาและสิ่งบกพร่องต่าง ๆ จากผลการดำเนินกิจกรรมที่ผ่านมาหากเป็นหลักสูตร โครงการเก่าแจ้งให้ที่ประชุมรับทราบทราบ ตลอดถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการ หลังจากนั้นจึงทำการเสนองบประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ หลังอนุมัติแล้วจึงนำมาลงในแผนหลักสูตร/โครงการ ซึ่งต้องสรุปผลก่อนลงแผนล่วงหน้าอย่างน้อย ๑ เดือนก่อนถึงวันกำหนดโครงการ เพื่อเข้าสู่การพิจารณาชนิดลักษณะสื่อที่จะใช้การประชาสัมพันธ์หลักสูตรตามความเหมาะสม และ ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อแจ้งให้สมาชิกและประชาชนทั่วไปได้ทราบกำหนดการต่าง ๆ ของโครงการต่อไป

ข้อที่ ๔) ข้อเสนอแนะงานประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์ ถือเป็นงานที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งในยุคสมัยนี้ กิจการเกือบทุกอย่างมีการนำการนำเสนอ การแนะนำองค์การ ตลอดถึงการนำเสนอสินค้าบริการที่ตนต้องการบอกให้สาธารณะชนให้รับทราบ ภายใต้การแข่งขันกันอย่างมา มีการลงทุนทั้งสื่อที่เป็นสื่อท้องถิ่น สื่อมวลชน จนถึงสื่อระดับที่เป็นสื่อระดับโลก ก็คือ การนำระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นสื่อที่ไม่มีขีดจำกัดมาใช้อย่างแพร่หลาย ทั้งภาครัฐ เอกชน และสถาบันศาสนา จนทำให้หลายๆ วัด หรือบางสำนัก เกิดมีชื่อเสียงและความรุ่งเรืองเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ละมีบางที่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จในการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยก็มีอยู่

หลักการประชาสัมพันธ์ที่ดี ต้องเสนอการประชาสัมพันธ์ภายใต้สิ่งที่เป็นจุดแข็ง จุดเด่นในกิจกรรมของตน จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีความรู้และเข้าใจถึงเรื่องต่าง ๆ ที่จำเป็น พอที่จะจำแนกออกได้ คือ

๔.๑ ขั้นตอนแรก ต้องมีบุคลากรที่มีความรู้มีความสามารถ ต้องมีเป็นทีมงาน มีการเปิดโอกาสให้กับผู้ที่มีความสามารถ ให้มีโอกาสได้ใช้ความถนัดในเรื่องของตนอย่างเต็มที่ และเป็นระบบ เพราะหากเรามีของที่ดี ผู้ที่ต้องการก็มีมากและมีจำนวนเพิ่มขึ้นได้ในภายหลัง

๔.๒ กิจกรรมต้องชัดเจน กิจกรรมที่ดีต้องเน้นให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ประชาสัมพันธ์แจ้งไว้ การดำเนินงานจริงๆ จะต้องไม่มีกิจกรรมอื่นมาปะปนให้มากเกินไป โดยเฉพาะในเรื่องงานปฏิบัติธรรมกับงานบวชบุญต้องระมัดระวังอย่างมาก อย่าให้เกิดความรู้สึกที่เสื่อมศรัทธาต่อผู้เป็นสมาชิก แต่หากว่าเขาเกิดประทับใจแล้ว โอกาสที่จะเกิดประโยชน์ในการ

ประชาสัมพันธ์ที่เป็นแบบปากต่อปากจะมีผลอย่างสูงของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในโอกาสต่อไป

๔.๓ การเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ต้องมีความหลากหลายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในการรับ-ส่งสารกัน อย่างวิทยุชุมชนก็มีส่วนที่จำเป็น แต่ขอบเขตอาจจะรัศมีจำกัด แต่เป็นสื่อที่ได้ผลและมีค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก ต้องใช้สื่อให้หลากหลาย โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตถือเป็นสิ่งที่โดดเด่นอีกสื่อหนึ่งสำหรับกลุ่มคนยุคปัจจุบันเนื่องจากมีความสะดวกในการสืบค้นและสามารถทำได้ตลอดเวลา

๔.๔ การจัดกิจกรรมอบรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนา ถือเป็นหนทางหนึ่งที่เกิดประโยชน์ในการเริ่มต้นที่ดีของหลักสูตรโครงการใหม่ๆ เช่น การจัดอบรมปฏิบัติธรรมในวันวิสาขบูชา เมื่อถึงวันวิสาขบูชาของทุกปีทุกคนก็จะรู้และเกิดการบอกกันปากต่อปาก ชักชวนกันมาปฏิบัติธรรมกันในช่วงวันหยุดได้ และทางวัดก็มีโอกาสที่จะประชาสัมพันธ์โครงการต่อไปให้รับทราบได้อีกในช่วงนั้น ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นที่มักประสบความสำเร็จหากมีการดำเนินกิจกรรมที่น่าเลื่อมใสและเกิดศรัทธาต่อผู้เข้าร่วมอบรมหรือปฏิบัติธรรม

๔.๕ สถานที่ต้องพร้อมและสะอาด หลายที่มีการลงทุนจัดเป็นสวนให้มีทิวทัศน์ มีภูมิทัศน์ที่งดงาม ปรับปรุงที่พัก ห้องน้ำต้องสะอาด โดยเฉพาะสำนักที่เป็นวัดต้องระมัดระวังในเรื่องสัตว์เลี้ยง ไม่ควรมี หรือหากมีควรจัดเป็นสัดส่วนให้อยู่ เพราะทำให้สถานที่ไม่สะอาด ผู้มาศึกษาปฏิบัติธรรมบางท่านอาจแพ้หรือไม่ชอบสัตว์เลี้ยงบางประเภท มีจำนวนและลักษณะที่เป็นสัดส่วน และเป็นส่วนตัวเท่าไรยังเป็นผลดีต่อผู้ปฏิบัติ และเป็นประโยชน์ต่อภาพพจน์ของศูนย์ปฏิบัติด้วย เพราะบนหลักแห่งพื้นฐานการเป็นอยู่ของคนย่อมแตกต่างกัน และที่สำคัญอีกอย่าง ทางศูนย์ปฏิบัติจะต้องมีกำหนดเป็นกฎระเบียบไว้คือ ระเบียบและข้อห้ามต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยต่อหมู่คณะ ไม่ว่าจะเป็นการใช้เสียงที่จะรบกวนผู้อื่น การใช้เครื่องมือสื่อสาร เวลานอน หรือการดูแลรับผิดชอบงานส่วนรวม เป็นต้น เพื่อให้เกิดความเรียบร้อยในกิจกรรมโครงการ

๕. พระคเชนทร์ สุนทรโร รับผิดชอบดูแลงานและกิจกรรม ยุวพุทธิกสมาคมศูนย์สวนประไพธรรม จ.ชุมพร (ศูนย์ ๑) อาคารสถานที่ที่สามารถรองรับผู้เข้าอบรมได้ไม่เกิน ๑๐๐ คน มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้^๖

ข้อที่ ๑) วิธีการประชาสัมพันธ์ ยุวพุทธิกสมาคมศูนย์สวนประไพธรรม มีการปฏิบัติที่ไม่ยุ่งยากนัก เนื่องจากมีกิจกรรมหลักสูตรอบรมปฏิบัติธรรมจำนวนไม่มาก การประชาสัมพันธ์ เช่น โครงการบรรพชาสามเณร (เยาวชนอายุ ๑๐-๑๕ ปี) มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในห้องถิ่นที่สามารถครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่สื่อวิทยุท้องถิ่น (FM ๙๗.๕) สถานีวิทยุพระพุทธศาสนาวัฒนาสร้าง อ.ท่าแซะ จังหวัดชุมพร และใช้สื่อป้ายประชาสัมพันธ์ Vinyl Inkjet สำหรับติดประกาศไว้ในเขตชุมชน ตลาด ในบริเวณตำบล และอำเภอใกล้เคียง ทำให้ประชาชนได้รู้จักโครงการ กิจกรรมของยุวพุทธิกสมาคมศูนย์สวนประไพธรรมขึ้น

ข้อที่ ๒) วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ ยุวพุทธิกสมาคมศูนย์สวนประไพธรรม จ.ชุมพร (ศูนย์ ๑) จ.ชุมพร เปิดรับกลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมในบริเวณอำเภอ และจังหวัดใกล้เคียงเป็นหลัก มีกลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมจำนวนไม่มากนัก มีหลักสูตรสำหรับกลุ่มนักเรียน เยาวชน และหลักสูตรสำหรับข้าราชการและประชาชนทั่วไปด้วยหลักสูตรอบรมปฏิบัติธรรมที่เหมาะสมกับผู้เข้าอบรม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของศูนย์ปฏิบัติธรรม ประกอบกับวิธีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมให้กับประชาชนทั่วไปได้ทราบข่าวสารรายละเอียดต่าง ๆ

ข้อที่ ๓) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ สามารถแยกออกได้เป็น ๒ ส่วนคือ

(๑) การประชาสัมพันธ์หลักสูตรที่มีในตารางประจำปี ขั้นตอนทำโดยการสื่อสารระหว่างโรงเรียนกับ ยุวพุทธิกสมาคมศูนย์สวนประไพธรรม เพื่อกำหนดตารางวันที่อบรมไว้ล่วงหน้าอย่างคร่าวๆ จึงส่งรายละเอียดตารางหลักสูตรให้กับ ยุวพุทธิกสมาคมสำนักงานใหญ่ เพื่อกำหนดลงในตารางหลักสูตรประจำปีเพื่อลงประชาสัมพันธ์ยังสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วารสารยุวพุทธสัมพันธ์ เป็นต้น เมื่อใกล้ถึงวันที่กำหนดวันอบรมจึงหากมีการเปลี่ยนแปลงกำหนดการอย่างไรก็จะประสานงานกันระหว่างโรงเรียนและยุวพุทธิกสมาคมศูนย์

^๖สัมภาษณ์ พระอาจารย์คเชนทร์ สุนทรโร, ผู้รับผิดชอบงานกิจกรรม-โสต ศูนย์สวนประไพธรรม (ศูนย์ ๑), ๓๐ ต.ค. ๒๕๕๓.

สวนประไพธรรม นอกจากนั้นก็จะเป็นการใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านแผ่นป้ายโฆษณาและวิทยุท้องถิ่น เพื่อแจ้งข่าวสารไปยังประชาชนในท้องถิ่นตำบล อำเภอใกล้เคียงได้รับทราบอีกทางหนึ่ง ผลสัมฤทธิ์จากการประชาสัมพันธ์จากวิธีการดำเนินการตามหลักสูตรฝึกอบรมในส่วนนี้ มีผลประมาณ ๗๐ เปอร์เซ็นต์ของผู้เข้าอบรมทั้งหมด

(๒) การประชาสัมพันธ์โดยใช้ “สื่อบุคคล” จากหลักสูตรอบรมปฏิบัติธรรมในโครงการที่ผ่านมา มีการบอกต่อกันแบบปากต่อปาก ดังเช่นเมื่อกลุ่มผู้ที่มาปฏิบัติธรรมหรือโครงการบรรพชาสามเณรซึ่ง พ่อแม่ผู้ปกครองตลอดถึงญาติๆ ที่ทราบ มีการรู้จักก็ได้ช่วยกันนำไปขยายบอกกันแบบปากต่อปาก ทำให้กลุ่มประชาชน โดยทั่วไปหน่วยงานราชการ (โรงพยาบาล) เป็นต้น ได้รับทราบและรู้จักศูนย์ปฏิบัติธรรมและโครงการกิจกรรมต่าง ๆ ได้อีกทางหนึ่ง ผลสัมฤทธิ์จากการประชาสัมพันธ์ในส่วนนี้ จากการดำเนินการที่ผ่านมาประมาณจำนวนผู้เข้าอบรมด้วยช่องทางนี้อยู่ที่ประมาณ ๗๐ เปอร์เซ็นต์จากผู้เข้าอบรมปฏิบัติธรรมทั้งหมด

ข้อที่ ๔) ข้อเสนอแนะ

รูปแบบการประชาสัมพันธ์และวิธีการปฏิบัติของศูนย์ปฏิบัติธรรมได้แก่

(๑) ในปัจจุบันควรให้ความสำคัญในการอบรมเรื่องภavana ให้มากขึ้น การจัดอบรมปฏิบัติธรรมประชนมีสนใจมาก สถานีวิทยุของวัดแต่วัดที่มีอยู่ในปัจจุบันควจใช้ในทางการเผยแพร่ให้มากขึ้นอย่างเหมาะสมกับประโยชน์ที่ควรจะได้

(๒) ควรเน้นการสอนการปฏิบัติมากกว่ากิจกรรมเรื่องทานเรื่องบุญ เพื่อให้เกิดประโยชน์กับพุทธบริษัทอย่างจริงๆ ให้ทุกคนรู้จักไม่ประมาทในชีวิต ตามแนวทางพระพุทธศาสนา และเพื่อความมั่นคงในการสืบต่อพระพุทธศาสนาต่อไปได้

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้บริหารแบบเชิงลึก (Indepth Interview) ข้อมูลจากฝ่ายบริหาร สามารถสรุปเป็นตารางแยกเป็นรายละเอียดข้อมูลและความคิดเห็นเป็นหัวข้อๆ แต่ละท่านได้ดังตารางที่ ๔.๑ คือ

ตารางที่ ๔.๑ สรุปรูปแบบและวิธีการการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม

ผู้ให้ข้อมูล	วิธีการ	วัตถุประสงค์	ช่องทาง	ข้อเสนอแนะ
๑) คุณดวงกมล	- สื่อบุคคล (สื่อที่	- เพื่อเสนอภาพพจน์ที่	- จากการบอกต่อ	- การทำงานของ

<p>สุวิชากุล</p> <p>ผอ.การบริหาร ยุวพุทธิกสมา คมสำนักงาน- ใหญ่</p>	<p>ใช้แต่อดีจนถึง ปัจจุบัน)</p> <p>- สื่อสมัยใหม่ (เทคโนโลยีสมัย ใหม่ เริ่มนำมาใช้ ปี ๒๕๓๓)</p> <p>- สื่อเชิงรุก (การ ประชาสัมพันธ์ ยุคปัจจุบัน)</p>	<p>ดีแก่องค์กร</p> <p>- เพื่อเสนอความรู้หลัก คำสอนพุทธศาสนาให้ กว้างขวางมากขึ้น</p> <p>- ให้สมาชิกและประชา ชนทั่วไปได้ทราบข้อ มูลหลักสูตรต่างๆ</p> <p>- ให้ประชาชนทั่วไป สามารถศึกษาหลักการ สอนปฏิบัติธรรมแต่ละ หลักสูตรได้ด้วยสื่อ อินเทอร์เน็ต</p>	<p>ปากต่อปาก</p> <p>- สื่อธรรมบรรยาย MP3, CD, VCD, DVD</p> <p>- แจกสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิว และหนังสือ</p> <p>- รั บ ส ม า ชิ ก วารสารยุวพุทธ สัมพันธ์</p> <p>- วิ ท ยุ แล ะ วิ ท ยุ โ ท ร ท ั ศ น ์ (สำหรับวาระ สำคัญ)</p> <p>- สื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์</p> <p>- โครงการ “ธรรม ศิลป์ ศิลปะเพื่อ ธรรม”</p>	<p>องค์กรต้องประ กอบด้วยหลายๆ ส่วนที่มีความ พร้อมเพรียงกัน</p> <p>- วั ด ต ็ อ ง ส รั ้ า ง ศรัทธาให้เกิดกับ ประชาชนก่อน</p> <p>- ผู้ นำ ต ็ อ ง มี วิ ส ย ทัศน์ที่กว้างไกล ทันสมัย</p> <p>- มีความพร้อมใน คำสอนมีความ ส ั ป ป า ย ะ หลักสูตรที่ดีจึง ประชาสัมพันธ์ หลักสูตร โครงการ</p>
<p>๒) คุณพิมพ์ พัณธุ์ หาญศรี สกุล รองผู้อำนวยการ พัฒนา/ ส่งเสริมและ อุปถัมภ์ ยุว</p>	<p>- สื่อบุคคล (สื่อที่ ใช้แต่อดีจนถึง ปัจจุบัน)</p> <p>- โครงการสื่อเชิง รุกคือการประ ชาสัมพันธ์ยุค ปัจจุบัน</p>	<p>- เพื่อเผยแพร่หลักธรรม ควบคู่กับการสร้าง ชื่อเสียงขององค์กร</p> <p>- สร้างความเชื่อถือ ให้กับองค์กร</p> <p>- ให้ประชาชนได้ทราบ รายละเอียดหลักสูตรอ</p>	<p>- จากการบอกต่อๆ ของเพื่อนๆ ญาติ มิตร</p> <p>- โครงการ “แผ่น ดินธรรมแผ่นดิน ไทย” ประกอบ ด้วย ๑) นิทรรศ</p>	<p>- ยุวพุทธฯ มีการ จัดการเอกสาร ข้อมูลที่ดี บุคคล และเทคโนโลยีที่ พร้อม</p> <p>- ผู้ นำ ต ็ อ ง มี วิ ส ย ทัศน์ดีก่อน ใช้ จุดเด่นที่มีมาใช้</p>

