

ปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

๒๓ ก.ย. ๒๕๓๕

ปริญญานิพนธ์
ของ
สณดลย์ วงษาวดี

เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกการศึกษาผู้ใหญ่

มกราคม ๒๕๓๕

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะกรรมการควบคุมและคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณาปริญญานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควร
รับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกการศึกษาผู้ใหญ่ ของ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

คณะกรรมการควบคุม

..... ประธาน

(รศ.เชียรศรี วิวัธณี)

..... กรรมการ

(ผศ.ดร.เสาวนีย์ เลวลัย)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน

(รศ.เชียรศรี วิวัธณี)

..... กรรมการ

(ผศ.ดร.เสาวนีย์ เลวลัย)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม

(อ.ดร.เพ็ญแข ประจวบปัจฉิม)

บัณฑิตวิทยาลัยอนุมัติให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกการศึกษาผู้ใหญ่ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ศ.ดร.สมพร บัวทอง)

วันที่ . ๕ . เดือน .. กุมภาพันธ์ .. พ.ศ. ๒๕๖๕...

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความเมตตาจาก
รองศาสตราจารย์เชียรศรี วิวิธสิริ ประธานที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร.เสาวนีย์ เลวลีย์ กรรมการที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ซึ่งผู้วิจัยซาบซึ้ง
ในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.เพ็ญแข ประจวบปัจจนิก กรรมการสอบปริญญานิพนธ์ ที่ได้
ให้คำแนะนำในการแก้ไขปริญญานิพนธ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบคุณอาจารย์สมปอง ภูวรางกุล ที่คอย
ให้คำแนะนำและช่วยเหลืออย่างใกล้ชิด ขอขอบคุณเพื่อนปริญญาโทเอกการศึกษาผู้ใหญ่รุ่น 7 ทุกคนที่
คอยให้กำลังใจ

ขอบคุณ คุณเบญจวรรณ วงษาวดี ที่คอยช่วยเหลือให้กำลังใจและสนับสนุนด้านการเงิน
ในการวิจัยเสมอมา

คุณประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ขอมอบแด่คุณพ่อ คุณแม่และครูอาจารย์ที่ได้สั่งสอน
อบรม สร้างปัญญาให้เกิดแก่ผู้วิจัย

สฤติย์ วงษาวดี

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	4
	ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า	4
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	5
	นิยามศัพท์เฉพาะ	6
	สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า	8
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
	การประชาสัมพันธ์	9
	ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ต่อการศึกษานอกโรงเรียน	18
	การจัดกิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียน	19
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	27
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	28
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
	การวิเคราะห์ข้อมูล	30
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	31

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	35
ตอนที่ 1 วิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	35
ตอนที่ 2 วิเคราะห์ปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษา นอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	37
ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหา การจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	57
ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ในการจัดการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการของศูนย์การศึกษา นอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	74
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	86
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	86
วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า	87
การวิเคราะห์ข้อมูล	88
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	88
อภิปรายผล	91
ข้อเสนอแนะ	106
บรรณานุกรม	108

ภาคผนวก	113
ภาคผนวก ก หนังสือติดต่อขอความอนุเคราะห์	114
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจคุณภาพเครื่องมือ	116
ภาคผนวก ค แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	118
ประวัติของผู้วิจัย	134

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	ค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณลักษณะ	36
2	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริหารและ ผู้ปฏิบัติการ เกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษา นอกโรงเรียนจังหวัดด้านการวางแผน จำแนกเป็นรายชื่อและ โดยส่วนรวม	38
3	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริหารและ ผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษา นอกโรงเรียนจังหวัดด้านบุคลากร จำแนกเป็นรายชื่อและ โดยส่วนรวม	41
4	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริหารและ ผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษา นอกโรงเรียนจังหวัดด้านงบประมาณ จำแนกเป็นรายชื่อและ โดยส่วนรวม	44
5	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริหารและ ผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษา นอกโรงเรียนจังหวัด ด้านการดำเนินงาน จำแนกเป็นรายชื่อและ โดยส่วนรวม	47
6	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้บริหารและ ผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษา นอกโรงเรียนจังหวัด ด้านการประเมินผล จำแนกเป็นรายชื่อ และ โดยส่วนรวม	52
7	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริหารและ ผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษา นอกโรงเรียนจังหวัด จำแนกเป็นรายด้านและ โดยส่วนรวม	55

8	เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดด้านการวางแผน จำแนกเป็นรายข้อ และ โดยส่วนรวม	57
9	เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดด้านบุคลากร จำแนกเป็นรายข้อและ โดยส่วนรวม	60
10	เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดด้านงบประมาณ จำแนกเป็นรายข้อ และ โดยส่วนรวม	63
11	เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดด้านการดำเนินงาน จำแนกเป็นรายข้อ และ โดยส่วนรวม	65
12	เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดด้านการประเมินผล จำแนกเป็นรายข้อ และ โดยส่วนรวม	70
13	เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด จำแนกเป็นรายด้าน และ โดยส่วนรวม	73
14	ค่าความถี่ของความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ ของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเป็นรายด้าน	74
15	ค่าความถี่ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติการเป็นรายด้าน	80

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1	กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	14
2	โครงสร้างการบริหารศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัด	22

บทนำ

เป็นที่ยอมรับกันว่าการศึกษาและการพัฒนาประเทศมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องและ เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมซึ่งกันและกัน การให้การศึกษาแก่ประชาชนเป็นเป้าหมายอันสำคัญยิ่งในความเพียรพยายามของรัฐ ในการที่จะยกระดับสภาพการดำรงชีวิตของประชาชนให้สูงขึ้น (พิชัย รัตตกุล. 2529:11) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการศึกษาออกโรงเรียนนับว่ามีความสำคัญในอันที่จะตอบสนองประชาชนทุกเพศทุกวัยและทุกอาชีพ ให้มีความรู้ ทักษะในการประกอบอาชีพ และการดำรงชีพอย่างมีความสุข ปัจจุบันมีหน่วยงานมากมายทั้งในภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และองค์กรเอกชนต่าง ๆ มุ่งให้การศึกษาด้านนี้แก่ประชาชนทั่วไป เพื่อเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัด ซึ่งเป็นสถานศึกษาสังกัดกรมการศึกษานอกโรงเรียน เป็นหน่วยงานหนึ่งซึ่งรับผิดชอบการจัดการศึกษานอกโรงเรียน ทำหน้าที่ในการวางแผน ประสานงาน ส่งเสริม และสนับสนุนการจัดกิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียนในระดับจังหวัดเพื่อที่จะจัดกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ให้เข้าถึงประชาชนในชนบทให้มากที่สุด (กรมการศึกษานอกโรงเรียน. 2529:5)

การที่จะสามารถดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้นั้น จะต้องเกิดจากการได้รับความร่วมมือร่วมใจจากทั้งบุคคลภายในหน่วยงาน และประชาชน โนมัมมัด อับดุลกาเดร์ (2520:42) นักการศึกษานอกโรงเรียนได้กล่าวไว้ว่า ความสำเร็จของการทำงานกับประชาชนในระบอบประชาธิปไตยนั้น จะต้องอาศัยความเห็นชอบสนับสนุน และร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย นับตั้งแต่ประชาชนที่เป็นเป้าหมาย ผู้ร่วมงานในสถาบันเดียวกัน สถาบันอื่น ๆ ตลอดจนประชาชนทั่วไป การที่จะได้รับความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้องดังกล่าว จำเป็นที่ผู้ที่ดำเนินงานจะต้องเผยแพร่กิจการ และรับฟังความคิดเห็นของประชาชนด้วยหลักการประชาธิปไตย และทฤษฎีการติดต่อจะช่วยเพิ่มพูนความเข้าใจแก่ผู้ที่จะดำเนินงานกับประชาชนให้มีประสิทธิภาพ มีความร่วมมือ และการสนับสนุนจากประชาชนมากขึ้น สุวัฐ ศิลปอนันต์ (ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนภาคตะวันออก

เจียงเพ็ญ. ม.ป.ป.:1) อธิปไตยกรรมการศึกษานอกโรงเรียนได้กล่าวไว้ว่า วิธีทางที่จะนำนโยบายของกรรมการศึกษานอกโรงเรียนไปสู่เป้าหมายนั้น จะต้องขึ้นอยู่กับคุณภาพของการประชาสัมพันธ์ ทุกคนจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เข้ากับประชาชนได้ สามารถประชาสัมพันธ์งานการศึกษานอกโรงเรียนให้สัมฤทธิ์ผล โดยให้ประชาชนรู้จักใช้บริการการศึกษานอกโรงเรียนได้อย่างถูกต้องทุกกลุ่มเป้าหมาย ประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องเข้าถึงประชาชนให้ประชาชนได้เข้าใจ และเห็นภาพการใช้บริการต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ วิรัช ฤทธิธกุล (2529:47-48) ยังได้กล่าวว่าการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การดำเนินกิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียนบรรลุตามวัตถุประสงค์ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นกลไกแห่งการชักนำความประทับใจ และภาพพจน์ที่ดีจากหน่วยงาน หรือสถาบันไปสู่ประชาชน เป็นสะพานเชื่อมโยงความเข้าใจ ก่อให้เกิดความรู้สึกและสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน อันจะนำไปสู่ความร่วมมือกัน ในที่สุด และบรรลุถึงความเข้าใจร่วมกัน

จากการดำเนินงานการศึกษานอกโรงเรียนช่วงแผนพัฒนาการศึกษาระยะที่ 5 ปรากฏว่าการส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษานอกโรงเรียน เพื่อให้บริการการศึกษานอกโรงเรียนที่ไปสู่ประชาชน ได้มีการสานต่อรับช่วงกันยังไม่กว้างขวางเท่าที่ควร ทั้งนี้อาจจะมีสาเหตุมาจากการประชาสัมพันธ์ และจากการศึกษาทัศนคติของผู้นำท้องถิ่นที่มีต่อการจัดการศึกษานอกโรงเรียนของ พล ศรียกุล (2530:106) ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการจัดบริการทางการศึกษาของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดทั้งสามด้าน คือ การให้ความรู้พื้นฐาน การให้ความรู้ทักษะอาชีพ และการให้ความรู้ด้านข่าวสารข้อมูล ให้กับประชาชน ผู้นำท้องถิ่นเข้าใจอย่างชัดเจนว่ามีการจัดบริการอะไรบ้าง ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอจากการสัมมนานักบริหารการศึกษานอกโรงเรียน ที่เสนอให้มีการจัดการประชาสัมพันธ์งานการศึกษานอกโรงเรียนให้กว้างขวางในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันทั้งผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ รวมทั้งหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อสะดวกในการดำเนินงาน (กรรมการศึกษานอกโรงเรียน. 2524:65)

จากการศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาปรากฏว่างานประชาสัมพันธ์ยังไม่ค่อยได้รับความสนใจจากผู้บริหารเท่าไรนัก งานประชาสัมพันธ์มีฐานะเป็นเพียงกิจกรรมเล็ก ๆ ที่มีไว้เผยแพร่ข่าวสารหรือนำหน่วยงานเท่านั้น ยังไม่ได้เป็นเครื่องมืออันสำคัญที่จะเอื้อต่อกระบวนการในการพัฒนากิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียน

เท่าที่ควร และจากการสำรวจสถานภาพงานการประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการองค์การและรัฐวิสาหกิจ พบว่าหน่วยงานราชการส่วนใหญ่มองข้ามจะให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ในเกณฑ์ต่ำ เมื่อเทียบกับหน่วยงานเอกชนมีเพียงร้อยละ 42.2 เท่านั้น ที่จัดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบงานการประชาสัมพันธ์โดยตรงนอกนั้นเป็นการดำเนินงานในลักษณะฝากกับงานอื่น (โรงเรียนการประชาสัมพันธ์. 2520:109) วิกิร ดันทุทโท ได้กล่าวไว้ในหนังสือการบริหารการศึกษาผู้ใหญ่ว่า นักการศึกษาผู้ใหญ่โดยเฉพาะในภาครัฐ มักให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ในระดับรอง เพราะคิดว่ามีใช้งานของผู้บริหาร เพราะงานดังกล่าวจะไม่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเท่าใดนัก (วิกิร ดันทุทโท. 2530:114) และจากการที่ผู้บริหารไม่เห็นความสำคัญ ดังนั้นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการต่าง ๆ จึงไม่ได้รับการสนับสนุน ขาดทุกสิ่งทุกอย่างในด้านการจัดการ (Management) โดยสิ้นเชิง เช่น ด้านบุคลากร งบประมาณ เครื่องมือเครื่องใช้ เป็นต้น (ชาญชัย รามโกมท. ม.ป.ป.:ไม่มีเลขหน้า)

ต่อมาถึงแม้ว่าการประชาสัมพันธ์ได้เริ่มมีความสำคัญและได้รับการเอาใจใส่มากขึ้น โดยมีการกำหนดงานประชาสัมพันธ์เข้าไว้ในโครงสร้างการบริหารงานของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน-จังหวัด โดยให้ขึ้นอยู่กับสายงานฝ่ายบริหาร แต่ยังไม่ได้มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ไว้ให้ชัดเจน การดำเนินการจัดการประชาสัมพันธ์จึงเป็นหน้าที่โดยตรงของผู้บริหาร ที่จะมอบหมายให้บุคลากรภายในศูนย์ฯ เป็นผู้รับผิดชอบจัดดำเนินการประชาสัมพันธ์ หรือให้ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ซึ่งแตกต่างกันไปตามความเข้าใจและความสนใจต่องานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารดังกล่าว ส่งผลให้การดำเนินงานที่เป็นอยู่ มีลักษณะกระจัดกระจายไปคนละทิศละทาง โดยเฉพาะส่วนใหญ่ยังเน้นการประชาสัมพันธ์ในรูปของการเผยแพร่ข่าวสาร หรือกิจกรรมของสถาบันเท่านั้น จากการสำรวจสภาพการจัดการประชาสัมพันธ์ของรัฐ พบว่างานประชาสัมพันธ์ของรัฐยังขาดการประสานประโยชน์หรือขาดหลักการประชาสัมพันธ์ในระบบยุควิถี (Two Way Process) หรือการสื่อสารแบบสองทางที่รับฟังความคิดเห็นหรือปฏิริยาสะท้อนกลับจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายมายังสถาบันด้วย ขาดงบประมาณและอัตรากำลังที่ไม่เพียงพอในการดำเนินงานให้บังเกิดประสิทธิภาพ นอกจากนั้นในส่วนของการทรว ทบวง กรมต่าง ๆ ก็กระทำในลักษณะต่างคนต่างทำ และจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาแผนพัฒนาการศึกษานอกโรงเรียนระยะที่ 6 (2530-2534) และแผนปฏิบัติงานประจำปีการศึกษา 2532 ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดแต่ละจังหวัด พบว่ามีศูนย์ฯ เพียงร้อยละ

ละ 25 เท่านั้นที่มีการกำหนดแผนปฏิบัติงานประจำปีไว้ และร้อยละ 15 กำหนดแผนประชาสัมพันธ์ระยะยาว 5 ปี ไว้ด้วย และจากเอกสารสรุปสภาพการประชาสัมพันธ์และแนวโน้มในการประชาสัมพันธ์ ในการประชุมผู้บริหารและศึกษานิเทศก์ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัดยโสธร ระหว่างวันที่ 14-17 สิงหาคม 2532 พบว่าสภาพปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์งานหรือกิจกรรมการศึกษาออกโรงเรียน คือการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง สาเหตุเนื่องจากขาดระบบการจัดการทั้งภายในภายนอกและระหว่างศูนย์ฯ

จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัด ว่ามีปัญหอะไรบ้างและมีปัญหามากน้อยเพียงใด ตามความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบ ซึ่งได้แก่ กลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการ เพื่อนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปประกอบการพิจารณาในการแก้ไขปัญหและปรับปรุงการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการของศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการของศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้านี้จะทำให้ทราบถึงปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัด ตลอดจนความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะทั่วไปในการจัดการประชาสัมพันธ์ของ

ศูนย์ฯ เพื่อนำผลการศึกษาค้นคว้าไปใช้ในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการจัดการประชาสัมพันธ์ ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. การศึกษาค้นคว้ามุ่งศึกษาปัญหาในการจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 17 ศูนย์ฯ โดยแบ่งเนื้อหาที่จะศึกษาออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านการดำเนินงาน และด้านการประเมินผล

2. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 17 ศูนย์ฯ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจงศึกษาจากกลุ่มผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ รวม 170 คน ดังนี้

2.1 กลุ่มผู้บริหาร ประกอบด้วย ผู้อำนวยการ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร ฝ่ายวิชาการ และฝ่ายปฏิบัติการ ศูนย์ฯ ละ 4 คน รวม 68 คน จากศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด 17 ศูนย์ฯ

2.2 กลุ่มผู้ปฏิบัติการประกอบด้วย หัวหน้าฝ่ายบริหาร ฝ่ายแผนงานและโครงการ ฝ่ายการศึกษาอาชีพ ฝ่ายการศึกษาพื้นฐาน ฝ่ายบริการข่าวสารข้อมูล และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ศูนย์ฯ ละ 6 คน รวม 102 คน จากศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด 17 ศูนย์ฯ

3. ตัวแปรที่จะศึกษา

3.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ สภาวะภาพของกลุ่มตัวอย่าง คือ

3.1.1 กลุ่มผู้บริหาร

3.1.2 กลุ่มผู้ปฏิบัติการ

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดใน 5 ด้าน คือ

3.2.1 การวางแผน

3.2.2 บุคลากร

3.2.3 งบประมาณ

3.2.4 การดำเนินงาน

3.2.5 การประเมินผล

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัด หมายถึง การกิจที่ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดจัดขึ้นอย่างมีขั้นตอน เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งด้านในการจัดการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านการวางแผน หมายถึง การปฏิบัติการในขั้นตอนต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดทำแผนการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการประชาสัมพันธ์เป็นผู้จัดขึ้น อันได้แก่ การประชุมบุคลากรในการกำหนดนโยบายและแผน การจัดหาข้อมูล การคัดเลือกและการกำหนดแผนงาน กำหนดวัตถุประสงค์ การระบุกิจกรรม กำหนดระยะเวลาและรายละเอียดที่เหมาะสมเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์

1.2 ด้านบุคลากร หมายถึง การจัดสรรและดำเนินการเกี่ยวกับตัวบุคลากรที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ อันได้แก่ การเลือกสรรบุคคลที่เหมาะสม การพัฒนาบุคลากรในเรื่องการประชาสัมพันธ์ การจัดการให้บุคลากรที่มีอยู่ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

1.3 ด้านงบประมาณ หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับวงเงิน หรือ งบประมาณที่ใช้ในการจัดการประชาสัมพันธ์ อันได้แก่ การจัดสรรเงินและใช้จ่ายเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมถึงวิธีการจัดหา หรือได้มา และขั้นตอนในการเบิกจ่ายเงินเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ด้วย

1.4 ด้านการดำเนินงาน หมายถึง การปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ การใช้วัสดุอุปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การคัดเลือกหรือสรรหาสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การจัดการรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ การกำหนดแผน และโครงการปฏิบัติงาน การประสานงานในการจัดกิจกรรมกับบุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ

ตามแผนงานที่ได้วางไว้

1.5 ด้านการประเมินผล หมายถึง วิธีการและขั้นตอนต่าง ๆ ในการติดตาม ตรวจสอบ ตัดสินคุณค่าของการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด เพื่อต้องการทราบว่าผลงานที่ทำได้แล้วนั้นได้บรรลุตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้มากน้อยเพียงใด มีปัญหาและอุปสรรคอย่างไร

2. ปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ หมายถึง สาเหตุหรืออุปสรรคที่ทำให้การดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งได้แก่ปัญหาในด้านต่อไปนี้

2.1 ปัญหาด้านการวางแผน

2.2 ปัญหาด้านบุคลากร

2.3 ปัญหาด้านงบประมาณ

2.4 ปัญหาด้านการดำเนินงาน

2.5 ปัญหาด้านการประเมินผล

3. การประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด หมายถึง วิธีการของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด ที่จัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย บุคลากรภายในศูนย์ฯ เอง และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียน ให้มีความรู้ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน

4. บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ผู้บริหาร ครู อาจารย์ หรือเจ้าหน้าที่ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด มีหน้าที่เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในด้านการบริหาร หรือการจัดการ และการดำเนินการต่าง ๆ ได้แก่

4.1 ผู้บริหาร หมายถึง ผู้อำนวยการและผู้ช่วยผู้อำนวยการศูนย์ฯ รวมถึงผู้รักษาการในตำแหน่งดังกล่าว มีหน้าที่รับผิดชอบต่อการบริหาร และการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ เป็นผู้มีส่วนในการกำหนดนโยบาย ควบคุม ดูแล ตรวจสอบการดำเนินการต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้

4.2 ผู้ปฏิบัติการ หมายถึง ครู อาจารย์ที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์

สัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัด ซึ่งในงานวิจัยเรื่องนี้จะมุ่งไปที่บุคลากรซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่

4.2.1 หัวหน้าฝ่าย หมายถึง ผู้ที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหารให้ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป หัวหน้าฝ่ายแผนงานและโครงการ หัวหน้าฝ่ายการศึกษาพื้นฐาน หัวหน้าฝ่ายการศึกษาอาชีพ และหัวหน้าฝ่ายบริการข่าวสารข้อมูล ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ในด้านการควบคุมดูแลจัดการ และดำเนินการประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับนโยบาย และวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้

4.2.2 เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ หมายถึง ผู้ที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหารให้ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ในการจัดดำเนินงาน และปฏิบัติการต่าง ๆ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ อันได้แก่ การเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมการดำเนินงานของศูนย์ฯ และอื่น ๆ

สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติการของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดมีความคิดเห็นต่อปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดทั้งห้าด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอเนื้อหาตามลำดับหัวข้อ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์
2. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ต่อการศึกษานอกโรงเรียน
3. การจัดกิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

มีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้มากมายหลายทรรณะ ดังนี้
วิจิตร อาวะกุล (2522:8) ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์หมายถึงความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์และความร่วมมือจากประชาชนตลอดจนการธำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสถาบัน เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ศรัทธา ฯลฯ ให้เกิดขึ้นแก่ประชาชนเพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน กระบวนการ วัตถุประสงค์ นโยบายและความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้น ๆ สะอาด ดันศุภผล (2527:54) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ ชม ภูมิภาค (2526:4) และเสนีย์ แดงวัง (2525:9) ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือวิธีการของสถาบันอันมีแผนการและกระทำต่อเนื่องกัน ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบัน กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินการไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชามติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย ส่วน วิรัช ลภีรัตนกุล (2529:21) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์คือการเสริม

สร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี (Good Relationship) ระหว่างองค์การ สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน

คัทลิป (Cutlip. 1978:4) นักวิชาการชาวสหรัฐอเมริกาได้ให้คำจำกัดความของการ ประชาสัมพันธ์ไว้ว่า คือ การติดต่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบายของหน่วยงาน ไปยังประชาชนทั้งหลาย ที่มีส่วนสัมพันธ์ ขณะเดียวกันก็เป็นแนวทางตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้และความต้องการของ ประชาชนให้หน่วยงานหรือองค์การทราบ เพื่อสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริงให้เกิดประโยชน์แก่ ทุกฝ่ายและให้ประชาชนยอมรับหน่วยงานตามแนวคิดของสังคมได้

จากความหมายและคำจำกัดความของนักวิชาการดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าการประชา-สัมพันธ์หมายถึงวิธีการของสถาบันที่มีแผนการและกระทำต่อเนื่องกันไปในการที่จะสร้างหรือรักษา ไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ ความเข้าใจและให้ความสนับสนุน ร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้งานของสถาบันดำเนินไปด้วยดี โดยมีประชาติเป็นแนวบรรทัดฐาน

ประเภทของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งออกตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท คือ (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2529:447-448)

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relation) คือ การสร้างความ เข้าใจความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบันเองให้เกิดความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคีกัน ในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญและความรักใคร่ผูกพัน จงรักภักดี (Loyalty) ต่อหน่วยงาน

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relation) คือ การสร้าง ความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ ประชาชนทั่วไป และประชาชนที่ องค์การสถาบันเกี่ยวข้อง เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ความเข้าใจในตัวสถาบันและให้ ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

มีนักวิชาการประชาสัมพันธ์หลายท่านได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันออกไป ดังเช่น สะอาด ตันศุภผล (2527:61) สุนัน ปัญญามาก (2529:123-127) และ แบล็ค (Black. 1976:18-19) ซึ่งสรุปวัตถุประสงค์ของการจัดการประชาสัมพันธ์ได้ดังนี้ คือ

1. เพื่อสร้างความนิยม (Goodwill) โดยการแสดงออกให้ประชาชนเห็น การเผยแพร่ให้รู้ การชี้แจงให้เข้าใจ อันจะเป็นแนวทางให้ประชาชนเกิดความนิยมเลื่อมใสในนโยบายที่ทำการดำเนินงานและผลงาน
2. เพื่อป้องกันชื่อเสียง (Reputation) โดยพิจารณาหาข้อบกพร่องของสถาบันเอง แล้วหาทางปรับปรุงแก้ไขในสิ่งต่าง ๆ ที่อาจทำให้ประชาชนไม่พอใจหรือเข้าใจผิด และหมั่นตรวจสอบว่าประชาชนกำลังเข้าใจผิดต่อสถาบันอย่างไร เพื่อจะได้หาทางแก้ไขให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี เพราะความเข้าใจอันดีและถูกต้องจะทำให้เกิดความร่วมมือ สนับสนุนจากประชาชน สำหรับการสร้างความสัมพันธ์นั้น แบล็คได้เน้นที่การสร้างความสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน (Internal Relationship) ซึ่งหมายถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มประชาชนภายในหน่วยงานเอง

