

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อพัฒนางานของกองหนังสือเดินทาง” มีแนวคิด ทฤษฎี ที่นำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

- ทฤษฎีเผยแพร่นวัตกรรม
- แนวคิดการแพร่กระจายข่าวสารเหตุการณ์สำคัญ
- ทฤษฎีไหลสองทอดของข่าวสาร
- แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการในเชิงกลยุทธ์

ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม

การเผยแพร่ของนวัตกรรม เป็นกระบวนการแพร่กระจายของข่าวสารที่เกี่ยวกับนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ (สิ่งของ ความรู้ ความคิด แนวทางปฏิบัติ อาจรวมไปถึงสินค้าและบริการใหม่ ๆ) เข้าสู่สังคมใดสังคมหนึ่ง เพื่อให้เกิดการรับรู้ สนใจ ยอมรับ และนำไปใช้ (พีระ จิรโสภณ, 2548, น. 175)

เอฟเวอเร็ต เอ็ม. โรเจอร์ส ผู้คิดค้นและแต่งตำรา Diffusion of Innovations ได้นิยามการแพร่กระจายว่าเป็นกระบวนการที่ใช้นวัตกรรมเป็นสื่อที่มีช่องทางการสื่อสารที่แน่นอนผ่านไป ยังสมาชิกของสังคม โดยนวัตกรรมหมายถึง แนวความคิดใหม่ วิธีการ หรือเครื่องมือใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น และความสามารถในการใช้สื่อเปรียบได้กับนวัตกรรมอย่างหนึ่งเพราะเป็นการสร้างแนวความคิดใหม่ให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้

โรเจอร์ส และ ชูเมคเกอร์ (อ้างถึงใน พีระ จิรโสภณ, 2548, น. 175) ได้แบ่งระยะของกระบวนการเผยแพร่วัตกรรมออกเป็น 5 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นความรู้ (Knowledge) คือขั้นรับทราบ เป็นขั้นตอนการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ โดยในขั้นตอนนี้สื่อมวลชนจะมีบทบาทสำคัญในการแพร่ข่าวสารความรู้ได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว อีกทั้งยังมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ

2. ขั้นการโน้มน้าวใจ (Persuasion) คือการสร้างทัศนคติหรือเปลี่ยนทัศนคติ ให้นำไปสู่การยอมรับ โดยในขั้นตอนนี้สื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นจะมีบทบาทสำคัญในการ โน้มน้าวใจ

3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision) ในขั้นนี้จะเริ่มด้วยการประเมิน (evaluation) และการทดลอง (trial) เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ โดยในขั้นนี้สื่อบุคคลจะมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะบุคคลที่มีความคล้ายคลึงกัน (homophily) ในด้านของสังคม วัฒนธรรม ฯลฯ เพื่อการสื่อสารนั้นจะประสบผลสำเร็จ และลดอุปสรรคในเรื่องของความเชื่อใจและความเข้าใจร่วมกัน

4. ขั้นการนำไปใช้ (Implementation) หรือการรับมาใช้ (Adoption) มีลักษณะคล้ายกับขั้นของการตัดสินใจที่สื่อบุคคลจะมีบทบาทเป็นผู้แนะนำเพื่อให้มีการนำไปใช้อย่างถูกต้อง แต่สื่อมวลชนหรือสื่อเฉพาะกิจ (specialize media) บางอย่างก็สามารถใช้ควบคู่กันไปในช่วงตอนนี้ เช่น คู่มือ แผ่นพับ หรือจุลสารที่บอกคำแนะนำ

5. ขั้นการยืนยัน (Confirmation) ขั้นนี้คือการสื่อสารเพื่อตอกย้ำถึงการตัดสินใจยอมรับและนำไปใช้ โดยสื่อมวลชนจะมีบทบาทอย่างพอสมควรในการเสนอข่าวสาร

ในการเผยแพร่นวัตกรรมถือว่าการสื่อสารแบบพิเศษอย่างหนึ่งที่แตกต่างจากการสื่อสารแบบอื่น ๆ คือ การเผยแพร่นวัตกรรมนั้นเพื่อเผยแพร่ความคิดใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ ๆ และแนวความคิดที่สำคัญที่สุดของการเผยแพร่วัตกรรมคือการสื่อสาร ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้ โดยการสื่อสารที่ใช้สำหรับเผยแพร่นวัตกรรมมีอยู่ 2 ชนิด คือ สื่อมวลชนและสื่อบุคคล ซึ่งพบว่าการใช้สื่อมวลชนนั้นมีประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้สื่อเพื่อการแพร่กระจายข่าวสาร คือการใช้สื่อผสมระหว่างสื่อมวลชนกับสื่อบุคคล

องค์ประกอบของการเผยแพร่วัตกรรม

1. นวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ แนวความคิดใหม่ หรือข่าวสาร การบริการใหม่ ๆ ที่ต้องการเผยแพร่ออกไป

2. สื่อหรือช่องทางที่จะเผยแพร่วัตกรรมเพื่อให้ไปถึงผู้รับ อันได้แก่

2.1 สื่อมวลชน (Mass Media)

คือ สื่อที่สามารถใช้เผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับ ซึ่งเป็นประชาชนจำนวนมาก ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น

สื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีบทบาทและความสำคัญยิ่งในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพราะโดยลักษณะของสื่อมวลชนนั้น เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง และมีความรวดเร็ว อีกทั้งยังมีความน่าเชื่อถือในความคิดของผู้รับสารอีกด้วย ดังนั้น สถาบันองค์กร จึงนิยมใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์

ทั้งนี้ สถาบัน องค์กร หรือหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน มักจะใช้สื่อมวลชน ในการทำการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากสื่อมวลชนนับเป็นหนทางที่ดีที่สุดในการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ขององค์กรไปในวงกว้าง ซึ่งการตัดสินใจในการเลือกใช้สื่อแต่ละ ประเภทนั้น ก็ขึ้นอยู่กับหน่วยงานหรือองค์กรที่จะเป็นผู้พิจารณาเลือกใช้สื่ออย่างไรให้เหมาะสมกับ เนื้อหาของข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่

2.2 สื่อบุคคล

สื่อบุคคลนับเป็นเครื่องมือการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่ใช้สะดวก รวดเร็ว และประหยัด สื่อบุคคลจะใช้คำพูดในการสื่อสาร ซึ่งการพูดในแง่ประชาสัมพันธ์จะต้อง เป็นการพูดที่จะสร้างความเข้าใจเพื่อให้ประชาชนเป้าหมายได้ความรู้ที่ถูกต้องในสิ่งหนึ่ง สิ่งใดที่ผู้ ทำการประชาสัมพันธ์ประสงค์ (to inform) และรวมทั้งการชี้ชวนหรือโน้มน้าวใจให้ประชาชน ปฏิบัติตาม (to persuade)

การสื่อสารที่ใช้บุคคลเป็นผู้ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีการเห็นหน้าค่าตา และมีลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) ซึ่งการสื่อสาร แบบนี้จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบสองทางและให้ปฏิกิริยาโต้ตอบเร็วกว่าการสื่อสาร มวลชน และหากกรณีที่ได้รับสารไม่เข้าใจสารก็สามารถซักถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่ง สารได้ในเวลาอันรวดเร็ว การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ถือเป็นการสื่อสารที่แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ส่ง สารและผู้รับสาร ผู้ที่ใช้การสื่อสารแบบนี้จะต้องมีการเชื่อถือซึ่งกันและกัน กล่าวได้ว่า ในขณะที่ใช้ คำพูดเป็นเครื่องมือในการสื่อสารต้องอาศัยบุคคลเป็นผู้ส่งสาร ตามหลักการติดต่อสื่อสารนั้น ผู้ส่ง สารหรือแหล่งข่าวมีความสำคัญต่อการสร้างผลสำเร็จในการสื่อสาร เพราะถือว่าเป็นส่วนที่จะทำ ให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือ ความเข้าใจ ความประทับใจและเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กรนอกจากนี้ แล้วสื่อบุคคลยังสามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

ประสิทธิภาพของสื่อมวลชนกับสื่อบุคคล

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้นเห็นได้ว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความ เข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลนั้นจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในด้านการชักจูง หรือโน้มน้าวใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง

โรเจอร์ส (Roger, อ้างถึงใน วิศิธา วราลักษณ์, 2538, น. 48) ได้กล่าว เปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า ผลจากการวิจัยต่าง ๆ พบว่าสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่สื่อบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่าเมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ และสื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์

3. ระยะเวลา คือช่วงเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจที่จะยอมรับนวัตกรรม
4. สมาชิกของสังคมที่เป็นผู้รับ

แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-passport)

หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นนวัตกรรมใหม่ในการปฏิบัติงานของกองหนังสือเดินทาง แม้ว่าจะเริ่มใช้ในประเทศไทยมาเป็นเวลา 3 ปี แต่ก็ถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมเพราะเป็นสิ่งใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้น ปัญหาคือประชาชนส่วนใหญ่มักจะไม่ทราบว่าหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์คืออะไร แตกต่างจากรูปแบบเดิมอย่างไร มีคุณสมบัติอย่างไร ฯลฯ ดังนั้น การเผยแพร่ข่าวสารจึงต้องนำสื่อมวลชนเข้ามาช่วยในการสื่อสารกับประชาชน โดยต้องให้ความรู้เกี่ยวกับหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร

หนังสือเดินทางคือ เอกสารสำคัญประจำตัวที่รัฐบาลประเทศหนึ่งออกให้แก่พลเมืองหรือคนชาติของตน เพื่อใช้แสดงตนในการเดินทางไปต่างประเทศ ในทางปฏิบัติประเทศเจ้าของหนังสือเดินทางจะร้องขอให้ประเทศอื่น ๆ ให้ความสะดวก ความปลอดภัย หรือให้ความช่วยเหลือ ความคุ้มครองทางกฎหมายขณะที่พลเมืองของตนอยู่ในประเทศนั้น ๆ หนังสือเดินทางต้องได้รับการประทับการตรวจลงตราหรือวีซ่าจากหน่วยงานของประเทศที่จะเดินทางไปเยือน วันแต่จะมีความตกลงยกเว้นการตรวจลงตราระหว่างประเทศ

สำหรับประเทศไทย ได้มีการพัฒนาหนังสือเดินทางมาโดยตลอดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการผลิตและประโยชน์ในการใช้สอย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมของสังคม โดยกองหนังสือเดินทางพยายามพัฒนาระบบการผลิตเล่มหนังสือเดินทางอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การบริการหนังสือเดินทางดำเนินไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว และป้องกันการปลอมแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น

ในปี 2536 กองหนังสือเดินทางได้นำระบบหนังสือเดินทางแบบใหม่มาใช้ เรียกว่าระบบ Digital Passport System (DPS) ซึ่งเป็นวิธีการพิมพ์รูปผู้ถือหนังสือเดินทางลงในหนังสือเดินทางด้วยระบบดิจิทัลแทนการติดรูปตามระบบเดิม และอ่านได้ด้วยเครื่อง (Machine Readable Passport)

ในปี 2538 ได้ปรับเปลี่ยนการผลิตเล่มหนังสือเดินทางที่สามารถจัดเก็บข้อมูลในเล่มหนังสือเดินทางได้ด้วยระบบข้อมูลหน้าเดียว เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO)

ในปี 2543 กองหนังสือเดินทางได้พัฒนาหนังสือเดินทางไทยโดยการนำเทคโนโลยีการถ่ายรูป การบันทึกข้อมูล และการพิมพ์ข้อมูลลงในเล่มโดยตรง รวมทั้งการสร้างระบบหนังสือเดินทางซึ่งสามารถเชื่อมโยงข้อมูลทะเบียนราษฎรด้วยระบบคอมพิวเตอร์จากฐานข้อมูลของกระทรวงมหาดไทย เพื่อให้สามารถตรวจสอบสถานะของผู้ขอหนังสือเดินทางโดยอาศัยหมายเลขประจำตัวประชาชน ซึ่งทำให้สามารถให้บริการรับคำร้องจากประชาชนผู้ขอใช้ให้บริการหนังสือเดินทางได้ในเวลาอันรวดเร็ว และทำการผลิตหนังสือเดินทางได้ภายในเวลา 3 วันทำการ

ในด้านการพัฒนารูปเล่มหนังสือเดินทาง กองหนังสือเดินทางได้ให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงรูปแบบและมาตรฐานของเล่มหนังสือเดินทางไม่น้อยไปกว่าการปรับปรุงด้านบริการ เนื่องจากรูปแบบและมาตรฐานดังกล่าวเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการป้องกันการปลอมแปลง และความน่าเชื่อถือของหนังสือเดินทางตามมาตรฐานสากล การพัฒนาหนังสือเดินทางจึงต้องคำนึงถึงรูปแบบที่สวยงามทันสมัยในราคาเหมาะสม และจะต้องประกอบด้วยเทคโนโลยีที่สามารถป้องกันการปลอมแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพควบคู่ไปด้วย

ในปี 2545 กองหนังสือเดินทางได้พัฒนารูปแบบของหนังสือเดินทางแบบใหม่ ที่มีคุณลักษณะป้องกันการปลอมแปลง (Security Features) เพิ่มมากขึ้น และใช้เทคโนโลยีระดับสูงหลายอย่างเช่นเดียวกับการพิมพ์ธนบัตร เพื่อยกระดับมาตรฐานหนังสือเดินทางไทยให้ทัดเทียมกับประเทศชั้นนำของโลก คุณลักษณะพิเศษที่ใส่ไว้ในหนังสือเดินทางบางอย่างไม่เห็นได้ด้วยตาเปล่า ต้องใช้เครื่องมือเฉพาะในการตรวจสอบ และบางอย่างก็แฝงไว้อย่างแนบเนียน ทำให้ยากในการปลอมแปลง นอกจากนี้คุณลักษณะบางประการผลิตขึ้นด้วยกรรมวิธีและสารเคมีที่ไม่อาจหาได้ในท้องตลาดทั่วไป ทำให้มั่นใจได้ว่าหนังสือเดินทางไทยจะมีความปลอดภัยจากการปลอมแปลง

และในปี 2548 เริ่มมีการนำหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการบันทึกข้อมูลทางชีวภาพของผู้ถือหนังสือเดินทาง ด้วยการฝังไมโครชิปที่เป็นมาตรฐานขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO)

หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-passport ย่อมาจากคำว่า Electronic Passport และเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Biometric Passport คือ หนังสือเดินทางที่มีการบันทึกข้อมูลชีวภาพ (biometric data) ของผู้ถือหนังสือเดินทาง โดยกรมการกงสุล กระทรวงการต่างประเทศ ได้นำระบบหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-passport) มาให้บริการเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม

2548 โดยเปิดให้บริการเฉพาะผู้ทำหนังสือเดินทางทูตและราชการเท่านั้น ต่อมาเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2548 เปิดให้บริการสำหรับประชาชนทั่วไปเพียงวันละ 100 เล่ม เฉพาะที่กรมการกงสุล และเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2548 ได้เปิดให้บริการหนังสือเดินทางรูปแบบใหม่นี้อย่างเต็มรูปแบบทุกแห่ง และทุกประเภทหนังสือเดินทาง ซึ่งประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศแรกในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก และเป็นประเทศที่ 2 ในโลกที่เริ่มใช้หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยประเทศแรกที่นำหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ออกมาใช้คือ เบลเยียม ปัจจุบันนับถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2552 มี 54 ประเทศที่นำหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ออกใช้ และภายในปี 2552 จะมีเพิ่มอีก 35 ประเทศ อันจะทำให้มีผู้ใช้หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์กว่า 100 ล้านคนทั่วโลกในสิ้นปี 2552

หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-passport) เป็นหนังสือเดินทางที่มีคุณลักษณะเฉพาะทางเทคนิค ตามข้อกำหนดขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) ซึ่งจะแตกต่างจากหนังสือเดินทางแบบเดิม ดังนี้

1. มีการบันทึกข้อมูลชีวภาพ (Biometric Data) ได้แก่ รูปใบหน้า และ/หรือ ลายนิ้วมือ และ/หรือม่านตา ไว้ใน Contactless Integrated Circuit ซึ่งฝังอยู่ในเล่มหนังสือเดินทาง
2. สามารถอ่านได้ด้วยเครื่อง Automatic Gate จุดผ่านแดนระหว่างประเทศ โดยมีการตรวจพิสูจน์โดยอัตโนมัติเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลในหนังสือเดินทางกับผู้ถือหนังสือเดินทาง
3. มีการเข้ารหัสข้อมูลเพื่อการตรวจสอบความถูกต้องแท้จริงของกองหนังสือเดินทาง

ข้อดีของหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์

1. สามารถป้องกันการปลอมแปลงได้สูง เป็นมาตรการสำคัญในการสกัดกั้นขบวนการก่อการร้ายข้ามชาติ การลักลอบเข้าเมือง
2. สามารถตรวจสอบเพื่อพิสูจน์ตัวบุคคลได้แม่นยำและรวดเร็ว อำนวยความสะดวกต่อการเดินทาง การเข้าเมือง และส่งเสริมการท่องเที่ยว
3. เสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ ทำให้หนังสือเดินทางไทยมีความน่าเชื่อถือ และได้รับการยอมรับในระดับสากลยิ่งขึ้น ส่งผลต่อเส้นทางบวกด้านเศรษฐกิจการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของประเทศ

ประเภทของหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์

ภาพที่ 2.1

ตัวอย่างหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ประเภทธรรมดา



1. หนังสือเดินทางธรรมดา (หน้าปกสีแดงเลือดหมู) ออกให้แก่ประชาชนทั่วไป โดยหนังสือเดินทางมีอายุไม่เกิน 5 ปี

ภาพที่ 2.2

ตัวอย่างหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ประเภทราชการ



2. หนังสือเดินทางราชการ (หน้าปกสีน้ำเงินเข้ม) มีอายุไม่เกิน 5 ปี ผู้ถือหนังสือเดินทางประเภทนี้ต้องใช้ในราชการเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ในการเดินทางส่วนตัว โดยจะออกให้แก่ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่จัดตั้งตามรัฐธรรมนูญ รวมถึงบุคคลอื่นใดที่เดินทางเพื่อทำประโยชน์แก่ทางราชการตามที่กระทรวงการต่างประเทศอนุมัติและเมื่อเสร็จภารกิจหรือผู้ถือขาดคุณสมบัติที่จะถือหนังสือเดินทางราชการ ให้ส่งหนังสือเดินทางราชการนั้นแก่กระทรวงการต่างประเทศ

ภาพที่ 2.3

ตัวอย่างหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ประเภททูต



3. หนังสือเดินทางทูต (หน้าปกสีแดง) มีอายุไม่เกิน 5 ปี เมื่อเสร็จภารกิจหรือผู้ถือขาดคุณสมบัติที่จะถือ หนังสือเดินทางทูต ให้ส่งหนังสือเดินทางทูตนั้นแก่กระทรวงการต่างประเทศ

ภาพที่ 2.4

ตัวอย่างหนังสือเดินทางชั่วคราว



4. หนังสือเดินทางชั่วคราว (หน้าปกสีเขียว) มีอายุ 1 ปี และไม่สามารถต่ออายุได้อีก จะออกให้กับบุคคลที่หนังสือเดินทางสูญหาย หรือเสียหายจนใช้การไม่ได้ หรือหนังสือเดินทางขาดอายุระหว่างอยู่ต่างประเทศ แต่มีหลักฐานประกอบการขอออกหนังสือเดินทางครบถ้วน และประสงค์จะเดินทางเป็นการเร่งด่วน โดยไม่อาจรอการออกหนังสือเดินทางเล่มใหม่ให้แทนได้

กระบวนการเผยแพร่นวัตกรรมให้เกิดการยอมรับทั้ง 5 ขั้นตอน อาจเกิดไม่ครบทุกขั้นตอนในการศึกษาเกี่ยวกับ กลยุทธ์การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อการพัฒนาของกองหนังสือเดินทาง เนื่องมาจากการใช้สื่อของกองหนังสือเดินทางนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภารกิจของกองหนังสือเดินทาง เชิญชวนให้ทำหนังสือเดินทางเมื่อมีกิจกรรมหนังสือเดินทางเคลื่อนที่ไปตามจังหวัดต่าง ๆ สร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดขึ้น อีกทั้ง ลักษณะงานของกองหนังสือเดินทางเป็นงานบริการของภาครัฐ ที่มุ่งเน้นการบริการที่ดีแก่ประชาชนเป็นหลัก มากกว่าการสร้างผลกำไร หรือยอดขายให้กับองค์กรเหมือนเอกชน

การนำทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรมมาเป็นกรอบในการศึกษาคั้งนี้ จะเน้นที่การใช้สื่อสารมวลชนในการสร้างการรับรู้และโน้มน้าวใจเป็นหลัก

แนวคิดการแพร่กระจายข่าวสารเหตุการณ์สำคัญ

การแพร่กระจายข่าวสารหรือเหตุการณ์สำคัญจากสื่อมวลชนไปยังกลุ่มผู้รับสารมีลักษณะดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงช่องทางการรับรู้สารของผู้รับสารเกี่ยวกับข่าวสำคัญ
2. คนส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชนโดยตรงมากกว่าสื่ออื่น ๆ
3. ข่าวที่เกี่ยวข้องอย่างลึกซึ้งหรือมีผลกระทบต่อความรู้สึกของคนจำนวนมากหรือกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง มักจะแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว และเหตุการณ์เรื่องใดจะมีมูลค่าข่าวหรือไม่ มักขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์และตอบสนองของความพึงพอใจของผู้รับสารแต่ละคนเป็นสำคัญ กล่าวคือ การแพร่กระจายข่าวสารจะได้รับความน่าสนใจมาน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับเหตุการณ์และการตระหนักรู้ของผู้รับสาร โดยสิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ เป็นสารประเภทใดและมีผลต่อผู้รับสารอย่างไร (พีระ จิรโสภณ, 2548, น. 176-177)

กลยุทธ์ที่ใช้ในการแพร่กระจายข่าวสารนั้นแบ่งได้ ดังนี้

- มีความต่อเนื่อง
- การเข้าถึงผู้รับสาร
- มุ่งส่งสารไปจุดใดจุดหนึ่ง
- ส่งสารนั้นเป็นระลอก มีความสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้รับสารตื่นตัวกับสารนั้น

การสื่อสารสามารถมีบทบาทในการพัฒนาประเทศได้ในทุกด้าน โดยการสื่อสารจะมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาที่สามารถกล่าวได้ว่า การพัฒนาต่าง ๆ ไม่สามารถดำเนินไปได้ถ้าไม่

ได้รับการสนับสนุนอย่างเพียงพอจากเครือข่ายของการสื่อสาร ด้วยเหตุนี้ถ้าหากมีการนำการสื่อสาร มาใช้ให้ถูกต้องและเพียงพอแล้ว ก็จะสามารถช่วยส่งเสริมการพัฒนาได้อย่างมาก ถือได้ว่าการสื่อสาร เป็นเครื่องมือหรือวิธีการของการพัฒนา

หลักสำคัญของแนวคิดนี้คือ สื่อมีส่วนในการรับรู้ข่าวสารของประชาชนเป็นอย่างมาก ดังนั้น การกระจายข่าวสารหรือเหตุการณ์สำคัญจะต้องมีการศึกษาถึงอิทธิพลของสื่อ สื่อแต่ละ ประเภทมีลักษณะอย่างไร การสื่อสารแบบใดเพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม โดยระบบ การสื่อสารที่ดีควรจะมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่องและข้อมูลชัดเจน รวมไปถึงเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม เพื่อที่จะส่งข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ สู่กลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดและมีความต่อเนื่อง

อิทธิพลของสื่อสารมวลชน

ปัจจุบันในชีวิตประจำวันของเรามักจะเกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชนอยู่ตลอดเวลา ทุกคนมักเกิดรับข่าวสาร ความบันเทิง จากสื่อแทบทั้งสิ้น โดยวิรัช ลภิวัตถกุล (2544) ได้กล่าวถึง อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคมว่าสื่อมวลชนมีความสามารถในการกระจายข่าวได้อย่างกว้างขวาง ไปสู่ประชาชนจำนวนมากแทบทุกเพศ ทุกวัย และทุกฐานะอาชีพ ฯลฯ ลักษณะเช่นนี้จึงทำให้สื่อมวลชน มีอิทธิพลต่อความเป็นอยู่ตลอดจนความรู้สึกนึกคิดของประชาชนอย่างกว้างขวาง และสื่อมวลชน ยังมีอิทธิพลชักจูงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติ ความเชื่อ พฤติกรรม และแบบแผนการดำรงชีพ ในสังคม โดยสามารถสรุปอิทธิพลของสื่อมวลชนในด้านต่าง ๆ ได้ ดังนี้