พุทธิกสมาคม สำนักงาน ใหญ่		อย่างทั่วถึง	การธรรมศิลป์ ๒) ประกวดหนังสือ ๓) ประกวดภาพ ถ่ายธรรม ๔) คอน เสิร์ตธรรมะ	เป็น หลัก และ สร้างคนสร้าง งานประชาสัม พันธ์ให้มีประ สิทธิภาพความ ศรัทธาได้ไม่ยาก
๓) คุณปริษา แสนเขียว หน.ศูนย์วิ ปัส สนายุวพุทธ ปทุมธานี (ศูนย์ ๒)	- สื่อบุคคล - สื่อวารสาร - สื่ออินเทอร์เน็ต - SMS - Email - แผ่นพับ/ใบปลิว	- เพื่อให้ประชาชน ทั่วไปได้รู้จักองค์กร - ให้ทุกคนทราบ ข้อมูลหลักสูตรอบรม ต่างๆ - ให้ทราบกิจกรรม ต่างๆ นอกเหนือจาก หลักสูตรปกติใน ตารางอบรมประจำปี - ให้ทราบข่าวสารการ เปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับผู้รับ	- การเขียนเขียน สมาชิก - ส่งข้อความผ่าน โทรศัพท์มือถือ - แจกเอกสาร แผ่นพับ/ใบปลิว ในวันจบโครงการ - ส่งใช้นิตยสารยุว พุทธสัมพันธ์ให้ มีจำหน่ายและ แจกสื่อธรรม MP3, VCD, DVD ในวันจบโครงการ	- ความสำเร็จการ ประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ๑) มีความรู้ด้าน ประชาสัมพันธ์ ๒) หลักสูตรและ วิทยากรมีคุณภาพ ๓) สร้างความ ศรัทธาให้มาก ความสนใจผู้ ปฏิบัติจะมีมาเอง ภายหลัง
๔) คุณวิวัฒน์ กุลนนท์ หน.กิจกรรม โสต/งาน บริหาร/ ธุรการ/งาน ยานยนต์ ศูนย์ ปทุมธานี	- สื่อบุคคล - สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ - จดหมายเวียน (สำหรับสมาชิก) - สื่ออินเทอร์เน็ต - การใช้หลัก สูตรที่ต่อเนื่อง	- เพื่อแนะนำให้ประ ชาชนได้รู้จักองค์กร - ให้ทราบรายละเอียด โครงการและการ ให้บริการอบรมของ ศูนย์ - สร้างความคุ้นเคย และความน่าเชื่อถือ	- การประชาสัมพันธ์ ผ่านข่าวและข้อ มูลให้กับผู้เข้าใน วันสุดท้ายการ อบรม - แจกแผ่นพับใบ ปลิวให้ผู้เข้า อบรมทราบข่าว	- การประชาสัมพันธ์ ผ่านสมัยปัจจุบัน ต้องใช้สื่อที่ทันสมัย มาใช้ - วัดต้องมีการประ ชาสัมพันธ์ในจุด แข็งของตัวเอง เป็นเรื่องหลัก

(ศูนย์ ๒)	<p>กัน จาก ศูนย์ สำนักงานใหญ่ ไปยังศูนย์วิปัสสนาในเครือข่าย</p>	<p>จากการให้ข้อมูลที่นำเชื่อถือ ได้ทราบถึงข่าวสารโครงการต่าง ๆ เพิ่มเติมจากตารางหลักสูตรปกติ</p> <p>- การนำเสนอบุคลากรและวิทยากรที่มีชื่อเสียงทำให้เกิดความสนใจกับผู้ที่เลื่อมใสตัววิทยากร</p>	<p>สาร</p> <p>- สำนักงานใหญ่ เป็นสื่อกลางในการออกสื่อวารสาร, อินเทอร์เน็ต, สื่อธรรมบรรยายต่าง ๆ, การใช้ระบบหลักสูตรที่ต่อเนื่องกัน</p>	<p>- ต้องมีบุคลากรและทีมงานที่พร้อมและมีระบบงานที่ดี</p> <p>- กิจกรรมต้องชัดเจนว่าเป็นงานบุญหรืองานปฏิบัติธรรม</p> <p>- ใช้สื่อที่เหมาะสมกับเป้าหมายและหลากหลาย</p> <p>- วันสำคัญทางศาสนาจะมีผลดีต่อประชาสัมพันธ์</p>
<p>๕) พระอาจารย์คเชนทร์ สุนทร ผู้รับผิดชอบงานกิจกรรม-โสต ศูนย์ สวนประไพธรรม จ.ชุมพร (ศูนย์ ๓)</p>	<p>- สื่อบุคคล</p> <p>- ป้ายประกาศ</p> <p>- วิทยุชุมชน</p> <p>- อินเทอร์เน็ต Website</p>	<p>- เพื่อให้ประชาชนในเขตตำบล อำเภอใกล้เคียงได้ทราบและรู้จักกิจกรรมการให้บริการของยุวพุทธิกสมาคม</p> <p>- ให้ทราบถึงรายละเอียดหลักสูตรอบรมและกิจกรรมที่จัดขึ้นประจำเดือน</p>	<p>- ใช้ป้ายประกาศ (แผ่น Vinyl Inkjet) ติดประกาศในเขตชุมชนตำบลและอำเภอใกล้เคียง</p> <p>- ให้วิทยุท้องถิ่นวิทยุพระพุทธศาสนา FM ๕๗.๕ เป็นผู้ประกาศในวันใกล้ถึงกำหนด</p>	<p>- เสนอให้มีใช้งานประชาสัมพันธ์มากกว่านี้</p> <p>- ปัจจุบันควรส่งเสริมงานภาวนามากขึ้นเพราะยังมีประชาชนสนใจอีกมากมาย</p> <p>- หลักการสอนการให้ธรรมะวัดควรให้กับชุมชนมากกว่าเรื่องงานบุญอย่างปัจจุบัน</p> <p>- ควรใช้สถานีวิทยุ</p>

			- กำหนดตาราง อบรมประจำปี ให้กับสำนักงาน ใหญ่	ของวัดที่มีอยู่หลาย ที่นำเสนอธรรมให้ คุ้มค่ากับโอกาสมี อยู่
--	--	--	---	--

จากตาราง ที่ ๔.๑ รูปแบบและการประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในงานสื่อสารและการเผยแพร่ของยุวพุทธิกสมาคม สามารถเรียงตามลำดับความสำคัญของสื่อได้ตามลำดับดังต่อไปนี้ คือ

๑) **สื่อบุคคล** มีลำดับความสำคัญมากที่สุด คือ จากการบรรยายสรุปชี้แจงให้ผู้ฟังมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหลักสูตร โครงการต่าง ๆ ในวันที่จบโครงการ ทำให้ผู้ผ่านการอบรมในแต่ละรุ่นแต่ละได้ทราบข้อมูลและสามารถนำไปเผยแพร่ หรือบอกต่อให้กับผู้อื่นได้ เกิดผลเป็นสื่อบุคคลจากการแนะนำชักชวน และการบอกปากต่อปากของผู้ที่เป็นสมาชิกและผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมหลักสูตรฝึกอบรมต่าง ๆ รวมถึงมีความประทับใจในโครงการหลักสูตร ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ ส่งผลให้มีการประชาสัมพันธ์บอกต่อแบบปากต่อปากออกไปอย่างกว้างขวาง

๒) **สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ** มีลำดับความสำคัญอันดับที่ ๒ คือ วารสารยุวพุทธสัมพันธ์ จดหมายเวียน ทำให้สมาชิกได้ทราบข้อมูลข่าวสารได้ทั่วถึง

๓) **สื่ออินเทอร์เน็ต** มีลำดับความสำคัญอันดับที่ ๓ เป็นสื่อที่มีความรวดเร็ว กว้างไกล และสะดวกต่อการรับ-ส่งข้อมูลอย่างไม่จำกัด มีข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ ยุวพุทธและโครงการหลักสูตรที่เกือบครบถ้วนทุกประการ

๔) **สื่ออื่นๆ** มีลำดับความสำคัญอันดับที่ ๔ ได้แก่ สื่อวิทยุ ข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือ และการประชาสัมพันธ์แบบเชิงรุก เช่น โครงการ “แผ่นดินธรรมแผ่นดินไทย” เป็นต้น เป็นสื่อที่เข้ามาช่วยกระจายข่าวสารและชวนเสริมประสิทธิภาพการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง

๔.๒.๒ สรุปรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ในส่วนผู้บริหาร

สื่อประชาสัมพันธ์ที่มุ่งผลประโยชน์ของ องค์การและประโยชน์ต่อประชาชน สังคมเป็นหลักของยุวพุทธิกสมาคม สามารถนำไปพิจารณาหลักแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดทฤษฎีด้านการสื่อสารได้เป็นลำดับดังต่อไปนี้

๑) มองด้านหลักการสื่อสารและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

ยูวพุทธิกสมาคมมีหลักการสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องตามหลักทฤษฎีการสื่อสาร เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกลุ่ม โดยใช้สัญลักษณ์ สัญลักษณ์ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน มีการไหลของสารสองแบบ คือ การไหลทางเดียว (One way Communication) ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชนิดต่าง ๆ เช่น การอบรมสัมมนา วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ แผ่นพับ และ วารสารยูวพุทธิกสัมพันธ์ฯ ส่งให้กับสมาชิกและกับกลุ่มเป้าหมายทั่วไป และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบที่มีการไหลของสารในลักษณะสองทาง (Two Ways Communication) ที่เห็นชัดเจน คือ การวัดผลจากแบบสอบถามหลังการอบรม และการจัดนิทรรศการแสดงผลงานศิลปะในโอกาสครบ ๖๐ ปี ยูวพุทธิกสมาคมฯ โดยมีการจัดเสวนา “ธรรมศิลป์... ศิลปะเพื่อพระธรรม” ทุกวันอาทิตย์ ๙ สัปดาห์ เป็นต้น^๓

๒) มองด้านหลักวิธีการประชาสัมพันธ์ (Kap survey)

ยูวพุทธิกใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรเป็นไปตามหลักวิธีการประชาสัมพันธ์ ในการให้ความรู้ ทศนคติ และการปฏิบัติ (Kap survey) การทำให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใส และเกิดความศรัทธาให้การสนับสนุนองค์กร และ การสร้างภาพพจน์ชื่อเสียงให้กับหน่วยงาน ด้วยการใช้อสื่อ ที่หลากหลายในการสร้างการรับรู้และมีอิทธิพลด้านความคิดตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ การใช้คำพูด ตี่บุคคล การใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ ตี่หนังสือพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ต การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ และสื่อเชิงรุก เป็นต้น

ในการประชาสัมพันธ์ภายในเพื่อเป็นขวัญกำลังใจของคนในองค์กร ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดความสามัคคีและให้คนทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ จากการศึกษาดังกล่าวยังไม่พบหลักและนโยบายอย่างชัดเจน มีการประชาสัมพันธ์ภายในที่มีการกระทำกันตามปกติอยู่แล้วเพียงแต่ยังไม่ได้ระบุขั้นตอนที่ชัดเจนลงไปในรายละเอียดวิธีปฏิบัติ

๓) ด้านการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

^๓ หนังสือ ๖๐ปียูวพุทธิกฯ โครงการแผ่นดินธรรมแผ่นดินไทย และ ธรรมศิลป์... ศิลปะเพื่อพระธรรม ,หน้าที่ ๗.

เพื่อประเมินผลการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ได้สะท้อนข้อมูลย้อนกลับในสายตาประชาชนว่ามีผลดีหรือเกิดผลกระทบต่องค์กรหน่วยงานอย่างไร ควรจะดำเนินการไปในทางทิศใดและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างไรให้มีประสิทธิภาพที่สุด ตลอดจนทำให้สามารถสืบทราบและเปิดเผยความจริงข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงาน การแก้ปัญหา สิ่งที่มีผลต่อภาพพจน์และการยอมรับนับถือที่ประชาชนเคยมีอยู่เดิม การวิเคราะห์ความคุ้มค่า คำนวณค่าหรือไม่กับการลงทุนด้านเวลา ทรัพยากรและสติปัญญาที่ใช้, ให้ทราบว่าสื่อได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มนอกเป้าหมาย, การศึกษาความสนใจของผู้อ่าน (Reader-Interest Study) และการประเมินความยากง่ายของข่าวสารและรูปแบบของภาษาที่ใช้ประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาอุวพุทธิกสมาคมมีการวัดผลประเมินผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้ทำการวัดจากการให้ผู้เข้าอบรมกรอกแบบสอบถามถึงผลและข้อเสนอแนะจากการอบรมและ เป็นข้อมูลที่สอบถามถึงชนิดของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับ แต่ยังไม่มีการวัดประเมินผลด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความชัดเจน รวมถึงวิธีการประเมินผลจากช่องทางอื่นๆ ด้วยซึ่งจะทำให้สามารถประเมินผลของประสิทธิภาพการใช้สื่อในแต่ละช่องทางได้ว่ามีความถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่จะต้องติดต่อ ความสัมพันธ์ด้านเวลาก่อนและหลังการทำการประชาสัมพันธ์ ทราบว่าสื่อได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มนอกเป้าหมาย การศึกษาความสนใจของผู้อ่าน (Reader-Interest Study) และ การประเมินความยากง่ายของข่าวสารและรูปแบบของภาษาที่ใช้ประชาสัมพันธ์ได้ ฯ

ศึกษาข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกผู้ที่เข้าอบรมปฏิบัติธรรมด้านรูปแบบและช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่ผู้เข้าฝึกอบรมได้รับตลอดถึงข้อคิดเห็นและความต้องการของผู้เข้าอบรม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๔.๒.๓ ศึกษารูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์จากผู้เข้าอบรม

ให้ทราบถึงวิธีการและรูปแบบที่ผู้เข้าอบรมได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ของอุวพุทธิกสมาคมมีรายละเอียดและหัวข้อศึกษา คือ

- ๑) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับในครั้งแรกจาก อุวพุทธิกสมาคม
- ๒) ข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจาก อุวพุทธิกสมาคม
- ๓) ความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์อุวพุทธิกสมาคม

๔) ข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์

ผลการสำรวจการรับสารและความคิดเห็นมีรายละเอียดการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) รายบุคคลแต่ละหัวข้อ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑. คุณวัชรคุณย์ ปรัชญาธรรมกร

เข้าปฏิบัติธรรมที่ยุวพุทธิกสมาคมสำนักงานใหญ่ (ศูนย์ ๑) ให้ข้อมูลด้านรูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากทางยุวพุทธิกสมาคม ตามลำดับหัวข้อดังนี้^๔

ข้อ ๑) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการแนะนำครั้งแรก

ผู้เข้าอบรมโดยปกติเป็นผู้สนใจและเข้าปฏิบัติธรรมกับสถานที่ปฏิบัติธรรมต่าง ๆ อยู่ก่อนแล้ว เช่น โครงการปฏิบัติธรรมที่วัดสังฆทาน และที่วัดอัมพะวัน เป็นต้น แต่มีแนวการสอนที่ไม่ประทับใจในรูปแบบ วิธีการปฏิบัติ สถานที่ และการบริการของศูนย์ปฏิบัติธรรม ได้ได้รับการแนะนำให้รู้จักกับศูนย์ปฏิบัติธรรมยุวพุทธฯ จากเพื่อนในปี พ.ศ. ๒๕๕๐ หลังจากนั้นจึงเข้าไปดูรายละเอียดที่ยุวพุทธิกสมาคมสำนักงานใหญ่ เข้าอบรมครั้งแรก หลักสูตร “ธรรมะศิลป์เพื่อการทํางาน” ของพระครูใบฎีกาอำนาจ โอภาโส และ หลักสูตรเพียงแคร์ของ พระอาจารย์นวลจันทร์ กิตติปัญโญ เป็นต้นตามลำดับ ทำให้เกิดความประทับใจและได้เข้าปฏิบัติธรรมที่นั่นมาโดยตลอดจนปัจจุบันนี้เข้าอบรมเป็นประจำทุกเดือน

ข้อ ๒) ข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจาก ยุวพุทธิกสมาคม

ข่าวสารหลักสูตรอบรมและโครงการพิเศษต่าง ๆ ปัจจุบันได้ทราบข้อมูลข่าวสารจากเอกสารแผ่นพับที่ได้รับหลักการอบรมปฏิบัติธรรม และ “วารสารยุวพุทธสาส์น” ได้รับการส่งทางไปรษณีย์ถึงบ้าน มีข่าวสารและคอลัมน์ธรรมดี ๆ เนื่องจากสมัครสมาชิกไว้ตอนเข้าปฏิบัติที่ศูนย์ปฐมเป็นครั้งแรก โดยจะได้รับทุก ๓ เดือน การยืนยันการสมัครเข้าอบรมได้รับจาก SMS ทำให้สะดวกในการรับข่าวสาร/กิจกรรม การสมัครอบรมยิ่งขึ้น

ข้อ ๓) ความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์ ยุวพุทธิกสมาคม

๓.๑ ความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์

^๔สัมภาษณ์ คุณวัชรคุณย์ ปรัชญาธรรมกร, อบรมที่ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (ศูนย์ ๑), ๒๗ ส.ค. ๒๕๕๓.