องค์ประกอบของการจัดการประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จัดขึ้นสนับสนุนหรือเสริมงานอื่นเป็นสำคัญ เพื่อให้การจัดงานประชาสัมพันธ์ลุล่วงไปด้วยดี ผู้บริหารและผู้ดำเนินการงานประชาสัมพันธ์จะต้องวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบที่เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้ คือ (วิทยา อ่อนชัย. 2531:15-17)

1. นโยบายของหน่วยงานหรือองค์การ งานประชาสัมพันธ์จะดำเนินไปได้ด้วยดีจะต้องทราบนโยบายที่เด่นชัดของหน่วยงานหรือองค์การ เพื่อเป็นแนวในการกำหนดนโยบาย แผนงาน วิธีการจัดการประชาสัมพันธ์
2. การประพฤติดนของหน่วยงานหรือองค์การ การประพฤติปฏิบัติหรือการดำเนินกิจการทั้งหลายของหน่วยงาน องค์การ หากเป็นไปในรูปที่สังคมให้ความเห็นชอบหรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแล้ว การดำเนินการเพื่อการประชาสัมพันธ์ก็จะเป็นไปได้ง่าย ประหยัด บางครั้งการประพฤติด-

ปฏิบัติที่ดีของหน่วยงานหรือองค์การก็เป็นงานประชาสัมพันธ์ในตัวของมันเอง

3. บุคลากร หากไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์แล้ว การดำเนินกิจการทั้งหลายขององค์การ ย่อมเป็นการยากที่จะให้คนทั้งหลายชื่นชมยอมรับ หรือให้การสนับสนุนและคล้อยตาม

4. งบประมาณ ลักษณะการได้มาของงบประมาณเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์มี 3 รูปแบบ คือ 1) งบประมาณดำเนินการโดยตรง 2) งบประมาณที่ได้จากการบริจาค และ 3) งบประมาณที่หาได้เอง

5. วัสดุอุปกรณ์ เป็นเครื่องมือที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย

6. การจัดการ เมื่อทราบนโยบายที่แน่ชัด หน่วยงานประชาสัมพันธ์จะต้องมีการจัดการหรือบริหารงานภายใต้กรอบของความสามารถของบุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ทั้งหลาย เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

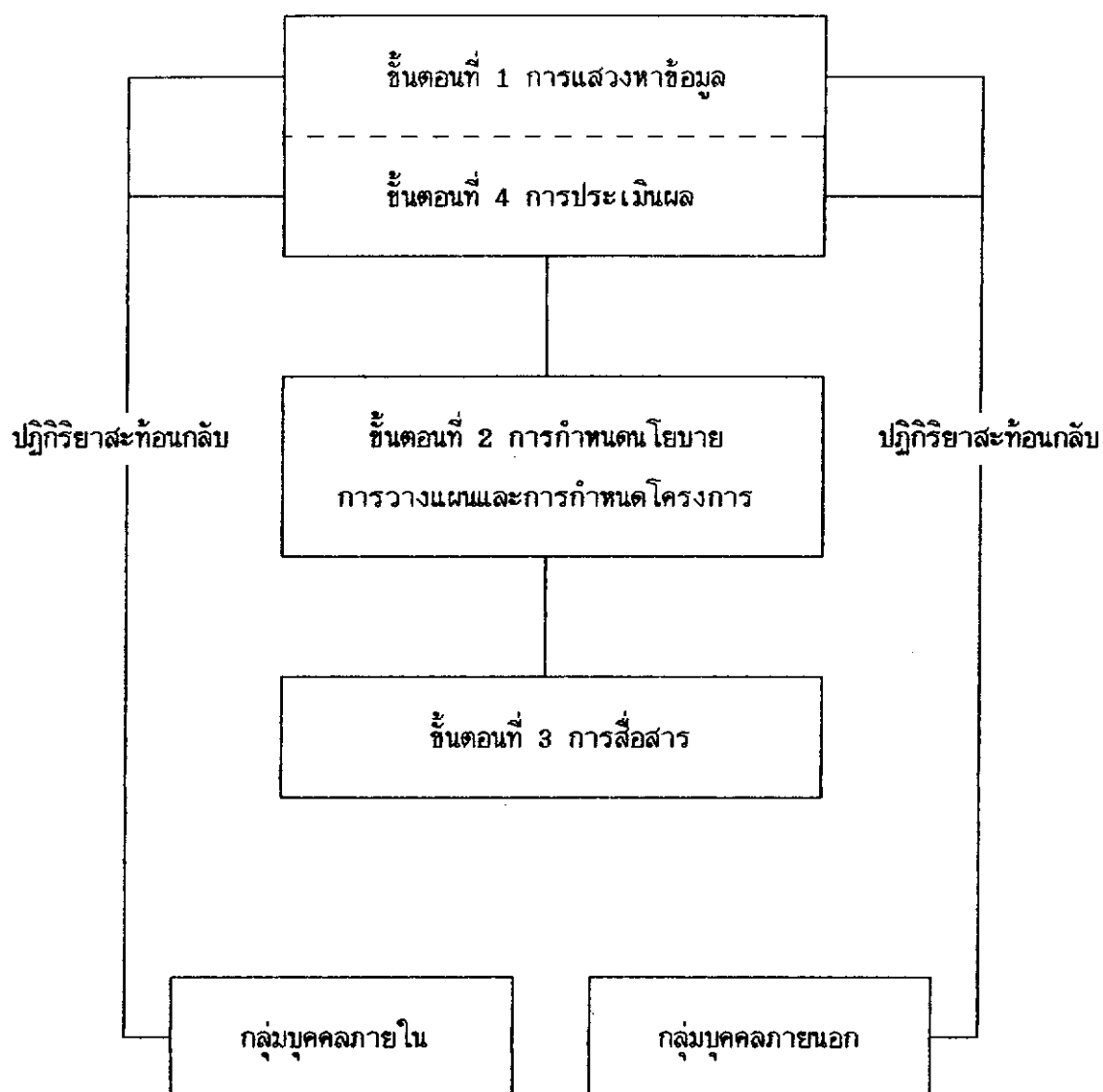
กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หมายถึง การลำดับขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์นั้นเป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการ พรทิพย์ วรกิจโกศาการ (2531:10-17) ได้สรุปแนวคิดจากนักวิชาการหลายท่านเกี่ยวกับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิจัย (Research) จุดเริ่มต้นของการประชาสัมพันธ์คือการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงที่มีอยู่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ การวิจัยประเภทนี้ครอบคลุมแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ 1) หลักฐานที่ปรากฏอยู่ ซึ่งได้แก่ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ตามเอกสาร สิ่งพิมพ์ที่มีความเกี่ยวข้อง 2) ข้อมูลที่ต้องมีการสืบหาอย่างมีแผน หมายถึงข้อมูลที่ต้องการใช้กับการตัดสินใจในการวางแผนโดยตรง ซึ่งได้แก่ การสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

2. การวางแผน (Planning) หมายถึงการกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และเพื่อให้การดำเนินงานนั้น ๆ มีความหมายสอดคล้องต่อเนื่องบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ในแผนการประชาสัมพันธ์อย่างน้อยจะต้องระบุกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมกำหนดเวลาและรายละเอียดที่เหมาะสม

3. การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายด้วยการให้ข่าวสาร สารความรู้ ความเข้าใจ ความบันเทิง และเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับสถาบัน ผ่านสื่อไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ทั้งนี้มีความหมายรวมถึงการรับฟังความคิดเห็น หรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่อข่าวสารนั้น ๆ มายังสถาบันด้วย

4. การประเมินผล (Evaluation) หมายถึง การตัดสินคุณค่าของการกระทำใด ๆ โดยมีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประกาศตัดสินคุณค่านั้น การประเมินผลจะต้องประกอบด้วย ข้อมูล การรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล การตีความหมายและการตัดสินคุณค่า



แหล่งที่มา : พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2531:17)

ภาพประกอบ 1 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ปัญหาของการประชาสัมพันธ์

ปัญหาหลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การสถาบัน ในปัจจุบันโดยทั่วไป คือ ยังไม่ตระหนักว่าการประชาสัมพันธ์มีผลต่อการขยายกิจกรรมและความมั่นคงขององค์การสถาบัน โดยปัญหานี้จะปรากฏให้เห็นตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ ประจวบ อินออด (2929:781-784) ได้กล่าวถึงปัญหาของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ คือ

1. ปัญหาด้านการค้นคว้าหาข้อมูล ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มักจะดำเนินไปโดยขาดข้อมูลประกอบ ส่วนมากมักจะคิดว่าเมื่อจะดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงจะแสวงหาข้อมูลซึ่งเป็นความเข้าใจผิด เพราะการแสวงหาข้อมูลโดยปกติเป็นนิสัย เป็นกลไกที่สำคัญที่ทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารแบบสองทางที่สมบูรณ์ สุวคนธ์ ยี่สกุล (2531:72) กล่าวว่า การขาดแคลนข่าวสารข้อมูลนับว่าเป็นปัญหาสำคัญประการแรกที่จะทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมามากมาย
2. ปัญหาด้านการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ จะพบว่า มีปัญหาระหว่างแผนงานประชาสัมพันธ์กับการปฏิบัติการไม่สอดคล้องกัน ซึ่งมีสาเหตุสำคัญ 3 ประการ คือ 1) ความคลาดเคลื่อนในการวางแผน เพราะขาดข้อมูลสนับสนุนและฝ่ายบริหารไม่สนใจลึกซึ้ง 2) สถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปด้วยเหตุสุดวิสัย และ 3) ฝ่ายบริหารไม่ยอมรับแผนงาน ในทางปฏิบัติยังต้องให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์ทำงานตามคำสั่งเป็นครั้งคราว ไม่ปฏิบัติตามแผนเวลาปฏิบัติจริง สุดท้ายจะคิดได้ทำงานประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง
3. ปัญหาด้านการสื่อสาร ปัญหาด้านนี้มักจะเป็นปัญหาด้านงบประมาณและฝ่ายบริหารมักจะกำหนดเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องการสื่อสารเข้าไปกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ เสียเอง ทำให้การสื่อสารผิดพลาดกลุ่มเป้าหมาย สั้นเปลืองเวลาและงบประมาณ
4. ปัญหาด้านการประเมินผล การประชาสัมพันธ์มักจะมีปัญหาว่าความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์นั้นวัดได้หรือไม่ ผู้บริหารส่วนใหญ่มีความเห็นว่าวัดผลไม่ได้โดยคำนึงถึงมาตรฐานหรือเกณฑ์วัดในด้านปริมาณหรือตัวเลข ในขณะที่ผู้บริหารหน่วยงานประชาสัมพันธ์ใช้มาตรฐานวัด เช่น ทักษะ ทักษะ และปฏิกิริยาย้อนกลับ เป็นต้น ปัญหาคือทำอย่างไรจะให้มาตรฐานหรือเกณฑ์วัดของทั้งสองฝ่ายเป็นอย่างเดียวกัน จะใช้เครื่องมืออะไรวัดผลความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการประชาสัมพันธ์
5. ปัญหาในการร่วมมือประสานงาน การประชาสัมพันธ์ถ้าขาดการประสานงานและ

ความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ภายในสถาบันแล้วการประชาสัมพันธ์ก็จะได้ผล

เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์

เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ คือสิ่งที่ได้สร้างขึ้นหรือได้เลือกมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะนำข่าวสารจากสถาบันไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย ซึ่ง พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2529:563-595) ได้จำแนกเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 6 ประเภท คือ

1. ประเภทสื่อบุคคล การติดต่อสื่อสารโดยสื่อคนนั้นอาจมีทั้งในรูปของคำพูดและการแสดงออกทางอากัปกิริยาท่าทาง ได้แก่ การสนทนา การบรรยาย การอภิปราย การประชุม การสัมมนา และฝึกอบรม และการพูดในที่ชุมนุมชน

2. ประเภทสื่อมวลชน เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำข่าวสารของหน่วยงานไปสู่มวลชน หรือประชาชนกลุ่มผู้รับสารจำนวนมากได้ สื่อมวลชนจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 จำแนกตามเทคนิคการผลิตของสื่อ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อประเภทกระจายเสียงและแพร่ภาพ

2.2 จำแนกตามคุณลักษณะของสื่อ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์

3. ประเภทกิจกรรม คือการกำหนดกิจกรรมขึ้นมาโดยกิจกรรมนั้นในตัวของมันเองถือได้ว่าเป็นเครื่องมือที่สามารถนำข่าวสาร สารความรู้ ความเข้าใจและการสร้างความนิยม ศรัทธา ในหน่วยงานไปสู่ประชาชนได้ กิจกรรมสามารถจัดขึ้นได้มากมายหลายประเภท ได้แก่ การจัดวันหรือสัปดาห์พิเศษ การให้ความอุปถัมภ์หรือช่วยเหลือสนับสนุน การจัดประกวด การให้รางวัลพิเศษ การจัดประชุมหรือสัมมนา การเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงาน และการจัดงานฉลอง เป็นต้น

4. ประเภทเอกสารสิ่งพิมพ์ แบ่งออกได้หลายประเภท คือ หนังสือพิมพ์ หนังสือวารสาร จดหมาย แผ่นพับ เอกสารเย็บเล่มหรือจุลสาร และแผ่นประกาศหรือโปสเตอร์

5. ประเภทสื่อโสตทัศน สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท คือ

5.1 อุปกรณ์หรือเครื่องมือ ได้แก่ เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องเทปบันทึกเสียง

เครื่องเล่นแผ่นเสียง เครื่องฉายภาพทึบแสง เครื่องฉายฟิล์มสตริป เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ เครื่องฉายสไลด์ เครื่องรับวิทยุกระจายเสียง เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

5.2 วัสดุ เป็นสิ่งที่อาจใช้ได้ด้วยตัวของมันเองและต้องใช้ร่วมกับอุปกรณ์หรือเครื่องมือจึงจะได้ สื่อประเภทนี้ได้แก่ ภาพต่าง ๆ เช่น ภาพถ่าย ภาพเขียน สไลด์ แผ่นโปร่งใส หุ่นหรือรูปจำลอง ของจริง กระดานนิเทศ เทปบันทึกเสียง เทปบันทึกภาพ แผ่นเสียง ฟิล์มภาพยนตร์ ฟิล์มสตริปและของตัวอย่าง

5.3 วิธีการ หมายถึง วิธีการนำสื่อโสตทัศนทั้งสองประเภทดังกล่าวข้างต้นมานำเสนอ อาจเลือกเพียงสื่อเดียวหรือนำเสนออย่างผสมผสานหลาย ๆ สื่อก็ได้ วิธีการนำเสนอเหล่านี้ ได้แก่ การแสดงละคร การสาธิต ภาพยนตร์และการจัดนิทรรศการ

6. ประเภทการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถจำแนกได้ดังนี้

6.1 การสนับสนุนสื่อมวลชน เช่น การเป็นผู้อุปถัมภ์หรือการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ นิตยสารและรายการบันเทิงต่าง ๆ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและโรงภาพยนตร์ เป็นต้น

6.2 การบริการสังคมและสาธารณประโยชน์

6.3 วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือของหน่วยงาน โดยมีชื่อหรือสัญลักษณ์ (Logo) ของหน่วยงานติดไว้ เช่น ติดในวัสดุอุปกรณ์ของหน่วยงานหรือเครื่องแบบเจ้าหน้าที่ เป็นต้น

6.4 การอุปถัมภ์กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์การ สมาคมและหน่วยงานอื่น ๆ

6.5 การจัดทำของที่ระลึกเนื่องโอกาสต่าง ๆ

เนื่องจากเครื่องมือหรือสื่อแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน จึงควรมีแนวในการพิจารณาเพื่อคัดเลือกเครื่องมือที่จะใช้ ดังนี้ (สุวคนธ์ ยี่สกุล. 2531:72)

1. ลักษณะแตกต่างในด้านเนื้อที่-เวลา (Space-Time) สื่อจำพวกที่จัดขึ้นโดยคำนึงถึงเนื้อที่ได้แก่ สิ่งพิมพ์ ภาพนิ่ง เป็นต้น ส่วนวิทยุกระจายเสียง และการพูดทางโทรศัพท์นั้นจัดขึ้นโดยคำนึงถึงเวลา สำหรับภาพยนตร์และโทรทัศน์นั้นจัดขึ้นโดยคำนึงถึง "เนื้อที่-เวลา"

2. ลักษณะแตกต่างในด้านความรวดเร็ว (Speed) สื่อที่มีความรวดเร็วที่สุดคือ วิทยุและโทรทัศน์ สำหรับหนังสือพิมพ์มีกรรมวิธีมากกว่าจึงช้ากว่า ที่ช้าที่สุดคือพวกหนังสือ เพราะฉะนั้นถ้าหากเป็นการเสนอข่าวความเคลื่อนไหวต้องการความรวดเร็วจึงต้องใช้วิทยุ เป็นต้น

3. ลักษณะความคงทน สื่อที่มีลักษณะความคงทนถาวรมากนั้นเหมาะสมสำหรับการใช้ในการเสนอเรื่องราวข่าวสารที่เต็มไปด้วยรายละเอียดและเหตุผล แต่พวกสื่อที่มีความคงทนถาวรมีน้อยนั้นเหมาะสมสำหรับการใช้ในการเสนอข่าวและ โน้มน้าวชักจูงใจ

4. ลักษณะที่เปิดโอกาสให้ผู้รับมีส่วนร่วม สื่อที่เปิดโอกาสแก่ประชาชนที่เป็นเป้าหมายเข้ามีส่วนร่วมด้วยนั้นจะทำให้เกิดความรู้สึกว่าเขาเหล่านั้นมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับสิ่งนั้น มีการผูกพันและการตัดสินใจ ได้แก่สื่อที่มีลักษณะเป็นรูปกิจกรรม เช่น การสนทนา กลุ่มอภิปราย การประชุม เป็นต้น

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ต่อการศึกษาออกโรงเรียน

✓ การศึกษาออกโรงเรียนเป็นประสบการณ์และกิจกรรมที่จัดขึ้นนอกระบบการศึกษาในโรงเรียนภาคปกติ โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดบริการและให้โอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชนที่อยู่นอกโรงเรียน เพื่อเสริมสร้างให้มีความรู้พื้นฐานในการดำรงชีวิต มีความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพ ทราบข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ มีเครื่องมือและรู้จักแสวงหาข้อมูลมาประกอบการคิดและการตัดสินใจ เพื่อจะได้ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขตามควรแก่สภาพ (กรมการศึกษาออกโรงเรียน. 2529:2)

การจัดกิจกรรมการศึกษาออกโรงเรียน ในแต่ละจังหวัดจะมีศูนย์การศึกษาออกโรงเรียน จังหวัดเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการและประสานงานร่วมกับองค์กรท้องถิ่น ตลอดจนหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ในอันที่จะขยายบริการการศึกษาออกโรงเรียนให้กว้างขวาง ครอบคลุมพื้นที่รับผิดชอบ เพื่อให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นผู้รับบริการให้มากที่สุด และสอดคล้องกับความต้องการหรือความประสงค์ของผู้รับบริการอย่างแท้จริง สุวัฐ ศิลปอนันต์ อธิบดีกรมการศึกษาออกโรงเรียน ได้กล่าวไว้ว่า "วิถีทางที่จะนำนโยบายของกรมการศึกษาออกโรงเรียนไปสู่เป้าหมายนั้น จะต้องขึ้นอยู่กับคุณภาพของการประชาสัมพันธ์ ทุกคนจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เข้ากับประชาชนได้ สามารถประชาสัมพันธ์งานการศึกษาออกโรงเรียนให้สัมฤทธิ์ผล โดยให้ประชาชนรู้จักใช้บริการการศึกษาออกโรงเรียนได้อย่างถูกต้องทุกกลุ่มเป้าหมาย ประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องเข้าถึงประชาชนให้ประชาชนได้เข้าใจและเห็นภาพการใช้บริการต่าง ๆ ได้ชัดเจน (ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ม.ป.ป.:1) ดังนั้นศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัดจึงจำเป็นที่จะต้อง

มุ่งสร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชนทั่วไป ให้เห็นถึงคุณค่าของการศึกษา และสามารถเข้ารับบริการศึกษาได้ตามความสนใจและความต้องการของตน การประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญเพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการดังกล่าว คอยชี้แจงเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายและการดำเนินงานของหน่วยงาน ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นของประชาชนด้วย หัวใจของการประชาสัมพันธ์นั้นอยู่ที่การปฏิบัติทวิทาง ในอันที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายเป็นเบื้องต้นและก่อให้เกิดความเข้าใจและการสนับสนุนร่วมกันในที่สุด (รัมภา ไตชีละสุนทร. 2526:9) การประชาสัมพันธ์ยังนับเป็นกระบวนการหนึ่งของการบริหารที่สำคัญอย่างมาก เพราะการบริหารมิได้อาศัยเงิน วัสดุและการจัดการเท่านั้น แต่ต้องอาศัยความร่วมมือ ร่วมใจ ความสนับสนุนจากบุคคลทั่วไปอีกด้วย การประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการดำเนินงานของหน่วยงานเป็นกลไกทั้งในการบริหารงานและเป็นกลไกควบคู่ไปกับการปฏิบัติงานของหน่วยงานเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง ต่อศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดในการดำเนินการจัดกิจกรรมการศึกษาเอกโรงเรียน ให้สามารถขยายบริการได้ทั่วถึงและสอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของประชาชนในแต่ละท้องถิ่นให้มากที่สุด อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตให้อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขต่อไป

การจัดกิจกรรมการศึกษาเอกโรงเรียน

การจัดกิจกรรมการศึกษาเอกโรงเรียนนั้นแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ดังนี้ (กรมการศึกษาเอกโรงเรียน. 2529:5-13)

1. กิจกรรมด้านความรู้พื้นฐาน เป็นการให้ความรู้พื้นฐานในการดำรงชีวิตมุ่งให้ผู้เรียนสามารถคิดเป็น ทำเป็น แก้ไขปัญหาเป็น มีเครื่องมือในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมและแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ มาใช้ประกอบการคิด ตัดสินใจในการดำเนินชีวิตประจำวัน กิจกรรมประเภทนี้มีหลายลักษณะตั้งแต่ขั้นเริ่มต้นของการอ่านออกเขียนได้จนถึงระดับสูงสุดคือ การศึกษาผู้ใหญ่แบบเบ็ดเสร็จระดับที่ 5 (ม.6) กิจกรรมเหล่านี้ได้แก่

- 1.1 การรณรงค์เพื่อการรู้หนังสือ
- 1.2 การศึกษาผู้ใหญ่แบบเบ็ดเสร็จขั้นพื้นฐาน
- 1.3 การศึกษาผู้ใหญ่แบบเบ็ดเสร็จขั้นต่อเนื่องระดับที่ 3-4 และ 5
- 1.4 การจัดการศึกษาทางวิทยุไปรษณีย์ระดับที่ 3-4 และ 5
- 1.5 การจัดการศึกษานอกโรงเรียนประเภทบุคคลภายนอก

2. กิจกรรมด้านความรู้และทักษะอาชีพ เป็นการเพิ่มพูนความรู้และทักษะอาชีพที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานและดำรงชีวิต เป็นลักษณะของการจัดการศึกษาตามความต้องการและความพร้อมของประชาชน มุ่งให้ประชาชนเห็นช่องทางในการประกอบอาชีพมีความพร้อมในการประกอบอาชีพ สามารถพัฒนาอาชีพและชีวิตของตนเองให้ดียิ่งขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ กิจกรรมประเภทนี้ ได้แก่

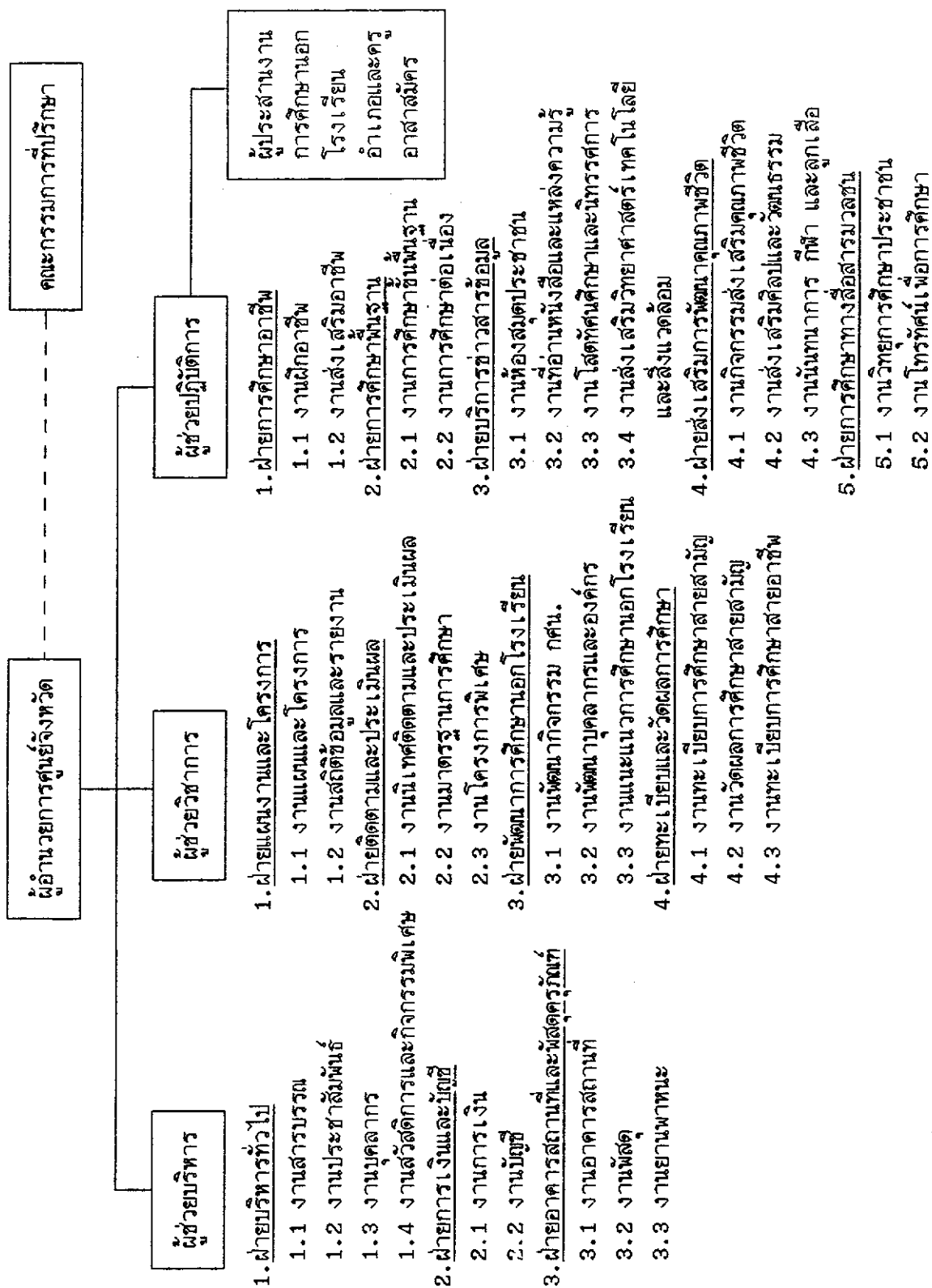
- 2.1 การศึกษาผู้ใหญ่สายอาชีพ
- 2.2 การจัดกลุ่มสนใจ
- 2.3 การจัดฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้