1. อิทธิพลทางด้านทัศนคติและค่านิยม สื่อมวลชนมีอิทธิพลในด้านการสร้างหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ รวมถึงการเปลี่ยนแนวความคิดให้เป็นไปตามประสงค์ของผู้ส่งสารได้ หากสื่อมวลชนทำหน้าที่อย่างน่าเชื่อถือด้วยแล้วก็ยิ่งสร้างศรัทธาได้มาก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีการ นำสื่อมวลชนในการปลูกฝังหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติบางประการของประชาชน
2. อิทธิพลทางด้านอารมณ์ นอกเหนือจากอิทธิพลที่มีต่อทัศนคติ ค่านิยม หรือความรู้สึกนึกคิดแล้ว สื่อมวลชนยังมีอิทธิพลต่อการเร้าอารมณ์ของผู้รับสารได้เป็นอย่างดี
3. อิทธิพลทางด้านศีลธรรม สื่อมวลชนสามารถใส่คุณธรรมหรือศีลธรรมให้กับ มวลชนได้เป็นอย่างดี ขณะเดียวกันก็สามารถขุดดึงทำลายศีลธรรมให้เสื่อมไปจากจิตใจของมวลชน ได้ ฉะนั้น สื่อมวลชนที่มีจริยธรรมหรือจรรยาบรรณจะสามารถทำหน้าที่ในการยกระดับจิตใจของ มวลชนให้สูงขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามสื่อมวลชนที่ปราศจากความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไร้จริยธรรม ก็สามารถนำเสนอสิ่งที่เป็นพิษภัยต่อจิตใจและศีลธรรมอันดีงามของประชาชนได้เช่นกัน

4. อิทธิพลทางด้านสติปัญญาความรู้ หน้าที่ที่สำคัญประการหนึ่งของสื่อมวลชนทั้งหลายก็คือการให้การศึกษาหรือความรู้แก่ประชาชน ก่อให้เกิดความเฉลียวฉลาดและมีสติปัญญา หรือมีวิทยาการความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อประโยชน์ในการดำรงชีพและอยู่ร่วมกันในสังคม

5. อิทธิพลด้านพฤติกรรม สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของประชาชนไม่น้อย ประชาชนมักชอบมีพฤติกรรมเลียนแบบพฤติกรรมที่ปรากฏในสื่อมวลชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กหรือเยาวชน ซึ่งพฤติกรรมเลียนแบบนี้มีทั้งด้านบวกและลบ

นอกจากนี้แล้ว โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, อ้างถึงใน วริศรา วราลักษณ์, 2538) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของประชาชนไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้นไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Prepositions) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่ประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่มีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชน อาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใสและไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมแบบเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไปและประชาชนก็มีเสรีภาพในการเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือสื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ทัศนียม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็ง และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลนั้นไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสมมิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ในทันทีทันใด หรือในระยะเวลาดำเนินสั้น

กล่าวโดยสรุปคือ เนื่องจากการสื่อสารมวลชนเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีบทบาทอย่างสำคัญในสภาพสังคมปัจจุบัน และเป็นการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน การได้ทราบถึงลักษณะ หน้าที่ ระบบ และอิทธิพลของการสื่อสารมวลชน และสถาบันสื่อมวลชน ย่อมจะช่วยให้ผู้ศึกษาได้เข้าใจและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับมวลชน

หลักการเลือกใช้สื่อ

ในการติดต่อสื่อสารเพื่อเผยแพร่บอกกล่าวหรือกระจายข่าวสารต่าง ๆ ของหน่วยงานไปยังประชาชนไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย จำเป็นต้องใช้สื่อเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงการโน้มน้าวใจ ในเรื่องราวเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรม และการดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนความรู้อื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ให้ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้รู้และเข้าใจ เพื่อที่จะสร้างศรัทธา ความนิยม และยังเป็นการขอความร่วมมือสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ จากประชาชนที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น ถ้างานประชาสัมพันธ์ขาดการติดต่อสื่อสารหรือสื่อที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารแล้ว ก็ไม่สามารถดำเนินการลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้

สื่อเป็นเครื่องมือที่สำคัญยิ่งในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ความสำเร็จหรือล้มเหลวของงานประชาสัมพันธ์ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับ การเลือกใช้เครื่องมือและสื่อที่เหมาะสม เพื่อที่

จะทำให้การดำเนินการนั้นเกิดประสิทธิภาพ และสามารถเข้าถึงประชาชนที่เกี่ยวข้องของกลุ่มต่าง ๆ ได้ตรงตามเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นมวลชนที่กระจัดกระจาย หรือชุมชนในท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นต้น

การเลือกใช้สื่อแทบทุกประเภทของกองหนังสือเดินทางก็เพื่อให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะแตกต่างกัน นอกจากนี้ข้อดีและข้อจำกัดของสื่อแต่ละประเภทก็มีความแตกต่างกัน และความสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ก็มีแตกต่างกันออกไปด้วย ดังนี้

สื่อวิทยุ

ข้อดี

1. วิทยุสามารถแพร่กระจายรัศมีครอบคลุมได้กว้าง แม้ว่าจะห่างไกลความเจริญ
2. วิทยุมีความรวดเร็วมาก สามารถรายงานข่าวสด หรือข่าวด่วนได้ทันที
3. มีผลทางด้านจิตวิทยาสูง เร้าอารมณ์หรือจูงใจได้ง่าย
4. ใช้สมรรถนะเล็กน้อยก็สามารถรับฟังได้
5. มีความน่าเชื่อถือมากในความคิดของประชาชน
6. เข้าถึงประชาชนได้ทุกระดับชั้น ประชาชนไม่รู้หนังสือก็รับฟังได้
7. สามารถเสนอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและติดตามรายงานเหตุการณ์นั้นได้ตลอดไป

เท่าที่จำเป็น

8. วิทยุมีความใกล้ชิดกับผู้ฟังมาก ผู้ฟังสามารถนำวิทยุติดตามตัวไปฟังได้ตลอด
9. เครื่องรับวิทยุมีราคาถูก มีอายุการใช้งานนาน เมื่อเทียบกับสื่ออื่น

ข้อเสีย

1. ไม่สามารถเสนอรายละเอียดได้มาก ๆ เหมือนหนังสือพิมพ์
2. ช่วงเวลานับว่ามีความสำคัญมาก หากจัดช่วงเวลาไม่เหมาะสมจะใช้ประโยชน์จากวิทยุได้น้อย ดังนั้น การเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมจะจับกลุ่มผู้ฟังได้มาก
3. ถ้าหากฟังไม่ชัดหรือไม่เข้าใจ ไม่สามารถกลับมาทวนฟังได้
4. ไม่สามารถถ่ายภาพเหตุการณ์เสริมความเข้าใจได้

สื่อโทรทัศน์

ข้อดี

1. มีลักษณะคล้ายสื่อมวลชน 3 ประเภทรวมกันคือ วิทย์ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ จึงได้รับความสนใจได้มาก

2. ให้ความเข้าใจและความประทับใจได้ดี
3. มีความรวดเร็วสูง เชื่อถือได้ สามารถถ่ายทอดเหตุการณ์สดในเวลานั้นได้
4. ใช้อบรม ชี้แจงรายละเอียดบางประการที่ยากแก่ความเข้าใจได้ดี
5. สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ไม่รู้หนังสือได้

ข้อเสีย

1. เครื่องรับมีราคาแพง
2. ข้อมูลที่นำเสนอไม่มีความคงทนถาวร
3. ใช้ได้เฉพาะเนื้อที่หรือสถานที่ที่มีคลื่นส่งไปถึง
4. เวลาชมต้องใช้ความตั้งใจและสมาธิพอสมควร
5. มีช่วงระยะเวลาออกอากาศจำกัด

หนังสือพิมพ์

ข้อดี

1. มีความคงทนถาวรมากกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ ผู้อ่านสามารถย้อนกลับมาอ่านและเก็บไว้เป็นหลักฐานได้

2. มีราคาจำหน่ายที่ไม่แพง ประชาชนจึงซื้อมาอ่านกันได้มาก

3. เสนอเรื่องราวข่าวสารได้หลายประเภท จึงสามารถเข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่มหลายอาชีพ

4. สามารถเสนอข่าวให้รายละเอียดครั้งละมาก ๆ เสนอข่าวได้ทุกวันสม่ำเสมอ
5. มีภาพถ่ายประกอบดึงดูดความสนใจ ช่วยสร้างความเข้าใจได้

ข้อเสีย

1. ไม่สามารถเข้าถึงประชาชนที่ไม่รู้หนังสือได้ หรือประชาชนที่อยู่ในเขตทุรกันดาร
2. มีช่วงอายุที่สั้น คนอ่านเพียงครั้งเดียวแล้วก็ผ่านไป

3. ผู้อ่านจะอ่านเพียงบางเรื่องบางคอลัมน์ จึงไม่อาจเชื่อมั่นได้ว่าข่าวสารที่เผยแพร่ถึงประชาชน
4. ไม่มีสีสันที่สวยงามสะดุดตา