มีความพึงพอใจสื่อแผ่นพับสำหรับแนะนำหลักสูตรซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับรายการหลักสูตรทั้งหมด ทำให้สะดวกและสามารถวางแผนกำหนดช่วงปฏิบัติธรรมและสมัครไว้ล่วงหน้าได้ เพราะเข้าปฏิบัติธรรมที่นี้เป็นประจำทุกเดือนโดยไปสมัครที่ศูนย์ ๑ ด้วยตัวเอง

๓.๒ ความพึงพอใจหลักสูตร

พึงพอใจที่สุด คือ หลักสูตรของพระอาจารย์นวลจันทร์ จะค่อยๆ เริ่มทีละขั้น มีวิทยากรช่วยเหลือในหลักธรรมเสริมพัฒนาเข้ามา เป็นหลักสูตรที่เหมาะสมสำหรับผู้เริ่มปฏิบัติใหม่ ทำให้ผู้ปฏิบัติปรับตัวในด้านการปรับตัวได้ สอนหลักการเดิน การนั่งและหลักการปฏิบัติตามกำหนดหลักธรรมสติปัญญา การพิจารณาด้วยขั้น ๕ ปฏิกิจสมบูรณ์เป็นต้น

รองลงมา คือ หลักสูตรของ พระอาจารย์อำนาจ จะเป็นหลักสูตรศิลป์บวกกับการปฏิบัติธรรมโดยให้ใช้สรีวาครูป เป็นการแสดงออกมาให้รู้ตัวเองว่าจิตอุปนิสัยเป็นไปลักษณะอย่างไรได้และสอนปฏิบัติแนวรูปนาม เป็นการสอนให้เรามองได้ชัดเจนในการดูตัวเองได้ เป็นการรู้จักกำหนดสติในการปฏิบัติในชีวิตประจำวัน

อีกหลักสูตร คือ หลักสูตรอาจารย์มานพ ท่านจะสอนการเดินที่เป็นธรรมชาติ ทำให้การกำหนดในการเดินจงกรมเป็น สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันจริงๆ ได้ง่ายดาย

ข้อ ๔) ข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะการประชาสัมพันธ์ ควรเริ่มต้นจากสื่อพื้นฐานที่มีอยู่ในท้องถิ่น ควรศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ก่อนเช่นการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นต้น การประชาสัมพันธ์ควรทำอย่างต่อเนื่อง การบริการหรือประชาสัมพันธ์หลังจากการเข้าอบรมแล้ว รวมทั้งหลักสูตรต้องมีหลากหลาย มีการแบ่งคนแบ่งกิจกรรมงานที่มีความเหมาะสมกับผู้ปฏิบัติ ด้านสถานที่ปฏิบัติควรมีการบริการที่ดี การจำกัดจำนวนให้เหมาะสมจะไม่ทำให้เกิดความแออัด เจ้าหน้าที่ดูแลสอนได้ทั่วถึงจะทำให้ผู้เริ่มใหม่โดยเฉพาะเด็ก ๆ จะไม่เกิดการเบื่อหน่ายรู้สึกที่ดีทำให้ไม่เกิดผลดีสำหรับสถานปฏิบัติธรรม

๒. คุณคมกฤช สารภาค ^๕

^๕ สัมภาษณ์ คุณคมกฤช สารภาค, อบรมที่อุยพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (ศูนย์ ๑), ๒๕ ต.ค. ๒๕๕๓.

เข้าปฏิบัติธรรมเข้าปฏิบัติธรรมที่ ยูวพุทธิกสมาคมสำนักงานใหญ่ (ศูนย์ ๑) หลักสูตร “พัฒนาจิตให้เกิดปัญญาและสันติสุข” โดยคุณแม่สิริ กรินชัย ได้ให้ข้อมูลด้านรูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากทางยูวพุทธิกสมาคม ดังนี้

ข้อ ๑) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการแนะนำในครั้งแรก

สื่อที่ได้รับเป็นการแนะนำและสนับสนุนให้เข้าปฏิบัติธรรมจากทางผู้ประกอบการและจากเพื่อนๆ ที่ทำงานจากการเข้าอบรมในครั้งก่อน เนื่องจากเจ้าของบริษัทเป็นผู้ที่เคยเข้าอบรมปฏิบัติธรรมที่ ยูวพุทธิกสมาคม มาก่อนจึงได้มีการสนับสนุนให้พนักงานของตนได้เข้าปฏิบัติธรรมทุกคนหมุนเวียนกันไป ทำให้ได้รู้จักและสรัทธา ต่อยูวพุทธิกสมาคมเป็นนโยบายของผู้ประกอบการที่ริเริ่มมาตั้งแต่ปี ๒๕๕๒

ข้อ ๒) ข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจาก ยูวพุทธิกสมาคม

เข้าอบรมในวันที่ ๑๕-๒๓/๘/๒๕๕๓ จากการติดต่อขอยูวพุทธิกสมาคมมาจากการประชาสัมพันธ์ผ่านทางผู้ประกอบการ

ข้อ ๓) ความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์ ยูวพุทธิกสมาคม

๓.๑ ความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์

การแนะนำบอกปากต่อปากเป็นสื่อที่เหมาะสมกว่าสื่ออื่น ๆ เพราะผู้ที่แนะนำจะเป็นผู้ที่มีความคุ้นเคยรู้จักเป็นการส่วนตัว ย่อมมีความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่ออื่น

๓.๒ ความพึงพอใจหลักสูตร

การบรรยายธรรม ทำให้ได้รู้หลักธรรมและหลักการปฏิบัติ ส่วนการปฏิบัติยังไม่ถนัดในการปฏิบัติ หลักสูตรและการบริการที่ดีทำให้เชื่อมั่นต่อศูนย์ปฏิบัติธรรม

๕) ข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์

ที่ยูวพุทธิกสมาคมมีความเหมาะสมดีมาก ส่วนที่วัดสถานที่ก็เป็นธรรมชาติ แต่หลักการสอนธรรมยังไม่ประทับใจ ผู้สอนน้อย

๓. คุณอนุพันธ์ อินทรพงษ์^{๑๐}

^{๑๐} สัมภาษณ์ คุณอนุพันธ์ อินทร พงษ์, อบรมที่ยูวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (ศูนย์ ๑), ๓๐ ส.ค. ๒๕๕๓.

นักศึกษามหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีที่๑ เข้าปฏิบัติธรรมที่ ยุวพุทธิกสมาคมสำนักงานใหญ่ (ศูนย์ ๑) หลักสูตร “พุทธธรรม ๑” ได้ให้ข้อมูลด้านรูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากทางยุวพุทธิกสมาคม ดังนี้

ข้อ ๑) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับในครั้งแรกจาก ยุวพุทธิกสมาคม

ได้เข้าอบรมในหลักสูตรนี้เพราะเป็นนโยบายและกิจกรรมที่กำหนดอยู่ในการเรียนการสอนของทางมหาวิทยาลัย การสื่อสารกับทางยุวพุทธิกสมาคมทางอาจารย์ประจำคณะ (คณะครูศาสตร์) เป็นผู้ดำเนินการให้

ข้อ ๒) ข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจาก ยุวพุทธิกสมาคมศูนย์ปทุมธานี

ในวันที่จบหลักสูตร มีการแจกหนังสือเกี่ยวกับคำสอนและธรรมให้ มีทั้งหมด ๓ เล่ม

ข้อ ๓) ความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์ ยุวพุทธิกสมาคม

๓.๑ ความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์

การแนะนำบอกปากต่อปากจากอาจารย์หรือผู้ที่มีความน่าเชื่อถือดีกว่าสื่ออย่างอื่น ๆ เพราะผู้ที่แนะนำจะเป็นผู้ที่มีความคุ้นเคยรู้จักเป็นการส่วนตัว ย่อมมีผลมากกว่าสื่อประเภทอื่น

๓.๒ ความพึงพอใจหลักสูตร

การสอนการนั่งสมาธิดีมาก เพราะทำให้ผ่อนคลายและได้รู้จักคำว่ากรรม การมีจิตจดจ่อแก่อารมณ์เดียว ทำให้เขาชนได้มีโอกาสเข้าถึงหลักปฏิบัติธรรม ประทับใจหลักสูตรการบริการทำให้รู้สึกว่ามันน่ากลัวและไม่ใช่เป็นสิ่งที่เหมาะเพียงแต่ผู้สูงอายุเพียงส่วนเดียว และประทับใจในเรื่องการเดินจงกลมมากกว่านั่งสมาธิ เนื่องจากมีเวลาปฏิบัติและอบรมช่วงสั้นๆ แค่ ๒ วัน

ข้อ ๔) ข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ถึงกลุ่มวัยเรียนนั้นในเรื่องธรรมและการปฏิบัติธรรม น่าจะเป็นการแนะนำของผู้ที่เป็นวัยเดียวกันมากกว่า การใช้สื่อสมัยใหม่เช่นโดยช่องทางอินเทอร์เน็ต Facebook หลากๆ คนช่วยกันส่งให้เพื่อนจะได้ผลมากกว่าจะให้ไปอ่านข้อความบทความที่เกี่ยวกับธรรมในสื่ออย่างอื่น เป็นเหมือนกับสื่อบุคคลอีกอย่างหนึ่ง

ในสถานที่สอนธรรมและปฏิบัติธรรม จากที่เคยไปอบรมครั้งที่เรียนอยู่ มัชฌิมปีที่ ๖ วัดจะสอนและดูแลไม่ค่อยทั่วถึงเนื่องจากมีนักเรียนมาก การจัดการยังไม่ดีนักอย่างเช่นที่ยุวพุทธิกสมาคม

๔. คุณวิศิษฐ์ วานิชพงษ์พันธ์ ^{๑๑}

พนักงานบริษัท ทรูมูฟ อายุ ๕๐ ปี เข้าปฏิบัติธรรมที่ยุวพุทธิกสมาคมปทุมธานี (ศูนย์ ๒) เข้าร่วมหลักสูตรวิปัสสนากรรมฐาน อ.เรณู ทัศนรงค์ ได้ให้ข้อมูลด้านรูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากทาง ยุวพุทธิกสมาคมดังนี้

ข้อ ๑) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการแนะนำในครั้งแรก

ได้ทราบถึงการอบรมปฏิบัติธรรมที่ ยุวพุทธิกสมาคมจากการแนะนำของเพื่อนจึงมีความน่าสนใจและรู้สึกน่าเชื่อถือต่อองค์กร เดินทางเข้าไปดูสถานที่และรายละเอียดหลักสูตรต่าง ๆ และสมัครเข้าร่วมอบรมหลักสูตรพัฒนาจิตให้เกิดปัญญาและสันติสุข โดยคุณแม่สิริ กรินชัย ที่ ยุวพุทธิกสำนักงานใหญ่เป็นครั้งแรก

จากพื้นฐานในการปฏิบัติจากที่อื่นมาก่อนแล้วจากที่วัดชลประทานยุวราชรังสฤษฎ์ จังหวัดนนทบุรี และที่วัดอัมพะวัน จังหวัดสิงห์บุรี จึงได้มาปฏิบัติต่อที่ยุวพุทธิกสมาคมศูนย์ปทุมธานี ปฏิบัติปีละ ๑ - ๒ ครั้งตามแต่สามารถลงงานหยุดประจำปีได้ช่วงไหน ในขณะนี้ได้เข้าร่วมปฏิบัติธรรมที่ยุวพุทธิกสมาคมมาแล้วประมาณ ๑๐ ครั้ง ในหลักสูตรวิปัสสนากรรมฐานของ อ.เรณู ทัศนรงค์ เนื่องจากระยะเวลาพอดีกับและเป็นหลักสูตรที่มีการจัดอย่างสม่ำเสมอทั้งปี

ข้อ ๒) ข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจาก ยุวพุทธิกสมาคม

ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหลักสูตรหรือกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ของยุวพุทธิกสมาคมในปัจจุบันมีความสะดวกมาก เนื่องจากมีการใช้สื่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ให้ทราบ สามารถเข้าไปดูได้ตลอดเวลา ประกอบกับในหน้าที่การงานปัจจุบัน มีความเกี่ยวข้องกับงานบนอินเทอร์เน็ตเป็นปกติทุกวันอยู่แล้วจึงถือได้ว่ามีความสะดวกอย่างมาก

^{๑๑} สัมภาษณ์ คุณวิศิษฐ์ วานิชพงษ์พันธ์, อบรมที่ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธ ปทุมธานี (ศูนย์๒), ๒ ส.ค. ๒๕๕๓.