3. กิจกรรมด้านการให้ข่าวสารข้อมูล เป็นการจัดเพื่อให้ประชาชนมีนิสัยรักการอ่าน รู้จักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองและพัฒนาตนเองให้มีความรู้ทันต่อเหตุการณ์เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจในชีวิตประจำวันในอันที่จะปรับปรุงชีวิตให้ดีขึ้น กิจกรรมประเภทนี้ดังต่อไปนี้

- 3.1 การจัดห้องสมุดประชาชน
- 3.2 ที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน
- 3.3 การจัดหน่วยโสตทัศนศึกษา
- 3.4 การผลิตหนังสือพิมพ์แผ่นพับ
- 3.5 การจัดรายการวิทยุและโทรทัศน์
- 3.6 การผลิตรายการวิดีโอเทปเพื่อการศึกษา
- 3.7 การจัดพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์และท้องฟ้าจำลอง

ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด ทำหน้าที่ช่วยเหลือจังหวัดให้บริการงานการศึกษานอกโรงเรียน ส่งเสริมประสานงานและให้ความช่วยเหลือแก่หน่วยงานทั้งของรัฐและเอกชน ตลอดจนจัดการศึกษานอกโรงเรียนในรูปแบบต่าง ๆ ตามความเหมาะสมของแต่ละท้องถิ่น กรมการศึกษานอกโรงเรียนได้วางโครงสร้างภายในศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด โดยแบ่งการปฏิบัติงาน

เป็น 3 กลุ่มงาน ได้แก่ กลุ่มบริหาร กลุ่มวิชาการ และกลุ่มปฏิบัติการ เพื่อให้การบริหาร การจัดการ
การศึกษานอกโรงเรียนบรรลุตามวัตถุประสงค์ ดังแผนภูมิการจัดโครงสร้างการบริหารศูนย์การ
ศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด ดังนี้



แหล่งที่มา : ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2532:2)

ภาพประกอบ 2 โครงสร้างการบริหารศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัด

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด โดยตรง เท่าที่ศึกษาค้นคว้ายังไม่ปรากฏ แต่มีงานวิจัยที่เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีความใกล้เคียงกันพอที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางได้

งานวิจัยภายในประเทศ

โรงเรียนการประชาสัมพันธ์ (2520:199-205) ได้สำรวจสถานการณ์งานประชาสัมพันธ์ ของส่วนราชการ องค์การ และรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ สรุปผลในเรื่องวิธีปฏิบัติในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. การวางแผนล่วงหน้า จากหน่วยงาน 146 หน่วย ร้อยละ 54.1 ตอบว่ามี การวางแผนล่วงหน้า

2. การเข้ามีส่วนร่วมในระดับสูงของหัวหน้างานประชาสัมพันธ์ ปรากฏว่ามีเพียงร้อยละ 18.5 ของจำนวนหน่วยงาน 146 หน่วยเท่านั้น ที่หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ได้เข้าไปร่วมประชุม ในระดับสูงด้วย

3. การประชาสัมพันธ์ภายนอก ปรากฏว่าส่วนใหญ่ใช้สื่อมวลชน 3 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

4. การประชาสัมพันธ์ภายใน ปรากฏว่าหน่วยงานส่วนใหญ่จะเลยการประชาสัมพันธ์ภายใน สุชาวดี สุกโตชะ (2524:119-130) ได้ทำการวิจัยเรื่องการจัดการประชาสัมพันธ์ของ กระทรวงศึกษาธิการ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารระดับกรมและระดับกองของ กระทรวงศึกษาธิการ สรุปผลการวิจัยไว้ดังนี้

1. โครงสร้างการจกการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ มีการแบ่งสายงาน บริหารอย่างเป็นทางการเฉพาะของกระทรวงโดยส่วนรวม มีนโยบายและวัตถุประสงค์ไม่ชัดเจน มีการแต่งตั้งและกำหนดตำแหน่งผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ไว้ทุกส่วนราชการสำหรับ ในด้านหน้าที่ ความรับผิดชอบและกิจกรรม มีการกำหนดไว้ชัดเจนพอสมควร ส่วน ในด้านการติดต่อสัมพันธ์ยังมุง รอดส่วนราชการอื่นมาติดต่อมากกว่า

2. ความคิดเห็นของผู้บริหารระดับกองต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ มีความสอดคล้องกันคือ ส่วนใหญ่เห็นว่ายังดำเนินงานในระดับน้อย

3. ความคิดเห็นของผู้บริหารระดับกรมและผู้บริหารระดับกองเกี่ยวกับเรื่องปัญหาและอุปสรรคในการจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ มีความสอดคล้องกันว่ามีปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อย ยกเว้นเรื่องการขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่จะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และเรื่องวัสดุอุปกรณ์ในการจัดการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ซึ่งผู้บริหารระดับกรมเห็นว่ามีปัญหาและอุปสรรคอยู่ในระดับน้อย แต่ผู้บริหารระดับกองเห็นว่าปัญหาและอุปสรรคอยู่ในระดับมาก

ส่วนสรุปผลการวิจัยของ มณฑล ลำเจียกหนู (2530:บทคัดย่อ) ซึ่งทำการศึกษาสภาพและปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษา เขตการศึกษา 1 โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารและครูประชาสัมพันธ์ผลการวิจัย พบว่า การดำเนินการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ตั้งแต่การวางแผน งบประมาณ การดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน และการประเมินผล ยกเว้นการประชาสัมพันธ์ภายนอกซึ่งเกือบไม่มีการดำเนินการเลย กับเรื่อง การดำเนินการประเมินผลและเรื่องการมีเจ้าหน้าที่ประเมินผลการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งมีน้อยมาก และเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ตามสภาพที่คาดหวังของครูประชาสัมพันธ์โรงเรียน พบว่าอยู่ในระดับสูงทุกด้าน ยกเว้นการประชาสัมพันธ์ภายนอกที่ต้องการให้โรงเรียนดำเนินการในระดับปานกลางเท่านั้น นอกจากนี้ยังพบว่าครูและผู้บริหารมีความต้องการที่จะปรับปรุงระบบการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ในด้านการประชาสัมพันธ์ภายนอกทั้งด้านการดำเนินการและจัดเจ้าหน้าที่ประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ความเพียงพอของงบประมาณและด้านการวางแผน

ปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ปัญหาที่ครูและผู้บริหารให้ความสำคัญสูงสุดได้แก่ การที่ครูมีภาระงานมากจนไม่มีเวลาทำงานประชาสัมพันธ์ รองลงมาได้แก่ ความเพียงพอของงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ไม่มีประสิทธิภาพ

อรอุบล ภูบัวเผื่อน (2532:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการวางแผนการประชาสัมพันธ์และสภาพภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจในประเทศไทย โดยศึกษาแยกตามประเภทของธุรกิจคือธุรกิจบริการ ธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจพาณิชย์ และธุรกิจการเงิน รวมทั้งศึกษาปัญหาอุปสรรคในงานประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่าปัญหาอุปสรรคของงานประชาสัมพันธ์

คือปัญหาการขาดแคลนบุคลากรทางด้านประชาสัมพันธ์ ปัญหาผู้บริหารกิจการไม่ให้ความสำคัญ และ ปัญหางบประมาณไม่เพียงพอ ส่วนปัจจัยที่สนับสนุนความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์ คือ ผู้บริหาร กิจการต้องให้ความสำคัญและเข้าใจบทบาทของการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี รองลงมาคือมี งบประมาณเพียงพอและมีการประสานงานด้วยความร่วมมืออันดีจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

รัตนา ศรีชนะชัยโชค (2532:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาชนบทในประเทศไทยกับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ผู้บริหารระดับจังหวัดและหัวหน้าส่วนราชการระดับจังหวัด ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์โครงการ ได้แก่ปัญหาด้านเจ้าหน้าที่ กล่าวคือ ไม่มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ งานโดยตรง และเจ้าหน้าที่ขาดความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์ ปัญหาด้านการยอมรับของประชาชน กล่าวคือ ประชาชนไม่ค่อยเห็นความสำคัญของโครงการพัฒนา ให้การยอมรับเฉพาะที่ได้รับ ประโยชน์ระยะสั้น ปัญหาด้านเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ กล่าวคือไม่มีเครื่องมือเพียงพอ และ อยู่ในสภาพเก่าไม่มีคุณภาพ ต้องยืมจากหน่วยงานอื่น ปัญหาด้านงบประมาณคือ ได้รับการจัดสรร งบประมาณน้อยมาก บางครั้งไม่มีเงินงบประมาณต้องอาศัยการบริจาค จากสถานภาพโดยทั่วไป แล้ว การดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาชนบทในประเทศไทยยังไม่เป็นไปตามแนวนโยบาย และแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่วางไว้เท่าที่ควร

งานวิจัยต่างประเทศ

โรมาญ์ (Romine. 1987:63) ได้ศึกษาบทบาทของวิทยาลัยชุมชนในด้านการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคเดลฟาย ทำการรวบรวมความคิดเห็นของคณะกรรมการ 3 กลุ่ม ได้แก่ กรรมการวิทยาลัย อาจารย์ใหญ่และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์กลุ่มละ 15 คน ผลการศึกษพบว่า คณะกรรมการให้ความสำคัญต่อบทบาทด้านการบริการสนเทศแก่ประชาชนเกี่ยวกับการให้บริการ ของวิทยาลัยและผลงานของวิทยาลัยแก่บุคคลชั้นนำในท้องถิ่นเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่ด้านการมีส่วนช่วยเหลือสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมของวิทยาลัย ด้านการรับทราบข้อมูล ความต้องการ และความรู้ลึกของชุมชนต่อวิทยาลัย และด้านการรักษาภาพพจน์ของวิทยาลัย โรมาญ์ ได้ให้ข้อ เสนอแนะว่าการค้นคว้าหาข้อมูล เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการวางแผนและการประเมินผลงานการติดต่อสื่อสารต้อง เป็นแบบสองทาง

เมย์ (Mays. 1987:65) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ประสิทธิภาพของกระบวนการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเทศบาลของผู้บริหาร เพื่อสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการจัดการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกับชุมชน อยู่ในเกณฑ์ดี นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริหารสามารถรับรู้กระบวนการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริหารสามารถรับรู้กระบวนการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระบบโรงเรียนของผู้บริหารที่ได้ยอมรับกระบวนการประชาสัมพันธ์และผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์ที่ทำงานเต็มเวลา ซึ่งเป็นผู้ได้ผ่านการฝึกอบรมทางด้านประชาสัมพันธ์ โรงเรียนระดับสูงมาแล้ว

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ดำเนินการเป็นลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษา
นอกโรงเรียนจังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีจำนวน 17 ศูนย์ฯ ประกอบด้วยผู้บริหาร
และผู้ปฏิบัติงานงานประชาสัมพันธ์

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ โดย
การสุ่มแบบเจาะจงจากประชากรข้างต้น จำนวน 170 คน ซึ่งได้แก่

1. กลุ่มผู้บริหาร ประกอบด้วย ผู้อำนวยการ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร ฝ่ายวิชาการ
และฝ่ายปฏิบัติการ ศูนย์ฯ ละ 4 คน จากศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด 17 ศูนย์ฯ รวม 68
คน

2. กลุ่มผู้ปฏิบัติการ ประกอบด้วย หัวหน้าฝ่ายบริหาร ฝ่ายแผนงานและโครงการ ฝ่าย
การศึกษาอาชีพ ฝ่ายการศึกษาพื้นฐาน ฝ่ายบริการข่าวสารข้อมูล และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์
ศูนย์ฯ ละ 6 คน จากศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด 17 ศูนย์ฯ รวม 102 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งออกเป็นสามตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา วุฒิทางการศึกษา และวุฒิทางการประชาสัมพันธ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบและเติมคำ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกเนื้อหาออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านการดำเนินงาน และด้านการประเมินผล ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบสอบถามตอนนี้ให้ผู้ตอบประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดเป็นรายชื่อ ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการตรวจให้คะแนน ดังนี้

มีปัญหามาก	4	คะแนน
มีปัญหาปานกลาง	3	คะแนน
มีปัญหาน้อย	2	คะแนน
ไม่มีปัญหา	1	คะแนน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะที่มีต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัด โดยจำแนกเป็นรายด้าน

การสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานการศึกษาเอกโรงเรียน เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ
2. สัมภาษณ์ผู้บริหารศูนย์ฯ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียน

จังหวัดและผู้เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอก-
โรงเรียนจังหวัด โดยจำแนกเนื้อหาออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านบุคลากร ด้าน
งบประมาณ ด้านการดำเนินงาน และด้านการประเมินผล เป็นแบบสอบถามประมาณค่า

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่อประธานกรรมการและกรรมการที่ควบคุม
ปฏิญาณพันธ์ และผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิง
พินิจ ตรวจสอบความครอบคลุมเนื้อหา และความถูกต้องชัดเจนของภาษา แล้วนำความคิดเห็นและ
ข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้งหนึ่ง

5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงเรียบร้อยแล้วเสนอให้ประธานและกรรมการที่ควบคุม
ปฏิญาณพันธ์ตรวจแก้ไขก่อนที่จะนำไปทดลองใช้ (Try-Out)

6. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ ของ
ศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัด
นครสวรรค์ สมุทรสาคร และปราจีนบุรี รวม 3 ศูนย์ ศูนย์ ละ 2 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มผู้
บริหาร ศูนย์ ละ 4 คน กลุ่มผู้ปฏิบัติการ ศูนย์ ละ 6 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 คน และนำ
ข้อมูลที่ได้มาหาความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ซึ่งผลของ
การวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.943 นับว่า
เป็นเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้น ดังนี้

1. ขอลงชื่อรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ถึง
ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัด 17 ศูนย์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. จัดแบบสอบถามออกเป็น 17 ชุด เพื่อเตรียมจัดส่งไปยังศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียน
จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 17 ศูนย์ ในแต่ละชุดประกอบด้วย
 - 2.1 หนังสือรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัยถึงผู้อำนวยการศูนย์ฯ

2.2 หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากผู้วิจัยถึงผู้ตอบแบบ
สอบถาม

2.3 ใส่แบบสอบถามจำนวน 10 ชุด แยกเป็นของกลุ่มผู้บริหาร 4 ชุด และกลุ่มผู้
ปฏิบัติการ 6 ชุด ในแต่ละชุดจะแนบซองปิดผนึกและจำหน่ายซองถึงผู้วิจัย เพื่อให้ส่งกลับคืนผู้วิจัย
ทางไปรษณีย์

2.4 แบบสอบถามแต่ละชุดจะลงเลขรหัสไว้สำหรับตรวจสอบด้วย

3. จัดส่งแบบสอบถามด้วยตนเองในวันประชุมหัวหน้าฝ่ายแผนงานและ โครงการที่ศูนย์
การศึกษาเอกโรงเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยขอให้หัวหน้าฝ่ายแผนงานนำไปส่งผู้อำนวยการ
การศูนย์ฯ และประสานงานในการแจกแบบสอบถามที่ศูนย์ฯ ของตน

4. เมื่อจัดส่งไปแล้วหนึ่งเดือนได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 150 ฉบับ ส่วนที่ขาด
ไปได้ติดตามโดยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์พร้อมจัดส่งแบบสอบถามไปให้ใหม่ทางไปรษณีย์ โดย
สอดซอง ปิดผนึกและจำหน่ายซองถึงผู้วิจัย รวมทั้งได้โทรศัพท์ประสานงานเป็นการส่วนตัวด้วย
จึงได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา รวม 170 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด
ช่วงเวลาในการรวบรวมข้อมูลคือ เดือนพฤศจิกายน 2533 ถึงเดือนมกราคม 2534

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ปรากฏว่าครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งหมดจำนวน
170 ฉบับ คิดเป็นร้อยละร้อยของแบบสอบถามทั้งหมด

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบ โดยการแจกแจงความถี่และคำนวณค่าร้อยละ ส่วน
ข้อมูลแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด วิเคราะห์โดยการแจกแจง
ความถี่

3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์จากแบบสอบถามที่เป็น
มาตราส่วนประมาณค่าโดยนำมาตรวจให้คะแนนแล้วหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (S.D.) แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาตัดสินตามเกณฑ์ต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.50	หมายความว่า	ไม่มีปัญหา
ค่าเฉลี่ย	1.51 - 2.50	หมายความว่า	มีปัญหาเล็กน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.51 - 3.50	หมายความว่า	มีปัญหาปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.51 - 4.00	หมายความว่า	มีปัญหาหนัก

4. ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สูตรคำนวณหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังนี้

1.1 หาค่าเฉลี่ยโดยใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตร (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ.

2528:64)

$$S = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม

2.1 การวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination Power) เป็นรายข้อ
ใช้สูตรร้อยละของ เอ็ดเวิร์ดส์ (Edward. 1958:152)

$$t = \frac{\bar{X}_H - \bar{X}_L}{\sqrt{\frac{S_H^2}{n_H} + \frac{S_L^2}{n_L}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนแต่ละข้อของกลุ่มสูง และกลุ่มต่ำ
	$\bar{X}_H$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มสูง
	$\bar{X}_L$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มต่ำ
	S_H^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มสูง
	S_L^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มต่ำ
	n_H	แทน	จำนวนที่คนที่เลือกมาจากกลุ่มคะแนนสูง
	n_L	แทน	จำนวนที่คนที่เลือกมาจากกลุ่มคะแนนต่ำ

2.2 การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้
สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach. 1970:161)

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

K แทน จำนวนข้อของเครื่องมือ

$\sum S_i^2$ แทน ผลรวมของคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ

S_t^2 แทน ผลรวมของคะแนนความแปรปรวนของเครื่องมือทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระจากกัน
โดยใช้สูตร ดังนี้ (Ferguson. 1981:182)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} \quad \text{โดยมี } df = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสี่ตอนคือ ตอนที่หนึ่ง วิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ตอนที่สอง วิเคราะห์ปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนที่สาม เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และตอนที่สี่ วิเคราะห์ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ปัญหา และข้อเสนอแนะในการจัดการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด 17 ศูนย์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การวิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างได้จำแนกตามระดับการศึกษาและวุฒิที่เกี่ยวข้อง กับการประชาสัมพันธ์ ดังปรากฏรายละเอียดในตาราง 1

ตาราง 1 ค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคุณลักษณะ

คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. ระดับการศึกษา	N = 68		N = 102	
1.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-	10	9.81
1.2 ปริญญาตรี	51	75.00	83	81.37
1.3 ปริญญาโท	15	22.06	9	8.82
1.4 ปริญญาเอก	2	2.94	-	-
2. วุฒิทางการประชาสัมพันธ์				
2.1 มี	2	2.94	10	9.80
2.2 ไม่มี	66	97.06	92	90.20

จากตาราง 1 แสดงว่าจากจำนวนผู้บริหารศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 68 คน จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า มีวุฒิปริญญาตรีจำนวน 51 คน วุฒิปริญญาโทจำนวน 15 คน วุฒิปริญญาเอก 2 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00, 22.06 และ 2.94 ตามลำดับ ส่วนผู้ปฏิบัติการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 102 คน จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า มีวุฒิต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 10 คน วุฒิปริญญาตรีจำนวน 83 คน และวุฒิปริญญาโท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.81, 81.37 และ 8.82 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามวุฒิทางการประชาสัมพันธ์พบว่า ผู้บริหารมีวุฒิทางการประชาสัมพันธ์จำนวน 2 คน และไม่มีวุฒิทางการประชาสัมพันธ์จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 2.94 และ 97.06 ตามลำดับ ส่วนผู้ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ว่ามีวุฒิทางการประชาสัมพันธ์จำนวน 10 คน และไม่มีวุฒิทางการประชาสัมพันธ์จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 และ 90.20 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดใน
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ในตอนนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ตามความคิดเห็นของ
ผู้บริหารและผู้บริหารของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้
จำแนกเป็นรายด้าน รายข้อ และโดยส่วนรวม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่การหาค่าเฉลี่ย
($\bar{X}$) และหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคำตอบ ดังปรากฏรายละเอียดใน
ตาราง 2-9

สำหรับการกำหนดน้ำหนักคะแนน และความหมายของค่าเฉลี่ยปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ ได้กำหนดเกณฑ์การเทียบไว้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.50	หมายถึง	ไม่มีปัญหา
คะแนนเฉลี่ย	1.51 - 2.50	หมายถึง	มีปัญหาน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.51 - 3.50	หมายถึง	มีปัญหามาก
คะแนนเฉลี่ย	3.51 - 4.00	หมายถึง	มีปัญหามาก

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ
เกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดด้านการวางแผน
จำแนกเป็นรายข้อและ โดยส่วนรวม

ข้อที่	ปัญหาด้านการวางแผน	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		รวม	
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1.	ความชัดเจนของนโยบายในการประชาสัมพันธ์	2.59	0.76	2.93	0.72	2.79	0.75
2.	การมีโอกาสดำเนินการประชุมของผู้เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนโยบายและแผน	2.31	0.89	2.82	0.92	2.62	0.94
3.	การประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ภายในศูนย์ฯ เพื่อการวางแผน	2.47	0.94	2.89	0.81	2.72	0.88
4.	การสำรวจข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน	2.84	0.87	2.94	0.73	2.90	0.79
5.	ระบบการเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน	2.94	0.69	3.02	0.70	2.99	0.70
6.	ความร่วมมือของบุคลากรศูนย์ฯ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน	2.82	0.71	2.92	0.70	2.88	0.70
7.	ความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมายเพื่อการวางแผน	2.74	0.84	2.83	0.72	2.79	0.77
8.	การมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในศูนย์ฯ ในการกำหนดแผนงาน และ โครงการประชาสัมพันธ์	2.74	0.68	2.93	0.76	2.85	0.74
9.	การจัดระบบการเตรียมการเพื่อการวางแผน	2.74	0.66	2.79	0.65	2.77	0.65
10.	การวางแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า ทั้งระยะสั้น และ ระยะยาว	2.81	0.74	2.96	0.77	2.90	0.76
11.	ความสอดคล้องต่อเนื่องกันของแผนงานประชาสัมพันธ์	2.85	0.72	2.93	0.69	2.90	0.70

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านการวางแผน	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		รวม	
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
12.	ความครอบคลุมกิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียนของแผน	2.76	0.87	2.78	0.75	2.78	0.80
13.	การกำหนดรายละเอียดที่เหมาะสมภายในแผนเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ	2.79	0.74	2.91	0.69	2.86	0.71
14.	การให้ความสำคัญต่อแผนงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร	2.53	0.84	2.75	0.85	2.66	0.85
	ค่าเฉลี่ยรวม	2.71	0.80	2.89	0.75	2.82	0.78

จากตาราง 2 แสดงว่ากลุ่มผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านการวางแผนโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับน้อยสองข้อ คือ ปัญหาเรื่องการมีโอกาสร่วมประชุมของผู้เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนโยบายและแผน ($\bar{X} = 2.31$) และเรื่องการประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ภายในศูนย์ฯเพื่อการวางแผน ($\bar{X} = 2.47$) ตามลำดับ ส่วนข้ออื่น ๆ มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีปัญหาเรื่องระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนมากเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 2.94$) รองลงมาได้แก่ เรื่องความสอดคล้องต่อเนื่องกันของแผนงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.85$) และเรื่องการสำรวจข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน ($\bar{X} = 2.84$) ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านการวางแผนโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีปัญหาเรื่องระบบการเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนมากเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.02$) รองลงมาได้แก่ปัญหาเรื่องการวางแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าทั้งระยะสั้นและระยะยาว ($\bar{X} = 2.96$) และเรื่องการสำรวจข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน ($\bar{X} = 2.94$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารวมกันทั้ง 2 กลุ่ม พบว่ากลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านการวางแผนโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน โดยมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.66 ถึง 2.99 เรียงลำดับข้อปัญหาจากมากไปหาน้อยในห้าอันดับแรกได้ดังนี้คือ ปัญหาเรื่องระบบการเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน ($\bar{X} = 2.99$) เรื่องการสำรวจข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน เรื่องการวางแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าทั้งระยะสั้นและระยะยาว เรื่องความสอดคล้องต่อเนื่องกันของแผนงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.90$) และเรื่องความร่วมมือของบุคลากรศูนย์ฯ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน ($\bar{X} = 2.88$)

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ
เกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดด้านบุคลากร
จำแนกเป็นรายชื่อและโดยส่วนรวม