วารสาร คู่มือ แผ่นพับ

ข้อดี

1. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตามความประสงค์ที่ต้องการได้
2. สร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจได้ดี
3. มีผลช่วยย้ำเตือนความทรงจำ
4. มีเนื้อที่มากพอที่จะชี้แจงรายละเอียดให้สมบูรณ์
5. มีความสูญเสียเปลืองในการเผยแพร่ค่อนข้างน้อย เพราะผู้รับได้รับการเลือกมาเป็นอย่างดี จึงส่งไปให้
6. มีความยืดหยุ่นสูง เพราะเปลี่ยนแปลงเนื้อหาและรูปแบบไปตามความต้องการและงบประมาณได้
7. เสียค่าใช้จ่ายในการจัดส่งต่ำ

ข้อเสีย

1. มีแนวโน้มที่จะยกเลิกได้ง่าย
2. หากขาดงบประมาณหรือบุคลากรก็ไม่สามารถจัดทำได้
3. ผู้จัดทำไม่มีเวลาเพียงพอ
4. หากไม่สามารถตอบสนองนโยบายหรือความต้องการได้ก็จะไร้ประโยชน์ทันที
5. หากวารสาร คู่มือ แผ่นพับนั้น ขาดวัตถุประสงค์ที่แน่ชัด หรือขาดเนื้อหาที่น่าสนใจ จะไม่ได้รับความสนใจจากประชาชน

อินเทอร์เน็ต

ข้อดี

1. ค้นคว้าข้อมูลในลักษณะต่าง ๆ เช่น งานวิจัย บทความในหนังสือพิมพ์ ความก้าวหน้าทางการแพทย์ ฯลฯ ได้จากแหล่งข้อมูลทั่วโลก เช่น ห้องสมุด สถาบันการศึกษา และสถาบันวิจัย โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายและเสียเวลาในการเดินทางและสามารถสืบค้นได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง

2. ติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ทั่วโลกได้อย่างรวดเร็วจากการรายงานข่าวของสำนักข่าวต่าง ๆ อยู่ รวมทั้งอ่านบทความเรื่องราวที่ลงในนิตยสารหรือวารสารต่าง ๆ ได้ฟรีโดยมีทั้งข้อความและภาพประกอบ

3. รับส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ทั่วโลกได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องเสียเงินค่าตราไปรษณียากร ถึงแม้จะเป็นการส่งข้อความไปต่างประเทศก็ไม่ต้องเสียเงินเพิ่มขึ้นเหมือนการส่งจดหมาย การส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นนอกจากจะส่งข้อความตัวอักษรแบบจดหมายธรรมดาแล้ว ยังสามารถส่งแฟ้มภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงพร้อมกันไปได้ด้วย

4. สนทนากับผู้อื่นที่อยู่ห่างไกลได้ทั้งในลักษณะการพิมพ์ข้อความและเสียง

5. ร่วมกลุ่มอภิปรายหรือกลุ่มข่าวเพื่อแสดงความคิดเห็น หรือพูดคุยถกปัญหาเกี่ยวกับผู้ที่สนใจในเรื่องเดียวกัน เป็นการขยายวิสัยทัศน์ในเรื่องที่สนใจนั้น ๆ

6. ถ่ายโอนแฟ้มข้อความ ภาพ และเสียงจากที่อื่น ๆ รวมทั้งโปรแกรมต่าง ๆ ได้จากแหล่งที่มีผู้ให้บริการ

7. ตรวจสอบราคาสินค้าและสั่งซื้อสินค้ารวมทั้งบริการต่าง ๆ ได้โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปห้างสรรพสินค้า

8. ให้ความบันเทิงหลายรูปแบบ เช่น การฟังเพลง รายการวิทยุ การชมรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ รวมไปถึงการแข่งขันเกมกับผู้อื่นได้ทั่วโลก

9. ติดประกาศข้อความที่ต้องการให้ผู้อื่นทราบได้อย่างทั่วถึง

10. ให้เสรีภาพในการสื่อสารทุกรูปแบบแก่บุคคลทุกคน

ข้อเสีย

1. อินเทอร์เน็ตเป็นข่ายงานขนาดใหญ่ที่ไม่มีใครเป็นเจ้าของ ทุกคนจึงสามารถสร้างเว็บไซต์หรือติดประกาศข้อความได้ทุกเรื่อง บางครั้งข้อความนั้นอาจจะเป็นข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือไม่ได้รับการรับรอง จึงเป็นวิจรรย์ญาณของผู้อ่านที่จะต้องไตร่ตรองข้อความที่อ่านนั้นด้วยว่าควรเชื่อถือได้หรือไม่

2. ภัยที่เกิดจากการติดต่อกับคนแปลกหน้า ซึ่งมีเจตนาที่จะหลอกลวงหรือต้องการข้อมูลส่วนตัวของเรา

3. สื่อลามกอนาจาร การพนัน เข้าถึงผู้ใช้ได้ง่าย

4. เป็นช่องทางของมิจฉาชีพ ล่อลวง ได้ง่าย

สื่อมวลชนสัมพันธ์

ในการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร นอกจากจะต้องวางแผนเพื่อเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมแล้ว สิ่งที่ต้องคำนึงถึงความจำเป็นอีกอย่างคือ การสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ซึ่งวิธีการดังกล่าวนี้เรียกว่า สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Press Relations)

ความหมายของสื่อมวลชนสัมพันธ์

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า สื่อมวลชนสัมพันธ์เป็นการสร้างสัมพันธอันดีกับสื่อมวลชน ซึ่งถือว่าเป็นรากฐานของการประชาสัมพันธ์ องค์การต่าง ๆ ต้องพยายามสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน การประชาสัมพันธ์จะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ ถ้าสื่อมวลชนไม่ให้ความสนใจหรือไม่เผยแพร่เรื่องราวต่าง ๆ ให้

วิรัช ลภีรัตนกุล (2544) ได้กล่าวว่า สื่อมวลชนสัมพันธ์ เป็นวิธีการอย่างหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์ ที่มุ่งหวังจะอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่หรือกระจายข่าวสารขององค์การสถาบัน ไปสู่ประชาชน โดยที่องค์การสถาบันนั้นไม่ต้องจ่ายเงินค่าเวลาหรือซื้อเนื้อที่โฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์หรือว่าจ้างให้ลงให้แต่ประการใดทั้งสิ้น เพราะถ้าหากต้องจ่ายเงินค่าเวลาหรือเนื้อที่ดังกล่าวแล้วก็จะกลายเป็นการซื้อเนื้อที่หรือเวลาเพื่อแจ้งความหรือโฆษณาไปทันที ดังนั้น องค์การจะต้องคอยบริการ อำนวยความสะดวกให้แก่สื่อมวลชนต่าง ๆ ในการจัดส่งข่าวสารนั้น ๆ ไปให้ เป็นการถ้อยที่ถ้อยอาศัยกันอยู่ในตัว หรือในบางกรณีก็อาจจะต้องเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวนั้น ๆ ด้วย

ดังนั้น ในการสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์จะมีวัตถุประสงค์หลักคือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบรรดาสื่อมวลชน เพราะองค์กรต้องอาศัยสื่อมวลชนเหล่านั้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการช่วยเผยแพร่ กระจายข่าวสารไปสู่วงกว้าง เพราะสื่อมวลชนเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้เป็นอย่างดี และเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน

กระทรวงการต่างประเทศจะมีการสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์อยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการจัดส่งข่าวสารให้อย่างต่อเนื่อง การจัดห้องพักรับรองสำหรับผู้สื่อข่าวโดยเฉพาะเพื่อความสะดวกสบาย การเชิญผู้สื่อข่าวร่วมเดินทางไปต่างจังหวัดหรือต่างประเทศกับคณะรัฐมนตรีและคอยดูแลอำนวยความสะดวกตลอดเวลา เป็นต้น ซึ่งการบริการเหล่านี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์เพื่อต้องการให้สื่อมวลชนช่วยเผยแพร่ข่าวสารในเชิงบวกของกระทรวงการต่างประเทศ และสำหรับกองหนังสือเดินทางเองก็ได้มีการอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่ได้ติดต่อเข้ามาที่กองหนังสือเดินทางขอให้อำนวยความสะดวกในการยื่นขอหนังสือเดินทางซึ่งการอำนวยความสะดวกนี้ก็เพื่อให้สื่อมวลชนเกิดความประทับใจในบริการที่ดี ได้รับความสะดวก

สบาย และมีการนำไปบอกต่อแก่ประชาชนทำให้กองหนังสือเดินทางได้รับประโยชน์จากจุดนี้ด้วยเช่นกัน