สื่อต่าง ๆ ที่ทราบข้อมูลข่าวสารได้อีกทางหนึ่ง คือ การเป็นสมาชิก “วารสารยูวพุทธสัมพันธ์” ซึ่งมีออกและส่งมาให้ถึงบ้านเป็นประจำทุก ๓ เดือน เป็นประโยชน์กับสมาชิกทำให้ได้ทราบข่าวกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเป็นกิจกรรมพิเศษจากหลักสูตรที่มีการวางไว้ปรกติ ได้แก่ กิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนา การแสดงธรรมฟังธรรมในวันพระหรือในวันสำคัญต่าง ๆ ทางพุทธศาสนา หรือกิจกรรมงานทำบุญที่ทางยูวพุทธจัดขึ้นเป็นพิเศษ ในปัจจุบันจะไปทำบุญและร่วมงานในวันสำคัญต่าง ๆ ที่ ยูวพุทธิกสมาคมแทนการไปทำที่วัด เนื่องจากมีความคุ้นเคย มีความศรัทธาในสมาคมและมีความรู้สึกดีที่ได้ร่วมบุญกับกลุ่มคนที่ปฏิบัติธรรมด้วยกัน

ข้อ ๓) ความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์ ยูวพุทธิกสมาคม

๓.๑ มีความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่มีความสะดวกและมีการใช้งานอย่างสม่ำเสมอที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ของ ยูวพุทธิกสมาคม ได้แก่ อินเทอร์เน็ต สำหรับการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรการอบรมต่าง ๆ สื่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เป็นสื่อที่ได้รับในข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในวันพิเศษต่าง ๆ เช่น งานบุญในวันสำคัญต่าง ๆ งานที่เป็นการฟังธรรมปฏิบัติธรรมในต่าง ๆ ที่นอกเหนือที่มีในจากตารางหลักสูตรอบรม และสื่ออีกอย่างที่ได้รับและมีความสะดวกอีกด้านคือ ข้อความสั้นที่ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (SMS) มักจะเป็นข้อความที่คล้ายกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แต่เป็นข้อมูลต่าง ๆ ที่สั้นกะทัดรัดกว่า เช่น งานดักบาตในวันเข้าพรรษา หรืองานทำบุญในวันแม่ เป็นต้น

๓.๒ ความพึงพอใจหลักสูตร

ยูวพุทธิกสมาคมเป็นสมาคมที่ให้บริการด้านการอบรมปฏิบัติธรรมที่มีการจัดการและมีลักษณะศูนย์ปฏิบัติธรรมที่ดีมากในหลายๆ ด้าน ได้แก่ ด้านการแจ้งข่าวการประชาสัมพันธ์ที่ดีทำให้สะดวกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ด้านสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ที่พักที่ปฏิบัติธรรม สามารถจัดได้เหมาะต่อการปฏิบัติ มีห้องที่ความสะอาด เป็นสัดส่วนและเป็นส่วนตัว อาหารที่รับประทานก็มีคุณค่าและหลากหลายเหมาะกับผู้ปฏิบัติธรรม ตลอดถึงการวางกฎระเบียบการปฏิบัติในการมาของทุกคนที่เหมาะสมไม่เกิดความกังวลใจในเรื่องความสิ่งที่จะมารบกวนและความปลอดภัยกับผู้ปฏิบัติด้วยกัน

ข้อ ๔) ข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์

ยุวพุทธิกสมาคม โดยส่วนรวมแล้วมีความเหมาะสมเกือบทุกด้าน พบปัญหาคือ หลักสูตรพระวิปัสสนาจารย์มีน้อย (มีหลักสูตรที่วิทยากรเป็นฆราวาสมากกว่า) ทำให้อบรม หลักสูตรที่เป็นพระสงฆ์สมัครได้ยากมีจำนวนคนสนใจมาก (หลักสูตรรับจำนวนจำกัด) และในบาง หลักสูตร (พระวิปัสสนาจารย์) ระยะเวลาอบรมนานไป เช่น หลักสูตรใช้เวลาในการอบรม ๕ วัน ทำให้คนที่ทำงานประจำไม่สามารถลงงานมาปฏิบัติได้

สำนักปฏิบัติที่เกี่ยวกับโครงการหลักสูตรปฏิบัติธรรมและงานกิจกรรมต่าง ๆ มักมี ปัญหาด้านการจัดการ เช่น เรื่องความสะอาด ห้องน้ำที่ไม่เพียงพอ มีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่จะให้ คำแนะนำไม่เพียงพอ ทำให้การดูแลผู้ปฏิบัติไม่ทั่วถึง บางสถานที่มีคนเข้ามาปฏิบัติมากเกินไป สถานที่ที่จะเดินหรือนั่งก็มีความแออัด มีสัตว์เลื้อยคลาน สุนัขเป็นต้น ทำให้ไม่สบายเท่าที่ควร ซึ่ง สิ่งเหล่านี้อาจทำให้ผู้มาใช้บริการไม่ประทับใจเปลี่ยนไปยังสถานที่อื่นที่มีความพร้อมและเหมาะสม กว่าได้ เช่น ที่ยุวพุทธิกสมาคมเป็นต้น

อย่างไรก็ตามความพร้อมทุกอย่างคงเป็นไปได้ค่อนข้างยาก เพราะต้องมีพร้อมทั้ง งบประมาณที่มากและบุคลากรที่มีความรู้พอสมควร หากเป็นไปได้อาจเป็นลักษณะตัวอย่างเช่น วัดชลประทานยูวราชรังสฤษฎ์ จังหวัดนนทบุรี ถือได้ว่าเหมาะสมดี และในตัวพระสงฆ์ก็สำคัญ พระ ต้องเป็นผู้ที่นำเลื่อมใสศรัทธาแก่ผู้พบเห็น กิจกรรมส่งเสริมเผยแผ่หลักธรรมปฏิบัติก็สามารถยั่งยืน ต่อไปได้

๕. คุณนำพร ไหววอง^{๑๒}

ข้าราชการเกษียณ ได้เข้าปฏิบัติธรรมที่ยุวพุทธิกสมาคมศูนย์ปทุมธานี (ศูนย์ ๒) เข้า ร่วมหลักสูตรวิปัสสนากรรมฐาน อ.เรณู ทศณรงค์ ได้ให้ข้อมูลในด้านสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับ จากทางยุวพุทธิกสมาคม ดังนี้

ข้อ ๑) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการแนะนำในครั้งแรก

รู้จักยุวพุทธิกสมาคมจากการเข้าอบรมปฏิบัติธรรมและจากแนะนำของคุณแม่ศิริ ขณะที่ไปปฏิบัติธรรมที่วัดอินทราวินัย ทำให้เชื่อมั่นในองค์กรจึงได้เข้าไปสมัครเข้าร่วมอบรมใน หลักสูตร วิปัสสนากรรมฐาน ในระดับพื้นฐานที่ ยุวพุทธิกสมาคมสำนักงานใหญ่ เข้าปฏิบัติที่นั่นอยู่

^{๑๒} สัมภาษณ์ คุณ นำพร ไหววอง, อบรมที่ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธ ปทุมธานี (ศูนย์ ๒), ๔ ส.ค. ๒๕๕๑.

ประมาณ ๗ ปี และเว้นว่างไป มีการเข้าปฏิบัติธรรมที่วัดต่าง ๆ ในบางปี ต่อมาหลังเกษียณ มีความสะดวกที่จะปฏิบัติธรรมมากขึ้น จึงได้เข้ามาปฏิบัติในหลักสูตรวิปัสสนากรรมฐาน ที่ยุวพุทธิกสมาคมศูนย์ปทุมธานี โดยที่ในปัจจุบันได้วางแผนไว้ว่าจะเข้าปฏิบัติธรรมที่ศูนย์ปทุมธานีให้ได้อย่างน้อยปีละ ๒ ครั้งหรือมากกว่านั้น อย่างเช่นในปีที่แล้วเข้าไปปฏิบัติธรรมที่ ยุวพุทธิกสมาคมปทุมธานี ถึง ๗ ครั้ง โดยส่วนมากเป็น โครงการของ อาจารย์เรณูดังเช่นที่ได้ปฏิบัติมาครั้งนี้ด้วย

ข้อ ๒) ข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจาก ยุวพุทธิกสมาคม

ได้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับหลักสูตรอบรมจากสื่อ “อินเทอร์เน็ต” และ “วารสารยุวพุทธสัมพันธ์” เป็นหลัก เนื่องจากได้เป็นสมาชิกสื่อยุวพุทธสัมพันธ์ ซึ่งได้รับเป็นประจำทุก ๑ เดือน ทำให้ได้ทราบรายการต่าง ๆ เช่น ตารางหลักสูตรอบรมต่าง ๆ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มีกำหนดจัดขึ้น นอกเหนือจากหลักสูตรอบรมในตารางปกติ เช่น โครงการปฏิบัติธรรมในวันสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ กิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนาต่าง ๆ เช่น วันวิสาขบูชา กิจกรรมทำบุญตักบาตในวันเข้าพรรษา เป็นต้น และอีกสื่อหนึ่งที่มีความสำคัญคือ อินเทอร์เน็ต เมื่อต้องการที่จะดูถึงความปัจจุบันของข้อมูล เช่น ตรวจสอบว่าหลักสูตรที่ต้องการสมัครอบรมมีจำนวนครบตามหลักสูตรหรือยังก็สามารถตรวจสอบได้ และสามารถสมัครกับอินเทอร์เน็ตได้เลยในปัจจุบัน ทำให้เกิดความสะดวกเป็นอย่างมาก ไม่ต้องส่งจดหมายหรือต้องไปสมัครเองซึ่งไม่สะดวกต่อการทำอย่างนั้น

ข้อ ๓) ความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์ ยุวพุทธิกสมาคม

๓.๑ มีความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่พึงพอใจที่ใช้ในปัจจุบัน คือ มีความพึงพอใจสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็น “วารสารยุวพุทธสัมพันธ์” และ “สื่ออินเทอร์เน็ต” เป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากมีความสะดวก และโดยเฉพาะ “วารสารยุวพุทธสัมพันธ์” เป็นสื่อที่ทางยุวพุทธิกสมาคม ได้จัดส่งให้ถึงบ้านทำให้การรับรู้ข่าวสารมีความชัดเจน สามารถใช้สำหรับแนะนำผู้อื่นให้อ่านและรับรู้โครงการกิจกรรมที่ดีๆ ได้ ซึ่งไม่ต้องอธิบายมาก นอกจากนั้นในวารสารยังมีคอลัมน์ธรรมซึ่งถอดจากเทปของพระวิปัสสนาจารย์ที่สอนการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานท่านต่าง ๆ หรือในคอลัมน์เกี่ยวกับข้อซักถามธรรมที่น่าสนใจต่าง ๆ ทำให้ผู้อ่านมีความรู้และมีความสนใจธรรมมากขึ้น สามารถเป็นสื่อในการเผยแผ่พุทธศาสนาได้ดีหนทางหนึ่ง สำหรับสื่ออินเทอร์เน็ต พึงพอใจเพราะมีความสะดวกในการตรวจสอบข้อมูลปัจจุบันและ

ใช้สำหรับสมัครเข้าร่วมอบรมปฏิบัติธรรม ใครๆ ที่สนใจก็สามารถเข้าไปสมัครได้เอง สะดวก และรวดเร็วทั้ง ๒ ฝ่าย

๓.๒ ความพึงพอใจหลักสูตร

ยุวพุทธิกสมาคมเป็นสถานที่ปฏิบัติธรรมที่มีความพร้อมในเกือบทุกๆ ด้าน สำหรับ ศูนย์ปฏิบัติสำหรับทุกๆ วัย ประทับใจที่มีหลักสูตรต่าง ๆ ไว้รองรับมากมายตามแต่ละสะดวกที่จะเข้าร่วมกิจกรรม โดยที่มีความพร้อมทั้งด้านบุคลากรที่เพียงพอ พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพอ่อนน้อมและเอาใจใส่กับทุกๆ คน โดยไม่เกี่ยงว่าเป็นผู้สูงอายุหรือหนุ่มสาว มีระบบการจัดการที่ดี รวดเร็ว ที่พักที่ปฏิบัติธรรมที่ดีเป็นสัดส่วน สถานที่ที่มีความสะอาดระเบียบทั้งภายในและภายนอกทำให้เกิดความสดชื่นสงบเจริญหูเจริญตาแก่ผู้มาเยือนเป็นอย่างดี โดยเฉพาะในเรื่องที่จอดรถมีการดูแลและให้ความสนใจกับรถผู้มาปฏิบัติธรรมเป็นอย่างดีซึ่งไม่เหมือนกับที่ได้ไปปฏิบัติหรือไปทำบุญที่วัดซึ่งมักไม่ค่อยให้ความสำคัญในเรื่องนี้ ทำให้รู้สึกดีเป็นอย่างมากจนปัจจุบันคิดและรู้สึกว่าเป็นความคุ้นเคยกับ ยุวพุทธิกสมาคมมาก และโอกาสต่อไปหากมีเวลาว่างก็จะมาปฏิบัติธรรมที่นี่อีก

ข้อ ๔) ข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์

ปัญหาที่พบในส่วนของยุวพุทธิกสมาคมถือน้อยมาก มีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น พบปัญหาจากในเรื่องการบริการในการรับโทรศัพท์ซึ่งเข้าใจว่าเป็นพนักงานของ ยุวพุทธิกสมาคม สำนักงานใหญ่ ซึ่งยังให้ข้อมูลและการรับฟังข้อมูลไม่ดี ทำให้การบอกข้อมูลให้กับเราไม่ถูกต้อง ทำให้เสียความรู้สึกและทำให้เสียโอกาสของ ยุวพุทธิกสมาคมที่จะได้ผู้มาร่วมปฏิบัติธรรมได้

ปัญหาที่พบมีอยู่บ้าง เช่น เรื่องสิ่งแวดล้อม เรื่องความสะอาดของสถานที่ บริเวณวัดตลอดถึงห้องน้ำ ผ้าเช็ดเท้า ในด้านการจัดการ โครงการยังไม่ดีพอ และที่พบและทำให้มีเสียความรู้สึกไม่ดีคือ การต้อนรับและการให้บริการที่ไม่สุภาพ ทำให้ไม่ประทับใจต่อผู้ปฏิบัติธรรมได้ ซึ่งอาจจะไม่ไปปฏิบัติที่นั่นอีก ซึ่งปัญหานี้อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่ให้บริการมีไม่เพียงพอหรือทางวัดอาจไม่ให้ความสำคัญในเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้ จึงไม่ได้ให้การแนะนำบอกกล่าวเกี่ยวกับการบริการ การใช้เวลาที่สุภาพและเหมาะสม ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในสภาพปัจจุบันที่มี ทั้งของพระและของฆราวาสที่เปิดสำนักปฏิบัติให้บริการกันมากมาย

๖. พ.ต.ท. หญิง สุภรณ์ สัม ขวัญเกื้อเกียรติ^{๑๑}

ข้าราชการตำรวจ สน. ตำรวจแห่งชาติ อายุ ๔๘ ปีเข้าปฏิบัติธรรมที่ยุวพุทธิกสมาคมนพุมธานี (ศูนย์ ๒) ในหลักสูตรวิปัสสนากรรมฐาน อ.เรณู ทัศนรงค์ ให้ข้อมูลในด้านสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากทาง ยุวพุทธิกสมาคมนพุมธานี

ข้อ ๑) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับในครั้งแรก

ได้รู้จักยุวพุทธิกสมาคมนพุมธานีครั้งแรกจากการแนะนำของผู้บังคับบัญชา มีความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่ออื่นๆ โดยเข้าอบรมในหลักสูตรของ คุณแม่สิริ กรินชัย ที่ศูนย์ยุวพุทธิกสมาคมนพุมธานีบางแค โดยเข้าอบรมปฏิบัติธรรมในปี ๒๕๔๘ จำนวน ๒ ครั้ง และ ในปี ๒๕๔๙ จำนวน ๒ ครั้ง หลังจากนั้นได้มาเข้าอบรมปฏิบัติธรรมต่อที่ ยุวพุทธิกสมาคมนพุมธานี ในปี ๒๕๕๑ จำนวน ๑ ครั้ง และ ในปีนี้ ๒๕๕๓ จำนวน ๑ ครั้ง ที่อบรมล่าสุด

ข้อ ๒) ข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจาก ยุวพุทธิกสมาคมนพุมธานี

ข่าวสารหลักสูตรอบรมและโครงการต่าง ๆ ในปัจจุบันได้ทราบข้อมูลข่าวสารจากแผ่นพับที่ได้รับหลักการอบรมปฏิบัติธรรม และจาก “วารสารยุวพุทธสัมพันธ์” เป็นหลัก เนื่องจากได้เป็นสมาชิกสื่อยุวพุทธสัมพันธ์ ที่ได้สมัครไว้ตั้งแต่เข้าปฏิบัติที่ศูนย์นพุมเป็นครั้งแรก โดยจะได้รับทุก ๓ เดือน ทำให้ได้ทราบรายการต่าง ๆ เช่น ตารางหลักสูตรอบรม กิจกรรมต่าง ๆ ที่มีกำหนดจัดขึ้นนอกเหนือจากหลักสูตรอบรมในตารางปกติ และอีกสื่อหนึ่งที่มีความสำคัญคือ อินเทอร์เน็ต ปัจจุบันสามารถสมัครผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้เลย ทำให้เกิดความสะดวกเป็นอย่างมาก

ข้อ ๓) ความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์ ยุวพุทธิกสมาคมนพุมธานี

๓.๑ มีความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อการประชาสัมพันธ์ “วารสารยุวพุทธสัมพันธ์” มีความสะดวกในการดูข้อมูลมากกว่าอินเทอร์เน็ตซึ่งในบางคนที่ไม่สะดวกที่จะเปิดเข้าดู และอินเทอร์เน็ตไม่ได้มีทุกคน แต่วารสารเป็นสื่อที่ทางยุวพุทธิกสมาคมนพุมธานีได้จัดส่งให้ถึงบ้านทำให้การรับรู้ข่าวสารมีความชัดเจนสะดวกในการเปิดอ่านสามารถใช้สำหรับแนะนำผู้อื่นให้อ่านและรับรู้โครงการกิจกรรมที่ดีๆ ได้

^{๑๑} สัมภาษณ์ รตท.หญิง สุภรณ์ สัม ขวัญเกื้อเกียรติ อบรมที่ศูนย์วิปัสสนาธุวพุทธนพุมธานี (ศูนย์ ๒) ต. คลองสาม อ. คลองหลวง จ. ปทุมธานี ๑ ส.ค. ๒๕๕๓.