ข้อที่	ปัญหาด้านบุคลากร	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		รวม	
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1.	ความเพียงพอของบุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	3.26	0.82	3.00	0.91	3.11	0.88
2.	ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการประชาสัมพันธ์	3.10	0.79	3.09	0.82	3.09	0.81
3.	การจัดสรรบุคลากรให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	3.40	0.65	3.17	0.79	3.18	0.82
4.	การยอมรับในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จากเพื่อนร่วมงาน และบุคลากรภายในศูนย์ฯ	2.88	0.64	2.84	0.81	2.85	0.74
5.	ความอิสระในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	2.43	0.72	2.83	0.86	2.67	0.83
6.	ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงานของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	2.93	0.92	2.97	0.70	2.95	0.79
7.	ความรู้ความสามารถของคณะทำงานในการประชาสัมพันธ์	3.16	0.56	2.88	0.71	2.94	0.70
8.	การประสานงานเพื่อการประชาสัมพันธ์กับบุคลากรภายในศูนย์ฯ	2.74	0.80	2.91	0.69	2.84	0.74
9.	ความกระตือรือร้นในการทำงานของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	2.87	0.77	2.93	0.80	2.91	0.79

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านบุคลากร	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติงาน		รวม	
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
10.	ความสนใจของผู้บริหารต่อการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	2.43	0.95	2.79	0.88	2.65	0.93
11.	การมีคณะทำงานประชาสัมพันธ์ที่สามารถปฏิบัติ หน้าที่ได้อย่างแท้จริง	2.91	0.75	2.97	0.75	2.95	0.75
12.	บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ กระจัดกระจายอยู่หลายฝ่าย	2.72	0.84	3.14	0.82	2.97	0.85
13.	การเพิ่มพูนความรู้ และทักษะแก่บุคลากร ในด้านการประชาสัมพันธ์	3.13	0.81	3.15	0.79	3.14	0.79
14.	ความเชื่อมั่นในตนเองของผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	2.72	0.75	2.82	0.83	2.78	0.80
	ค่าเฉลี่ยรวม	2.88	0.83	2.96	0.81	2.93	0.82

จากตาราง 3 แสดงว่ากลุ่มผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านบุคลากรโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าปัญหาอยู่ในระดับน้อยสองข้อ คือ เรื่องความอิสระในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.43$) และเรื่องความสนใจของผู้บริหารต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.43$) ส่วนข้ออื่น ๆ พบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีปัญหาเรื่องการจัดสรร

บุคลากรให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานประจำสัมพันธ์มากที่สุด ($\bar{X} = 3.40$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องความเพียงพอของบุคลากรที่ปฏิบัติงานประจำสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.26$) และ เรื่องการเพิ่มพูนความรู้และทักษะแก่บุคลากรในด้านการประจำสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.13$) ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประจำสัมพันธ์ด้านบุคลากร โดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน โดยมีปัญหาเรื่องการจัดสรรบุคลากรให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานประจำสัมพันธ์มากที่สุด ($\bar{X} = 3.17$) เรื่องการเพิ่มพูนความรู้และทักษะแก่บุคลากรในด้านการประจำสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.15$) และเรื่องบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประจำสัมพันธ์กระจายอยู่หลายฝ่าย ($\bar{X} = 3.14$) รองลงมาตามลำดับ

เมื่อพิจารณารวมกันทั้ง 2 กลุ่มพบว่ากลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประจำสัมพันธ์ด้านบุคลากร โดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน โดยมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.65 ถึง 3.18 เรียงลำดับข้อปัญหาจากคะแนนมากไปหาน้อยในห้าอันดับแรกได้ดังนี้คือ ปัญหาเรื่องระบบการจัดบุคลากรให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานประจำสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.18$) เรื่องการเพิ่มพูนความรู้และทักษะแก่บุคลากรในด้านการประจำสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.14$) เรื่องความเพียงพอของบุคลากรที่ปฏิบัติงานประจำสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.11$) เรื่องความรู้ความเข้าใจในเรื่องการประจำสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.09$) และเรื่องบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประจำสัมพันธ์อยู่กระจายอยู่หลายฝ่าย ($\bar{X} = 2.97$)

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ
เกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด ด้านงบประมาณ
จำแนกเป็นรายชื่อและโดยส่วนรวม

ข้อที่	ปัญหาด้านงบประมาณ	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		รวม	
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1.	การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง	3.40	0.74	3.14	0.87	3.24	0.83
2.	ความเพียงพอของงบประมาณในการประชาสัมพันธ์	3.46	0.70	3.18	0.86	3.29	0.81
3.	การจัดทำแผนงาน หรือ โครงการล่วงหน้าเพื่อเสนอของงบประมาณ	3.06	0.75	3.06	0.73	3.06	0.74
4.	การสนับสนุนด้านงบประมาณจากผู้บริหาร	2.57	0.80	3.05	0.81	2.86	0.84
5.	การจัดทำแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้าตลอดปีงบประมาณ	2.79	0.76	2.98	0.77	2.19	0.77
6.	การมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ในการพิจารณาจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์	2.76	0.71	3.05	0.80	2.92	0.76
7.	ความเหมาะสมในการจัดสรรเงินให้สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	3.19	0.78	2.99	0.80	3.07	0.80
8.	ความสะดวกในการใช้จ่ายเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์	2.68	0.70	2.99	0.79	2.86	0.77
9.	การใช้จ่ายเงินให้สอดคล้อง และเป็นไปตามแผนปฏิบัติที่วางไว้	2.68	0.68	2.83	0.80	2.77	0.75

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านงบประมาณ	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		รวม	
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
10.	งบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อยู่ กระจัดกระจายหลายฝ่าย	2.59	0.85	2.96	0.89	2.81	0.89
11.	การจัดหาเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยวิธีอื่น	2.85	0.93	3.02	0.87	2.95	0.90
	ค่าเฉลี่ยรวม	2.91	0.82	3.02	0.82	2.98	0.82

-4-

จากตาราง 4 แสดงว่ากลุ่มผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านงบประมาณโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน โดยมีปัญหาเรื่องความเพียงพอของงบประมาณในการประชาสัมพันธ์มากเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.46$) รองลงมาได้แก่เรื่องการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง ($\bar{X} = 3.40$) และเรื่องความเหมาะสมในการจัดสรรเงินให้สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.19$) ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านงบประมาณโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีปัญหาเรื่องการความเพียงพอของงบประมาณในการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ($\bar{X} = 3.18$) รองลงมาได้แก่เรื่องการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง ($\bar{X} = 3.14$) และเรื่องการจัดทำแผนงานหรือโครงการล่วงหน้าเพื่อเสนอของงบประมาณ ($\bar{X} = 3.06$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารวมกันทั้ง 2 กลุ่มพบว่ากลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านงบประมาณโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน โดยมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.77 ถึง 3.29 เรียงลำดับข้อปัญหาจากคะแนนมากไปหาน้อยในห้าอันดับแรกได้ดังนี้คือ ปัญหาเรื่องความเพียงพอของงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.29$) เรื่องการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง ($\bar{X} = 3.24$) เรื่องความเหมาะสมในการจัดสรรเงินให้สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.07$) เรื่องการจัดทำแผนงานหรือโครงการล่วงหน้าเพื่อเสนอของงบประมาณ ($\bar{X} = 3.06$) และเรื่องการจัดหาเงินเพื่อประชาสัมพันธ์โดยวิธีอื่น ($\bar{X} = 2.95$)

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ
เกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด ด้านการดำเนินงาน
จำแนกเป็นรายข้อและโดยส่วนรวม

ข้อที่	ปัญหาด้านการดำเนินงาน	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		รวม	
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1.	ความเหมาะสมของปฏิทินปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	2.69	0.72	2.82	0.71	2.77	0.71
2.	ความสอดคล้องสัมพันธ์กันของรูปแบบในการ ประชาสัมพันธ์งานแต่ละงาน	2.72	0.81	2.86	0.76	2.81	0.78
3.	ความชัดเจนของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดใน แผนงาน และโครงการ	2.62	0.77	2.75	0.88	2.69	0.84
4.	การประสานงานเพื่อการปฏิบัติกิจกรรมการ ประชาสัมพันธ์กับฝ่ายต่าง ๆ ภายในศูนย์ฯ	2.60	0.87	2.82	0.88	2.73	0.88
5.	การประสานงานกับองค์กรหรือหน่วยงานอื่น ที่เกี่ยวข้อง ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	2.53	0.74	2.72	0.88	2.64	0.83
6.	ความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์	2.93	0.82	2.99	0.84	2.99	0.83
7.	ความกระตือรือร้นในการประชาสัมพันธ์	3.06	0.77	3.07	0.82	3.05	0.80
8.	ความล่าช้าไม่ทันการณ์ในการประชาสัมพันธ์	3.06	0.75	3.08	0.86	3.04	0.82
9.	ความกว้างขวางทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายในการ ประชาสัมพันธ์	2.97	0.90	3.03	0.81	3.08	0.85
10.	แต่ละฝ่ายงานแยกประชาสัมพันธ์งานของตน อย่างอิสระ	2.56	0.89	2.95	0.85	2.79	0.88

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านการดำเนินงาน	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		รวม	
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
11.	การจัดให้มีหน่วยงานกลางเป็นศูนย์รวมในการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ	2.65	0.89	2.81	0.93	2.75	0.92
12.	การกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้รับผิดชอบงาน ประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน	2.60	0.93	2.93	0.88	2.80	0.91
13.	การสนับสนุนส่งเสริมหน่วยงานประชาสัมพันธ์ จากผู้บริหาร	2.29	0.73	2.69	0.93	2.53	0.88
14.	การให้ความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่จากผู้บริหาร	2.10	0.67	2.68	0.88	2.45	0.85
15.	ประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์ของ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯ	3.03	0.75	2.82	0.88	2.91	0.84
16.	ความร่วมมือจากบุคลากรศูนย์ฯ ในการประชาสัมพันธ์	2.57	0.72	2.79	0.85	2.71	0.80
17.	ความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ ของบุคลากรภายในศูนย์ฯ	3.00	0.77	2.90	0.88	2.94	0.84
18.	ความรู้ความเข้าใจการประชาสัมพันธ์ ของผู้บริหาร	2.25	0.68	2.72	0.92	2.53	0.86
19.	ความร่วมมือจากองค์กรท้องถิ่น และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์	2.51	0.76	2.82	0.86	2.70	0.83
20.	ความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์	2.37	0.71	2.71	0.91	2.57	0.85

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านการดำเนินงาน	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		รวม	
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
21.	ความเหมาะสม และทันสมัยของเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการประชาสัมพันธ์	3.13	0.71	3.26	0.76	3.21	0.74
22.	ความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการประชาสัมพันธ์	3.26	0.78	3.28	0.78	3.28	0.78
23.	ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการใช้เครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์	2.84	0.75	3.02	0.77	2.95	0.76
24.	ความสามารถในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรภายในศูนย์ฯ	2.93	0.70	2.94	0.83	2.94	0.77
25.	ความล่าช้าในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	2.97	0.69	3.23	0.77	3.12	0.75
26.	ระบบการจัดส่งสื่อที่ผลิตออกมาเพื่อการเผยแพร่	2.94	0.73	3.09	0.77	3.03	0.75
27.	ความพร้อมด้านสถานที่สำหรับใช้ผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ	2.93	0.78	3.11	0.89	3.04	0.84
28.	แรงงานในการนำสื่อ เช่น แผ่นป้าย โปสเตอร์ ออกปิด หรือติดตั้งเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	2.54	0.90	2.94	0.88	2.78	0.90
29.	ความสะดวกในการขอใช้วัสดุ อุปกรณ์ เพื่อการจัดการประชาสัมพันธ์จากศูนย์ฯ	2.54	0.84	2.96	0.83	2.79	0.86
30.	ระบบการจัดเก็บและบำรุงรักษาเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์	2.74	0.77	2.99	0.80	2.89	0.80

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านการดำเนินงาน	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		รวม	
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
31.	ระเบียบราชการไม่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	2.46	0.85	2.77	0.92	2.65	0.91
	ค่าเฉลี่ยรวม	2.72	0.83	2.92	0.86	2.84	0.85

จากตาราง 5 แสดงว่ากลุ่มผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านการดำเนินงานโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ แล้วพบว่าปัญหาอยู่ในระดับน้อยห้าข้อ เรียงลำดับจากปัญหาน้อยที่สุดได้แก่ เรื่องการให้ความไว้วางใจในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่จากผู้บริหาร ($\bar{X} = 2.10$) เรื่องความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร ($\bar{X} = 2.25$) เรื่องการสนับสนุนส่งเสริมหน่วยงานประชาสัมพันธ์จากผู้บริหาร ($\bar{X} = 2.29$) เรื่องความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.37$) และเรื่องระเบียบราชการไม่เอื้อต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.46$) ตามลำดับ ส่วนข้ออื่น ๆ พบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อโดยมีปัญหารื่องความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ($\bar{X} = 3.26$) รองลงมาได้แก่ เรื่องความเหมาะสมและทันสมัยของเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.13$) เรื่องความกระชั้นชิดในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.06$) และเรื่องความล่าช้าไม่ทันการณ์ในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.06$) ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านการดำเนินงานโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีปัญหาเรื่องความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการประชาสัมพันธ์มากเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.28$) รองลงมาได้แก่เรื่องความเหมาะสมและทันสมัยของเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.26$) และเรื่องความล่าช้าในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.23$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารวมกันทั้ง 2 กลุ่มแล้ว พบว่า กลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านการดำเนินงานโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.84$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีปัญหาอยู่ในระดับน้อยหนึ่งข้อคือ เรื่องการให้ความไว้วางใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่จากผู้บริหาร ($\bar{X} = 2.45$) ส่วนข้ออื่นนอกจากนี้มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.53 ถึง 3.28 เรียงลำดับข้อปัญหาจากคะแนนมากไปหาน้อยในห้าอันดับแรกได้ดังนี้ คือ ปัญหาเรื่องความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.28$) เรื่องความเหมาะสมทันสมัยของเครื่องมือ ($\bar{X} = 3.21$) เรื่องความล่าช้าในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.12$) เรื่องความล่าช้าไม่ทันการณ์ในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.07$) และเรื่องความกระชั้นชิดในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.06$)

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ
เกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด ด้านการ
ประเมินผล จำแนกเป็นรายชื่อและโดยส่วนรวม

ข้อที่	ปัญหาด้านการประเมินผล	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		รวม	
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1.	ความรู้ด้านการประเมินผล	2.87	0.90	3.03	0.80	3.38	0.98
2.	การวางแผนในการติดตาม และประเมินผลงาน ประชาสัมพันธ์	2.91	0.89	3.07	0.81	3.00	0.85
3.	ความร่วมมือในการติดตามผลงานประชาสัมพันธ์ จากฝ่ายต่าง ๆ ภายในศูนย์ฯ	2.84	0.75	3.02	0.80	2.95	0.78
4.	การกำหนดให้มีเจ้าหน้าที่ในการติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์	3.00	0.90	3.02	0.95	3.01	0.92
5.	การประสานงานในการติดตามผลงาน ประชาสัมพันธ์จากบุคลากรภายในศูนย์ฯ	2.82	0.62	3.05	0.85	2.96	0.77
6.	การประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ในการติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์	2.88	0.70	3.05	0.76	2.98	0.74
7.	ความสม่ำเสมอในการรายงานผลการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ต่อผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้น	2.97	0.81	3.00	0.77	2.99	0.78
8.	ความสะดวกในการขอใช้วัสดุ อุปกรณ์ หรือ เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อติดตาม และประเมิน ผลงานประชาสัมพันธ์จากศูนย์ ฯ	2.49	0.76	2.81	0.77	2.68	0.78
9.	การสนับสนุนในการปฏิบัติงานด้านการติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์จากผู้บริหาร	2.40	0.72	2.87	0.83	2.68	0.82

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านการประเมินผล	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		รวม	
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
10.	เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์มีการรับผิดชอบงานอื่นมาก	3.16	0.78	3.22	0.82	3.19	0.80
11.	ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์	2.97	0.71	3.02	0.78	3.00	0.75
12.	ความต่อเนื่องของการติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์	3.07	0.85	3.28	0.71	3.20	0.77
13.	ความสม่ำเสมอในการติดตามผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย	3.00	0.90	3.22	0.71	3.13	0.80
14.	ความรู้ความสามารถของคณะทำงานด้านการติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์	2.84	0.80	3.11	0.84	3.00	0.84
	ค่าเฉลี่ยรวม	2.87	0.82	3.05	0.81	2.98	0.83

จากตาราง 6 แสดงว่ากลุ่มผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านการประเมินผลโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับน้อยสองข้อคือ เรื่องความสะดวกในการขอใช้วัสดุอุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อการติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์จากศูนย์ฯ ($\bar{X} = 2.49$) และเรื่องการสนับสนุนในการปฏิบัติงานด้านการติดตามประเมินผลงานประชาสัมพันธ์จากผู้บริหาร ($\bar{X} = 2.40$) ส่วนข้ออื่น ๆ พบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีปัญหาเรื่องเจ้าหน้าที่ผู้

ปฏิบัติงานติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์มีการรับผิดชอบงานอื่นมาก ($\bar{X} = 3.16$) เป็นอันดับหนึ่ง เรื่องความต่อเนื่องของการติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.07$) เรื่องการกำหนดให้มีเจ้าหน้าที่ติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.00$) และเรื่องความสม่ำเสมอในการติดตามผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{X} = 3.00$) รองลงมาตามลำดับ

ส่วนกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านการประเมินผลโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน โดยมีปัญหาเรื่องความต่อเนื่องของการติดตามประเมินผลงานประชาสัมพันธ์มากเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.28$) รองลงมาได้แก่ปัญหาเรื่องเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์มีการรับผิดชอบงานอื่นมาก ($\bar{X} = 3.22$) และเรื่องความสม่ำเสมอในการติดตามผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{X} = 3.22$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารวมกันทั้ง 2 กลุ่ม พบว่ากลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านการประเมินผลโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน โดยมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.68 ถึง 3.38 เรียงลำดับข้อปัญหาจากคะแนนมากไปหาน้อยในห้าอันดับแรกได้ดังนี้คือ ปัญหาเรื่องความรู้ด้านการประเมินผล ($\bar{X} = 3.38$) เรื่องความต่อเนื่องของการติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.20$) เรื่องเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์มีการรับผิดชอบงานอื่นมาก ($\bar{X} = 3.19$) เรื่องความสม่ำเสมอในการติดตามผลการดำเนินงานจากกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{X} = 3.13$) และเรื่องการกำหนดให้มีเจ้าหน้าที่ในการติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.01$)

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด จันทบุรี เป็นรายด้านและโดยส่วนรวม ดังนี้

ด้านที่	ปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		รวม	
		$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D
1.	ด้านการวางแผน	2.71	0.80	2.89	0.75	2.82	0.78
2.	ด้านบุคลากร	2.88	0.83	2.96	0.81	2.93	0.82
3.	ด้านงบประมาณ	2.91	0.82	3.02	0.82	2.98	0.82
4.	ด้านการดำเนินงาน	2.72	0.83	2.92	0.86	2.84	0.85
5.	ด้านการประเมินผล	2.87	0.82	3.05	0.81	2.98	0.83
	ค่าเฉลี่ยรวม	2.82	0.82	2.97	0.82	2.91	0.83

จากตาราง 7 แสดงว่าปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหารโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทั้งห้าด้านเช่นกัน โดยมีปัญหาด้านงบประมาณมากที่สุด ($\bar{X} = 2.91$) รองลงมาได้แก่ ปัญหาด้านบุคลากร ($\bar{X} = 2.88$) ด้านการประเมินผล ($\bar{X} = 2.87$) ด้านการดำเนินงาน ($\bar{X} = 2.72$) และด้านการวางแผน ($\bar{X} = 2.71$) ตามลำดับ

ส่วนปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปฏิบัติการโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทั้งห้าด้านเช่นกัน โดยมีปัญหาด้านการประเมินผลมากที่สุด ($\bar{X} = 3.05$) รองลงมาได้แก่ด้านงบประมาณ ($\bar{X} = 3.02$) ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 2.96$) ด้านการ

ดำเนินงาน ($\bar{X} = 2.92$) และด้านการวางแผน ($\bar{X} = 2.89$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารวมกันทั้ง 2 กลุ่มแล้วพบว่าปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีปัญหาในระดับปานกลางทั้งห้าด้านเช่นกัน โดยมีปัญหาด้านงบประมาณ และด้านการประเมินผลมากที่สุด ($\bar{X} = 2.98$) รองลงมาได้แก่ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 2.93$) ด้านการดำเนินงาน ($\bar{X} = 2.84$) และด้านการวางแผน ($\bar{X} = 2.82$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้บริหารเกี่ยวกับการจัดการ
ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ในตอนนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้บริหารเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียง-เหนือ ตามสภาพของกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มผู้บริหารและผู้บริหาร และเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ว่าผู้บริหารและผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดทั้งห้าด้านแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏรายละเอียดดังตาราง 8-13

ตาราง 8 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้บริหารเกี่ยวกับการจัดการ
 ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดด้านการวางแผน จำแนกเป็นรายข้อ
 และโดยส่วนรวม

ข้อที่	ปัญหาด้านการวางแผน	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้บริหาร		t
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1.	ความชัดเจนของนโยบายในการประชาสัมพันธ์	2.59	0.76	2.93	0.72	2.98**
2.	การมีโอกาสเข้าร่วมประชุมของผู้เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนโยบายและแผน	2.31	0.89	2.82	0.92	3.65**
3.	การประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ภายในศูนย์เพื่อการวางแผน	2.47	0.94	2.89	0.81	3.93**
4.	การสำรวจข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน	2.84	0.87	2.94	0.73	0.80
5.	ระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน	2.94	0.69	3.02	0.70	0.72
6.	ความร่วมมือของบุคลากรศูนย์ฯ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน	2.82	0.71	2.92	0.70	0.89

ตาราง 8 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านการวางแผน	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		t
		$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D.	
7.	ความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมายเพื่อการวางแผน	2.74	0.84	2.83	0.72	0.82
8.	การมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในศูนย์ฯ ในการกำหนดแผนงาน และ โครงการประชาสัมพันธ์	2.74	0.68	2.93	0.76	1.72
9.	การจัดระบบการเตรียมการเพื่อการวางแผน	2.74	0.66	2.79	0.65	0.58
10.	การวางแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าทั้งระยะสั้น และ ระยะยาว	2.81	0.74	2.96	0.77	1.29
11.	ความสอดคล้องต่อเนื่องกันของแผนงานประชาสัมพันธ์	2.85	0.72	2.93	0.69	0.72
12.	ความครอบคลุมกิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียนของแผน	2.76	0.87	2.78	0.75	0.16
13.	การกำหนดรายละเอียดที่เหมาะสมภายในแผนเพื่อนำไป สู่การปฏิบัติ	2.79	0.74	2.91	0.69	1.05
14.	การให้ความสำคัญต่อแผนงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร	2.53	0.84	2.75	0.85	1.64
	ค่าเฉลี่ยรวม	2.71	0.80	2.89	0.75	1.48

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 8 แสดงว่ากลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านการวางแผนโดยส่วนรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความคิดเห็นต่อปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อยู่สามข้อ คือ เรื่องการประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ภายในศูนย์ฯ เพื่อการวางแผน เรื่องการมีโอกาสดำเนินการเข้าร่วมประชุมของผู้เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนโยบายและแผน และเรื่องความชัดเจนของนโยบายในการประชาสัมพันธ์ ส่วนข้ออื่น ๆ มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 9 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการ
ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด ด้านบุคลากร จำแนกเป็นรายชื่อและ
โดยส่วนรวม

ข้อที่	ปัญหาด้านบุคลากร	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		t
		$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D.	
1.	ความเพียงพอของบุคลากรที่ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	3.26	0.82	3.00	0.91	-1.93
2.	ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการประชาสัมพันธ์	3.10	0.79	3.09	0.82	-0.11
3.	การจัดสรรบุคลากรให้สอดคล้องกับความรู้ความ สามารถในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	3.40	0.65	3.17	0.79	-1.99
4.	การยอมรับในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์จากเพื่อนร่วมงาน และบุคลากร ภายในศูนย์ฯ	2.88	0.64	2.84	0.81	-0.35
5.	ความอิสระในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์	2.43	0.72	2.83	0.86	3.23**
6.	ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงานของ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	2.93	0.92	2.97	0.69	0.33
7.	ความรู้ความสามารถของคณะทำงานในการ ประชาสัมพันธ์	3.16	0.56	2.88	0.71	-2.86**
8.	การประสานงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ กับบุคลากรภายในศูนย์ฯ	2.74	0.80	2.91	0.69	1.53
9.	ความกระตือรือร้นในการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	2.87	0.77	2.93	0.80	0.52

ตาราง 9 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านบุคลากร	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		t
		$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D.	
10.	ความสนใจของผู้บริหารต่อการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	2.43	0.95	2.79	0.88	2.59**
11.	การมีคณะทำงานประชาสัมพันธ์ที่สามารถปฏิบัติ หน้าที่ได้อย่างแท้จริง	2.91	0.75	2.97	0.75	0.50
12.	บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ กระจัดกระจายอยู่หลายฝ่าย	2.72	0.84	3.14	0.82	3.23**
13.	การเพิ่มพูนความรู้ และทักษะแก่บุคลากร ในด้านการประชาสัมพันธ์	3.13	0.81	3.15	0.79	0.12
14.	ความเชื่อมั่นในตนเองของผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	2.72	0.75	2.82	0.83	0.83
	ค่าเฉลี่ยรวม	2.88	0.83	2.96	0.81	0.65

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 แสดงว่ากลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านบุคลากรโดยส่วนรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อยู่สี่ข้อ

คือ เรื่องความอิสระในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เรื่องบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การจัดกระจายอยู่หลายฝ่าย เรื่องความรู้ความสามารถของคณะทำงานประชาสัมพันธ์ และเรื่องความสนใจของผู้บริหารต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ส่วนข้ออื่น ๆ มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 10 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการ
 ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดอำนาจพระมาณ จำแนกเป็นรายข้อและ
 โดยส่วนรวม