การนำแนวคิดนี้มาเป็นกรอบในการศึกษาครั้งนี้เพื่อชี้ให้เห็นว่า การกระจายข่าวสารจำเป็นที่จะต้องใช้สื่อมวลชนเข้ามาช่วยในการดำเนินงาน เพื่อที่จะได้กระจายข่าวสารหรือเหตุการณ์สำคัญที่ต้องการจะสื่อสารได้อย่างทั่วถึง เมื่อนำทฤษฎีการแพร่กระจายข่าวสาร เหตุการณ์สำคัญมาเป็นกรอบ เพื่อที่จะอธิบายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและการปฏิรูประบบราชการส่งผลให้การเผยแพร่ข่าวสารของกองหนังสือเดินทางเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยจะเน้นที่การกระจายข่าวสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างไรเพื่อจะตรงตามวัตถุประสงค์ มีความทันสมัย การเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทเพื่อการกระจายข่าวสารของกองหนังสือเดินทางมีความเหมาะสมเพียงใด มีวิธีการในการกระจายข่าวสารนั้น ๆ ผ่านสื่อมวลชนอย่างไร และสามารถส่งผลให้เกิดการพัฒนาในงานของกองหนังสือเดินทางมากน้อยเพียงใด รวมไปถึงวิธีการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับสื่อมวลชนเพื่อที่จะทำให้ข่าวสารของกองหนังสือเดินทางได้รับการเผยแพร่อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง

ทฤษฎีการไหลสองทอดของข่าวสาร

ในบางครั้งการสื่อสารไปยังผู้รับสารในสังคม เราจะพบว่าข่าวสารนั้น ๆ ไม่ได้ไปถึงผู้รับสารโดยตรงทันที แต่ผ่านการถ่ายทอดของบุคคลที่เรียกว่าผู้นำความคิดเห็น (Opinion leaders) ซึ่งถือว่าเป็นผู้มีอิทธิพลโน้มน้าวใจในเรื่องที่เกี่ยวกับข่าวสารนั้น ๆ ทั้งยังเชื่อว่าสื่อบุคคลมีอิทธิพลสามารถเบี่ยงเบนความเข้าใจหรือความเชื่อต่อข่าวสารได้ โดยผู้นำความคิดเห็นมักจะมีอิทธิพลในเชิงระนาบมากกว่าเชิงตั้ง นั่นคือ มีอิทธิพลต่อบุคคลในสังคมระดับเดียวกันหรือมีสถานภาพทางสังคมเดียวกันหรือต่ำกว่าตนเอง (พีระ จิโรโสภณ, 2548, น. 170-171)

สาระสำคัญของทฤษฎีคือ การแพร่กระจายข่าวสารโดยผ่านบุคคลที่เป็นผู้นำ ความคิดเห็นนั้นจะผ่านขั้นตอนสองขั้นตอน กล่าวคือ ข่าวสารจะไปถึงกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง ซึ่งได้รับการยอมรับให้เป็นกลุ่มผู้นำความคิดเห็น (Opinion leaders) ในขั้นตอนแรก และกลุ่มผู้นำความคิดเห็นจะเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารต่อไปยังประชาชนอื่น ๆ ในขั้นที่สอง แนวความคิดสำคัญของทฤษฎีนี้เชื่อว่าบุคคลทุกคนไม่ได้อยู่โดดเดี่ยวในสังคม แต่บุคคลทุกคนจะต้องมีกิจกรรมร่วมกันในสังคม ซึ่งทำให้แต่ละบุคคลมีความสัมพันธ์กัน และในทุก ๆ สังคมจะต้องมีกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งได้รับการยอมรับให้เป็นกลุ่มผู้นำความคิดเห็นซึ่งมักจะได้รับข่าวสารก่อนผู้อื่น รวมถึงมักจะเปิดรับข่าวสารมากกว่าบุคคลอื่นในสังคม และทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารที่ได้รับนั้นไปยังบุคคลอื่น ๆ ในสังคม จะเห็นได้ว่า

จุดสำคัญของทฤษฎีคือ ผู้นำความคิดเห็น (Opinion leaders) และความสัมพันธ์ทางสังคมของสมาชิกในสังคม ซึ่งหล่อหลอมให้สมาชิกในกลุ่มสังคมมีแนวคิดและพฤติกรรมที่สอดคล้องกัน

ผู้นำความคิดเห็น คือ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นในด้านทัศนคติและพฤติกรรม หรืออาจกล่าวโดยง่ายในแง่ของการสื่อสารว่า คือผู้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อหรือแหล่งข้อมูลต่าง ๆ แล้วผ่านไปยังคนรอบตัว เปรียบเสมือนว่าเป็นช่องทางการแพร่กระจายข่าวสาร และสร้างเครือข่ายการสื่อสารในสังคม ซึ่งจะแพร่กระจายข่าวสารผสมผสานความคิดเห็นส่วนตัวไปยังสมาชิกในกลุ่มสังคม

กล่าวโดยรวม ผู้นำความคิดเห็นถือว่าเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิด ที่ทำหน้าที่เสมือนหนึ่งเป็นตัวแทนหรือคนกลางทางข้อมูลระหว่างสื่อมวลชนกับความคิดเห็นและพฤติกรรมของกลุ่มบุคคล โดยผู้นำทางความคิดเห็นจะมีเป็นซึ่งมีฐานะ ตำแหน่ง มีความเชี่ยวชาญ หรือมีความรู้ และเป็นผู้ให้ความรู้และความคิดเห็นและเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้

คนที่จะเป็นผู้นำความคิดเห็นนั้นจำเป็นจะต้องมีคุณสมบัติเฉพาะที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนนั้น ๆ จึงสามารถให้ผู้ตามยอมรับและร่วมดำเนินการในกิจกรรมต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมายได้ โดยผู้นำแต่ละคนในแต่ละพื้นที่จึงอาจมีความหมายและสถานภาพที่แตกต่างกัน

พัฒน์ บุญรัตนพันธ์ (อ้างถึงใน อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2548) สามารถแบ่งลักษณะผู้นำออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. ผู้นำแบบทางการ ได้แก่ ผู้นำที่มีอำนาจหน้าที่ (Authority) โดยได้รับการคัดเลือกและแต่งตั้งจากทางราชการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อบต. เป็นต้น ผู้นำประเภทนี้มีตำแหน่งหน้าที่ค้ำจุนอยู่ และประชาชนตระหนักในฐานะผู้นำ เพราะมีการเลือกตั้ง แต่งตั้ง และประกาศเป็นทางการให้ทราบ ด้วยเหตุนี้ตำแหน่งและความรับผิดชอบของผู้นำอย่างเป็นทางการจึงเป็นที่ทราบกันของสาธารณชนทั่วไป

2. ผู้นำแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่ ผู้มีอิทธิพล ผู้มีความรู้ความสามารถ ฯลฯ ได้รับความยอมรับว่าเป็นผู้อยู่เบื้องหลังของความสำเร็จในการทำงานของหมู่บ้าน ประชาชนเดือดร้อนมีปัญหาก็จะอาศัยพึ่งพิงได้

จะเห็นได้ว่า ผู้นำทั้งสองลักษณะต่างก็มีจุดเด่นและจุดด้อยแตกต่างกัน ในบางสถานการณ์ที่จะต้องอาศัยผู้นำความคิดเห็นก็ต้องคำนึงถึงจุดเด่นของผู้นำแต่ละลักษณะ

ข้อมูลหรือคำปรึกษาของผู้นำความคิดเห็นนั้น ผู้รับสารจะให้ความเชื่อถือสูง เนื่องจากมีความเชื่อว่า

- ผู้นำความคิดเห็นเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ

- ผู้นำความคิดเห็นให้ข้อมูลอย่างไม่มียึดถือ เนื่องจากเป็นการให้ข้อมูลโดยไม่มีผลประโยชน์ทางธุรกิจ
- ผู้นำความคิดเห็นอยู่ในกลุ่มสังคมเดียวกับผู้รับข้อมูล เป็นผู้ที่มีความใกล้ชิดเคียงกันในเรื่องความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ

สถานการณ์ที่ผู้รับสารจะฟังผู้นำความคิดเห็น

- ขาดข้อมูลที่เพียงพอในการตัดสินใจ
- แหล่งข้อมูลอื่น ๆ เชื่อถือได้น้อย
- ได้รับความสะดวกมากกว่าการไปหาข้อมูลจากแหล่งอื่น
- มีความเป็นกันเองมากกว่าแหล่งข้อมูลอื่น

อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของผู้นำความคิดเห็นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยคือ มีความน่าเชื่อถือ และมีความสามารถในการเป็นตัวแทนของสมาชิกในกลุ่ม มีความสามารถในการสื่อสารกับผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารแบบซึ่งหน้า (Face to face communication)