ด้วยนอกจากใช้อ่านคอลัมน์ธรรมหรือในคอลัมน์ธรรมที่น่าสนใจต่าง ๆ เป็นสื่อสำหรับการเผยแพร่ธรรมได้ที่คืออีกทางหนึ่ง

๓.๒ ความพึงพอใจหลักสูตร

ยูวพุทธิกสมาคมสถานที่ปฏิบัติธรรมที่มีความพร้อมทุกอย่าง ด้าน ทำให้ประทับใจ หลักสูตรและการบริการ ด้วยมีบุคลากรที่สุภาพและการดูแลทั่วถึง มีที่พัก, ที่ปฏิบัติธรรม, ห้องน้ำสะอาดเป็นส่วนและกำหนดกฎระเบียบในการอยู่ร่วมปฏิบัติกับการอยู่ร่วมกันจำนวนคนหลายๆ ที่เหมาะสมทำให้รู้สึกดีเหมือนอยู่บ้านตนเอง

ข้อ ๔) ข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์และการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของ ยูวพุทธิกสมาคมปัญหาในการอบรมมีเพียงปลีกย่อยเท่านั้น ที่พบจะเป็นเรื่องปัญหาของตัวผู้ปฏิบัติกับผู้เป็นวิทยากรในการสื่อสารกันมากกว่า เช่น การสอบอารมณ์มีการแนะนำการปฏิบัติไม่ละเอียดและเหมาะกับแต่ละคน ทำให้เกิดความอึดอัดบ้างในการปฏิบัติบ้าง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับสถานปฏิบัติธรรม คือ ด้านสถานที่ปฏิบัติ ที่พักและสภาพแวดล้อมเมื่อมีผู้ปฏิบัติจำนวนมาก ทำให้เรื่องที่ปฏิบัติ ที่เดินจงกรมจะเบียดเสียดกัน ห้องน้ำห้องนอนจะแออัดไป สำหรับเรื่องโดยทั่วไปแล้วที่พบปัญหาเรื่องศรัทธาหรือภาพพจน์ก็สำคัญ พระสงฆ์ไม่ควรมีข่าวในเรื่องตำแหน่ง สมณะศักดิ์ อีกรูปแบบการบอกบุญไม่ควรมีบ่อยเกินไป ทำให้ไม่เลื่อมใสต่อวัดพระสงฆ์ลดลงได้ ทั้งหมดนี้คือปัญหาส่วนหนึ่งที่ทำให้ญาติโยมห่างจากวัดไป โอกาสที่เยะเรียกกลับคืนมานั้นก็จะทำได้ยาก

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้เข้าอบรมปฏิบัติธรรมแบบเชิงลึก (In-depth Interview) สัมภาษณ์รายบุคคลข้างต้น สามารถสรุปเป็นตารางแยกเป็นรายละเอียดข้อมูลและความคิดเห็นแต่ละท่านเป็นหัวข้อๆ ได้ดังตารางที่ ๒ คือ

ตารางที่ ๔.๒ สรุปรูปแบบและช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้เข้าอบรมได้รับ

ผู้ให้ข้อมูล	ช่องทาง	ประโยชน์ที่ได้รับฯ	ความพึงพอใจ สื่อ/การบริการ	ข้อเสนอแนะ
๑) คุณ คุณวัชร คุณ รัชญา	- สื่อบุคคล (สื่อที่ ได้รับครั้งแรก /	- มั่นใจองค์กรจาก การแนะนำบุคคล	- หลักสูตรแต่ละ หลักสูตรเหมาะกับ	- วัด ไม่มีแจ้ง ข่าวประชาสัมพันธ์

<p>ธรรมกร</p> <p>อายุ ๕๑ ปี</p> <p>อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว (ปฏิบัติธรรมที่ ศูนย์ ๑)</p>	<p>เพื่อนแนะนำ)</p> <p>- สื่อแผ่นพับหลักสูตร/โครงการอบรม</p> <p>- วารสารยุวพุทธสัมพันธ์</p> <p>- SMS</p>	<p>และเข้าอบรมจริงๆ</p> <p>- วารสารยุวพุทธมีข่าวสารและธรรมดีๆ</p> <p>- สะดวกการรับข้อความสั้นทางโทรศัพท์มือถือ (SMS) ทำให้รู้ข่าวสาร/กิจกรรมและผลการสมัครเข้าอบรม</p> <p>- ศรัทธาองค์กรจากความประทับใจหลักสูตรและการบริการ</p>	<p>แต่ละคนแต่ละระดับ และให้ความรู้หลักธรรมและหลักการปฏิบัติมาก</p>	<p>พันธ์ใดๆให้สมาชิกหลังจากจบหลักสูตร</p> <p>- วัดควรมีหลักสูตรแบ่งระดับให้เหมาะสมกับผู้ปฏิบัติ</p> <p>- จำกัดจำนวนผู้ปฏิบัติไม่จำกัดจำนวน ทำให้แออัดและดูแลไม่ทั่วถึง</p>
<p>๒) คุณคมกฤษ สารภาค พนักงานบริษัท (ปฏิบัติธรรมที่ ศูนย์ ๑) เข้าอบรมที่นี่ครั้งแรก</p>	<p>- สื่อบุคคล (สื่อที่ได้รับครั้งแรก / เจ้านายแนะนำ)</p>	<p>- มีความมั่นใจ เชื่อถือองค์กรจากการแนะนำของเจ้านายและเพื่อนๆ</p> <p>- หลักสูตรและการบริการที่ดีทำให้เชื่อถือศูนย์ปฏิบัติธรรม</p>	<p>- สถานที่การบริการและความสะอาด</p> <p>- มีหลักสูตรการอบรมดีพร้อม</p>	<p>- วัดมีเจ้าหน้าที่น้อยดูแลผู้ปฏิบัติไม่ทั่วถึง</p>
<p>๓) คุณอนุพันธ์ อินทรพงษ์ นักศึกษา</p>	<p>- สื่อบุคคล (สื่อที่ได้รับครั้งแรก / อาจารย์แนะนำ)</p>	<p>- มีความมั่นใจและความน่าเชื่อถือต่อองค์กรจากสถาบัน</p>	<p>- มีหลักสูตรการอบรมดีพร้อม</p>	<p>- ควรจะมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม</p>

มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ราช วิทยาลัย (ปฏิบัติ ธรรมที่ ศูนย์ ๑) เข้าอบรมที่ยุว พุทธิกสมาคม ครั้งแรก		การศึกษาที่ให้การ ยอมรับ - ศรัทธาองค์กรจาก ความประทับใจ หลักสูตรและการ บริการ		หรับวัยรุ่นและ คนรุ่นใหม่ด้วย - วัดมีบุคลากร อบรมน้อยไม่ ทั่วถึง
๔) คุณวิศิษฐ์ วา นิชพงษ์พันธ์ พนักงานบริษัท ทรูมูฟ (ปฏิบัติ ธรรมที่ ศูนย์ ๒)	- อินเทอร์เน็ต (WWW.ybat.org) - วารสารยุวพุทธ สัมพันธ์ (สื่อที่ ได้รับครั้งแรก) - จดหมาย E-Mail, SMS	- สื่อบุคคลมีความ มั่นใจ และความ น่าเชื่อถือต่อองค์กร จากการแนะนำของ บุคคล - สื่ออินเทอร์เน็ตได้ ข้อมูลหลักสูตรและ รายละเอียดต่าง ๆ - มีความสะดวกใน การตรวจสอบข้อ มูลใหม่ๆ - ทำให้มีโอกาสได้ ทำบุญฟังธรรมและ ปฏิบัติธรรมมากขึ้น - มั่นใจตัวเองศรัทธา มาก ประทับใจ หลักสูตรที่ดี	- อินเทอร์เน็ต - วารสารยุวพุทธ - รับ SMS ทางโทรศ ัพท์ มือถือทำให้ ทราบกิจกรรมดีๆ	- หลักสูตรพระ วิปัสสนาจารย์มี น้อย(ศูนย์ ๒) และเวลายาวนาน เกิน ๗ วันทำให้ คน ไม่เหมาะกับ คนทำงานประจำ - ปัญหาการ บริการควรทั่ว ถึงกับจำนวนผู้ ปฏิบัติ - ต้องระวังเรื่อง ปฏิบัติทาของ พระสงฆ์ที่ดี - ความสะอาด อาคารสถานที่ ต่าง ๆ ควร เหมาะสม
๕) คุณ นำพร ไว	- บุคคล (สื่อที่	- สื่อบุคคลเชื่อมั่น	- วารสารยุวพุทธ	- ก า ร ร ับ

<p>ว่อง</p> <p>ข้า ราชการ</p> <p>เกษียณ (ปฏิบัติ</p> <p>ธรรมที่ ศูนย์ ๒)</p>	<p>ได้รับครั้งแรก /</p> <p>คุณแม่สิริแนะนำ)</p> <p>- วารสารยูวพุทธ</p> <p>สัมพันธ์</p> <p>- อินเทอร์เน็ต</p> <p>(WWW.ybat.org)</p>	<p>ในองค์กรมากกว่าสื่อ</p> <p>อื่นๆ</p> <p>- ได้ทราบกิจกรรม</p> <p>และหลักสูตรจาก</p> <p>วารสารยูวพุทธฯ</p> <p>- ทราบกิจกรรมงาน</p> <p>บุญตามเทศกาลต่าง</p> <p>ๆ</p> <p>- วารสารยูวพุทธ</p> <p>สัมพันธ์ และ สื่อ</p> <p>อินเทอร์เน็ต ทำให้</p> <p>สะดวกในการสมัคร</p> <p>เข้าอบรมและข้อมูล</p> <p>ข่าวสารที่ต้องการ</p>	<p>- สื่ออินเทอร์เน็ต</p> <p>- สถานที่เหมาะสม</p> <p>- หลักสูตรที่หลากหลายและมีอบรม</p> <p>ตลอดทั้งปี</p>	<p>โทรศัพท์ที่ศูนย์</p> <p>๑ พนักงานให้</p> <p>ข้อมูลที่ดี</p> <p>- ศูนย์ปฏิบัติ</p> <p>ต้องสะอาด</p> <p>- หลักสูตรต้อง</p> <p>เหมาะสมกับผู้แต่ละ</p> <p>ระดับผู้อบรม</p> <p>- การต้อนรับ</p> <p>ต้องดูแลผู้ปฏิบัติ</p> <p>ให้ทั่วถึง</p>
<p>๖) รตท.หญิง</p> <p>ศุภรัสมิ ขวัญ</p> <p>เกื้อเอียรดี</p> <p>สำนักงาน</p> <p>ตำรวจแห่งชาติ</p> <p>(ปฏิบัติธรรมที่</p> <p>ศูนย์ ๒)</p>	<p>- สื่อบุคคล (สื่อที่</p> <p>ได้รับครั้งแรก /</p> <p>เจ้านายแนะนำ)</p> <p>- วารสาร ยูวพุทธ</p> <p>สัมพันธ์</p> <p>- อินเทอร์เน็ต</p> <p>(WWW.ybat.org)</p>	<p>- สื่อบุคคล ทำให้</p> <p>เกิดความน่าเชื่อถือ</p> <p>ดีกว่าสื่ออื่น</p> <p>- ได้ทราบรายละเอียดหลักสูตร</p> <p>จากแผ่นพับ</p> <p>- วารสารให้ความรู้</p> <p>ทั้งธรรมปฏิบัติ</p> <p>- ความประทับใจ</p> <p>หลักสูตรและการ</p> <p>บริการ</p>	<p>- สถานที่สถานที่</p> <p>และการบริการ</p> <p>ของเจ้าหน้าที่</p> <p>- หลักสูตรเหมาะ</p> <p>กับผู้ปฏิบัติ</p> <p>- วารสารยูวพุทธ</p> <p>- กฎระเบียบเหมาะ</p> <p>กับการอยู่ของคน</p> <p>จำนวนมาก</p>	<p>- ปัญหาของยูว</p> <p>พุทธเช่นการ</p> <p>แนะนำการ</p> <p>ปฏิบัติอาจไม่</p> <p>ตรงกับ ความ</p> <p>ต้องการผู้ปฏิบัติ</p> <p>- ไม่ควรมีผู้</p> <p>ปฏิบัติมากจน</p> <p>สถานที่แออัด</p> <p>- ต้องมีปฏิปทา</p> <p>นำเลื่อมใส</p>

จากตาราง ๔.๓ สรุปรูปแบบและช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากผู้เข้าอบรม สามารถสรุปได้เป็นตารางสรุป โดยคิดข้อมูลเป็นจำนวนความถี่ของการรับสื่อประชาสัมพันธ์ของแต่ละท่าน ดังต่อไปนี้

ตาราง ๔.๓ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับในครั้งแรกก่อนเข้าอบรม

ชนิดสื่อประชาสัมพันธ์ (Channel)	ความถี่
สื่อบุคคล	๕
สื่ออินเทอร์เน็ต	๑

จากตาราง ๔.๓ อธิบายถึงชนิดสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับในครั้งแรกก่อนเข้าอบรม อบรมว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ ชักจูงให้ประชาชน โดยทั่วไปเข้ามาอบรมที่ศูนย์ยุวพุทธศึกษามากที่สุด และอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ช่วยงานประชาสัมพันธ์ได้ผล รองลงมา และใช้ในการสมัครเข้าอบรมด้วยสื่ออินเทอร์เน็ตนี้ด้วย เพื่อแสดงผลข้อมูลเป็นการรับสื่อประชาสัมพันธ์ของแต่ละข้อมูลตาราง ๔.๓

ตารางที่ ๔.๔ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับหลังอบรม

สื่อประชาสัมพันธ์ (Channel)	จำนวน
วารสารยุวพุทธสัมพันธ์	๔
อินเทอร์เน็ต	๓
SMS, Email	๒
สื่อแผ่นพับ	๑

จากตารางที่ ๔.๔ สามารถอธิบายถึงประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ อบรมปฏิบัติธรรมที่ผู้เข้าอบรมได้รับ คือ อันดับที่ ๑) สื่อบุคคลมีจำนวนมากที่สุด อันดับที่ ๒) คือ วารสารยุวพุทธสัมพันธ์ ๓) อินเทอร์เน็ต อันดับที่ ๔) สื่อ SMS และ Email ๕) สื่อแผ่นพับโครงการ หลักสูตรประจำปี

ประโยชน์ที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ (KAP) สามารถสรุปลงในตาราง ๔.๕ แสดงโดยคำนึงถึงจำนวนการรับสื่อประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๕ ประโยชน์ที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ (KAP)

K A P	จำนวน
สื่อบุคคลทำให้องค์กรน่าเชื่อถือ	๖
มีความศรัทธาองค์กรจากหลักสูตรเหมาะสมทุกคน	๕
สื่อทันสมัยรับรู้ข่าวสารสะดวก	๓
ได้ธรรมดี ๆ จากวารสารฯ	๓