ข้อที่	ปัญหาด้านงบประมาณ	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		t
		$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D.	
1.	การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง	3.40	0.74	3.14	0.87	-2.03*
2.	ความเพียงพอของงบประมาณในการประชาสัมพันธ์	3.46	0.70	3.18	0.86	-2.25*
3.	การจัดทำแผนงาน หรือโครงการล่วงหน้าเพื่อเสนอของงบประมาณ	3.06	0.75	3.06	0.73	0.00
4.	การสนับสนุนด้านงบประมาณจากผู้บริหาร	2.57	0.80	3.05	0.81	3.78**
5.	การจัดทำแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้าตลอดปีงบประมาณ	2.79	0.76	2.98	0.77	1.55
6.	การมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ในการพิจารณาจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์	2.76	0.71	3.05	0.80	2.43*
7.	ความเหมาะสมในการจัดสรรเงินให้สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	3.19	0.78	2.99	0.80	-1.63
8.	ความสะดวกในการใช้จ่ายเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์	2.68	0.70	2.99	0.79	2.66**
9.	การใช้จ่ายเงินให้สอดคล้อง และเป็นไปตามแผนปฏิบัติที่วางไว้					

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านงบประมาณ	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		t
		$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D.	
10.	งบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อยู่ กระจัดกระจายหลายฝ่าย	2.59	0.85	2.96	0.89	2.74**
11.	การจัดหาเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยวิธีอื่น	2.85	0.93	3.02	0.87	1.19
	ค่าเฉลี่ยรวม	2.91	0.82	3.02	0.82	0.90

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 แสดงว่ากลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านงบประมาณโดยส่วนรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีความสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อยู่สามข้อ คือ เรื่องการสนับสนุนด้านงบประมาณจากผู้บริหาร เรื่องงบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อยู่กระจัดกระจายหลายฝ่าย และเรื่องความสะดวกในการใช้จ่ายเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์ และพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อยู่สามข้อคือ การมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ในการพิจารณาจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ เรื่องความเพียงพอของงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ เรื่องการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง ส่วนข้ออื่นอีกหกข้อมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีความสำคัญทางสถิติ

ตาราง 11 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการ
 ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดด้านการดำเนินงาน จำแนกเป็นรายข้อ
 และโดยส่วนรวม

ข้อที่	ปัญหาด้านการดำเนินงาน	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		t
		$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D.	
1.	ความเหมาะสมของปฏิทินปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	2.69	0.72	2.82	0.71	1.19
2.	ความสอดคล้องสัมพันธ์กันของรูปแบบในการ ประชาสัมพันธ์งานแต่ละงาน	2.72	0.81	2.86	0.76	1.17
3.	ความชัดเจนของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดใน แผนงาน และโครงการ	2.62	0.77	2.75	0.88	0.98
4.	การประสานงานเพื่อการปฏิบัติกิจกรรมการ ประชาสัมพันธ์กับฝ่ายต่าง ๆ ภายในศูนย์ฯ	2.60	0.87	2.82	0.88	1.61
5.	การประสานงานกับองค์กรหรือหน่วยงานอื่น ที่เกี่ยวข้อง ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	2.53	0.74	2.72	0.88	1.44
6.	ความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์	2.93	0.82	2.99	0.84	0.50
7.	ความกระชั้นชิดในการประชาสัมพันธ์	3.06	0.77	3.07	0.82	0.08
8.	ความล่าช้าไม่ทันการณ์ในการประชาสัมพันธ์	3.06	0.75	3.08	0.86	0.16
9.	ความกว้างขวางทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายในการ ประชาสัมพันธ์	2.97	0.90	3.03	0.81	0.45
10.	แต่ละฝ่ายงานแยกประชาสัมพันธ์งานของตน อย่างอิสระ	2.56	0.89	2.95	0.85	2.90**

ตาราง 11 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านการดำเนินงาน	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		t
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
11.	การจัดให้มีหน่วยงานกลาง เป็นศูนย์รวมในการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ	2.65	0.89	2.81	0.93	1.16
12.	การกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ให้ชัดเจน	2.60	0.93	2.93	0.88	2.33 [*]
13.	การสนับสนุนส่งเสริมหน่วยงานประชาสัมพันธ์จากผู้บริหาร	2.29	0.73	2.69	0.93	3.06 ^{**}
14.	การให้ความไว้วางใจในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่จากผู้บริหาร	2.10	0.67	2.68	0.88	4.81 ^{**}
15.	ประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯ	3.03	0.75	2.82	0.88	1.58
16.	ความร่วมมือจากบุคลากรศูนย์ฯ ในการประชาสัมพันธ์	2.57	0.72	2.79	0.85	-1.77
17.	ความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรภายในศูนย์ฯ	3.00	0.77	2.90	0.88	-0.79
18.	ความรู้ความเข้าใจการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร	2.25	0.68	2.72	0.92	3.80 ^{**}
19.	ความร่วมมือจากองค์กรท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์	2.51	0.76	2.82	0.86	2.41 [*]
20.	ความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์	2.37	0.71	2.71	0.91	2.72 ^{**}

ตาราง 11 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านการดำเนินงาน	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		t
		$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D.	
21.	ความเหมาะสม และทันสมัยของเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการประชาสัมพันธ์	3.13	0.71	3.26	0.76	1.15
22.	ความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการประชาสัมพันธ์	3.26	0.78	3.28	0.78	0.17
23.	ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการใช้เครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์	2.84	0.75	3.02	0.77	1.53
24.	ความสามารถในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรภายในศูนย์ฯ	2.93	0.70	2.94	0.83	0.12
25.	ความล่าช้าในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	2.97	0.69	3.23	0.77	2.22*
26.	ระบบการจัดส่งสื่อที่ผลิตออกมาเพื่อการเผยแพร่	2.94	0.73	3.09	0.77	1.25
27.	ความพร้อมด้านสถานที่สำหรับใช้ผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ	2.93	0.78	3.11	0.89	1.37
28.	แรงงานในการนำสื่อ เช่น แผ่นป้าย โปสเตอร์ ออกปิด หรือติดตั้งเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	2.54	0.90	2.94	0.88	2.19*
29.	ความสะดวกในการขอใช้วัสดุ อุปกรณ์เพื่อการจัดการประชาสัมพันธ์จากศูนย์ฯ	2.54	0.84	2.96	0.83	3.20**
30.	ระบบการจัดเก็บและบำรุงรักษาเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์	2.74	0.77	2.99	0.80	2.07*

ตาราง 11 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านการดำเนินงาน	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		t
		$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D.	
31.	ระเบียบราชการไม่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	2.46	0.85	2.77	0.92	2.28*
	ค่าเฉลี่ยรวม	2.72	0.83	2.92	0.86	1.50

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 แสดงว่ากลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านการดำเนินงานโดยส่วนรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวนหกข้อ คือ เรื่องการให้ความไว้วางใจในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่จากผู้บริหาร เรื่องความรู้ความเข้าใจการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร เรื่องความสะดวกในการขอใช้วัสดุอุปกรณ์เพื่อการจัดการประชาสัมพันธ์จากศูนย์ฯ เรื่องการสนับสนุนส่งเสริมหน่วยงานประชาสัมพันธ์จากผู้บริหาร เรื่องแต่ละฝ่ายงานแยกประชาสัมพันธ์งานของตนอย่างอิสระ และเรื่องความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ และพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อยู่หกข้อ คือ เรื่องความร่วมมือจากองค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์ เรื่องการกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน เรื่องระเบียบราชการไม่เอื้อต่อการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ เรื่องความล่าช้าในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

เรื่องแรงงานในการนำสื่อ เช่น แผ่นป้ายโปสเตอร์ ออกไปตหรือติดตั้งเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และเรื่องระบบการจัดเก็บและบำรุงรักษาเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ส่วนข้ออื่น ๆ มีความแตกต่างกันอย่าง ไม่นับนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 12 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการ
 ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดด้านการประเมินผล จำแนกเป็นรายข้อ
 และโดยส่วนรวม

ข้อที่	ปัญหาด้านการประเมินผล	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		t
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1.	ความรู้ด้านการประเมินผล	2.87	0.90	3.03	0.80	1.27
2.	การวางแผนในการติดตาม และประเมินผลงาน ประชาสัมพันธ์	2.91	0.89	3.07	0.81	1.19
3.	ความร่วมมือในการติดตามผลงานประชาสัมพันธ์ จากฝ่ายต่าง ๆ ภายในศูนย์ฯ	2.84	0.75	3.02	0.80	1.50
4.	การกำหนดให้มีเจ้าหน้าที่ในการติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์	3.00	0.90	3.02	0.95	0.13
5.	การประสานงานในการติดตามผลงาน ประชาสัมพันธ์จากบุคลากรภายในศูนย์ฯ	2.82	0.62	3.05	0.85	2.20*
6.	การประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ในการติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์	2.88	0.70	3.05	0.76	1.45
7.	ความสม่ำเสมอในการรายงานผลการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ต่อผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้น	2.97	0.81	3.00	0.77	0.24
8.	ความสะดวกในการขอใช้วัสดุ อุปกรณ์ หรือ เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อติดตาม และประเมิน ผลงานประชาสัมพันธ์จากศูนย์	2.49	0.76	2.81	0.77	2.76**
9.	การสนับสนุนในการปฏิบัติงานด้านการติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์จากผู้บริหาร	2.40	0.72	2.87	0.83	3.89**

ตาราง 12 (ต่อ)

ข้อที่	ปัญหาด้านการประเมินผล	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		t
		$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D.	
10.	เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์มีการรับผิดชอบงานอื่นมาก	3.16	0.78	3.22	0.82	0.43
11.	ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์	2.98	0.71	3.02	0.78	0.42
12.	ความต่อเนื่องของการติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์	3.07	0.85	3.28	0.71	1.67
13.	ความสม่ำเสมอในการติดตามผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย	3.00	0.90	3.22	0.71	1.66
14.	ความรู้ความสามารถของคณะทำงานด้านการติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์	2.84	0.80	3.11	0.84	2.09*
	ค่าเฉลี่ยรวม	2.87	0.82	3.05	0.81	1.43

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 แสดงว่ากลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านการประเมินผลโดยส่วนรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวนสองข้อ คือ เรื่องความสะดวกในการขอใช้วัสดุอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อ

การติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์จากศูนย์ฯ และเรื่องการสนับสนุนในการปฏิบัติงานด้านการติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์จากผู้บริหาร และมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวนสองข้อ คือ เรื่องการประสานงานในการติดตามผลงานประชาสัมพันธ์จากบุคลากรภายในศูนย์ฯ และเรื่องความรู้ความสามารถของคณะทำงานด้านการติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ ส่วนข้ออื่น ๆ มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 13 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการ
ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัด จันทบุรีเป็นรายด้านและ โดยส่วนรวม

ลำดับที่	ปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์	กลุ่มผู้บริหาร		กลุ่มผู้ปฏิบัติการ		t
		$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D.	
1.	ด้านการวางแผน	2.71	0.80	2.89	0.75	1.48
2.	ด้านบุคลากร	2.88	0.83	2.96	0.81	0.65
3.	ด้านงบประมาณ	2.91	0.82	3.02	0.82	0.89
4.	ด้านการดำเนินงาน	2.72	0.83	2.92	0.86	1.50
5.	ด้านการประเมินผล	2.87	0.82	3.05	0.81	1.43
	ค่าเฉลี่ยรวม	2.82	0.82	2.97	0.82	1.27

จากตาราง 13 แสดงว่ากลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติทั้งห้าด้านและ โดยส่วนรวม เมื่อจัดลำดับความแตกต่างเป็นรายด้านจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ คือ ปัญหาด้านการดำเนินงาน ด้านการวางแผน ด้านการประเมินผล ด้านงบประมาณ และด้านบุคลากร ตามลำดับ

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดการ
ประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและผู้บริหารของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดใน
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ในตอนนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดการประชาสัมพันธ์ โดยจำแนกออกเป็น ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์เป็นรายด้าน และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์เป็นรายด้าน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏรายละเอียดดังตาราง 14 และ 15

ตาราง 14 ค่าความถี่ของความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและผู้บริหารเป็นรายด้าน

ลำดับที่	ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์	ความถี่
	<u>ด้านการวางแผน</u>	
1.	ขาดการวางแผนปฏิบัติการประจำปี	34
2.	แผนการปฏิบัติงานคลุมเครือไม่ชัดเจน	23
3.	ขาดการวางแผนประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องทั้งระยะสั้นและระยะยาว	15
4.	บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ ไม่มีส่วนร่วมในการวางแผน	13
5.	เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ขาดความรู้ความเข้าใจในการวางแผน	12
6.	งานประชาสัมพันธ์ขาดเอกภาพจึงยากแก่การวางแผน	10
7.	ไม่ปฏิบัติตามแผนงานประชาสัมพันธ์ที่วางไว้	9
8.	ขาดการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจังทั้งในระดับกรม ภาค และจังหวัด	7
9.	ขาดความร่วมมือในการวางแผนจากบุคลากร	5

ตาราง 14 (ต่อ)

ลำดับที่	ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์	ความถี่
10.	การเปลี่ยนแปลงบุคลากรบ่อย ๆ ทำให้การวางแผนไม่ต่อเนื่อง	4
11.	ผู้บริหารให้ความสำคัญเกี่ยวกับการวางแผนการประชาสัมพันธ์น้อย	3
<u>ด้านบุคลากร</u>		
1.	ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเรื่องการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะมาทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์	37
2.	บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์รับผิดชอบงานในหน้าที่อื่นมาก	24
3.	บุคลากรศูนย์ฯ ยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องการประชาสัมพันธ์	18
4.	บุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กระจัดกระจายอยู่หลายฝ่าย ไม่ได้ร่วมกันวางแผน ดำเนินการอยู่ในลักษณะต่างคนต่างทำ ไม่สอดคล้องสัมพันธ์กัน	16
5.	ขาดความร่วมมือและความสนใจจากบุคลากรภายในศูนย์ฯ	13
6.	เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ขาดประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์	9
7.	ผู้บริหารยังเข้าใจการประชาสัมพันธ์ในวงแคบ	7
8.	จัดบุคลากรไม่สอดคล้องกับความรู้ความสามารถ	7
9.	การเปลี่ยนงานในหน้าที่บ่อย ๆ ทำให้เสียเวลาศึกษางานใหม่และไม่ต่อเนื่อง	5
10.	เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ขาดความกระตือรือร้น	5
11.	บุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ไม่มีการกระจายงานแก่ผู้เกี่ยวข้อง ทำให้งานล่าช้าไม่ทันการณ์	4

ตาราง 14 (ต่อ)

ลำดับที่	ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์	ความถี่
	<u>ด้านงบประมาณ</u>	
1.	งบประมาณมีน้อยไม่เพียงพอ	43
2.	งบประมาณในการประชาสัมพันธ์อยู่กระจัดกระจายหลายฝ่ายในแต่ละงาน ไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน	26
3.	ศูนย์ฯ ไม่ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง	22
4.	ขาดการทำแผนงานและโครงการเพื่อเสนอของบประมาณสนับสนุนจาก ผู้บริหาร	18
5.	ขาดงบประมาณสำหรับการจัดซื้อและซ่อมแซมเครื่องมือในการ ประชาสัมพันธ์ที่จำเป็น	15
6.	กรมฯ ไม่ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะให้ศูนย์ฯ จังหวัด	7
	<u>ด้านการดำเนินงาน</u>	
1.	ขาดเครื่องมือที่เหมาะสมและมีคุณภาพ	31
2.	ขาดคณะทำงานประชาสัมพันธ์ที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างจริงจัง	21
3.	ทำงานอย่างไม่มีแผนและเป้าหมายที่ชัดเจน	17
4.	การดำเนินงานล่าช้าไม่ทันการณ์	13
5.	นโยบาย เป้าหมาย จุดเน้นในการประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจน	10
6.	เจ้าหน้าที่มีการะับผิดชอบงานอื่นมาก	9
7.	ขาดการประสานงานในการดำเนินงานภายในศูนย์ฯ	8
8.	ขาดการทำงานอย่างมีระบบและต่อเนื่อง	7
9.	ไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์กลางของศูนย์ฯ	6

ตาราง 14 (ต่อ)

ลำดับที่	ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์	ความถี่
10.	ขาดการเตรียมพร้อมในการดำเนินงาน	6
11.	ไม่มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ	5
12.	งานประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ ไม่มีเอกภาพ	5
13.	ขาดความร่วมมือจากบุคลากรศูนย์ฯ ในการดำเนินงาน	5
14.	เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ไม่รับบทบาทหน้าที่ของตน	4
15.	เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ขาดความกระตือรือร้น	4
16.	ขาดการประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง	3
<u>ด้านการประเมินผล</u>		
1.	ไม่มีการติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์	27
2.	บุคลากรมีหน้าที่รับผิดชอบงานอื่นมากทำให้ไม่มีเวลา	14
3.	ขาดงบประมาณในการติดตามและประเมินผล	13
4.	ไม่มีบุคลากรที่ทำหน้าที่ประเมินผลโดยตรง	11
5.	เจ้าหน้าที่ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการติดตามและประเมินผล	9
6.	งานประชาสัมพันธ์ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า จึงทำให้เจ้าหน้าที่ติดตามประเมินผลไม่สามารถวางแผนติดตามประเมินผลได้	6
7.	ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคลากรในศูนย์ฯ เรื่องข้อมูลและการดำเนินงานติดตามประเมินผลเท่าที่ควร	5
8.	ขาดการติดตามประเมินผลตามหลักวิชาการอย่างต่อเนื่อง	5
9.	ขาดเครื่องมือในการติดตามประเมินผล	4
10.	ขาดการวางแผนการประเมินผลระยะยาว	3

จากตาราง 14 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 170 คน มีผู้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 78.82 คน มีความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน จังหวัดเป็นรายด้าน ดังนี้

ปัญหาด้านการวางแผน ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาด้านนี้พบว่า เรื่องที่มีความถี่มากที่สุด คือ การขาดการวางแผนการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ประจำปี (ความถี่ 34) รองลงมา ได้แก่ เรื่องแผนปฏิบัติงานคลุมเครือไม่ชัดเจน (ความถี่ 23) เรื่องขาดการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องทั้งระยะสั้นและระยะยาว (ความถี่ 15) เรื่องบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ไม่มีส่วนร่วมในการวางแผน (ความถี่ 13) และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ขาดความรู้ ความเข้าใจในการวางแผน (ความถี่ 12) ตามลำดับ

ปัญหาด้านบุคลากร ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาด้านนี้ที่มีความถี่มากที่สุดในห้าอันดับแรกเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ เรื่องขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเรื่องการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะมาทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ (ความถี่ 37) เรื่องบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์รับผิดชอบงานในหน้าที่อื่นมาก (ความถี่ 24) เรื่องบุคลากรศูนย์ฯ ยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องการประชาสัมพันธ์ (ความถี่ 18) เรื่องบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์อยู่กระจัดกระจายหลายฝ่าย ไม่ได้มาร่วมกันวางแผน ดำเนินการอยู่ในลักษณะต่างคนต่างทำ ไม่สอดคล้องสัมพันธ์กัน (ความถี่ 16) และเรื่องขาดความร่วมมือและความสนใจจากบุคลากรภายในศูนย์ฯ (ความถี่ 13) ตามลำดับ

ปัญหาด้านงบประมาณ ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาด้านงบประมาณเรียงลำดับความถี่จากมากไปหาน้อยในห้าอันดับแรกได้ดังนี้ คือ ปัญหาเรื่องงบประมาณในการประชาสัมพันธ์มีน้อยไม่เพียงพอ (ความถี่ 43) เรื่องงบประมาณในการประชาสัมพันธ์อยู่กระจัดกระจายหลายฝ่ายในแต่ละงาน ไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน (ความถี่ 26) เรื่องศูนย์ฯ ไม่ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง (ความถี่ 22) เรื่องขาดการทำแผนงานและโครงการเพื่อเสนอของบประมาณสนับสนุนจากผู้บริหาร (ความถี่ 18) และเรื่องขาดงบประมาณสำหรับการจัดซื้อและซ่อมแซมเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่จำเป็น (ความถี่ 15) ตามลำดับ

ปัญหาด้านการดำเนินงาน ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาด้านการดำเนินงานเรียงลำดับความถี่จากมากไปหาน้อยในห้าอันดับแรก ได้ดังนี้ คือ ปัญหาเรื่องขาดเครื่องมือที่เหมาะสม และมีคุณภาพ (ความถี่ 31) เรื่องขาดคนทำงานประชาสัมพันธ์ที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างจริงจัง (ความถี่ 21) เรื่องทำงานอย่างไม่มีแผนและเป้าหมายที่ชัดเจน (ความถี่ 17) เรื่องการดำเนินงานล่าช้าไม่ทันการณ์ (ความถี่ 13) และเรื่องนโยบาย เป้าหมาย จุดเน้นในการประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจน (ความถี่ 10) ตามลำดับ

ปัญหาด้านการประเมินผล ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาด้านการประเมินผลเรียงลำดับความถี่จากมากไปหาน้อยในห้าอันดับแรกได้ดังนี้ คือ เรื่องไม่มีการติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (ความถี่ 27) เรื่องบุคลากรมีหน้าที่รับผิดชอบงานอื่นมากทำให้ไม่มีเวลา (ความถี่ 14) เรื่องขาดงบประมาณในการติดตามและประเมินผล (ความถี่ 13) เรื่องไม่มีบุคลากรที่ทำหน้าที่ประเมินผลโดยตรง (ความถี่ 11) และเรื่องเจ้าหน้าที่ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการติดตามและประเมินผล (ความถี่ 9) ตามลำดับ

ตาราง 15 ค่าความถี่ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ
เป็นรายด้าน

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์	ความถี่
	<u>ด้านการวางแผน</u>	
1.	ศูนย์ฯ ควรกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ประจำปีให้ชัดเจน	26
2.	แผนควรกำหนดเป้าหมายแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงานให้ชัดเจน	18
3.	ควรมีการวางแผนและประสานแผนทั้งระดับกรม ภาค และจังหวัด	13
4.	ควรให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการวางแผน	12
5.	ควรมีการวางแผนระยะสั้น ระยะยาวอย่างต่อเนื่อง	10
6.	ควรจัดให้มีการอบรมบุคลากรประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการจัดทำแผนเพื่อ การประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	8
7.	ควรมีการรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ประกอบในการวางแผนอย่างจริงจัง	8
8.	ควรจัดอบรมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ในเรื่องการ ประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ	6
9.	ควรปฏิบัติตามแผนที่วางไว้	5
10.	ผู้บริหารควรมีความรู้ความเข้าใจและให้ความสำคัญของการวางแผนงาน ประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง	4
11.	ไม่ควรเปลี่ยนบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์บ่อย ๆ เพราะจะทำให้ ขาดความต่อเนื่อง	4
12.	กรมฯ ควรกำหนดแผนแม่บทในการประชาสัมพันธ์	4

ตาราง 15 (ต่อ)

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์	ความถี่
<u>ด้านบุคลากร</u>		
1.	ควรมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่มีความรู้ความสามารถเรื่องการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะประจำในแต่ละศูนย์ฯ	39
2.	ควรจัดให้มีการอบรมสัมมนาบุคลากรเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะทั้งในระดับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง	36
3.	ควรจัดบุคลากรให้สอดคล้องเหมาะสม และเพียงพอกับงานประชาสัมพันธ์	19
4.	ควรแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โดยตรง ไม่ต้องรับภาระงานอื่นอีก	10
5.	ควรจัดตั้งคณะทำงานประชาสัมพันธ์ภายในศูนย์ฯ โดยมีศูนย์กลางเพื่อการประสานงานให้ชัดเจนและมีระบบ	9
6.	ควรจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน	8
7.	กรมฯ ควรกำหนดตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ โดยรับผู้ที่มีวุฒิเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะให้ศูนย์ฯ จังหวัด	7
8.	ควรจัดอบรมเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือและการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ทุกสาขา	6
<u>ด้านงบประมาณ</u>		
1.	ควรจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอในการดำเนินงาน	33
2.	ควรจัดทำแผนงานและ โครงการที่ชัดเจนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อเสนอของบประมาณ	24

ตาราง 15 (ต่อ)

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์	ความถี่
3.	ควรมีงบประมาณสำหรับจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัยและจำเป็นในการประชาสัมพันธ์	12
4.	กรมฯ ควรจัดสรรงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะให้ศูนย์ฯ จังหวัด	9
5.	ผู้บริหารควรให้ความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ โดยการสนับสนุนด้านงบประมาณให้เพียงพอ	8
6.	ควรวางแผนการใช้จ่ายงบประมาณที่มีอยู่จำกัดให้เกิดประโยชน์คุ้มค่ามากที่สุด	5
7.	ควรวางแผนหางบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยวิธีอื่น	4
<u>ด้านการดำเนินงาน</u>		
1.	ควรมีการกำหนดแผนปฏิบัติงานและกิจกรรมที่จะดำเนินงานอย่างชัดเจนไว้ล่วงหน้า	25
2.	ควรจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องการประชาสัมพันธ์แก่ผู้บริหารและบุคลากรศูนย์ฯ	18
3.	ควรแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์	15
4.	ควรมีคู่มือรูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติแก่บุคลากรศูนย์ฯ	12
5.	ควรให้มีบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โดยตรง ไม่ต้องรับภาระงานอื่นมาก	11

ตาราง 15 (ต่อ)

