

b8436

การประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้านครหลวง

วิทยานิพนธ์

เสนอต่อคณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

เพื่อเป็นส่วนประกอบของการศึกษา

สำหรับปริญญา

พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์)

โดย

พิมล แจ่มจรัส ท.ม., ว.บ. (เกียรตินิยม)

พระนคร

ธันวาคม ๒๕๑๘

การประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้านครหลวง

อนุมัติ

..... ประธานกรรมการ
(ดร.ไพฑูย์ ช่างเวียน)

..... กรรมการ
(ดร.สมควร กวียะ)

..... กรรมการ
(อาจารย์เกตุณี พงษ์นันทน์)

คำนำ

"การนิ่งก็เป็นการประชาสัมพันธ์ เป็นคำกล่าวของบุคคลหนึ่งในการสัมมนาทางวิชาการประชาสัมพันธ์แห่งชาติครั้งที่ ๑ ซึ่งจัดใหม่ขึ้น ณ กรมประชาสัมพันธ์ ระหว่างวันที่ ๑๘ - ๒๐ สิงหาคม ๒๕๑๔ คำพูดดังกล่าวชวนให้สงสัยว่า ถ้าการนิ่งเป็นการประชาสัมพันธ์แล้ว ทุกสิ่งทุกอย่างไม่กลายเป็นการประชาสัมพันธ์ไปหมดหรือ

ปัญหาข้อนี้ตอบได้ว่าจะพิจารณาถึงเจตนาเบื้องต้นเป็นอันดับแรก กล่าวคือนิ่งเพื่ออะไร นิ่งเพราะไมรูว่าจะทำอะไรดีกว่าทำนอง "นิ่งเสียทำสิ่งทอง" แล้ว การนิ่งนั้นก็ไม่ใช่การประชาสัมพันธ์แน่ แต่ในกรณีหนึ่ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องซึ่งจะมีผลต่อการร่วมมือประสานงานในการดำเนินการใด ๆ ต่อไปแล้ว การนิ่งนั้นก็อาจจะนับได้ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์อย่างหนึ่ง

ผู้เขียนเห็นว่าสิ่งใดก็ตามที่หาขึ้นตามกระบวนการโดยมีจุดประสงค์ที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มชน (Mass) และองค์กร (Organ) เพื่อให้ร่วมมือกันดำเนินการใด ๆ สิ่งนั้นก็นับได้ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ อย่างเช่น ในประวัติศาสตร์ไทย กรณีการเสด็จออกไปชกมวยกับราษฎรในสนามของพระเจ้าเสือ ก็เป็นการเสด็จประพาสชนของพระพุทธเจ้าหลวง เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีใหม่ขึ้นระหว่างพระเจ้าแผ่นดินกับราษฎร จึงนับได้ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์

อันที่จริง คำว่าประชาสัมพันธ์นั้น เป็นคำใหม่ เพิ่งมีขึ้นเมื่อคริสต์ศตวรรษที่ ๒๐ นี้เอง อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้เข้าใจลักษณะที่ถูกต้องของการประชาสัมพันธ์ไว้เขวอยู่มาก อย่างเช่นเข้าใจว่า การประชาสัมพันธ์คือการจัดคนไปคอยต้อนรับแขกอย่างที่เราเรียกกันว่า พนักงานต้อนรับ และในการต้อนรับนั้นก็ทราบกันอยู่ว่าผู้หญิงอ่อนหวานกว่าผู้ชาย จึงมักนิยมเลือกใช้สตรีเพศ โดยพยายามเลือกเฟ้นผู้ที่มีบุคลิกรูปร่างสวยจริงใจผู้พบเห็น เพื่อให้คอยต้อนรับ โสภาปราศรัยหรือคอยจักจั่นกับแขกเขาพบนายก็หมดเนื้อหาของการประชาสัมพันธ์แล้ว นับว่าเป็นการลดคุณค่าของการประชาสัมพันธ์อย่างยิ่ง

ผู้เขียนสมัยเด็กเป็นคนกลัวผี มาถึงสมัยนี้เป็นคนกลัวตาย โดยเฉพาะการตาย เพราะการโง่เขลาเขาปัญญา หรือเพราะความประมาทรู้เท่าไม่ถึงการ รวมทั้งไม่ประสงค์ จะเห็นผู้อื่นประสบเคราะห์กรรมอันเนื่องมาจากความพลั้งพลาดหรือรู้เท่าไม่ถึงการควย เป็นการสอดคล้องกับปรัชญาของสมเด็จพระสมณโคตมที่ว่า "ท่านจงยังกิจส่วนตัวและผู้อื่น ให้สำเร็จด้วยความไม่ประมาทเถิด" หลังจากสำเร็จวารสารศาสตร์จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และได้เข้าทำงานประชาสัมพันธ์กับการไฟฟ้านครหลวงแล้ว จึงได้เริ่มเอาใจใส่ในเรื่องนี้ เป็นพิเศษ เพราะทราบว่า ไฟฟ้านั้นมีคุณอนันต์ แต่มีโทษหนัก การใช้ไฟฟ้าก็เหมือนเลี้ยง เสือไว้ในสาย หลุดออกมาเมื่อไรก็สังหารเราเสียเมื่อนั้น

งานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้านครหลวงนั้นอาจจะแบ่งอย่างหยาบ ๆ ได้เป็น สองด้าน คือ ด้านบริการและด้านความปลอดภัยในการใช้ไฟฟ้า สำหรับด้านบริการนั้น เนื่องจาก เป็นองค์การที่ดำเนินงานแบบผูกขาด จึงไม่จำเป็นต้องแข่งขันในเชิงการค้ากับองค์การอื่น ๆ แต่ในด้านความปลอดภัยในการใช้ไฟฟ้าเป็นเรื่องความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ผู้เขียนเห็นว่า การประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยชีวิตคนน่าจะทำกันอย่างเป็นกอบเป็นกำเป็นลำดับ ให้สมกับ คำพังเพยที่ว่า "กันเอาไว้ดีกว่าแก้" เพื่อให้บรรดาผู้ใช้ไฟฟ้าทั้งหลายได้ใช้ไฟฟ้ากันอย่าง ปลอดภัยและรอดพ้นจากมฤตยูที่มองไม่เห็นตัว ยังมีคนตายเพราะอุบัติเหตุเกี่ยวกับไฟฟ้ามากขึ้น เเท่าไร ผู้เขียนก็ยังมั่นใจขึ้นว่า แนวความคิดที่จะใช้กลวิธีของการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือ ช่วยลดอุบัติเหตุขึ้น เป็นสิ่งถูกต้องแน่

ในการเขียนวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ผู้เขียนได้รับความอนุเคราะห์จากหลายท่านด้วยกัน โดยเฉพาะ คือ คุณปริศ พิทักษ์มนูศาสตร์ หัวหน้ากองสวัสดิการ ฝ่ายการเจ้าหน้าที่ การไฟฟ้านครหลวง ดร. ไทบูลย์ ช่างเรียน และ อาจารย์ เกสินี หงสนันท์ อาจารย์ประจำคณะ รัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ รวมทั้ง ดร. สมควร กวียะ อาจารย์ ประจำแผนกอิสระวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้เขียนขอขอบคุณ ท่านที่กล่าวนามมานี้ทุกท่านอย่างจริงใจ ที่ได้ช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ สำเร็จลงได้ด้วยดี

อนึ่ง ค่าใช้จ่ายในการพิมพ์วิทยานิพนธ์เรื่อง "การประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้า
นครหลวง" นี้ ผู้เขียนได้รับเงินอุดหนุนจาก "ทุนบุญระ อัครถาวร" จึงขอขอบพระคุณ
ไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

พิมพ์ แจ่มจรัส

Abstract

Public Relations of the Metropolitan Electricity Authority

As a state enterprise and a public utility agency whose primary objective is to provide safety, efficient, and adequate electric service in its authorized area, the Metropolitan Electricity Authority does not have to compete in the field of sales promotion with any other organisation. Since the Metropolitan Electricity Authority is responsible for safety of its consumers, it has to rely mainly on its public relations functions to ask its consumers to help reduce the number of electrical accidents to a minimum.

The aim of the thesis is to study public relations procedure of the Metropolitan Electricity Authority and to find out the administrative problems by analysing the local Thai and English daily newspaper from 1956 - 1970. By applying the PAFOSDCORB process, the author points out the problems of public relations arising from many factors, namely organization management, centralization, lack of planning and implementation, unwillingness to co-ordinate on an informal basis and the delay resulting from red-tape system prevailing in state enterprises system.

The author recommends some administrative changes, e.g. promoting the Public Relations Sections to be the Public Relations Division, apart from the Welfare Division, for which the Division Chief can take part in decision-making, providing training courses

in public relations for all employees, especially Public Relations Officers. Short-term and long-term plans should be carried out by the Public Relations Division, some of which may be based on the viewpoints of the Metropolitan Electricity Authority's Safety Committee and the executives themselves should see to it that the plans are properly implemented. The organization, however, ought to pay for the expenses incurred by having statements published in the newspapers, and by having motion Pictures and television slides made, including announcements of time and place at which electric current will be periodically cut off. Finally, the Metropolitan Electricity Authority should distribute safety pamphlets and safety codes and disseminate the organization's activities through mass media.