จากตารางที่ ๔.๕ สามารถอธิบายถึงผู้เข้าอบรมและศูนย์วิปัสสนากรรมฐานยุวพุทธฯ ได้รับถึงประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์ (KAP) ตามลำดับ คือ อันดับที่ ๑) สื่อบุคคล มีความน่าเชื่อถือต่อองค์กรมากที่สุด อันดับที่ ๒) ศรัทธาองค์กรจากหลักสูตรและบริการที่ดี อันดับที่ ๓) สื่อทันสมัยได้รับรู้ข่าวสารได้สะดวกและได้อ่านธรรมดี ๆ จากวารสารยุวพุทธ

๑) ความพึงพอใจสื่อและการบริการ

สามารถสรุปลงในตาราง ๔.๒.๓.๒ แสดงผลโดยคิดข้อมูลเป็นจำนวนของการรับสื่อประชาสัมพันธ์ของแต่ละข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๖ ความพึงพอใจสื่อและการบริการ

ความพึงพอใจสื่อและการบริการ	จำนวน
พึงพอใจหลักสูตรที่ดี	๕
พึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์	๔
พอใจสถานที่และการบริการ	๓
อื่นๆ	๑

จากตารางที่ ๔.๖ สามารถอธิบายถึงความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้เข้าอบรม เรียงตามลำดับได้ คือ อันดับที่ ๑) พึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ ๒) พึงพอใจหลักสูตรอบรม อันดับที่ ๓) พึงพอใจสถานที่และการบริการที่ดี และ ๔) พึงพอใจเรื่องกฎระเบียบที่ดีสำหรับคนหนุ่มมาก

๒) สรุปข้อเสนอแนะสำหรับสำนักปฏิบัติธรรมทั่วไป

สามารถสรุปลงในตาราง ๔.๒.๓.๕ แสดงผลโดยคิดข้อมูลเป็นจำนวนของการรับสื่อประชาสัมพันธ์ของแต่ละข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๓ สรุปข้อเสนอแนะสำหรับสถานที่ปฏิบัติธรรมทั่วไป

ข้อเสนอแนะ	จำนวนปัญหาที่พบ
๑) การบริการไม่ประทับใจ	๔
๒) หลักสูตรไม่เหมาะสม	๓
๓) ความสะอาด	๒
๔) การประชาสัมพันธ์	๒
๕) ปฏิปทาของพระสงฆ์	๒

จากตารางที่ ๔.๓ อธิบายถึงข้อเสนอแนะที่มีผลต่อภาพลักษณ์และงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรปฏิบัติธรรมของสำนักปฏิบัติธรรมทั่วไป เรียงตามลำดับ คือ ๑) การบริการที่ไม่ประทับใจ ๒) หลักสูตรไม่เหมาะสม และ ลำดับ ๓) สถานที่ไม่สะอาด, การประชาสัมพันธ์ และ, ปฏิปทาของพระสงฆ์ไม่ดี

๔.๒.๔ สรุปผลรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ในส่วนผู้เข้าอบรม

จากข้อมูลด้านประสิทธิภาพ ประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์ (KAP) และ ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้เข้าอบรม นำไปพิจารณาหลักแนวทางการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดทฤษฎีด้านการสื่อสารได้ ๔ ด้าน ดังต่อไปนี้

๑) หลักการสื่อสารและสื่อที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์

ยุวพุทธิกสมาคมมีหลักการสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องตามหลักทฤษฎีการสื่อสาร ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกลุ่ม โดยใช้มีการไหลของสารสองแบบ คือ การไหลทางเดียว (One way Communication) และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบที่มีการไหลของสารในลักษณะสองทาง (Two Ways Communication)

มีการรับรู้และการแปลความหมายตามหลักทฤษฎีการสื่อสารของ **ชแรมม์** ที่ให้ความสำคัญในด้านการสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับใช้ในการการสอนหลักธรรมและหลักปฏิบัติที่สอดคล้องและมีประสิทธิภาพร่วมกันระหว่างผู้เป็นวิทยากรและผู้ปฏิบัติ เนื่องจากยุวพุทธิกสมาคมมีการแบ่งแยกหลักสูตรสำหรับแต่ละระดับของผู้เข้าอบรมอย่างชัดเจน ทำให้มีความเหมาะสมและ

สอดคล้องเกี่ยวกับพื้นฐานความรู้ของผู้ปฏิบัติแต่ละท่าน ย่อมสร้างความประทับใจต่อหลักสูตรและเกิดภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กรได้

๒) หลักวิธีการประชาสัมพันธ์ (KAP Survey)

ยูวพุทธใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรเป็นไปตามหลักวิธีการประชาสัมพันธ์ ในการให้ความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติ (KAP Survey) การทำให้ผู้เข้าอบรมเกิดความเลื่อมใส และเกิดความศรัทธาองค์กร และ การสร้างภาพพจน์ชื่อเสียงให้กับหน่วยยูวพุทธิกสมาคม ด้วยสื่อบุคคลการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุก เป็นต้น

๓) การสื่อสารเผยแพร่ธรรมในทางพุทธพระศาสนา

หลักการจัดหลักสูตรการอบรมของยูวพุทธิกสมาคม ที่มีการแบ่งระดับกลุ่มผู้เข้าอบรมตามพื้นฐานผู้ปฏิบัติธรรม เป็นไปตามหลักวิธีการสอนแบบต่าง ๆ ของพระพุทธองค์ ที่ทรงพิจารณาตัวบุคคลตามระดับสติปัญญาเป็นหลัก และ ตัวผู้สอนต้องมีความรู้ในหลักธรรมต่าง ๆ

๔) การประเมินผลการประชาสัมพันธ์หลังอบรม

สามารถสะท้อนประสิทธิภาพผลการดำเนินการ เป็นข้อมูลย้อนกลับในสายตาผู้เข้าอบรมว่ามีผลดีหรือเกิดผลกระทบต่อองค์กรหน่วยงาน ทำให้สามารถสืบทราบและเปิดเผยความจริงข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงาน เพื่อการแก้ปัญหา สิ่งที่มีผลต่อภาพพจน์ และการยอมรับนับถือที่ประชาชนเคยมีอยู่เดิมได้

บทที่ ๕

สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ ศึกษาหลักและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม วัตถุประสงค์ในการวิจัยในครั้งนี้มี ๓ ประการ คือ ๑) ศึกษาแนวคิดทางการประชาสัมพันธ์และหลักทฤษฎีการสื่อสาร ๒) ศึกษาประวัติความเป็นมาของ ยุวพุทธิกสมาคม และ ๓) ศึกษารูปแบบและวิธีการการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม มีขั้นตอนการศึกษาหลักและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นแบบเชิงพรรณนาความจากการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

๕.๑ สรุปผลเชิงพรรณนาความ

๕.๑.๑ แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์และแนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร

๕.๑.๑.๑ หลักแนวคิดด้านประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (management) มีวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ นโยบายเพื่อการพัฒนายกระดับคุณภาพชีวิต สังคม จิตใจ ส่งเสริมสนับสนุนการบริหารจากผู้ปฏิบัติงานพัฒนาระดับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรและติดต่อสื่อสารประชาชนภายนอก เพื่อการสำรวจความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติ (KAP survey) เพื่อให้ประชาชนเลื่อมใส ศรัทธา และให้การสนับสนุนองค์กร อีกอย่างเพื่อช่วยในการสร้างภาพพจน์ชื่อเสียงให้กับหน่วยงานและขวัญกำลังใจของคนในองค์กร เป็นสาเหตุให้เกิดความสามัคคีและทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

การส่งและรับสารจากการประชาสัมพันธ์ จะเกิดผลได้ดีเพียงใดขึ้นอยู่กับ ทักษะ ทักษะ ทักษะ ความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรมของทั้งสองฝ่ายให้สอดคล้องกัน การใช้สื่อและเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมตลอดถึงจะต้องอาศัยการสนับสนุนความรู้ความสามารถจากบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านในการทำงาน เพื่อให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นไปตามขั้นตอน แผน และวิธีการที่ถูกต้องในการการเลือกวิธีการเผยแพร่ข่าวสารให้เหมาะสมต่อไป

การประเมินผลการดำเนินประชาสัมพันธ คือ ขั้นตอนที่มีความสำคัญอีกอย่างหนึ่งสามารถทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพ การสะท้อนข้อมูลย้อนกลับในสายตาประชาชนว่ามีผลดีหรือเกิดผลกระทบต่องค์การหน่วยงาน ตลอดจนทำให้สามารถสืบทราบและเปิดเผยความจริง ข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงาน การแก้ปัญหา การประเมินความก้าวหน้า (Formative Evaluation) และ การประเมินผลสรุปของงาน (Summative Evaluation) ว่ามีความถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่จะต้องติดต่อหรือไม่

๕.๑.๑.๒ สรุปแนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร

การสื่อสารจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ในการเอื้ออำนวยหลักปัจจัยพื้นฐานเป็นตัวสื่อกลางที่มีความจำเป็นในกระบวนการของวิถีชีวิตและสังคมที่ขาดไม่ได้การในบทบาทการพัฒนา ระบบ สังคม วัฒนธรรม ประเทศและโลก เพื่อที่จะเอื้ออำนวยประโยชน์ในด้านข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกนี้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วขึ้น ด้วยการติดต่อสื่อสารที่ต้องคำนึงถึง บุคคล ชนชาติ ภาษา กฎข้อบังคับทางศาสนา สังคมและวัฒนธรรมซึ่งมีความแตกต่างกัน

๕.๑.๑.๓ สรุปการประชาสัมพันธ์ในพุทธศาสนา

ในทางพุทธศาสนา พระพุทธองค์ได้วางแนวทางปฏิบัติไว้ เพื่อใช้ในการสอน การเผยแผ่หลักธรรมโดยใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การตัดเดือนชี้แจ้งให้เห็นโทษในการกระทำ เพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีในฐานะเป็นอาจารย์ เป็นศิษย์ พี่และน้องที่ดี เป็นต้น สอนโดยทรงพิจารณาตัวบุคคลตามระดับภูมิวิสัยปัญญา และตามแต่สถานการณ์เป็นหลัก มีหลักการวิธีการใช้คำพูดที่เหมาะสม ผู้สอนต้องมีคุณสมบัติที่พร้อมในด้านการสื่อสารและหลักธรรมความรู้ต่าง ๆ ด้วย การสอนจึงจะเกิดผล

๕.๑.๒ ประวัติความเป็นมาของยุวพุทธิกสมาคม

จากวัตถุประสงค์การศึกษาวิจัยด้านประวัติความเป็นมาของยุวพุทธิกสมาคมสามารถอธิบายถึงประเด็นสาระสำคัญและเป็นประโยชน์ในการศึกษามีประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

๕.๑.๒.๑ สรุปประวัติการก่อตั้งยุวพุทธิกสมาคม

ยุวพุทธิกสมาคมเกิดจากคนรุ่นใหม่ผู้มีอุดมการณ์ที่มุ่งมั่นเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา ประกอบด้วย กลุ่มบุคคลผู้มีความรู้ มีความพร้อมด้านต่าง ๆ เช่น มีทุนทรัพย์ การสนับสนุนที่ดี เป็น

ผู้เสียสละ มีอุดมการณ์ และมีเป้าหมายเดียวกัน โดยเริ่มจากการส่งเสริมการศึกษาและเผยแผ่ธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนา ได้จัดตั้งยุวพุทธิกสมาคมขึ้นเมื่อ วันพุธที่ ๑๕ มกราคม พ.ศ. ๒๔๕๒ ผู้ก่อตั้งประกอบด้วย นายเสถียร โปธินันทะ, นายบุญยง ว่องวานิช, และนายสุพจน์ แสงสมบูรณ์

จากการผลักดันให้กิจกรรมการเผยแผ่ธรรมะทั้งแนวปฏิบัติและปรีชาธรรมของกลุ่มบุคคลผู้มีจิตที่ตรงและเสียสละทั้งหลายดังกล่าว ในปัจจุบันยุวพุทธิกสมาคมมีความเจริญรุ่งเรืองในกิจการงานเผยแผ่และในส่วนของตัวองค์กรเป็นอย่างมาก มีการขยายศูนย์วิปัสสนาออกไปอีก ๒ ศูนย์ และกำลังดำเนินการก่อสร้างเป็นศูนย์ฝึกอบรมอีก ๒ ศูนย์ ทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่เหมาะสมและถูกต้องตามหลักธรรมคำสอนมากกว่า ๔๐ หลักสูตร เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ประชาชนทั่วไป

๕.๑.๓ รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม

จากการศึกษาวิจัยรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม สามารถแบ่งสรุปผลออกได้เป็น ๓ ส่วน คือ

๕.๑.๓.๑ สรุปรูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม

ด้วยการสัมภาษณ์ผู้บริหารแบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารของยุวพุทธิกสมาคมสำนักงานใหญ่ (ศูนย์ ๑) และ จากศูนย์สาขา คือ ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธ ปทุมธานี (ศูนย์ ๒) ศูนย์ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธ สวนประไพธรรม จ.ชุมพร (ศูนย์ ๓) สามารถสรุปและอธิบายประเด็นสาระสำคัญจากการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

๑) วิธีการทำให้ประชาชนรู้จักยุวพุทธิกสมาคม

รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ยุวพุทธิกสมาคม เป็นการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งผลประโยชน์ขององค์กรต่อประชาชนและประโยชน์ต่อสังคมเป็นหลัก ข้อมูลจากการศึกษาและสัมภาษณ์ผู้บริหารเกี่ยวกับหลักและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลายรูปแบบ ใช้วิธีการอย่างทันสมัยและเหมาะสม

พบว่า ความเห็นของผู้บริหารมีความเป็นไปในทางเดียวกันว่า สื่อที่ใช้ได้ผลสัมฤทธิ์ผลมากที่สุด คือ สื่อบุคคล แม้สมัยที่ก่อตั้งยุวพุทธิกสมาคมก็อาศัยจากหลาย ๆ ฝ่าย ใช้สื่อบุคคลในการแนะนำข่าวสาร โครงการหลักสูตรและยุวพุทธิกสมาคม เป็นผลทำให้มีกลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมที่มีอย่างต่อเนื่องและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและขยายกลุ่มสมาชิกไปอย่างกว้างขวาง

๒) วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ยุวพุทธิกสมาคม

การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของยูวพุทธิกสมาคมมีส่วนช่วยให้การทำงาน
ความสำเร็จในงานหรือโครงการต่าง ๆ ด้วยต้องอาศัยเวลาค่อนข้างยาวนานและมีความต่อเนื่องกัน
โดยวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ของยูวพุทธิกสมาคมแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

(๑) วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ยูวพุทธิกสมาคม

การประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างทัศนคติ ความรู้สึกรู้จักที่ดีต่อองค์กร ด้วย
กระบวนการสื่อสารให้กับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง (Public Attitude) กับองค์กรและเป็นการโฆษณา
ประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising) เพื่อชื่อเสียงขององค์กร ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ที่
หลากหลายและเหมาะสม

(๒) วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรม

การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหลักสูตรของ ยูวพุทธิกสมาคมมี
วัตถุประสงค์ เพื่อให้สมาชิกและประชาชนทั่วไปได้ทราบข้อมูลข่าวสารระเบียบวิธีการ รายละเอียด
ของกิจกรรมที่เปิดให้บริการในช่วงต่าง ๆ ตลอดจนรายละเอียดหลักสูตร เช่น วิทยากรผู้สอน เป็น
ต้น ทำให้เกิดความสนใจจากกลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมได้

๓) รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของยูวพุทธิกสมาคม

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของยูวพุทธิกสมาคม เพื่อสนับสนุนงานการสื่อสารไป
ยังกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับสาธุชนทั่วไปด้วยกลไกและที่
หลากหลาย สามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์แบ่งออกได้เป็น ๓ แบบ คือ

(๑) สื่อพื้นฐาน ได้แก่ สื่อบุคคล (การบอกกันแบบปากต่อปาก), สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น
นิตยสาร วารสารต่าง ๆ แผ่นพับ โบปปลิว, สื่อวิทยุ, และ สื่อวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