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์	ความถี่
6.	ควรมีสถานที่สำหรับผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อ โสตฯ ภายในศูนย์ฯ	10
7.	ควรมีการประสานงานในการให้ข้อมูลร่วมกันของแต่ละฝ่ายอย่างต่อเนื่อง และรวดเร็ว	9
8.	ควรเตรียมงานล่วงหน้าแต่เนิ่น ๆ ให้พร้อมอยู่เสมอ	9
9.	ควรจัดระบบสื่อต่าง ๆ ทั้งระบบการจัดเก็บ บำรุงรักษา และบริการให้ สะดวกรวดเร็ว	8
10.	ศูนย์ฯ ควรให้ความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น	8
11.	ควรปฏิบัติตามแผนที่วางไว้	6
12.	ควรมีตัวแทนระดับกรม ภาค และจังหวัด เพื่อประสานกับสื่อมวลชน ทุกแขนง	5
13.	งานประชาสัมพันธ์ควรมีเอกภาพ	5
14.	ควรจัดให้มีการประชุมร่วมกันทั้งในระดับกรม ภาค และจังหวัด เพื่อหา รูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การศึกษาออกโรงเรียนไว้เป็น แนวทางในการดำเนินงานของบุคลากรต่อไป	4
<u>ด้านการประเมินผล</u>		
1.	ควรมีการติดตามประเมินผลทุกครั้งทุกกิจกรรม และมีการบันทึกผล เพื่อ นำไปปรับปรุงพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง	27
2.	ควรมีการกำหนดแผนการติดตามประเมินผลให้ชัดเจนสอดคล้องต่อเนื่อง กับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	17

ตาราง 15 (ต่อ)

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์	ความถี่
3.	ควรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการประเมินผลมาทำหน้าที่ติดตามประเมินผล	12
4.	ควรมีงบประมาณสำหรับการติดตามประเมินผลมากยิ่งขึ้น	9
5.	ศูนย์ฯ ควรให้ความสำคัญของงานติดตามประเมินผลมากยิ่งขึ้น	7
6.	ควรมีการจัดสร้างเครื่องมือสำหรับการติดตามประเมินผลให้เพียงพอ	7
7.	ควรมีการประเมินผลเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ด้วย	5
8.	ควรมีการประเมินผลทุกระยะ 3 เดือน 6 เดือน 1 ปี	3

จากตาราง 15 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 170 คน มีผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการจัดการประชาสัมพันธ์ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 61.76 มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์จำแนกเป็นรายด้านดังนี้

ด้านการวางแผน ข้อเสนอแนะที่มีความถี่สูงมากที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในห้าอันดับแรก ได้แก่ เรื่องศูนย์ฯ ควรกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ประจำปีให้ชัดเจน (ความถี่ 26) เรื่องแผนควรกำหนดเป้าหมายแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงานให้ชัดเจน (ความถี่ 18) ควรมีการวางแผนและประสานแผนทั้งระดับกรม ภาค และจังหวัด (ความถี่ 13) ควรให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการวางแผน (ความถี่ 12) ควรมีการวางแผนระยะสั้น ระยะยาว อย่างต่อเนื่อง (ความถี่ 10) ตามลำดับ

ด้านบุคลากร ข้อเสนอแนะที่มีความถี่มากที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในห้าอันดับแรกได้ดังนี้ คือ ควรมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่มีความรู้ความสามารถสาขากการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะประจำในแต่ละศูนย์ฯ (ความถี่ 39) ควรจัดให้มีการอบรมสัมมนาบุคลากรเกี่ยวกับงาน

ประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะ ทั้งในระดับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง (ความถี่ 36) ควรจัดบุคลากรให้สอดคล้องเหมาะสม และเพียงพอกับงานประชาสัมพันธ์ (ความถี่ 19) และควรแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โดยตรง ไม่ต้องรับภาระงานอื่นอีก (ความถี่ 10) และควรจัดตั้งคณะทำงานประชาสัมพันธ์ภายในศูนย์ฯ โดยมีศูนย์กลางเพื่อการประสานงานให้ชัดเจน และมีระบบ (ความถี่ 9) ตามลำดับ

ด้านงบประมาณ ข้อเสนอแนะที่มีความถี่มากที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในห้าอันดับแรกได้ดังนี้ คือ ควรจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอในการดำเนินงาน (ความถี่ 33) ควรจัดทำแผนงานและโครงการที่ชัดเจนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อเสนอของบประมาณ (ความถี่ 24) ควรมีงบประมาณสำหรับจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัยและจำเป็นในการประชาสัมพันธ์ (ความถี่ 12) กรมฯ ควรจัดสรรงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะให้ศูนย์ฯ จังหวัด (ความถี่ 9) และผู้บริหารควรให้ความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ โดยการสนับสนุนด้านงบประมาณให้เพียงพอ (ความถี่ 8) ตามลำดับ

ด้านการดำเนินงาน ข้อเสนอแนะที่มีความถี่มากที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในห้าอันดับแรกได้ดังนี้ คือ ควรมีการกำหนดแผนปฏิบัติงานและกิจกรรมที่จะประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน ไว้วางหน้า (ความถี่ 25) ควรจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องการประชาสัมพันธ์แก่ผู้บริหาร และบุคลากรศูนย์ฯ (ความถี่ 18) ควรแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ (ความถี่ 15) ควรมีคู่มือรูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติแก่บุคลากรศูนย์ฯ (ความถี่ 12) และควรให้มีบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โดยตรง ไม่ต้องรับภาระงานอื่นมาก (ความถี่ 11) ตามลำดับ

ด้านการประเมินผล ข้อเสนอแนะที่มีความถี่มากที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในห้าอันดับแรก ได้ดังนี้ คือ ควรมีการติดตามประเมินผลทุกครั้งทุกกิจกรรม และมีการบันทึกผล เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง (ความถี่ 27) ควรมีการกำหนดแผนการติดตามประเมินผลให้ชัดเจนสอดคล้องต่อเนื่องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (ความถี่ 17) ควรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการประเมินผลมาทำหน้าที่ติดตามประเมินผล (ความถี่ 12) ควรมีงบประมาณสำหรับการติดตามประเมินผลมากยิ่งขึ้น และศูนย์ฯ ควรให้ความสำคัญของงานติดตามประเมินผลมากยิ่งขึ้น (ความถี่ 7) ตามลำดับ

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและ
ผู้ปฏิบัติการของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ ของ
ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดการ
ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของศูนย์
การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 17 ศูนย์ฯ ประกอบด้วยผู้บริหารและ
ผู้ปฏิบัติงานงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ บุคลากรที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการประชาสัมพันธ์ของ
ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด 17 ศูนย์ฯ ประกอบด้วยกลุ่มผู้บริหาร ศูนย์ฯ ละ 4 คน รวม
68 คน และ กลุ่มผู้ปฏิบัติการประกอบด้วยหัวหน้าฝ่ายบริหาร หัวหน้าฝ่ายแผนงานและโครงการ
หัวหน้าฝ่ายการศึกษาสายอาชีพ หัวหน้าฝ่ายการศึกษาพื้นฐาน หัวหน้าฝ่ายบริการข่าวสารข้อมูลและ
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ศูนย์ฯ ละ 6 คน รวม 102 คน โดยเจาะจงศึกษาจากกลุ่มผู้บริหารและ
กลุ่มผู้ปฏิบัติงานดังกล่าวทั้งหมดรวมจำนวน 170 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยได้หาความเที่ยงตรงเชิงพินิจของเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ และนำแบบสอบถามไปหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.943 แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็นสามตอน คือ ตอนที่หนึ่ง เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่สองเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ซึ่งแยกถามในห้าด้าน มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่ามีสี่ตัวเลือก คือ มาก ปานกลาง น้อย และ ไม่มีปัญหา จำนวนทั้งหมด 84 ข้อ ส่วนตอนที่สามเป็นข้อคำถามแบบปลายเปิดสำหรับให้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างแต่ละศูนย์ฯ โดยส่งผ่านให้หัวหน้าฝ่ายแผนงานและโครงการของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดด้วยตนเอง ในวันประชุมหัวหน้าฝ่ายแผนงานและโครงการที่ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้ช่วยส่งต่อไปให้กลุ่มตัวอย่างคนอื่นด้วย และขอให้ส่งแบบสอบถามกลับคืนมาทางไปรษณีย์ โดยได้สอดซองปิดผนึกและจำหน้าซองถึงผู้วิจัยไว้ในแบบสอบถามทุกชุดพร้อมลงรหัสไว้ตรวจสอบ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่กรอกอย่างสมบูรณ์กลับคืนมา 170 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง โดยการคำนวณค่าความถี่และค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด โดยการคำนวณค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการโดยการทดสอบ ค่าที (t-test)
4. วิเคราะห์แสดงค่าความถี่ของความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือครั้งนี้ สรุปผลการศึกษาค้นคว้าได้ดังนี้

1. ปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหารพบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ทั้งโดยส่วนรวมและรายด้านในระดับปานกลาง โดยมีปัญหาด้านงบประมาณมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัญหาด้านบุคลากร ด้านการประเมินผล ด้านการดำเนินงาน และด้านการวางแผนตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า มีปัญหาเรื่องความเพียงพอของงบประมาณในการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ($\bar{X} = 3.46$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง ($\bar{X} = 3.40$) และเรื่องการจัดสรรบุคลากรให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.40$) ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้ปฏิบัติการพบว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ทั้งโดยส่วนรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยมีปัญหาด้านการประเมินผลมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร ด้านการดำเนินงาน และด้านการวางแผนตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า มีปัญหาเรื่องความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการ

ประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.28$) และเรื่องความต่อเนื่องของการติดตามประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.18$) มากที่สุด รองลงมาได้แก่ เรื่องความเพียงพอของงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.18$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาารวมกันทั้งสองกลุ่มแล้วพบว่า มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทั้งห้าด้านและโดยส่วนรวม โดยมีปัญหาด้านงบประมาณและด้านการประเมินผลมากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านบุคลากรด้านการดำเนินงานและด้านการวางแผนตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า มีปัญหาเรื่องความรู้ด้านการประเมินผลมากที่สุด ($\bar{X} = 3.38$) รองลงมาได้แก่ เรื่องความเพียงพอของงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.29$) และเรื่องความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.28$) ตามลำดับ

2. เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างผู้บริหารและผู้บริหารเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยส่วนรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เมื่อพิจารณาผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเป็นรายข้อพบว่าปัญหาด้านการวางแผนมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อยู่สามข้อ คือเรื่องการประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ภายในศูนย์ฯ เพื่อการวางแผน เรื่องการมีโอกาสเข้าร่วมประชุมของผู้เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนโยบายและแผน และเรื่องความชัดเจนของนโยบายในการประชาสัมพันธ์ ส่วนปัญหาด้านบุคลากรพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อยู่สี่ข้อ คือเรื่องความอิสระในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เรื่องบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์กระจัดกระจายอยู่หลายฝ่าย เรื่องความรู้ความสามารถของคณะทำงานประชาสัมพันธ์ และเรื่องความสนใจของผู้บริหารต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ สำหรับปัญหาด้านงบประมาณพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อยู่สามข้อ คือเรื่องการสนับสนุนด้านงบประมาณจากผู้บริหาร เรื่องงบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อยู่กระจัดกระจายหลายฝ่าย และเรื่องความสะดวกในการใช้จ่ายเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์ และยังพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อีกสามข้อ คือเรื่องการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ในการพิจารณาจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ เรื่องความเพียงพอของงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ และเรื่องการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง ส่วนด้านการดำเนินงานพบว่ามีความแตกต่างกันอย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อยู่หกข้อ คือ เรื่องการให้ความไว้วางใจในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่จากผู้บริหาร เรื่องความรู้ความเข้าใจการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร เรื่องความสะดวกในการขอใช้วัสดุอุปกรณ์เพื่อการจัดการประชาสัมพันธ์จากศูนย์ฯ เรื่องแต่ละฝ่ายแยกประชาสัมพันธ์งานของตนอย่างอิสระ และเรื่องความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ สำหรับในด้านการดำเนินงานนี้ยังพบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อยู่ อีกหกข้อ คือ เรื่องความร่วมมือจากองค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์ เรื่องการกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน เรื่องระเบียบราชการที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เรื่องความล่าช้าในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เรื่องแรงงานในการนำสื่อ เช่นแผ่นป้าย โปสเตอร์ออกปัดหรือติดตั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และเรื่องระบบการจัดเก็บและบำรุงรักษาเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ส่วนด้านการประเมินผลพบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อยู่สองข้อ คือ เรื่องความสะดวกในการขอใช้วัสดุอุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อการติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ จากศูนย์ฯ และเรื่องการสนับสนุนในการปฏิบัติงานด้านการติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ จากผู้บริหาร และมีความแตกต่างอย่างมีนัยที่ สำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อยู่อีกสองข้อ คือ เรื่อง การประสานงานในการติดตามผลงานประชาสัมพันธ์จากบุคลากรภายในศูนย์ฯ และเรื่องความรู้ ความสามารถของคณะทำงานด้านการติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ ส่วนข้ออื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดการประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัด ผู้วิจัยได้จำแนกออกเป็นสองลักษณะคือ ความคิดเห็นเพิ่มเติม เกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะในการจัดการประชาสัมพันธ์ สรุปผล ดังนี้

3.1 ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ พบว่าข้อที่มีความถี่มากที่สุด คือ ปัญหาเรื่องงบประมาณมีน้อยไม่เพียงพอ รองลงมาได้แก่ เรื่องขาดบุคลากร ที่มีความรู้ความสามารถเรื่อง การประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะมาทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เรื่องขาด การวางแผนปฏิบัติการประจำปี เรื่องขาดเครื่องมือที่เหมาะสมและมีคุณภาพ เรื่องไม่มีการติดตาม และประเมินผลการประชาสัมพันธ์ เรื่องงบประมาณในการประชาสัมพันธ์อยู่กระจัดกระจายหลาย

ฝ่าย เรื่อง ไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน เรื่องบุคลากรที่ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์รับฟังข้อบ่งชี้จากผู้อื่นอีกมากทำให้ไม่มีเวลาเท่าที่ควร เรื่องแผนปฏิบัติงานคลุมเครือไม่ชัดเจนในทางปฏิบัติ และเรื่องขาดคณะทำงานประชาสัมพันธ์ที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างจริงจังตามลำดับ

3.2 ข้อเสนอแนะในการจัดการประชาสัมพันธ์ พบว่า ข้อที่มีความถี่มากที่สุด คือ ข้อที่บอกว่าควรมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่มีความรู้ความสามารถเรื่องการบริหารประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะประจำในแต่ละศูนย์ฯ รองลงมาได้แก่ข้อที่บอกว่าให้จัดอบรมสัมมนาบุคลากร ให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทั้งในระดับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และบุคลากรที่เกี่ยวข้องภายในศูนย์ฯ ข้อที่บอกว่าควรจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอในการดำเนินงาน ข้อที่บอกว่าควรติดตามประเมินผลทุกครั้งทุกกิจกรรมและมีการบันทึกรายงานผลเพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ข้อที่บอกว่าควรมีการกำหนดแผนปฏิบัติงานและกิจกรรมที่จะประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนไว้ล่วงหน้า ข้อที่บอกว่าควรจัดทำแผนงานและโครงการที่ชัดเจนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อเสนอของบประมาณ ข้อที่บอกว่าควรจัดบุคลากรให้สอดคล้องเหมาะสม และเพียงพอกับงานประชาสัมพันธ์ ข้อที่บอกว่าควรจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริหารประชาสัมพันธ์แก่ผู้บริหารและบุคลากรศูนย์ฯ ข้อที่บอกว่าควรมีการกำหนดแผนการติดตามประเมินผลให้ชัดเจนสอดคล้องต่อเนื่องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และข้อที่บอกว่าควรแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอเป็นประเด็นในการอภิปรายตามลำดับดังนี้

1. ผลการศึกษานำเสนอปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการในครั้งนี้พบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยเห็นว่าปัญหาด้านงบประมาณมากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านบุคลากร

ด้านการประเมินผล ด้านการดำเนินงานและด้านการวางแผน ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาเรื่องความเพียงพอของงบประมาณมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ เรื่องการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง เรื่องการจัดสรรบุคลากรให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ เรื่องความเพียงพอของบุคลากร และเรื่องความเพียงพอของเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

จากข้อค้นพบดังกล่าว จะเห็นได้ว่าผู้บริหารให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัญหาด้านงบประมาณมากที่สุด ในเรื่องความเพียงพอของงบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่รับผิดชอบต่อการบริหาร จัดการ ดูแลและควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์ จะมองการดำเนินงานในเชิงบริหารที่มักจะคำนึงถึงปัจจัยในการดำเนินงานด้านงบประมาณเป็นสำคัญ เนื่องจากกรมการศึกษานอกโรงเรียนไม่ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะให้แก่ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด และจากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่ายังไม่ปรากฏว่ามีศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสนอของบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรงจากกรมเลย สอดคล้องกับที่ชาญชัย รวมโกมุท (ม.ป.ป. : ไม่มีเลขหน้า) นักประชาสัมพันธ์ได้กล่าวไว้ว่า ยังไม่เคยปรากฏว่ามีหน่วยงานราชการใดบรรจุประชาสัมพันธ์ไว้ในแผนงบประมาณประจำปี มีแต่แทรกไว้กับงบประมาณของหน่วยงานอื่น การประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดก็เช่นกันที่ต้องอาศัยงบประมาณที่แอบแฝงอยู่ในหน่วยงานแต่ละงาน ซึ่งมีน้อยอยู่แล้ว จึงไม่สามารถเจียดหรือจัดสรรมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างเพียงพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของเครื่องมือเครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่ขาดแคลนและล้าสมัย ที่ผู้บริหารให้ความสำคัญมากเช่นกัน ซึ่งเกี่ยวโยงถึงงบประมาณในการจัดซื้อจัดหา ซ่อมแซม บำรุงรักษาให้เพียงพอและทันสมัยด้วย ซึ่งถ้าหากว่าศูนย์ฯ จังหวัดได้มีการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า เพื่อเสนอของบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์โดยตรงต่อกรมการศึกษานอกโรงเรียนและกรมฯ เห็นความสำคัญและความจำเป็นของการประชาสัมพันธ์ โดยจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้แก่ศูนย์ฯ จังหวัดแล้ว ก็จะทำให้การจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ จังหวัดมีความพร้อมมากขึ้น ปัญหาที่ผู้บริหารให้ความสำคัญรองลงมาได้แก่ ปัญหาด้านบุคลากรเกี่ยวกับเรื่องการจัดสรรบุคลากรให้สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ และเรื่องความเพียงพอของบุคลากร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า

ผู้บริหารเห็นว่าปัจจัยสำคัญที่จะดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายในเชิงบริหารนอกจากงบประมาณแล้ว ก็คือบุคลากร ซึ่งจะเป็นผู้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปด้วยความราบรื่นและบรรลุวัตถุประสงค์ ถ้าหากได้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ สอดคล้องเหมาะสมกับงานและมีบุคลากรที่เพียงพอในการดำเนินงานแล้ว ก็จะทำให้งานประชาสัมพันธ์ดำเนินไปสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมการศึกษาออกโรงเรียนประสบผลสำเร็จต่อไป แต่จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้จำนวน 170 คน พบว่ามีเพียงร้อยละ 7 เท่านั้นที่มีวุฒิเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสรุปได้ว่าศูนย์ฯ จังหวัดยังขาดบุคลากรที่มีวุฒิหรือความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรงอยู่มากมาทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ประกอบกับความไม่เพียงพอของบุคลากรของศูนย์ฯ จังหวัดที่ต้องมีการรับผิดชอบงานอื่นมาก จึงทำให้ผู้บริหารเห็นว่า เป็นปัญหาอุปสรรคในการที่จะจัดการประชาสัมพันธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณรงค์ศักดิ์ กุลจันต์ (2525:85) นักบริหารการศึกษาออกโรงเรียนที่ศึกษาเรื่องงานบริหารการศึกษาของศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัดพบว่า ปัญหาสำคัญในการบริหารบุคลากรของศูนย์ฯ จังหวัดคือ บุคลากรน้อยไม่เพียงพอ ขาดความรู้และประสบการณ์ ส่วนสมัย มละโยธา (2528:126) นักบริหารการศึกษาออกโรงเรียนอีกท่านหนึ่ง ได้ศึกษาเรื่องการบริหารงานบุคลากรของศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัด ในทฤษฎีของครู ผู้บริหารศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัด และผู้บริหารการศึกษาที่เกี่ยวข้อง พบว่าการบริหารบุคลากรให้ประสบผลสำเร็จ ผู้บริหารต้องคำนึงถึงการมอบหมายงานให้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ ดังนั้น ถ้าหากศูนย์ฯ จังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอและได้รับมอบหมายงานที่สอดคล้องเหมาะสมกับความรู้ความสามารถดังกล่าวแล้ว ก็เชื่อว่าจะเป็นองค์ประกอบอันสำคัญที่จะทำให้การจัดการประชาสัมพันธ์บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้อย่างแท้จริง

ส่วนผู้ปฏิบัติการซึ่งเป็นผู้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทุกด้านเช่นกัน โดยเห็นว่ามีปัญหาด้านการประเมินผลมากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร ด้านการดำเนินงานและด้านการวางแผน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่ามีความคิดเห็นต่อปัญหาเรื่องความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และเรื่องความต่อเนื่องของการติดตามผลงานประชาสัมพันธ์มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่เรื่องความเหมาะสมและทันสมัยของเครื่องมือ เรื่องความล่าช้าในการผลิตสื่อเพื่อการ

ประชาสัมพันธ์ เรื่องเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานติดตามประเมินผลมีการรับผิดชอบงานอันมาก ตามลำดับ

จากข้อค้นพบดังกล่าวจะเห็นได้ว่าผู้ปฏิบัติการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัญหาเรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการประชาสัมพันธ์มากที่สุดในเรื่องความเพียงพอและความเหมาะสม ทันสมัยของเครื่องมือ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ปฏิบัติการ เป็นผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยตรง ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องใช้เครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการจัดการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นจึงมองว่าเครื่องมือมีความสำคัญและมีความจำเป็นมากที่สุดที่จะทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความราบรื่น โดยเฉพาะในสมัยปัจจุบันซึ่งมีความเจริญทางด้านเทคโนโลยีและมีเครื่องมือที่ทันสมัยเกิดขึ้นมากมาย แต่ศูนย์ฯ จังหวัดยังขาดแคลนเครื่องมือเครื่องใช้ดังกล่าว และที่มีอยู่แล้วก็เก่าชำรุดและล้าสมัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของธงชัย เจียมพุก (2530:57) ที่ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์สถานภาพและความต้องการด้านวัสดุอุปกรณ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัด พบว่าวัสดุอุปกรณ์ของศูนย์ฯ จังหวัดมีชนิดและปริมาณไม่เพียงพอ ไม่เหมาะสมกับลักษณะการปฏิบัติงาน แสดงว่าศูนย์ฯ จังหวัดยังขาดเครื่องมือ โดยเฉพาะวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะทำให้ส่งผลถึงความล่าช้าในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วย ซึ่งถ้าหากศูนย์ฯ จังหวัดทราวมถึงผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานมองเห็นความสำคัญของเครื่องมือที่จำเป็นต้องใช้ในการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริงแล้ว ก็ควรจะหาวิธีการจัดหาหรือให้ได้มาซึ่งเครื่องมือดังกล่าว เช่น เสนอขอให้กรมการศึกษานอกโรงเรียนสนับสนุนด้านเครื่องมือที่จำเป็นและงบประมาณในการจัดซื้อหรือซ่อมแซม รวมถึงการขอรับบริจาคจากกลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่เห็นความสำคัญของงานการศึกษานอกโรงเรียน และยินดีให้การสนับสนุนเรื่องเครื่องมือหรืองบประมาณ เป็นต้น และถ้าศูนย์ฯ จังหวัดมีวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นในการจัดการประชาสัมพันธ์แล้ว ก็จะทำให้ส่งผลถึงการแก้ปัญหาความล่าช้าในการผลิตสื่อ ซึ่งมีสาเหตุหนึ่งเนื่องจากขาดวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตด้วย และจะทำให้การจัดการประชาสัมพันธ์มีความพร้อมสูงขึ้น ส่วนเรื่องการประเมินผลซึ่งผู้ปฏิบัติงานมองว่าเป็นปัญหาสำคัญอันหนึ่งเช่นกันนั้น ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าในการดำเนินงานยังขาดการติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ เพราะจากผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาในการศึกษาคั้งนี้พบว่า ยังขาดการติดตามและประเมินผล และเจ้าหน้าที่ประเมินผลมีหน้าที่รับผิดชอบงานอันมาก รวมถึงขาดงบประมาณในการติดตามผลด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนา ศรีชนะชัยโชค (2532:บทคัดย่อ) ที่ศึกษาการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาชนบทในประเทศไทยกับแนวนโยบายและแผนการ

ประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พบว่าขั้นตอนการประเมินผลไม่ค่อยมีการปฏิบัติ ทั้งนี้เพราะขาดงบประมาณ และเจ้าหน้าที่ในการประเมินผล และสุกิจ ประกอบผล (2532:117-118) ได้ศึกษาปัญหาการปฏิบัติงานของครูอาสาสมัครการศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ปัญหาด้านการประเมินผล ส่วนใหญ่ยังขาดการติดตามและประเมินผลอย่างจริงจัง บางกิจกรรมไม่มีการประเมินผู้เข้าร่วมกิจกรรม บางกิจกรรมมีการประเมินแต่ไม่ดำเนินการให้ต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังขาดวัสดุ อุปกรณ์ และงบประมาณในการดำเนินงาน จากข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่าในการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ จังหวัดนั้น ยังขาดกระบวนการทางด้านการติดตามและประเมินผลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยเฉพาะกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบและกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละกิจกรรม ทำให้การดำเนินงานด้านการติดตามประเมินผลประสบปัญหาอุปสรรคในหลาย ๆ ด้าน เช่น เรื่องบุคลากรที่มีภาระรับผิดชอบงานอื่นมาก เรื่องงบประมาณ เรื่องพาหนะ การคมนาคม ตลอดจนความหลากหลายของกิจกรรมและความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมายซึ่งทำให้ดูว่ายากแก่การติดตามประเมินผล จึงจำให้ผู้ปฏิบัติการณ์มองเห็นว่าเป็นปัญหาอยู่ในระดับสูงดังกล่าว ส่วนปัญหาเรื่องการจัดสรรบุคลากรให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้ปฏิบัติการณ์เห็นว่า เป็นปัญหาสำคัญเช่นกันนั้นอาจเนื่องมาจากว่าบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ส่วนมากไม่มีวุฒิโดยตรงทางด้านการประชาสัมพันธ์ เพราะจากผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จากกลุ่มผู้ปฏิบัติการ 102 คน พบว่า มีวุฒิทางการประชาสัมพันธ์เพียง 10 คนเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของรัตน ศรีชนะชัยโชค (2532:บทคัดย่อ) ที่ศึกษาพบว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการส่วนใหญ่ไม่มีความรู้โดยตรงทางด้านการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าที่ภายในหน่วยงานซึ่งมีภาระหน้าที่ประจำอยู่แล้ว และอัจฉรา สากระจาย (2528:98) ซึ่งศึกษาปัญหาการบริหารงานของหัวหน้าฝ่ายของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด พบว่า เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานขาดประสบการณ์ ขาดความรู้ความสามารถที่เหมาะสมกับตำแหน่งที่ปฏิบัติงานในแต่ละฝ่าย ซึ่งทำให้ผู้ปฏิบัติงานมองเห็นว่าควรมีการเพิ่มพูนความรู้และทักษะแก่บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น

เมื่อพิจารณาในภาพรวมของความคิดเห็นของทั้งกลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการแล้ว พบว่ามีความคิดเห็นต่อปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์สอดคล้องกัน โดยมองปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ทั้ง โดยส่วนรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน แต่เมื่อพิจารณาคำเฉลี่ย

ของคะแนนความคิดเห็นต่อปัญหาแล้ว พบว่าผู้ปฏิบัติการจะมองปัญหาอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูงกว่าผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 2.97 ต่อ 2.82) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์เป็นผู้ปฏิบัติและอยู่ใกล้ชิดกับการประชาสัมพันธ์มากกว่าผู้บริหารซึ่งมีบทบาทในการบริหาร สิ่งการ กำกับดูแลผู้ปฏิบัติการ ไม่ได้ผ่านกระบวนการหรือขั้นตอนต่าง ๆ ในการดำเนินงานเหมือนผู้ปฏิบัติ จึงทำให้นักวิชาการทั้งสองกลุ่มมองสภาพปัญหาที่แตกต่างกันตามบทบาทหน้าที่มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของมณฑล ลำเจียกหนู (2530:169) ที่ศึกษาสภาพและปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษา เขตการศึกษา 1 พบว่า ครูประชาสัมพันธ์มองสภาพปัญหาในการประชาสัมพันธ์สูงกว่าผู้บริหาร

จากผลการค้นพบในการศึกษาค้างนี้ สามารถสรุปได้ว่าผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นต่อปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์โดยส่วนรวมสอดคล้องกันทุกด้าน แต่ผู้ปฏิบัติการจะมองปัญหาในระดับที่สูงกว่าผู้บริหารอยู่บ้าง ทั้งนี้เพราะว่านักวิชาการทั้งสองกลุ่มมีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกัน กลุ่มผู้บริหารเป็นผู้คอยควบคุมดูแล สิ่งการให้การประชาสัมพันธ์ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน แต่กลุ่มผู้ปฏิบัติซึ่งต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้นต้องผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ในการปฏิบัติมากกว่าผู้บริหาร จึงมองเห็นปัญหาได้ละเอียดและมากกว่าผู้บริหาร

2. ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ เพื่อพิสูจน์สมมติฐานที่ว่าผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ทั้งห้าด้านและโดยส่วนรวมไม่แตกต่างกันซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน แต่สอดคล้องกับผลการวิจัยของมณฑล ลำเจียกหนู (2530:169) ที่ศึกษาสภาพปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษา เขตการศึกษา 1 พบว่าผู้บริหารและครูประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าปัญหาการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าจากการสำรวจคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ จำนวน 170 คน มีเพียง 12 คนเท่านั้นที่มีวุฒิทางการประชาสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าทั้งผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการส่วนมากไม่มีวุฒิทางการประชาสัมพันธ์ จึงอาจจะทำให้ขาดความรู้และความเข้าใจในหลักการจัดการประชาสัมพันธ์ตามหลักวิชาการว่าด้วยการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง และจากผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของการศึกษาในครั้งนี้พบว่า นักวิชาการยังขาดความรู้ความเข้าใจ และเสนอแนะให้จัดอบรมสัมมนาบุคลากรให้มี

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทั้งในระดับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และบุคลากรที่เกี่ยวข้องภายในศูนย์ฯ ด้วย จากข้อค้นพบดังกล่าวจึงอาจเป็นสาเหตุให้ทั้งผู้บริหารและผู้บริหารปฏิบัติการต่างมองปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ตามสภาพที่ปรากฏทำให้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์โดยส่วนรวมใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยได้จำแนกประเด็นอภิปรายออกเป็นรายด้านที่ศึกษา ตามลำดับ ดังนี้

2.1 ด้านการวางแผน โดยส่วนรวมมีปัญหายุ่งในระดับปานกลาง ความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้บริหารปฏิบัติการไม่แตกต่างกันซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าบุคคลทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นต่อสภาพปัญหาที่ปรากฏตามความเป็นจริง ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้จัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดยังขาดกระบวนการด้านการวางแผน ขาดระบบข้อมูลและขั้นตอนการวางแผนและการวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว จึงน่าจะทำให้ความเห็นของบุคคลทั้งสองกลุ่มสอดคล้องกันตามสภาพปัญหาที่ปรากฏดังกล่าว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากจำนวนข้อคำถาม 14 ข้อ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อยู่สามข้อคือ เรื่องการประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ภายในศูนย์ฯ เพื่อการวางแผน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารซึ่งเป็นผู้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์และอยู่ใกล้ชิดในขั้นตอนการประสานงานเพื่อดำเนินการอาจมองปัญหา อุปสรรคปลีกย่อยอื่น ๆ ที่ทำให้การประสานงานไม่ราบรื่นในทางปฏิบัติ เช่นด้านความพร้อมของเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีการะมัดชิดชอบงานอันมาก ขาดคณะทำงานประชาสัมพันธ์ที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างจริงจัง เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดมีหน้าที่ในการจัดบริการให้การศึกษาแก่ระบบโรงเรียนในทุกรูปแบบแก่ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย และทุกอาชีพ จึงมีการะมัดชิดชอบกว้างขวางทั้งด้านพื้นที่และประชาชนผู้รับบริการทั่วทั้งจังหวัด แต่เมื่อเทียบจำนวนบุคลากรที่ปฏิบัติงานกับลักษณะงานที่รับผิดชอบแล้วมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอ ดังนั้นบุคลากรแต่ละคนจึงต้องรับผิดชอบหลายหน้าที่ โดยเฉพาะหัวหน้าฝ่ายนั้นจะต้องดูแลรับผิดชอบงานในฝ่ายของตนด้วย จึงอาจทำให้เกิดอุปสรรคในด้านความพร้อมในการประสานงานจากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ สำหรับเรื่องความชัดเจนของนโยบายในการประชาสัมพันธ์และเรื่องการมีโอกาสดำเนินการประชุมเพื่อกำหนดนโยบายและแผนซึ่งผู้บริหารมองว่ามีปัญหายุ่งในระดับน้อยแต่ผู้บริหารเห็นว่าปัญหายู่งในระดับปานกลางซึ่งสูงกว่าผู้บริหาร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์หรือบุคลากรศูนย์ฯ ทั่วไปที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ

การประชาสัมพันธ์ อาจไม่ได้เข้าร่วมประชุมเพื่อกำหนดนโยบายหรือทราบนโยบายและร่วมกำหนดแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว เพราะส่วนมากผู้บริหารจะประชุมเฉพาะระดับหัวหน้าฝ่ายเพื่อนำไปกระจายในทางปฏิบัติสู่เจ้าหน้าที่ในฝ่าย ดังนั้นเมื่อมีการกำหนดนโยบายในการประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นปฏิบัติ อาจจะไม่เข้าใจชัดเจน จึงทำให้เกิดปัญหาในทางปฏิบัติได้ แต่ผู้บริหารซึ่งมองในเรื่องของระบบการบริหาร การกระจายอำนาจการบริหารจากระดับหัวหน้าฝ่ายไปสู่หัวหน้างาน จึงอาจมองว่าถ้าดำเนินการตามระบบแล้วก็ไม่น่าจะมีปัญหาในทางปฏิบัติ จากสาเหตุดังกล่าวข้างต้นจึงน่าจะทำให้ความคิดเห็นของบุคคลสองกลุ่มมีความแตกต่างกัน

2.2 ด้านบุคลากร ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านบุคลากรโดยส่วนรวมไม่แตกต่างกันซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่สี่ข้อ คือเรื่องความอิสระในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เรื่องความสนใจของผู้บริหารต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้บริหารมองว่ามีปัญหาอยู่ในระดับน้อยเมื่อเทียบกับผู้ปฏิบัติการที่เห็นว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารมองว่าตนเองซึ่งอยู่ในฐานะผู้สั่งการกำกับดูแลได้ให้อิสระทางด้านการดำเนินงานแก่ผู้ปฏิบัติและคอยสอดส่องดูแล เอาใจใส่ต่องานประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์ของสถาบัน ขณะที่ผู้ปฏิบัติการซึ่งอาจจะเกิดความรู้สึกว่าถูกควบคุมดูแลการดำเนินงานจนทำให้ขาดอิสระทั้งทางด้านการปฏิบัติ และทางด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพราะต้องคอยปฏิบัติตามคำสั่งของผู้บริหารเป็นต้น ดังนั้นจึงอาจทำให้เป็นสาเหตุของความแตกต่างด้านความคิดเห็นของบุคคลสองกลุ่มดังกล่าว แต่ถือว่าเป็นข้อปัญหาที่มีระดับน้อยกว่าข้ออื่น ๆ ในด้านนี้ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารได้ให้ความสนใจในงานประชาสัมพันธ์มากขึ้นเพราะความสนใจของผู้บริหารเป็นสิ่งจำเป็นมากสำหรับการจัดการประชาสัมพันธ์ในองค์กร เพราะเป็นผู้กำหนดนโยบายและทิศทางในการประชาสัมพันธ์ซึ่งสุเทพ เตชะธีลา (2531:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องคุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร พบว่าผู้บริหารองค์กรส่วนใหญ่เห็นว่าการประชาสัมพันธ์นั้นมีความสำคัญมาก และอรอุบล ภูบัวเผื่อน (2532:บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาการวางแผนการประชาสัมพันธ์และสถานภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์คือผู้บริหารต้องให้ความสำคัญและเข้าใจบทบาทของการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี ส่วนเรื่องบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

กับการประชาสัมพันธ์อยู่กระจัดกระจายหลายฝ่าย ผู้บริหารเห็นว่าปัญหาอยู่ในระดับน้อยกว่าผู้ปฏิบัติ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริหารอาจจะมองในเชิงบริหารที่ต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านบุคลากรที่มีจำนวนน้อย แต่ถ้าดำเนินงานอย่างเป็นระบบตามโครงการสร้างการบริหารงานของศูนย์ฯ มีการประชาสัมพันธ์กันอย่างจริงจังคงจะทำให้ปัญหาในด้านนี้หมดไป แต่ในทางปฏิบัติผู้ปฏิบัติอาจจะเกิดปัญหาอุปสรรคแทรกซ้อน เช่น ขาดการประสานงาน ขาดความร่วมมือ ขาดการร่วมปฏิบัติงานอย่างจริงจัง เพราะบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์มีภาระหน้าที่รับผิดชอบงานอื่นมาก จึงมองว่ามีปัญหาในระดับที่สูงกว่าผู้บริหรมอง ซึ่งสุภาพ เดชะชีพ (2531:บทคัดย่อ) ศึกษาพบว่างานประชาสัมพันธ์ควรจะมีฐานะเป็นแผนกอิสระขึ้นตรงกับผู้บริหาร แต่ในความเป็นจริงแล้วงานประชาสัมพันธ์ส่วนมากยังอยู่รวมกับฝ่ายอื่น ส่วนเรื่องความรู้ความสามารถของคณะทำงานประชาสัมพันธ์ พบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทั้งสองกลุ่มเช่นกันแต่ผู้ปฏิบัติการมองว่ามีปัญหาลดกว่าผู้บริหาร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ปฏิบัติการซึ่งเป็นผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์มองว่าตนเองมีความรู้ความสามารถปฏิบัติงานได้ตามขีดความสามารถของตน แต่มีปัญหายุ่งยากต่าง ๆ แทรกซ้อนในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เช่น มีการรับผิดชอบงานอื่นมากเป็นต้น ขณะที่ผู้บริหารซึ่งเป็นผู้ประเมินผลการดำเนินงานเห็นว่าการดำเนินงานยังไม่บรรลุวัตถุประสงค์ตามนโยบายและเป้าหมายที่วางไว้เท่าที่ควร อาจมองเห็นว่ายังมีปัญหาที่จะต้องพัฒนาด้านความรู้ความสามารถของบุคลากรให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นต่อไปอีก ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในการศึกษารั้งนี้ พบว่าควรมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่มีความรู้ความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะและควรจัดให้มีการอบรมสัมมนาบุคลากรเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ทั้งในระดับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพราะถ้าหากศูนย์ฯ จังหวัดได้มีการพัฒนาบุคลากรหรือสรรหาบุคลากรให้ตรงกับสาขาการประชาสัมพันธ์แล้ว จะทำให้การจัดการประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลตามนโยบายและเป้าหมายที่วางไว้

2.3 ด้านงบประมาณ ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ในด้านนี้โดยส่วนรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากจำนวนข้อคำถามในด้านนี้ 11 ข้อแล้ว พบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวนสามข้อ คือ เรื่องการสนับสนุนด้านงบประมาณจากผู้บริหาร เรื่องความสะดวกในการใช้จ่ายเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์ และ เรื่องงบประมาณที่ใช้ใน

การประชาสัมพันธ์อยู่กระจัดกระจายหลายฝ่าย ซึ่งทั้งสามข้อนี้เป็นปัญหาอยู่ในระดับปานกลางเมื่อเปรียบเทียบกับระดับความคิดเห็นแล้วพบว่าผู้บริหารมองว่ามีปัญหาอยู่ในระดับต่ำกว่าผู้ปฏิบัติการ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารซึ่งมองปัญหาด้านงบประมาณโดยส่วนรวมสูงกว่าทุกด้านก็จริง แต่ถ้าเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการเกี่ยวกับเรื่องงบประมาณเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์แล้ว จะมองว่าผู้บริหารได้ให้ความสนับสนุนและให้ความสะดวกในเรื่องงบประมาณและการใช้จ่ายเงิน เพราะเป็นผู้พิจารณาอนุมัติการใช้จ่ายตามกำลังงบประมาณของหน่วยงานที่ได้รับจัดสรร ซึ่งต่างจากผู้ปฏิบัติที่จะต้องดำเนินการตามระเบียบขั้นตอน ผ่านเจ้าหน้าที่ตามลำดับชั้น จึงอาจจะทำให้เกิดปัญหาเรื่องความล่าช้า หรือไม่มีงบประมาณเพียงพอในการดำเนินงานเพราะอาจจะเนื่องมาจากหน่วยงานมีงบประมาณจำกัดหรืออาจเป็นเพราะไม่มีการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสนอของงบประมาณประจำปีไว้ให้ชัดเจน จึงทำให้ดูเหมือนว่าขาดการสนับสนุนและขาดความสะดวกในการใช้จ่ายเงินดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้พบว่ามีปัญหาเรื่องงบประมาณน้อย ขาดการจัดทำแผนเพื่อเสนอของงบประมาณจากศูนย์ และศูนย์ฯ ไม่ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรงไว้ ส่วนเรื่องงบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อยู่กระจัดกระจายหลายฝ่ายก็เช่นกัน ผู้บริหารมองว่าเป็นปัญหาในระดับต่ำกว่าผู้ปฏิบัติการเช่นกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขาดการประสานงานเรื่องงบประมาณจากฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของการประสานงบประมาณหรือโครงการเพื่อจัดทำแผนประชาสัมพันธ์กลางจึงทำให้ดูเหมือนว่าต่างฝ่ายต่างทำ ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนไม่เป็นระบบและไม่เป็นเอกภาพ ซึ่งผู้บริหารอาจมองในระบบการบริหารว่าถ้าหากมีการประสานแผนงานโครงการหรือกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการประสานงบประมาณและบุคลากร รวมถึงวัสดุอุปกรณ์ด้วยแล้วก็น่าจะทำให้การจัดประชาสัมพันธ์ไม่เกิดความซ้ำซ้อนสิ้นเปลือง และยังทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย และยังพบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อีกจำนวนสามข้อ คือ เรื่องการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ในการพิจารณาจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้ปฏิบัติการมองว่าเป็นปัญหาอยู่ในระดับที่สูงกว่าผู้บริหาร ทั้งนี้อาจมีสาเหตุเกี่ยวโยงมาจากการขาดการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีเพื่อเสนอของงบประมาณจากผู้บริหารไว้ จึงทำให้ไม่ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรงไว้ให้ชัดเจน ในทางปฏิบัติก็ดำเนินงานตามคำสั่งผู้บริหารเฉพาะกิจ

เฉพาะเรื่องบ้าง ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามลักษณะกิจกรรมการจัดการศึกษาออกโรงเรียนเฉพาะกิจกรรมบ้าง ซึ่งต้องใช้ปัจจัยงบประมาณในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์หรืออื่น ๆ ตามลักษณะงาน โดยเป็นการดำเนินงานเฉพาะหน้าเพราะขาดการทำแผนงานหรือโครงการรองรับ จึงทำให้ผู้ปฏิบัติการมองว่าขาดความสะดวกหรือขาดการสนับสนุนด้านงบประมาณที่เพียงพอต่อการดำเนินงาน เพราะตนเองขาดการมีส่วนร่วมในการพิจารณาจัดสรรงบประมาณดังกล่าว ซึ่งโยงไปถึงเรื่องความเพียงพอของงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ และเรื่องการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรงอีกสองข้อด้วย ดังนั้นถ้าหากว่าผู้ปฏิบัติการ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ หรือคณะทำงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ ได้มีการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์โดยร่วมกันพิจารณาจัดทำโครงการ เพื่อเสนอของบประมาณประจำปีไว้ให้ผู้บริหารพิจารณาอนุมัติงบประมาณโดยอาจจะเจียดจัดสรรจากงบประมาณที่ได้รับจัดสรรจากกรมการศึกษานอกโรงเรียนแล้ว คาดว่าจะทำให้เกิดความชัดเจนขึ้นทั้งในเรื่องงบประมาณและการปฏิบัติ ซึ่งจะส่งผลให้การจัดการประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.4 ด้านการดำเนินงาน เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ โดยส่วนรวมพบว่ามีความคิดเห็นต่อปัญหาในด้านนี้โดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน แต่เมื่อพิจารณาจากข้อคำถามจำนวน 31 ข้อในด้านนี้ พบว่า ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวนหกข้อ ที่ระดับ .05 จำนวนหกข้อ ส่วนข้ออื่น ๆ ที่เหลือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับข้อที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวนหกข้อ ได้แก่ เรื่องแต่ละฝ่ายงานแยกประชาสัมพันธ์งานของตนอย่างอิสระ เรื่องการสนับสนุนส่งเสริมหน่วยงานประชาสัมพันธ์จากผู้บริหาร เรื่องการให้ความไว้วางใจในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่จากผู้บริหาร เรื่องความรู้ความเข้าใจการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร เรื่องความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ และเรื่องความสะดวกในการใช้วัสดุอุปกรณ์เพื่อการจัดการประชาสัมพันธ์จากศูนย์ฯ ซึ่งจากข้อค้นพบดังกล่าวจะเห็นได้ว่า เรื่องการสนับสนุนส่งเสริมหน่วยงานประชาสัมพันธ์ การให้ความไว้วางใจในการปฏิบัติงานจากผู้บริหาร และเรื่องความรู้ความเข้าใจการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร ผู้บริหารมองว่ามีปัญหาอยู่ในระดับน้อย ซึ่งต่ำกว่าผู้ปฏิบัติการที่มองว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารซึ่งมีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริม

สนับสนุน ควบคุมกำกับ ติดตามดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์ของศูนย์ฯ มองว่าตนได้ให้การส่งเสริมสนับสนุนและให้ความไว้วางใจในการปฏิบัติงานแก่ผู้ปฏิบัติอยู่แล้วในทุก ๆ ด้าน ซึ่งอาจจะแตกต่างกันไปตามสภาพความพร้อมในการส่งเสริมสนับสนุนของแต่ละศูนย์ฯ แต่ผู้ปฏิบัติการมองเห็นว่าเป็นปัญหาในระดับที่สูงกว่าผู้บริหารนั้นอาจเนื่องจากว่าในกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีขั้นตอนต่าง ๆ มากมาย โดยจะเน้นในจุดปฏิบัติการตามลำดับขั้นตอนต่าง ๆ เป็นสำคัญ ดังนั้นในบางเรื่องหรือบางกิจกรรมที่ไม่ได้รับความสะดวกตามที่คาดหวัง จึงทำให้ดูเหมือนว่าผู้บริหารไม่ให้ความส่งเสริม สนับสนุนหรือให้ความไว้วางใจเท่าที่ควร ส่วนผู้บริหารซึ่งเป็นฝ่ายกำหนดนโยบาย คอยติดตามดูแลการดำเนินงาน จะมองในภาพรวมของผลที่เกิดขึ้นมากกว่ารายกิจกรรมย่อย จึงน่าจะทำให้ความคิดเห็นของบุคคลสองกลุ่มมีความแตกต่างกันซึ่งรวมถึงเรื่องแต่ละงานแยกประชาสัมพันธ์งานของตนอย่างอิสระและเรื่องความสะดวกในการขอใช้วัสดุอุปกรณ์เพื่อการจัดการประชาสัมพันธ์จากศูนย์ฯ จากข้อคิดเห็นดังกล่าวข้างต้นด้วย

ส่วนข้อที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อีกหกข้อคือเรื่องการกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน เรื่องความร่วมมือจากองค์กรท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการประชาสัมพันธ์ เรื่องความล่าช้าในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เรื่องแรงงานในการนำสื่อเช่น แผ่นป้าย โปสเตอร์ออกบิตหรือติดตั้งเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เรื่องระบบการจัดเก็บและบำรุงรักษาเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และเรื่องระเบียบราชการไม่เอื้อต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ทั้งหกข้อดังกล่าว ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการที่ความคิดเห็นต่อปัญหาอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน ยกเว้นเรื่องระเบียบราชการไม่เอื้อต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริหารเห็นว่าเป็นปัญหาอยู่ในระดับน้อย เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นแล้วพบว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นต่อปัญหาในระดับที่ต่ำกว่าผู้ปฏิบัติการทุกข้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าบุคคลทั้งสองกลุ่มมีความแตกต่างกันในบทบาทหน้าที่คือในฐานะผู้บริหารซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบาย พิจารณาอนุมัติโครงการ งบประมาณ คอยกำกับติดตามดูแลการปฏิบัติงาน และผู้ปฏิบัติการในฐานะผู้ดำเนินการซึ่งจะต้องปฏิบัติตามลำดับขั้นตอนของระเบียบราชการตามโครงสร้างการบริหารงานของศูนย์ฯ ซึ่งถ้าหากว่าขาดการมอบหมายงานหรือกำหนดบทบาทหน้าที่ไม่ชัดเจนในทางปฏิบัติแล้วจะทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคอื่น ๆ ตามมาด้วย ซึ่งจะส่งผลกระทบทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ซึ่งผ่านขั้นตอนในทางปฏิบัติและ

คลุกคลีกับการดำเนินงานโดยตรง จึงทำให้มองเห็นปัญหา อุปสรรคในรายละเอียดปลีกย่อยมากกว่าผู้บริหาร

3. ผลการศึกษาความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและผู้บริหารการครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอประเด็นการอภิปรายออกเป็นสองส่วนคือ ความคิดเห็นเพิ่มเติมส่วนหนึ่งและข้อเสนอแนะอีกส่วนหนึ่ง ดังนี้

3.1 ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยส่วนรวม พบว่าปัญหาเรื่องงบประมาณมีน้อยไม่เพียงพอ มีความสูงที่สุดรองลงมาได้แก่ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเรื่องการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะมาทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ขาดการวางแผนปฏิบัติการประจำปี ขาดเครื่องมือที่เหมาะสมและมีคุณภาพ ขาดการติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ งบประมาณในการประชาสัมพันธ์อยู่กระจัดกระจายหลายฝ่าย ไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน บุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์รับผิดชอบงานอื่นมากทำให้ไม่มีเวลาเท่าที่ควร เรื่องแผนปฏิบัติงานคลุมเครือไม่ชัดเจนในทางปฏิบัติ และขาดคณะทำงานประชาสัมพันธ์ที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างจริงจังตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ พบว่าปัญหาที่บุคลากรศูนย์ฯ ให้ความสำคัญที่เห็นว่าเป็นผลกระทบต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัด ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับงบประมาณ ในเรื่องงบประมาณมีน้อยไม่เพียงพอ งบประมาณอยู่กระจัดกระจายหลายฝ่าย ไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน ปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรในเรื่องขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเรื่องการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะมาทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีการรับผิดชอบงานอื่นมาก ขาดคณะทำงานประชาสัมพันธ์ที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างจริงจังซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรุณบล ภูบัวเผื่อน (2532:บทคัดย่อ) ที่ศึกษาพบว่าปัญหาและอุปสรรคของงานประชาสัมพันธ์คือ ปัญหาขาดแคลนบุคลากรทางด้านประชาสัมพันธ์ ปัญหางบประมาณไม่เพียงพอ และมณฑา ลำเจียกหนู (2530:164) ศึกษาพบว่าปัญหาอุปสรรคในการจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษาที่อยู่ในระดับสูง ได้แก่ การที่ครูมีภาระงานล้นมือทำให้ไม่สามารถทำการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้ รองลงมาได้แก่ความไม่เพียงพอของงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์ อีกทั้งวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และจากปัญหาการขาดงบประมาณดังกล่าวข้างต้น