สื่อบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดเห็นจะมีบทบาทสำคัญอย่างมากสำหรับการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของกองหนังสือเดินทาง รวมทั้งโน้มน้าวใจให้มีการปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เป็นไปในทางบวกต่อผู้ที่ได้รับสาร การนำทฤษฎีนี้มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาเพื่ออธิบายถึงการสื่อสารของกองหนังสือเดินทางที่มีผู้นำความคิดเห็นเป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับประชาชน โดยเฉพาะในเรื่องการบริการของหน่วยหนังสือเดินทางเคลื่อนที่ที่ออกไปให้บริการในจังหวัดที่มีข้อจำกัดบางประการ เช่น การเข้าถึงชุมชนเป็นไปได้อย่างยากลำบาก 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ สื่อบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดเห็น เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำศาสนา จะมีส่วนช่วยในการกระจายข่าวสาร และโน้มน้าวใจให้ประชาชนในท้องถิ่นออกไปใช้บริการของหน่วยหนังสือเดินทางเคลื่อนที่ได้เป็นอย่างดี เพราะคนในท้องถิ่นจะให้ความเชื่อถือผู้นำความคิดเห็นมากกว่าเชื่อถือข้อมูลจากรัฐบาล นอกจากนี้แล้ว ในท้องถิ่นชนบทบางพื้นที่ การกระจายข่าวสารก็จะเป็นไปได้อย่างยาก ประชาชนในบางท้องถิ่นมักจะไม่มีความสนใจในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ดังนั้น การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ก็ต้องอาศัยสื่อบุคคล ไม่ว่าจะเป็นผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ที่มีความรู้ความสามารถที่ชุมชนนั้นให้ความเชื่อถือ ทฤษฎีนี้จะสามารถอธิบายเหตุผลของการเลือกใช้สื่อบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดเห็นเป็นหลักในการสื่อสารได้ดี

แนวความคิดการบริหารกลยุทธ์

ในการบริหารงานจะต้องมีการกำหนดกลยุทธ์และบริหารกลยุทธ์ที่ใช้ควบคู่ไปด้วย โดยการกำหนดกลยุทธ์มักจะกำหนดให้แตกต่างกันไปจากคนอื่น แต่เป็นความแตกต่างเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้เป็นแนวทางให้ปฏิบัติงานได้เหนือกว่าคู่แข่ง และเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้ ถ้าปราศจากกลยุทธ์ องค์การจะไม่มีแนวทางที่ชัดเจนในการดำเนินงานรวมถึงไม่มีแผนที่จะปฏิบัติให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

การบริหารกลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการบริหารองค์การที่เน้นการมองระยะยาว โดยจะเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องของการวางแผนกลยุทธ์ การนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และการควบคุมและประเมินผลในเชิงกลยุทธ์ โดยการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อปรับองค์การให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรค จุดอ่อน จุดแข็งขององค์การนั้น ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์อย่างที่ต้องการ (สุพานี สุภษฎุวานิช, 2546, น. 12)

สำหรับประโยชน์และความสำคัญของการบริหารเชิงกลยุทธ์

1. ทำให้มีทิศทางในการดำเนินองค์การงานที่ชัดเจน
2. เป็นเครื่องมือผลักดันให้องค์การมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้สามารถปรับองค์การให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกได้
3. ทำให้มีผลตอบแทนขององค์การที่สูงกว่าคู่แข่งอื่น เพราะมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่เหนือกว่า และยั่งยืนกว่า
4. ทำงานในลักษณะเชิงรุกมากกว่าจะเป็นฝ่ายตั้งรับและป้องกัน
5. องค์การสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ ภารกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามที่ต้องการได้

การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นขบวนการทางด้านการจัดการเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจ ดังนั้นยุทธวิธีในการจัดการเชิงกลยุทธ์จึงต้องมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้ (Wheelen & Hunger, 2000, pp. 3-15)

1. การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร (Environment Scanning) เป็นการวิเคราะห์ ประเมิน และตรวจสอบดูระบบการเผยแพร่ การกระจายข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะเป็นการตรวจสอบ และแสวงหาปัจจัยสำคัญในการกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategic Factors) เพื่อการสร้างความร่วมมือในองค์กร

การวิเคราะห์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรนี้ในบางครั้งจะเรียกว่า วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

2. การกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategic Formulation) เป็นการวางแผนระยะยาวเพื่อการสร้างโอกาสและลดอุปสรรคในการบริหารจัดการ ในขณะที่เดียวกันก็เสริมสร้างจุดแข็งขององค์กร ซึ่งขบวนการในการกำหนดยุทธศาสตร์ประกอบด้วย ภารกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objectives) ยุทธศาสตร์ (Strategies) และนโยบาย (Policy)

ภารกิจ (Mission)

ภารกิจขององค์กรเป็นสิ่งที่องค์กรพยายามที่จะทำให้ได้ภายในระยะเวลาปานกลางถึงระยะยาว ภารกิจจะหมายถึง จุดเป้าหมายหรือเหตุผลที่องค์กรดำรงอยู่ ซึ่งจะรวมถึงสิ่งที่องค์กรจะตอบสนองหรือทดแทนให้แก่สังคม ดังนั้น ภารกิจที่ดีจะหมายถึงพื้นฐาน ที่มา เป้าหมายที่โดดเด่นขององค์กร ที่จะทำให้องค์กรแตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ เนื้อหาของภารกิจจึงเน้นสิ่งที่องค์กรต้องการจะให้เกิดขึ้นมากกว่าที่องค์กรกำลังเป็นอยู่

กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์

วัตถุประสงค์ (Objectives)

เป็นเป้าหมายท้ายของการดำเนินการขององค์กร ซึ่งจะเน้นถึงสิ่งที่องค์กรต้องพยายามทำให้สำเร็จโดยการกำหนดระยะเวลา และปริมาณที่ต้องการ เช่น การกำหนดในระยะเวลา และปริมาณเชิงร้อยละเพื่อความชัดเจนและง่ายต่อการวัด ดังนั้น วัตถุประสงค์ขององค์กรจึงจะครอบคลุมในเรื่องของกำไรจากการประกอบการ ประสิทธิภาพในการประกอบการ อัตราการเติบโต ชื่อเสียงขององค์กร เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ (Strategies)

เป็นขบวนการที่องค์กรกำหนดขึ้นเพื่อต้องการบรรลุตามภารกิจและวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นมาก่อน ดังนั้น ยุทธศาสตร์จึงเน้นที่ต้องการจะสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานลดการเสียเปรียบให้มากที่สุด

3. การดำเนินการทางด้านยุทธศาสตร์ (Strategy Implementation) เป็นขบวนการที่องค์กรได้นำเอายุทธวิธีและนโยบายมาปฏิบัติ ซึ่งในการดำเนินการทางด้านยุทธศาสตร์จะประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การกำหนดรายการ (Programs) การกำหนดงบประมาณ (Budgets) และการกำหนดวิธีการ (Procedures)

4. การประเมินผลการดำเนินการและการควบคุม (Evaluation and Control) เป็นขบวนการที่ประเมินจากการดำเนินการที่เกิดขึ้นจริง เปรียบเทียบกับการกำหนดยุทธศาสตร์ตาม

แผนที่กำหนดขึ้น ซึ่งการประเมินผลดังกล่าวจะเป็นการชี้ถึงจุดอ่อนของยุทธวิธีที่จะตามมาในอนาคต

การนำแนวคิดนี้มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาเพื่ออธิบายการวางแผนแต่ละขั้นตอนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการใช้สื่อสารมวลชนแต่ละประเภท เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และใช้สื่อสารมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด อีกทั้งยังใช้เป็นกรอบในการประเมินผลการดำเนินการในการใช้สื่อสารมวลชนของกองหนังสือเดินทางอีกด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อการพัฒนาางานของกองหนังสือเดินทาง” จากการตรวจสอบเอกสารพบที่ยังไม่มีการศึกษาในเรื่องดังกล่าวมาก่อน แต่พบว่ามีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ขององค์การภาครัฐ ดังนี้

วิทยานิพนธ์ของ ธชพล กัมพลาศิริ (2548) ได้วิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์การไฟฟ้านครหลวง” จากงานวิจัยดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังนี้ ส่วนหนึ่งที่องค์กรต้องพึงพาอยู่อย่างไม่มีทางเลือกก็คือ สื่อมวลชนซึ่งในปัจจุบันนี้สื่อมวลชนมีบทบาทและอิทธิพลต่อชีวิตของประชาชนอย่างมาก และยังเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ ประชาชนใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการแสวงหาความรู้มากยิ่งขึ้น ทำให้ทัศนคติและความรู้ที่ได้รับเกิดมาจากสื่อมวลชนอย่างมาก สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรมากเช่นกัน โดยเฉพาะการไฟฟ้านครหลวงเป็นหน่วยงานที่ต้องให้ความสำคัญแก่ประชาชนตลอด 24 ชั่วโมง ถ้าสื่อมวลชนเสนอภาพลักษณ์ออกไปในทางที่ดี ประชาชนก็เกิดความไว้วางใจในการบริการ และเกิดความคาดหวังไปในทางที่ดี แต่ในทางตรงกันข้ามหากสื่อมวลชนนำเสนอภาพลักษณ์ไปในทางลบย่อมเกิดความเสียหายอย่างมาก ประชาชนจะไม่ศรัทธาและต่อมากอาจไม่ให้ความร่วมมือ ผลสุดท้ายอาจต่อต้าน ดังนั้นภาพลักษณ์ขององค์กรจะดีหรือไม่อย่างไร ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับกรนำเสนอของสื่อมวลชนด้วยเช่นกัน