(๒) สื่อเชิงรุก คือ โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มคนรุ่นใหม่และ
ประชาชนทั่วไปได้มีความใกล้ชิดกับธรรมมากขึ้น เช่น โครงการนิเทศการธรรมศิลป์ โครงการ
ประกวดหนังสือ เรื่อง “พระในบ้าน” โครงการคอนเสิร์ตธรรมของวง “จีวัน BAND” เป็นต้น

(๓) สื่อเชิงรับ สื่ออินเทอร์เน็ต, สื่อระบบมัลติมีเดีย, สื่อธรรมบรรยาย Audio CD ,
MP3, VCD และ DVD เป็นต้น

๕.๑.๓.๒ สรุปสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้เข้าอบรมได้รับจากยูวพุทธิกสมาคม

ประเด็นสาระสำคัญจากการศึกษาจากข้อมูลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะผู้เข้าอบรมมีรายละเอียดสรุปการวิเคราะห์แยกตามประเด็นการศึกษา มีดังนี้

๑) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ผู้เข้าอบรมได้รับในครั้งแรก

ช่องทางวิธีการรับสื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ก่อนเข้าอบรมปฏิบัติธรรมที่ยูวพุทธิกสมาคม ได้แก่ ๑.๑ ได้รับการแนะนำจากเพื่อน ๑.๒ ได้รับการแนะนำของลูกค้าให้รู้จักกับยูวพุทธิกสมาคม ๑.๓ แนะนำของผู้บังคับบัญชา ๑.๔ จากอาจารย์ประจำคณะของมหาวิทยาลัย ๑.๕ ผู้ประกอบการ (บริษัท) ส่งเข้าอบรม และ ๑.๖ ได้รับการแนะนำจากวิทยากร โครงการจากสถานปฏิบัติธรรมอื่นๆ

๒) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับหลังการอบรม

การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหลักสูตรหรือกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ๒.๑ สื่อสิ่งพิมพ์ “วารสารยูวพุทธิกสัมพันธ์” ๒.๒ สื่ออินเทอร์เน็ต

และ ๒.๓ แผ่นพับที่ได้รับหลักการอบรมปฏิบัติธรรม ๒.๔ SMS แจ้งข่าว

๓) ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจสื่อการประชาสัมพันธ์ของยูวพุทธิกสมาคม สามารถเรียงตามลำดับตามชนิดของสื่อได้คือ ๑) “วารสารยูวพุทธิกสัมพันธ์” ๒) สื่ออินเทอร์เน็ต ๓) สื่อแผ่นพับแนะนำหลักสูตร ๔) สื่อข้อความสั้นที่ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (SMS) และ ๕) การบริการและกิจกรรมที่มีความประทับใจ

๔) ข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ของยูวพุทธิกสมาคมมีความสมบูรณ์ในเกือบทุกด้าน ที่พบมีเพียงเล็กน้อยที่เกี่ยวกับการสื่อสาร ได้แก่ การบริการทางโทรศัพท์กรณีที่มีการติดต่อเข้ามาสอบถามข้อมูล มีบางช่วงเวลาที่การบริการยังมีขีดจำกัดจำกัดและพนักงานรับโทรศัพท์ให้ข้อมูลไม่ดีพอ ทำให้เสียโอกาสทั้งยูวพุทธิกสมาคมและผู้สนใจจะปฏิบัติธรรม ซึ่งเป็นปัญหาเฉพาะช่วงเวลาสามารถแก้ไขได้ไม่ยาก

๕.๑.๓.๓ สรุปผลการรับสื่อประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาการรับสื่อประชาสัมพันธ์ยูวพุทธิกสมาคม สามารถสรุปผลออกได้เป็น ๒ ส่วน คือ

๑) รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยูวพุทธิกสมาคม

การประชาสัมพันธ์เพื่อแจ้งข่าวสารให้กับกลุ่มสมาชิกและประชาชนผู้สนใจปฏิบัติธรรมของยูวพุทธิกสมาคม เครื่องมือการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ใช้ได้ผลที่สุดคือ สื่อบุคคล เป็นสื่อที่ใช้กระจายข้อมูลข่าวสารและการเผยแพร่หลักธรรมคำสอนด้วยการบอก การสื่อกันด้วยปากต่อปาก คงเป็นกลไกที่สำคัญจากอดีตถึงทุกวันนี้

รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยูวพุทธิกสมาคม สามารถแจกแจงสื่อที่ใช้ ออกเป็น ๓ ส่วน ตามรายละเอียดตามตาราง ๕.๑ คือ

ตารางที่ ๕.๑ รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยูวพุทธิกสมาคม

<p>๑.๑ สื่อพื้นฐาน สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการใช้งานตามปกติต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ สื่อบุคคล ◇ สื่อสิ่งพิมพ์ ◇ สื่ออินเทอร์เน็ต ◇ สื่อธรรมบรรยาย MP3, มัลติมีเดีย 	<p>๑.๒ สื่อเชิงรุก สื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการเผยแพร่ธรรมไปยังเยาวชนคนรุ่นใหม่และประชาชนทั่วไปที่อยู่นอกจากกลุ่มเป้าหมายอันดับแรก ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ โครงการนิทรรศการธรรมศิลป์ ◇ โครงการประกวดหนังสือสั้น ◇ โครงการประกวดภาพถ่ายธรรม ◇ โครงการคอนเสิร์ตธรรม
--	---

๒) การรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้เข้าอบรม

ช่องทางการรับข่าวประชาสัมพันธ์สามารถสรุปความพึงพอใจการบริการประชาสัมพันธ์และข้อเสนอแนะหลักสูตรอบรม ตามตารางที่ ๕.๒

ตารางที่ ๕.๒ รูปแบบและวิธีการรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้เข้าอบรม

<p>๒.๑ ช่องทางการรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้เข้าอบรมได้รับก่อนเข้าอบรม สามารถเรียงตามลำดับความสำคัญได้ คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ อันดับที่ ๑) สื่อบุคคล ◇ อันดับที่ ๒) วารสารยูวพุทธสัมพันธ์ ◇ อันดับที่ ๓) อินเทอร์เน็ต ◇ อันดับที่ ๔) SMS และ Email ◇ อันดับที่ ๕) แผ่นพับหลักสูตรประจำปี 	<p>๒.๒ การรับสื่อประชาสัมพันธ์หลังการอบรม สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้เข้าอบรมปฏิบัติธรรมได้รับหลังผ่านการอบรมปฏิบัติธรรมจากยูวพุทธิกสมาคมไปแล้วสามารถเรียงตามลำดับตามประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ได้ คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ อันดับที่ ๑) วารสารยูวพุทธสัมพันธ์ ◇ อันดับที่ ๒) อินเทอร์เน็ต ◇ อันดับที่ ๓) SMS , Email ◇ อันดับที่ ๔) แผ่นพับหลักสูตรประจำปี
<p>๒.๓ ความพึงพอใจสื่อและการบริการ สามารถจัดอันดับประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ได้ คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ อันดับที่ ๑) หลักสูตรอบรม (ความพึงพอใจหลักสูตรอบรม มีผลทำให้เกิดการอบรมซ้ำ) ◇ อันดับที่ ๒) การประชาสัมพันธ์ ◇ อันดับที่ ๓) สถานที่และการบริการ 	<p>๒.๔ ประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์ สามารถอธิบายถึง KAP แสดงตามลำดับผลที่ได้รับทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ อันดับที่ ๑) สื่อบุคคลทำให้มีความน่าเชื่อถือองค์กร ◇ อันดับที่ ๒) หลักสูตรที่เหมาะสมทำให้มีความเชื่อมั่นและศรัทธาคู่องค์กร ◇ อันดับที่ ๓) ช่องทางการรู้ข่าวสารที่สะดวกและสื่อทันสมัยความเชื่อมั่นและองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี ◇ อันดับที่ ๔) ได้รับรู้สาระธรรมดีๆ จากสื่อ.

๕.๑.๔ วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของการประชาสัมพันธ์

ข้อมูลส่วนของผู้บริหารและส่วนของผู้เข้าอบรม จากตารางที่ ๕.๑ และ ๕.๒ สามารถนำมาใช้วิเคราะห์สื่อในเชิงเปรียบเทียบข้อมูลผู้ส่งสารประชาสัมพันธ์และข้อมูลผู้รับสารประชาสัมพันธ์ แสดงได้เป็นหัวข้อ คือ

๕.๑.๔.๑ รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยูวพุทธิกสมาคม

สื่อการประชาสัมพันธ์ของยูวพุทธิกสมาคมสามารถแบ่งออกสื่อที่ใช้ออกเป็น ๓ ส่วน คือ

๑) สื่อพื้นฐาน คือสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการใช้งานตามปกติต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน สื่อบุคคล (สื่อที่มีความสำคัญที่สุด) แผ่นพับ ใบปลิว วิทยู โทรทัศน์ เป็นต้น

๒) สื่อเชิงรับ สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบช่องทางเผยแพร่สื่อสารสาธารณะที่ให้ความรู้ กลไกส่งเสริมการเผยแพร่และการให้ข้อมูลต่าง ๆ เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต แผ่นป้ายโฆษณา ป้ายชี้องค์การ เป็นต้น

๓) สื่อเชิงรุก เป็นสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการเผยแพร่ธรรมไปยังเยาวชนคนรุ่นใหม่และประชาชนทั่วไปที่อยู่นอกจากกลุ่มเป้าหมายเดิม และวารสารสัมพันธ์สำหรับสมาชิก

๕.๑.๔.๒ ผลการได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้เข้าอบรม

สามารถแบ่งได้เป็นหัวข้อตามลำดับความสำคัญผลได้แก่ดังนี้

๑) ลำดับช่องทางรับข่าวประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ๑) สื่อบุคคล ๒) วารสารยูวพุทธิกสัมพันธ์ และ ๓) อินเทอร์เน็ต

๒) ลำดับความพึงพอใจสื่อและการบริการ ได้แก่ ๑) มีความพึงพอใจหลักสูตรอบรม ๒) การบริการความสะอาดและอาคารสถานที่และ ๓) พึงพอใจการประชาสัมพันธ์

๓) ลำดับการรับสื่อประชาสัมพันธ์หลังการอบรม ได้แก่ ๑) วารสารยูวพุทธิกสัมพันธ์ ๒) อินเทอร์เน็ต และ ๓) สื่อ SMS, Email

๔) ลำดับผลประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ๑) สื่อบุคคลทำให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อองค์กร ๒) ความศรัทธาต่อองค์กรจากหลักสูตรการอบรม และจากช่องทางรับรู้ข่าวสารที่สะดวกและทันสมัย

๕.๑.๔.๓ พิจารณาการส่งสารและการรับสารประชาสัมพันธ์

จากข้อมูลรูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์และการได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ผู้เข้าอบรมสามารถแสดงตามลำดับสื่อชนิดที่มีผลสัมฤทธิ์จากมากไปหาน้อย คือ

- ๑) สื่อสิ่งพิมพ์ (วารสารยูวพุทธ, แผ่นพับ, โบปลิวิ)
- ๒) หลักสูตรการอบรมที่ดี การบริการ ความสะอาดและสถานที่เหมาะสม
- ๓) สื่อบุคคล คือสื่อช่องทางชนิดที่มีความสัมฤทธิ์ในความเชื่อมั่นองค์กรมากที่สุด
- ๔) สื่อ SMS , Email, MP3, DVD, มัลติมีเดีย

๕.๒ อภิปรายผล

จากข้อมูลการศึกษาในครั้งนี้อันประกอบไปด้วยเนื้อหาทางด้านการสื่อสารการประชาสัมพันธ์และข้อมูลทางภาคสนาม ทำให้ทราบว่าปัญหาที่ผู้วิจัยต้องการทราบทั้งหมด ได้รับคำตอบที่ครบถ้วนและสมบูรณ์ ในทฤษฎีในการสื่อสารและแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ได้ทราบประวัติและนโยบายการประชาสัมพันธ์ยูวพุทธิกสมาคม วิธีการและช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของ ยูวพุทธิกสมาคม ตลอดจนช่องทางการรับข่าวสารและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์จากผู้เข้าอบรมด้วย การอภิปรายผลสามารถแบ่งการอภิปรายผลออกเป็น ๒ ส่วน คือ

๕.๒.๑ อภิปรายผลเชิงแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์และทฤษฎีการสื่อสาร

แนวทางพัฒนาปรับปรุงหรือให้การสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายยอมทำให้งานขององค์กรมีความประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง สอดคล้องกับหลักทฤษฎีและประเด็นที่สนใจของงานวิจัยในครั้งนี้

พิจารณาตามหลักแนวคิดทฤษฎีด้านการสื่อสาร ด้านการสำรวจวิจัยประเมินทัศนคติของประชาชนการวัดผลของการถ่ายทอดความรู้ในในปัจจุบันและอนาคต ตามหลักทฤษฎีการสื่อสารและในหลักการประเมินผลหลังจากที่ได้ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการป้องกันการเสียหาย แนวทางในการควบคุมการทำงานให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะคติและพฤติกรรมการสร้างความสำเร็จที่ถูกต้องการเลือกและกำหนดใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารได้ถูกต้อง ตามทักษะ แนวความคิดในเชิงทฤษฎีปฏิบัติการประชาสัมพันธ์

ในกระบวนการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม ได้มีกระบวนการประเมินทัศนคติและสำรวจวิจัยของประเมินผลการอบรมตามเอกสารในภาคผนวก (ค) คือ สรุบบแบบประเมิน หลักสูตรพัฒนาจิตให้เกิดปัญญาฯ และ สรุบบแบบประเมินหลักสูตรพัฒนาจิตให้เกิดปัญญาฯ แต่อาจจะต้องมีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ผู้รับสารกลุ่มอื่นๆด้วย เช่น ประเมินผลตามชนิดและกลุ่มเป้าหมายหรือชนิดของวิธีการประชาสัมพันธ์ตามความเหมาะสม ทำให้เป็นประโยชน์ในการปฏิบัติ การวางแผนกลุ่มเป้าหมาย และเป็นประโยชน์ทั้งฝ่ายผู้ส่ง (Sender) และผู้รับ (Receiver) การประชาสัมพันธ์มากขึ้นได้

นอกเหนือจากการวิจัยนี้ คือ การบริหารและการจัดการที่ดีของยุวพุทธิกสมาคมถือเป็นหัวใจสำคัญที่ขาดมิได้อย่างหนึ่งของการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ยุวพุทธิกสมาคมจึงถือได้ว่ามีความเหมาะสมเป็นแหล่งการศึกษาให้กับหน่วยงานหรือองค์กรด้านการเผยแผ่ในทางพุทธศาสนาได้เป็นอย่างดีอีกแห่งหนึ่ง

๕.๒.๒ อภิปรายผลเชิงปฏิบัติการ

๑) จากการศึกษาจากข้อมูลสรุบบแบบสอบถามของยุวพุทธิกสมาคมในหลักสูตร “พัฒนาจิตให้เกิดปัญญาและสันติสุข” วันที่ ๑๕-๒๖ ก.ค. ๒๕๕๓ (ภาคผนวก ค) พบว่า ผู้เข้าอบรมทั้งหมด ๓๖๕ ท่าน ได้รับสื่อจากสื่อบุคคล ๒๗๓ ท่าน มีความความสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้ว่า สื่อบุคคล คือ สื่อที่มีผลในการประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุด (ทราบจากสื่ออื่น ๖๖ ท่าน และวิธีอื่นๆ ๓๐ ท่าน ด้านอายุ มีอายุ ๑๕ - ๓๐ = ๘๖ ท่าน, มีอายุ ๓๑ - ๕๐ = ๑๖๔ ท่าน, และ อายุ ๕๑ - ๘๒ = ๘๐ ท่าน)

๒) การสำรวจข้อทุกครั้งที่เมื่อจบโครงการอบรมโดยใช้แบบสอบถามวัดผลการดำเนินกิจกรรมหลักสูตร, การบริการ และการได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผู้วิจัยมีความเห็นในส่วนของการคำถามในหัวข้อ “ท่านรู้จักยุวพุทธิกสมาคมได้อย่างไร” การสอบถามหลักสูตร พัฒนาจิตให้เกิดปัญญาและสันติสุข ของคุณแม่สิริ กรินชัย (มีการสอบถามถึงสื่อที่ได้รับ) แต่ในหลักสูตร วิปัสสนากรรมฐาน โดย พระวิชูโอะ คเวสโก (ศูนย์ ๑) ไม่มีการสอบถามถึงสื่อที่ได้รับ และ ในส่วนของข้อมูล “ช่วงอายุผู้อบรม” ทั้ง ๒ ข้อมูล/หลักสูตร ระบุไม่ตรงกันเป็นต้น ทำให้การวิเคราะห์ผลในประเด็นกลุ่มเป้าหมายผู้ปฏิบัติธรรมที่เกี่ยวกับวัยหรืออายุไม่เป็นฐานข้อมูลเดียวกัน และนอกจากนี้

ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาค้นคว้าผลการศึกษาผลการศึกษาจากสื่อต่าง ๆ ที่ใช้อยู่ด้วย จะทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพหรือความสัมฤทธิ์ของสื่อแต่ละชนิดได้

๓) จากแนวความคิดในด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่องการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ช่วยให้การดำเนินงานภายในมีความคล่องตัว”^๑ ผู้วิจัยเห็นว่ายุทธศาสตร์มีหลักการปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรตามวิธีการที่เป็นของยุทธศาสตร์อยู่แล้ว ในการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร หรือ วิธีปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของแต่ละส่วนงานเพื่อให้เกิดการปฏิบัติเป็นไปในทางเดียวกัน จะทำให้เกิดความคล่องตัวในการทำงานของคนภายในองค์กร เป็นขวัญกำลังใจของคนในองค์กร เกิดความสามัคคีและทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้เป็นประโยชน์อย่างจริงจังจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่มีความสนใจงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สาธารณชนได้รับรู้และสร้างความพอใจองค์กร หรือ เพื่อแจ้งให้ทราบในกิจกรรมต่าง ๆ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะโดยแบ่งออกเป็น ๓ ส่วน คือ

๒.๓.๑ ข้อเสนอแนะและองค์ความรู้ใหม่ด้านหลักวิธีการประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะการประชาสัมพันธ์หลักสูตรการอบรมและการเผยแพร่ธรรมต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เรียงลำดับความสำคัญออกได้ คือ

- ๑) มีการบริการให้ประทับใจผู้มาเยือน
- ๒) แบ่งหลักสูตรอบรมปฏิบัติธรรมให้เหมาะสมกับผู้เข้าอบรม
- ๓) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย
- ๔) พระสงฆ์และเจ้าหน้าที่ต้องมีปฏิปทาเป็นที่น่าเลื่อมใส
- ๕) การบริหารและการจัดการที่ดีเป็นเหตุต่อความเลื่อมใสและความสำเร็จ

^๑ วิรัช อภิรัตน์กุล, การประชาสัมพันธ์, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ; ๒๕๒๗), หน้า ๓๗.

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการวิจัยหลักวิธีการประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้ ถือเป็นรูปแบบการบริหารจัดการที่เป็นสากล มีหลักวิธีการประชาสัมพันธ์การเผยแพร่หลักธรรมที่สมบูรณ์ครบถ้วนและทันสมัย สามารถใช้เป็นแนวทางการศึกษาหลักวิธีการดำเนินการในประชาสัมพันธ์กิจกรรมงานเผยแพร่ที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับศูนย์ปฏิบัติธรรมและผู้ที่เกี่ยวข้องในองค์กรทางพุทธศาสนาต่าง ๆ ได้

๕.๔.๓ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

๑) ศึกษาหลักการสื่อสารในหลักสูตรการปฏิบัติธรรมเพื่อให้สามารถครอบคลุมทั่วถึงผู้อบรม ในหลักสูตรของยุวพุทธิกสมาคม

๒) ศึกษาหลักสูตรการอบรมแต่ละระดับที่สามารถสร้างความประทับใจและเกิดผลด้านสภาวะธรรมแก่ผู้ปฏิบัติธรรมของยุวพุทธิกสมาคม

๓) ศึกษาเปรียบเทียบหลักวิธีการประชาสัมพันธ์ของสถานปฏิบัติธรรมอื่น ที่มีประสิทธิภาพทำให้มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน เช่น กรณีศึกษา สวนโมกขพลาราม อ. ไชยา จ. สุราษฎร์ธานี, วัดป่าสุนันทวราราม อ. ไทรโยค จ. กาญจนบุรี เป็นต้น

๔) ศึกษาหลักวิสัยทัศน์ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่พุทธศาสนาเพื่อแก้ปัญหาวิกฤติทางสังคมโลกในปัจจุบัน กรณีศึกษาคณะกรรมการมหาเถรสมาคมมหานิกาย

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย :

ก. ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๕.

มหามกุฏราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกอรรถกถาแปล ชุด ๕๑ เล่ม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ มหามกุฏราชวิทยาลัย, ๒๕๓๔.

ข. ข้อมูลทุติยภูมิ

(๑) หนังสือ ;

กิดานันท์ มลิทอง. เทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่อการศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อรุณการพิมพ์ , ๒๕๔๘.

กุลชาติ พงษ์จันทร์. ศิลปะการพูดจูงใจ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ไพลินบุคเน็ท จำกัด, ๒๕๔๘.

จิตรารักษ์ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๕. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๑.

ฉัตรสุมาลย์ กบิลสิงห์. ศาสนา. กรุงเทพฯ : คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๑๘.

ชัยนันท์ นันทพันธ์. การประชาสัมพันธ์อย่างไรจึงได้ผล. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ปากปิกร้าฟ-ฟิค, ๒๕๓๒.

ชัยนันท์ นันทพันธ์. ประชาสัมพันธ์อย่างไรจึงได้ผล. กรุงเทพมหานคร : บางกะปิกร้าฟฟิค, ๒๕๓๒.

ชัยวัฒน์ อัดพัฒน์. หลักพุทธศาสนา. กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๒๓.

ดวงพร คำบุญวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง. **สื่อสารการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร : บริษัท
ที. พี. พีรรัตน์ จำกัด, ๒๕๓๖.

ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. คอลัมน์ “คลื่นความคิด”, **มติชนรายวัน**. ปีที่ 29 ฉบับที่ 10363 (วันที่ 25
กรกฎาคม พ.ศ. 2549) : ๘.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). **พุทธธรรม. (ฉบับปรับปรุงและขยายความ)**. พิมพ์ครั้งที่ ๑๑.
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ บริษัท สหธรรมมิก จำกัด, ๒๕๔๕.

_____. **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลศัพท์**. พิมพ์ครั้งที่ ๑๒. กรุงเทพมหานคร : โรง
พิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๑.

_____. **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ ๑๗. กรุงเทพมหานคร : โรง
พิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๑.

_____. **พุทธวิธีการสอน**. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิพุทธธรรม, ๒๕๔๑.

รองศาสตราจารย์ กิติมา สุรสนธิ. **ความรู้ทางการสื่อสาร**. พิมพ์ครั้งที่ ๔, กรุงเทพฯ : จามจุรี โปร
ดักท์, ๒๕๔๘.

รองศาสตราจารย์ชม ภูมิภาค. **หลักการประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์
O.S. PRINTING HOUSE Co., LTD., ๒๕๒๖.

รองศาสตราจารย์ชม ภูมิภาค. **หลักการประชาสัมพันธ์อย่างไร**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร :
O.S. PRINTING HOUSE Co., LTD, ๒๕๒๖.

รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์ตันนะ. **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพฯ : ศูนย์
หนังสือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๗.

วิรัช อภิรตนกุล. **นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ ยุคสารสนเทศ**. พิมพ์ครั้งที่
๒. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ด้านสุทธาการพิมพ์ จำกัด, ๒๕๔๒.

วิรัช อภิรตนกุล. **นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ ๒, กรุงเทพฯ :
บริษัท ด้านสุทธาการพิมพ์ จำกัด, ๒๕๒๕.

วิระ อรัญมงคล. **หลักการประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สุดจิต
ออฟเซต, ๒๕๓๘.

วีระ อรัญมงคล. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สุจิตออฟเซต,
๒๕๓๘.

วีระ อรัญมงคล. หลักการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สุจิตออฟเซต,
๒๕๓๘.

ศาสตราจารย์ ดร. พัทยา สายหู. รองศาสตราจารย์ศุภรัตน์ เลิศพานิชกุล และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.
สุมาลี บำรุงสุข. ไทยศึกษา หน่วยที่ ๑-๓ ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๔๓.

สมชาย หิรัญกิตติ. การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซน์เท็กซ์, ๒๕๔๒.

อรุณ รักธรรม. พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, ๒๕๒๖.

(๒) วิทยานิพนธ์ ;

กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ , จรยา เหนียนเฉลย และ บุญเลิศ เฟ่งสุข. “การศึกษาสภาพและปัญหาการ
สื่อสารภายในองค์กรของผู้บริหาร อาจารย์และเจ้าหน้าที่ในวิทยาลัยเทคนิค สำนักงาน
คณะกรรมการการอาชีวศึกษาในเขตสถาบันการอาชีวศึกษาภาคกลาง ๑” วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, ๒๕๔๘.

นางสาวพรพิมล ก่อวงศ์. “หลักการประชาสัมพันธ์ตามแนวพุทธกับหลักประชาสัมพันธ์สมัยใหม่”
วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย,
๒๕๕๐.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี วรรณรักษ์. “การศึกษากลวิธีการสื่อสาร : กรณีศึกษานักศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี” สาขาวิชาภาษาอังกฤษ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
, ๒๕๔๕.

พระมหาสมพร สุวรรณคำ . “กระบวนการสื่อสารในการสอนกรรมฐานของพระธรรมวิสุทธิกวี
(พิจิตร ฐิตวณฺโณ) วัดโสมนัสวิหาร” ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต :
มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๔๗.

พระมหาสมพร สุวรรณคำ. “กระบวนการสื่อสารในการสอนกรรมฐานของพระธรรมวีสุทธิภิกขุ
 (พิจิตร จิตตวณฺโณ) วัดโสมนัสวิหาร” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.
 บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๔๗.

ลัดดา ปิยะเศรษฐ์ และ คณะ. “กระบวนการสื่อสารด้านสุขภาพทางวิทยุชุมชน” วิทยานิพนธ์
 มหาบัณฑิต : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒.

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่ม. “ปัจจัยและวิธีการที่สื่อสิ่งพิมพ์คัดเลือกข่าวและบทความประชาสัมพันธ์ของ
 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต.
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๕.

(๓) สัมภาษณ์ ;

สัมภาษณ์ พระอาจารย์คเชนทร์ สุนทรโร, ผู้รับผิดชอบงานกิจกรรม-โสต ศูนย์สวนประไพธรรม
 (ศูนย์ ๓) ต. นากระตาม อ. ท่าแซะ จ.ชุมพร, วันที่ ๓๐ ส.ค. ๒๕๕๓.

สัมภาษณ์ คุณ นภาพร ไหววอง, อบรมที่ศูนย์วิปัสสนาพุทธ ปทุมธานี (ศูนย์ ๒) ต.คลองสาม อ.
 คลองหลวง จ. ปทุมธานี, ๔ ส.ค. ๒๕๕๓.

สัมภาษณ์ คุณคมกฤช สารภาค, อบรมที่ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
 (ศูนย์ ๑) ถ. เพชรเกษม ๕๔ เขตภาษีเจริญ จ. กรุงเทพฯ, ๒๕ ส.ค. ๒๕๕๓.

สัมภาษณ์ คุณดวงกมล สุวิชากุล, ผอ.การบริหาร ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรม
 ราชูปถัมภ์ (ศูนย์ ๑) ถ. เพชรเกษม ๕๔ เขตภาษีเจริญ จ. กรุงเทพฯ, ๒๕ ส.ค. ๒๕๕๓.

สัมภาษณ์ คุณปรีชา แสนเขียว, หน.ศูนย์วิปัสสนาพุทธ ปทุมธานี (ศูนย์ ๒) ต.คลองสาม อ. คลอง
 หลวง จ.ปทุมธานี วันที่ ๒๐ ก.ค. ๒๕๕๓.

สัมภาษณ์ คุณพิมพ์พัทธ์ หาญศรีสกุล, รองผู้อำนวยการพัฒนา/ส่งเสริมและอุปถัมภ์ยุวพุทธิก
 สมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (ศูนย์ ๑) ถ. เพชรเกษม ๕๔ เขตภาษี
 เจริญ จ. กรุงเทพฯ, วันที่ ๒๕ ส.ค. ๒๕๕๓.

สัมภาษณ์ คุณวัชรคุลย์ ปรัชญาธรรมกร, อบรมที่ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรม
 ราชูปถัมภ์ (ศูนย์ ๑) ถ. เพชรเกษม ๕๔ เขตภาษีเจริญ จ. กรุงเทพฯ, ๒๗ ส.ค. ๒๕๕๓.

สัมภาษณ์ คุณวิวัฒน์ กุลนนท์, หน.กิจกรรมโสต/ งานบริหาร/ ชุรการ/ งานยานยนต์ ศูนย์วิปัสสนา

ยุวพุทธปทุมธานี (ศูนย์ ๒) ต.คลองสาม อ. คลองหลวง จ. ปทุมธานี, ๒๐ ก.ค. ๒๕๕๓.

สัมภาษณ์ คุณวิศิษฐ์ วานิชพงษ์พันธ์, อบรมที่ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธ ปทุมธานี (ศูนย์ ๒) ต.คลอง

สาม อ. คลองหลวง จ. ปทุมธานี, ๒ ส.ค. ๒๕๕๓.

สัมภาษณ์ คุณอนุพันธ์ อินทร พงษ์, อบรมที่ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรม

ราชูปถัมภ์ (ศูนย์ ๑) ถ. เพชรเกษม ๕๔ เขตภาษีเจริญ จ. กรุงเทพฯ, ๓๐ ส.ค. ๒๕๕๓.

สัมภาษณ์ รตท.หญิง ศุภรสมิ์ ขวัญเกื้อเอียรติ, อบรมที่ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธปทุมธานี (ศูนย์ ๒) ต.

คลองสาม อ. คลองหลวง จ. ปทุมธานี, ๗ ส.ค. ๒๕๕๓.

๒. ภาษาอังกฤษ :

Books ;

Amatai Etzioni. **Modern Organizations Englewood Cliffs**. N.J.: Prentice-Hall, 1964.

Black, Mavin M. **Practical Public Relation**. New York : Haper & Bros., 1947.

Berlo, David K. **Process of Communication**. New York : Holt. Rinehart and Winton, 1960.

Lasswell, Harold D. “**The Structure and Function of Communication. In society**”. The

Communication of Ideal Bryson ed. New yor: Harper and Row publishers, 1948.

ประวัติผู้วิจัย

- ชื่อ ภาษาไทย : พระพิรพงษ์ พิรสกุโก (ศรีฟ้า)
- ชื่อ ภาษาอังกฤษ : Phra Perapong Bhirasakkō (Sreefah)
- วัน เดือน ปีเกิด : ๑๕ ตุลาคม ๒๕๐๕
- สถานที่เกิด : ตำบลดลิ่งงาม อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- การศึกษา : ปริญญาตรีอุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ปี ๒๕๓๕
- : ประกาศนียบัตรบัณฑิตศึกษา สาขาพระไตรปิฎกศึกษา มหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ปี ๒๕๕๒
- อุปสมบท : วันที่ ๒๓ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๐
- สังกัด : วัดสามัคคีธรรม ตำบลคุระบุรี อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา
- เข้าศึกษาเมื่อ : ปี พ.ศ. ๒๕๕๑
- สาขาที่ศึกษา : พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธรรมนิเทศ
- สำเร็จการศึกษา : พ.ศ. ๒๕๕๓
- ที่อยู่ปัจจุบัน : เลขที่ ๑๕๖ วัดลครท่า ตำบลบ้านช่างหล่อ อำเภอบางกอก-น้อย กรุงเทพมหานคร