จะเห็นได้ว่า การศึกษางานวิจัยในเรื่องดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นกรอบความคิดและแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ให้แก่ผู้ศึกษาได้เห็นภาพการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร และการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้แล้ว ผู้ศึกษายังสามารถนำงานวิจัยเรื่องนี้มาใช้เพื่อคูแนวทางการใช้สื่อสารมวลชนเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้ใช้บริการของกองหนังสือเดินทางได้เช่นกัน

เขาวนีย์ ตั้งวงษ์ประเสริฐ (2544) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติของข้าราชการกระทรวงการต่างประเทศ ต่องานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงการต่างประเทศ

โดยเนื้อหาบางส่วนได้กล่าวถึงช่องทางในการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงการต่างประเทศ เช่น วิทยุสาราณรมย์ วารสารสาราณรมย์ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นว่า กระทรวงการต่างประเทศได้มีการติดต่อสื่อสารกับสื่อมวลชนอยู่ตลอดเวลา โดยมีกรมสารนิเทศดูแลงานด้านประชาสัมพันธ์และประสานงานกับสื่อมวลชนเป็นหลัก

สำหรับการศึกษางานวิจัยในเรื่องนี้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงการต่างประเทศว่ามีลักษณะเป็นไปในทิศทางใดบ้าง และใช้สื่อใดบ้าง ซึ่งกองหนังสือเดินทางก็เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการต่างประเทศ โดยได้ยึดหลักในการดำเนินงานตามนโยบายการทูต นอกจากนี้ยังใช้สื่อประเภทเดียวกันในการทำการประชาสัมพันธ์

จากงานวิจัยของ อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นในการบริหารจัดการชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง” และรุ่งรัตน์ แดงพันธ์ (2548) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติด ในโครงการค่ายพัฒนาคุณภาพชีวิต จังหวัดลพบุรี ของกองบัญชาการทหารสูงสุด” ซึ่งงานวิจัยทั้งสองเล่มนี้ได้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับคนในท้องถิ่น ถ่ายทอดข้อมูลขององค์กรไปยังกลุ่มคนในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการใช้สื่อบุคคลเพื่อโน้มน้าวใจ ปรับเปลี่ยนทัศนคติ เพราะในบางพื้นที่ผู้นำชุมชนหรือผู้นำความคิดจะมีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสาร โน้มน้าวใจ ได้มากกว่าสื่อสารมวลชน

ผู้ศึกษาได้นำแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อบุคคล โดยเฉพาะผู้นำความคิดเห็น เช่น พระ ครู หรือผู้นำชุมชนจากงานวิจัยทั้งสองเล่มมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์การใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และโน้มน้าวใจ ของกองหนังสือเดินทางว่ามีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใด และสำหรับหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์นั้นถือว่าเป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ และกองหนังสือเดินทางก็มีหน้าที่ทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนได้เข้าใจเกี่ยวกับหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ เกิดการรับรู้จนไปถึงการยอมรับนวัตกรรมนั้น ซึ่งการแพร่กระจายนวัตกรรมจะอาศัยสื่อสารมวลชนเป็นหลัก เพื่อที่จะได้เข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวาง และนอกจากสื่อมวลชนแล้ว ยังมีสื่อบุคคลที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข้อมูลขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นกัน เพราะในบางพื้นที่ผู้นำชุมชนหรือผู้นำความคิดจะมีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสาร โน้มน้าวใจ ฯลฯ ได้มากกว่าสื่อสารมวลชน ดังนั้น องค์กรควรที่จะพิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้รับสารเพื่อที่จะได้เลือกใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยของ ชมพูนุท นุตาคม ที่ศึกษาเรื่อง “สถานการณ์ บทบาท และแนวโน้มการประชาสัมพันธ์หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจในยุคสารสนเทศ” พบว่า หน่วยงานราชการและ

รัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่มีหน่วยงานที่ดูแลเรื่องการประชาสัมพันธ์ในระดับกอง และมีบทบาทในการเผยแพร่ข่าวสารทั้งภายในและภายนอกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี รวมทั้งได้รับความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชนเป็นอย่างดี จากงานวิจัยทำให้เห็นว่า การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญต่อองค์กรมากขึ้น กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์จะเน้นที่การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อสื่อมวลชน โดยสื่อใหม่หรือสื่ออินเทอร์เน็ตจะถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารมากขึ้น รวมถึงมีการใช้สื่อหลากหลายในลักษณะบูรณาการ ซึ่งสามารถนำมาเปรียบเทียบกับกองหนังสือเดินทางที่มีการใช้สื่อหลากหลายรูปแบบ

สมชัย เลิศประสิทธิพันธ์ (2540) ได้ศึกษาเรื่อง “การปรับปรุงการบริหารและการบริการของอำเภอด้วยการรีออร์ปรับระบบ (Reengineering) พบว่า ระบบการให้บริการและการบริการของอำเภอในยุคเดิมเต็มไปด้วยขั้นตอนที่ซับซ้อน และทำให้เกิดความล่าช้า และเพื่อให้ทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป จึงได้มีการปรับปรุงระบบต่าง ๆ เพื่อให้บริการแก่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเพื่อสอดคล้องกับการปฏิรูประบบราชการ ซึ่งการศึกษาดังกล่าวพบว่าระบบงานบริการของอำเภอมีความใกล้เคียงกับงานบริการกองหนังสือเดินทางที่เป็นหน่วยงานของรัฐและมุ่งเน้นการบริการประชาชนโดยไม่ได้หวังผลกำไร ทั้งยังมีการปรับเปลี่ยนการบริการให้ประชาชนได้รับความสะดวกมากที่สุด ซึ่งจะมีความคล้ายกับงานวิจัยเรื่อง “การใช้ TQM เพื่อพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างองค์กร : ศึกษากรณี กองตรวจและคุ้มครองคนหางาน กรมการจัดหางาน ของ มยุรี เมฆกิตติกุล (2543) ที่พบว่าหน่วยงานมีความล่าช้าและประสบปัญหาในการรับเรื่องร้องทุกข์ จึงได้มีการพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างองค์กร เพื่อให้งานบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ในการปรับปรุงการบริการ ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรที่เป็นหน่วยงานบริการของรัฐ จึงสามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้

วิทยานิพนธ์ของ ประวิทย์ พิพิศโกศลวงศ์ (2540) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อการประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ” ได้สรุปไว้ว่า การประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะของหน่วยงานภาครัฐจะประสบผลสำเร็จได้ต้องมีนโยบายในการใช้สื่อมวลชนเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง และคุ้มค่าให้มากขึ้น โดยต้องคำนึงถึงผู้รับสารว่าจะต้องได้รับสารนั้นและใช้ประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประอรพิชญ์ คัจฉวัฒนา (2550) ในเรื่อง “บทบาทและกลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยของรัฐ : ศึกษาเฉพาะกรณีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” ที่ได้พูดการประชาสัมพันธ์ขององค์กรภาครัฐไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ขององค์กรภาครัฐ เป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนเป็นหลักโดยไม่มีเรื่องของผลกำไรเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้น การนำสื่อสารมวลชนมาใช้ในงานจึงเป็นเรื่องของการประชาสัมพันธ์และ

สร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรเป็นหลัก เพื่อพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพและได้รับความประทับใจจากประชาชนผู้ให้บริการ

การศึกษางานวิจัยในเรื่องดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นกรอบความคิดในเรื่องของการใช้สื่อสารมวลชนในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกองหนังสือเดินทาง โดยต้องคำนึงถึงผู้รับสารเป็นหลักว่ามีลักษณะอย่างไร เพื่อที่จะได้เลือกใช้สื่อได้อย่างเหมาะสมกับผู้รับสาร เพราะหากเลือกสื่อได้เหมาะสมก็จะทำให้กระบวนการสื่อสารเกิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