อาจทำให้ส่งผลถึงปัญหาเกี่ยวกับการขาดเครื่องมือที่เหมาะสมและมีคุณภาพซึ่งสอดคล้องสัมพันธ์กัน และจากผลการวิจัยของรัตนา ศรีชนะชัยโชค (2532:บทคัดย่อ) ที่ศึกษาพบว่าปัญหาด้านเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ได้แก่ ไม่มีเครื่องมือเพียงพอและอยู่ในสภาพเก่าไม่มีคุณภาพ ซึ่ง ธงชัย เจียมพุก (2530:61) ได้ศึกษาเกี่ยวกับด้านโสตทัศนอุปกรณ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน จังหวัด พบว่าสภาพปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการขาดเครื่องมือมีมาก ซึ่งส่งผลสอดคล้องกับเรื่อง ปริมาณของเครื่องมือที่ศึกษาพบว่ามีปริมาณน้อยไม่เพียงพอในการใช้ปฏิบัติงาน ซึ่งให้เห็นว่าปัญหา อุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งในการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดคือ ความไม่เพียงพอและทันสมัยของเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ส่วนปัญหาเกี่ยวกับการประเมินผลพบว่ายังขาดการติดตามประเมินผล ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากไม่มีบุคลากรที่ทำหน้าที่ ประเมินผลหรือมีแต่มีภาระรับผิดชอบงานอื่นมาก ประกอบกับขาดงบประมาณในการติดตามและ ประเมินผล จึงทำให้ไม่สามารถดำเนินการติดตามประเมินผลได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัตนา ศรีชนะชัยโชค (2532:บทคัดย่อ) ที่ศึกษาพบว่าขั้นตอนการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ไม่ค่อยมีการปฏิบัติ ทั้งนี้เพราะขาดงบประมาณและเจ้าหน้าที่ในการประเมินผล ส่วนข้อคิดเห็นเพิ่มเติม เกี่ยวกับปัญหาด้านการวางแผนคือเรื่องขาดการวางแผนปฏิบัติการประจำปี และแผนปฏิบัติการ คลุมเครือไม่ชัดเจนในทางปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาแผนปฏิบัติงานประจำปีการศึกษา 2532 ของผู้วิจัยที่พบว่าศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดเพียงร้อยละ 25 เท่านั้นที่กำหนดแผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ประจำปีไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการ ประชาสัมพันธ์โดยตรง เพราะจากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคั้งนี้พบว่า ร้อยละ 93 ที่ไม่มีวุฒิเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์จึงทำให้อาจจะมองความสำคัญด้านกัารประชาสัมพันธ์ในระดับรอง หรือไม่ค่อยให้ความสำคัญอย่างแท้จริง ซึ่งวิรัช อภิรัตนกุล (2526:262-265) กล่าวว่า การขาด การวางแผนเป็นปัญหาที่สำคัญอันหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ ฉะนั้นปัญหาขาดการวางแผนจึงถือว่าเป็น ปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งในการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด ที่ส่งผลกระทบให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมาด้วยเช่นเรื่อง บุคลากร งบประมาณ การดำเนินงาน เป็นต้น

3.2 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ พบว่าควรมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่มีความรู้ความสามารถ เรื่องการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะประจำในศูนย์ฯ

เป็นข้อที่มีความถี่มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าบุคลากรที่ได้รับแต่งตั้งให้ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่แล้วไม่มีวุฒิเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ขึ้นอยู่กับผู้บริหารที่จะแต่งตั้งบุคลากรในศูนย์ฯ ของตนให้ปฏิบัติหน้าที่นี้ จึงอาจทำให้ทำงานไม่สอดคล้องกับความรู้ความสามารถ การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ยังอยู่ในวงแคบคือ เพียงเพื่อเผยแพร่ข่าวสารของศูนย์ฯ เท่านั้น บุคลากรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และหลักการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอในอันดับรองลงมาคือเสนอให้มีการจัดสัมมนาบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ทั้งในระดับผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องภายในศูนย์ฯ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเมื่อบุคลากรทุกคนมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการประชาสัมพันธ์ก็จะทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างถูกต้อง ตามหลักการและบรรลุมิติประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ยิ่งขึ้น และเสนอว่าควรจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอในการดำเนินงาน เพราะถ้าหากมีงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานอย่างเพียงพอ สอดคล้องเหมาะสมกับกิจกรรมการประชาสัมพันธ์แล้วจะทำให้การดำเนินงานมีความพร้อมเกิดความราบรื่น อันจะส่งผลให้การจัดการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและบรรลุมิติประสงค์ยิ่งขึ้น และยังเสนอว่าควรมีการติดตามประเมินผลทุกครั้งที่ทุกกิจกรรม และมีการบันทึกรายงานผลเพื่อปรับปรุงพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการประเมินผลในการศึกษาครั้งนี้พบว่ายังขาดการติดตามประเมินผล ไม่มีการวางแผนติดตามประเมินผลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการด้านการติดตามและประเมินผล ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการที่จะตัดสินคุณค่าของผลการดำเนินงานว่าบรรลุผลมากน้อยเพียงใด มีปัญหาอุปสรรคอย่างไร ยังขาดการดำเนินการทำให้ไม่ทราบข้อมูลที่สำคัญต่อการจัดการประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุง พัฒนางานให้ถูกต้องและสอดคล้องกับสภาพที่เป็นอยู่ จากข้อเสนอแนะในครั้งนี้นับว่ามีประโยชน์และเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งประการหนึ่งที่ได้ให้เห็นแก่บุคลากรศูนย์ฯ ยังมองเห็นความสำคัญด้านการประเมินผล เพราะถ้าหากมีการติดตามประเมินผลอย่างมีระบบ จริงจังและต่อเนื่องแล้วจะทำให้การจัดการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีทิศทางที่ชัดเจนและบรรลุมิติประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพด้วย ข้อเสนออีกประการหนึ่งคือศูนย์ฯ ควรกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ประจำปีให้ชัดเจน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการดำเนินงานที่ผ่านมาขาดการวางแผนการปฏิบัติงานประจำปี เพราะจากการสำรวจแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2532 พบว่ามีศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดเพียงร้อยละ 25 เท่านั้นจากทั่วประเทศที่กำหนดแผนปฏิบัติการ

ประชาสัมพันธ์ประจำปีไว้ แต่ก็เป็นการกำหนดในลักษณะกว้าง ๆ คลุมเครือไม่ชัดเจน โดยเฉพาะเรื่องนโยบายในการประชาสัมพันธ์นั้น เท่าที่ผ่านมายังไม่มีศูนย์ฯ ใดกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เป็นลายลักษณ์อักษรไว้ชัดเจน อรอุบล ภูบัวเหื่อน (2532:บทคัดย่อ) ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ควบคุมการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ คือ นโยบายและเป้าหมาย และการกำหนดแผนปฏิบัติที่ชัดเจน ซึ่งถ้าหากว่าศูนย์ฯ จังหวัดมีการกำหนดนโยบายที่แน่นอนชัดเจน กำหนดกลุ่มเป้าหมายและแผนปฏิบัติที่ชัดเจนด้วยแล้วจะทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีระบบ มีทิศทางที่ถูกต้อง มีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ตามหลักการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริงได้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการจัดการประชาสัมพันธ์สำหรับกรมการศึกษานอกโรงเรียนดังต่อไปนี้

1. ควรมีการกำหนดนโยบายในการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนทั้งในระดับกรม ภาค และจังหวัด
2. ควรมีการจัดสรรงบประมาณวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นในการประชาสัมพันธ์ให้แก่ศูนย์ฯ จังหวัดให้เพียงพอที่จะสามารถดำเนินงานได้
3. กรมการศึกษานอกโรงเรียนควรสรรหาบุคลากรเพื่อทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โดยการกำหนดคุณวุฒิที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โดยตรง ให้แก่ศูนย์ฯ จังหวัดทุกศูนย์ฯ
4. ควรมีการจัดประชุม อบรม สัมมนาเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถ และทักษะในการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
5. ควรจัดให้มีการอบรมหรือสัมมนาให้ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์แก่บุคลากรศูนย์ฯ ทั้งผู้บริหารและบุคลากรทั่วไป อาจจะจัดในระดับกรม ภาค กลุ่มศูนย์ฯ หรือศูนย์ฯ จังหวัด
6. ควรจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ทั้งระดับกรม ภาค กลุ่มศูนย์ฯ จังหวัด และศูนย์ฯ จังหวัด เพื่อจัดทำแผนประสานแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง และต่อเนื่องอย่างมีระบบ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป ดังนี้

1. ควรศึกษาทรรศนะที่มีต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน จังหวัดจากกลุ่มผู้รับบริการการศึกษานอกโรงเรียน และจากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานอื่น
2. ควรศึกษาทรรศนะของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการต่อปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ จังหวัดในภาคอื่นโดยอาจเพิ่มตัวแปร เช่น อายุ ประสบการณ์ วุฒิทางการประชาสัมพันธ์ ขนาดของศูนย์ฯ เป็นต้น
3. ควรศึกษาบทบาทหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน จังหวัดที่คาดหวังและที่เป็นจริง
4. ควรศึกษาแนวโน้มของรูปแบบองค์กรในการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษา นอกโรงเรียนจังหวัด หรือกรมการศึกษานอกโรงเรียน

עקרונות

บรรณานุกรม

- การประชาสัมพันธ์, โรงเรียน. รายงานผลการสำรวจสถานภาพงานประชาสัมพันธ์ของ
ส่วนราชการ องค์การและรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2519. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิมพ์เณศ,
2520.
- การศึกษานอกโรงเรียน, กรม. รายงานการประชุมสัมมนานักบริหารการศึกษานอกโรงเรียน.
กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดวิคตอเรียการพิมพ์, 2524.
- _____. แผนพัฒนาการศึกษานอกโรงเรียนฉบับที่ 6 (2530-2534). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
การศาสนา, 2529.
- การศึกษานอกโรงเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ศูนย์. บทบาทหน้าที่และโครงสร้างการบริหาร
งานศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด. ฝ่ายการพิมพ์ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดอุบลราชธานี, 2532.
- _____. รายงานการอบรมการประชาสัมพันธ์การศึกษานอกโรงเรียนรุ่นที่ 1.
จังหวัดอุบลราชธานี : ม.ป.ป. อัดสำเนา.
- ชม ภูมิภาค. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2526.
- ชาญชัย รามโกมุก. "นักประชาสัมพันธ์", ที่ระลึกในงานอนุสรณ์ 15 ปี นิเทศศาสตร์.
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์โปรเฟรสชั่นแนลพับลิชชิง, ม.ป.ป.
- ณรงค์ศักดิ์ กุลจันต์. งานบริหารการศึกษาของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด.
วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525. อัดสำเนา.
- ธงชัย เจียมพุก. การวิเคราะห์สถานสภาพและความต้องการด้านโครงสร้างองค์กรของศูนย์การ
ศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2530. อัดสำเนา.
- ประจวบ อินอ้อด. การบริหารงานประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมนิราช กรุงเทพฯ :
บริษัทเอเซียเพรสจำกัด, 2529.

- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. การบริหารงานประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : บริษัทเอเชียเพรสจำกัด, 2529.
- _____. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- พล ศรีภักดญา. ทัศนะของผู้นำท้องถิ่นที่มีต่อการจัดบริการ ทางการศึกษาของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2530. อุดลำนเนา.
- พิชัย รัตตกุล. "การศึกษานอกระบบกับการพัฒนาประเทศ", วารสารการศึกษานอกระบบ. 2(1) : 11, กันยายน-ธันวาคม 2529.
- มณฑา ลำเจียกหนู. สภาพและปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนมัธยมศึกษาเขตการศึกษา 1. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. พิมพ์โลก : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พิมพ์โลก, 2530. อุดลำนเนา.
- ไม้มัด อับดุลกาเดร์. การบริหาร การนิเทศและการประชาสัมพันธ์ การศึกษานอกโรงเรียน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อักษรบัณฑิต, 2520.
- รัตนา ศรีชนะชัยโชค. การดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาชนบทในประเทศไทยกับแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532. อุดลำนเนา.
- รัมภา ไตรธิละสุนทร. การประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร. นนทบุรี : ฝ่ายการพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2526.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. หลักการวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : ศึกษาพร, 2528.
- วิกร ตันทุทโต. การบริหารการศึกษาผู้ใหญ่. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เลื่องเชียง, 2530.
- วิจิตร อาวะกุล. การประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีการปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2522.
- วิทยา อ่อนช้อย. การประชาสัมพันธ์. สุรินทร์ : สหวิทยาลัยอีสานใต้สุรินทร์, 2531. อุดลำนเนา.
- วิรัช ลภรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- _____. หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : บริษัทเอเชียเพรสจำกัด, 2529.

สมัย มละโยธา. การบริหารงานบุคลากรของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดในทัศนะของครู
ผู้บริหารศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดและผู้บริหารสถานศึกษาที่เกี่ยวข้อง.

ปริญญาพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2528. อัดสำเนา.

สะอาด ดันศุภผล. คู่มือการประชาสัมพันธ์ : โรงเรียนการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ :
โรงพิมพ์การศาสนา, 2527.

สกิจ ประกอบผล. การศึกษาปัญหาการปฏิบัติงานของครูอาสาสมัครเดินสอนการศึกษานอก
โรงเรียนจังหวัดร้อยเอ็ด. ปริญญาพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2532. อัดสำเนา.

สุชาติ สุกโตชะ. การจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ. วิทยานิพนธ์ ค.ม.
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524. อัดสำเนา.

สุนัน ปัญญาภ. หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : บริษัทเอเชียเพรสจำกัด,
2529.

สุวคนธ์ ยี่สกุล. "การประชาสัมพันธ์ : จุดบอดของหน่วยราชการ", วารสารศึกษาศาสตร์.
11(4) : 72 กุมภาพันธ์-พฤษภาคม 2531.

สุเทพ เตชะชีพ. คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร. วิทยานิพนธ์ ค.ม.
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531. อัดสำเนา.

เสนีย์ แดงวัง. การประชาสัมพันธ์ แนวคิดและหลักวิธีการปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
อักษรบัณฑิต, 2525.

อรอุบล กุ๊บัวเผื่อน. การศึกษาการวางแผนการประชาสัมพันธ์และสถานการณ์การดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532. อัดสำเนา.

อัจฉรา สากระจาย. ปัญหาการบริหารงานของหัวหน้าฝ่ายของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด.
ปริญญาพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2528.
อัดสำเนา.

- Black, Sam. Practical Public Relations. London : Pitmon Press Ltd., 1976.
- Cronbach, Lee Joseph. Essentials of Psychological Testing. 3rd. ed.,
New York : Harper and Brethess, 1970.
- ✓ Cutilp, Scott M. and Allen H. Center. Effective Public Relations.
5th. ed., New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 1978.
- Edward, Allen L. Statistical Analysis. New York : Rinehart and Company,
1958.
- Ferguson, George A. Statistical Analysis in Psychology and Education.
5th. ed., Tokyo : McGraw-Hill Book Company, 1981.
- ✓ Mays, Russel O "Superintendents Perceptions of the Effectiveness of
Public School Public Relations Processes, "Dissertation Abstract
International. 48(1) : 21A ; July 1987.
- ✓ Romine, Laurence Albert. "Role of the Community College Public
Relations Manager, "Dissertation Abstract international. 47(1) :
63A ; July 1986.

חברות חרות

ภาคผนวก ก
หนังสือติดต่อขอความอนุเคราะห์

ครุฑ

ที่ ทม 1007/1551

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

12 ตุลาคม 2532

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์

เรียน ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัด

บัณฑิตวิทยาลัย ขอรับรองว่า นายสฤติย์ วงษาวัตี เป็นนิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอก
การศึกษาผู้ใหญ่ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

นิสิตผู้มีความประสงค์จะมาติดต่อเพื่อขอความสะดวกในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อทำปริญญา-
นิพนธ์ เรื่องปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออก
เจียงเหนือ

ทั้งนี้อยู่ในความควบคุมดูแลของ

รศ. เขียวศรี วิวิธสิริ

ประธาน

ผศ. ดร. เสาวนีย์ เลวลัย

กรรมการ

สิ่งที่นิสิตใคร่ขอความอนุเคราะห์ คือ ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม เพื่อเป็นข้อมูลในการ
ทำวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านจะกรุณาให้ความร่วมมือในครั้งนี้ และขอขอบคุณใน
ความช่วยเหลืออนุเคราะห์ใด ๆ ที่ท่านจะโปรดให้แก่นิสิตผู้นี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นาย สมพร บัวทอง)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 258-4119

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจคุณภาพเครื่องมือ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจคุณภาพเครื่องมือ

1. รองศาสตราจารย์ เขียวศรี วิวิธสิริ อาจารย์คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
กรุงเทพฯ 10110
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวนีย์ เลวลัย อาจารย์คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
กรุงเทพฯ 10110
3. รองศาสตราจารย์ ชม ภูมิภาค อาจารย์คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
กรุงเทพฯ 10110
4. ว่าที่ รต.ณรงค์ศักดิ์ กุลจิณต์ ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียน
จังหวัดอุดรธานี
5. นางช่ออารีย์ สุวรรณณี หัวหน้างานประชาสัมพันธ์
กรมการศึกษาเอกโรงเรียน
6. นายวีระ ศรีขาว ผู้ช่วยผู้อำนวยการศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียน
จังหวัดยโสธร
7. นายวิทยา อ่อนชัย อาจารย์คณะศึกษาศาสตร์
สหวิทยาลัยอีสานใต้-สุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

ภาคผนวก ค
แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ภาควิชาการศึกษาผู้ใหญ่

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

15 พฤศจิกายน 2532

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์

เรียน ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด

ด้วยข้าพเจ้า นายสฤติย์ วงษาวดี นิสิตปริญญาโท วิชาเอกการศึกษาผู้ใหญ่ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ได้ทำวิจัยเรื่อง "ปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต

ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านช่วยแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มผู้ตอบ ซึ่งเป็นบุคลากรในศูนย์ฯ ของท่าน คือ

1. กลุ่มผู้บริหาร ได้แก่ ท่านและผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร ฝ่ายวิชาการ และฝ่ายปฏิบัติการ
2. กลุ่มผู้ปฏิบัติการ ได้แก่ หัวหน้าฝ่ายบริหาร หัวหน้าฝ่ายแผนงานฯ หัวหน้าฝ่ายการศึกษาอาชีพ หัวหน้าฝ่ายการศึกษาพื้นฐาน หัวหน้าฝ่ายข่าวสารข้อมูล หัวหน้าฝ่ายการศึกษาทางสื่อสารมวลชน และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯ

และขอความกรุณาผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ได้โปรดส่งแบบสอบถามกลับไปยังผู้วิจัย ซึ่งได้สอดซอง ปิดแสตมป์ พร้อมทั้งจำหน่ายซองไว้เรียบร้อยแล้ว เพื่อจะได้นำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ที่ท่านได้ให้แก่ข้าพเจ้าในครั้งนี้เป็นอย่างดียิ่งมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายสฤติย์ วงษาวดี)

ผู้วิจัย

แบบสอบถามประกอบการวิจัย
เรื่อง
ปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ มีจุดประสงค์เพื่อสำรวจปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการนำมาประมวลเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง การตอบแบบสอบถามนี้ จะไม่มีผลกระทบต่อท่าน หรือหน้าที่การงานของท่านแต่อย่างใด ผู้วิจัยจะถือเป็นความลับที่สุด

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับคำตอบของท่าน

1. ท่านตอบแบบสอบถามในฐานะเป็น
 - ☐ ผู้อำนวยการศูนย์ฯ
 - ☐ ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ฝ่าย(ระบุ)
 - ☐ หัวหน้าฝ่าย (ระบุ)
 - ☐ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯ
2. การศึกษาสูงสุด (ระบุ) วุฒิ สาขา (วิชาเอก)
3. วุฒิทางการศึกษา ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์
 - ☐ ไม่มี
 - ☐ มี (ระบุ)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความเพื่อตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด ใน 5 ด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านการดำเนินงาน และด้านการประเมินผล ว่ามีปัญหามากน้อยเพียงใด โดยเขียนเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องทางขวามือที่ตรงกับความเป็นจริง ตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ปัญหาด้านการวางแผนการจัดการประชาสัมพันธ์

ข้อความ	ระดับปัญหา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
ท่านประสบปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ต่อไปนี้เพียงใด				
1. ความชัดเจนของนโยบายในการประชาสัมพันธ์				
2. การมีโอกาสเข้าร่วมประชุมของผู้เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนโยบายและแผน				
3. การประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ภายในศูนย์ฯ เพื่อการวางแผน				
4. การสำรวจข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน				
5. ระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน				
6. ความร่วมมือของบุคลากรศูนย์ฯ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน				
7. ความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมายเพื่อการวางแผน				
8. การมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในศูนย์ฯ ในการกำหนดแผนงานและโครงการประชาสัมพันธ์				
9. การจัดระบบการเตรียมการเพื่อการวางแผน				
10. การวางแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า ทั้งระยะสั้น และระยะยาว				
11. ความสอดคล้องต่อเนื่องกันของแผนงานประชาสัมพันธ์ ...				
12. ความครอบคลุมกิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียนของแผน				
13. การกำหนดรายละเอียดที่เหมาะสมภายในแผน เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ				

ข้อความ	ระดับปัญหา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
14. การให้ความสำคัญต่อแผนงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร .	...			

2. ปัญหาด้านบุคลากรทางการประชาสัมพันธ์

ข้อความ	ระดับปัญหา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
ท่านประสบปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ต่อไปนี้เพียงใด				
1. ความเพียงพอของบุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์				
2. ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการประชาสัมพันธ์				
3. การจัดสรรบุคลากรให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถ ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์				
4. การยอมรับในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จากเพื่อนร่วมงาน และบุคลากรภายในศูนย์				
5. ความอิสระในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์				
6. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงานของเจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์				
7. ความรู้ความสามารถของคณะทำงานในการประชาสัมพันธ์.				
8. การประสานงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ กับบุคลากร ภายในศูนย์ฯ				
9. ความกระตือรือร้นในการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์				
10. ความสนใจของผู้บริหารต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ..				
11. การมีคณะทำงานประชาสัมพันธ์ที่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ อย่างแท้จริง				
12. บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์กระจัดกระจาย อยู่หลายฝ่าย				

ข้อความ	ระดับปัญหา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
13. การเพิ่มพูนความรู้ และทักษะแก่บุคลากรในด้านการ ประชาสัมพันธ์				
14. ความเชื่อมั่นในตนเองของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์				

3. ปัญหาด้านงบประมาณทางการประชาสัมพันธ์

ข้อความ	ระดับปัญหา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
ท่านประสบปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ต่อไปนี้เพียงใด				
1. การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง	...		...	
2. ความเพียงพอของงบประมาณในการประชาสัมพันธ์	...		...	
3. การจัดทำแผนงาน หรือโครงการล่วงหน้าเพื่อเสนอขอ งบประมาณ	...		...	
4. การสนับสนุนด้านงบประมาณจากผู้บริหาร	...		...	
5. การจัดทำแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้าตลอดปีงบประมาณ	...		...	
6. การมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ ในการพิจารณาจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์	...		...	
7. ความเหมาะสมในการจัดสรรเงินให้สอดคล้องกับการจัด กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	...		...	
8. ความสะดวกในการใช้จ่ายเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์	...		...	
9. การใช้จ่ายเงินให้สอดคล้อง และเป็นไปตามแผนปฏิบัติ ที่วางไว้	...		...	
10. งบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อยู่กระจัดกระจาย หลายฝ่าย	...		...	
11. การจัดหาเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยวิธีอื่น	...		...	

4. ปัญหาด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ข้อความ	ระดับปัญหา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
ท่านประสบปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ต่อไปนี้เพียงใด				
1. ความเหมาะสมของปฏิทินงานประชาสัมพันธ์				
2. ความสอดคล้องสัมพันธ์กันของรูปแบบในการ ประชาสัมพันธ์งานแต่ละงาน				
3. ความชัดเจนของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดในแผนงาน และโครงการ				
4. การประสานงานเพื่อการปฏิบัติกิจกรรมการ ประชาสัมพันธ์กับฝ่ายต่าง ๆ ภายในศูนย์ฯ				
5. การประสานงานกับองค์กรหรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์				
6. ความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์				
7. ความกระชั้นชิดในการประชาสัมพันธ์				
8. ความล่าช้าไม่ทันการในการประชาสัมพันธ์				
9. ความกว้างขวาง ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์				
10. แต่ละฝ่ายงานแยกประชาสัมพันธ์ของตนอย่างอิสระ				
11. การจัดให้มีหน่วยงานกลางเป็นศูนย์รวมในการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ				
12. การกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้รับผิดชอบงาน ประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน				
13. การสนับสนุนส่งเสริมหน่วยงานประชาสัมพันธ์จากผู้บริหาร				

ข้อความ	ระดับปัญหา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
14. การให้ความไว้วางใจในการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์ ของเจ้าหน้าที่จากผู้บริหาร				
15. ประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯ				
16. ความร่วมมือจากบุคลากรศูนย์ฯ ในการประชาสัมพันธ์				
17. ความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ภายในศูนย์				
18. ความรู้ความเข้าใจการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร				
19. ความร่วมมือจากองค์กรท้องถิ่น และหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์				
20. ความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์				
21. ความเหมาะสม และทันสมัยของเครื่องมือที่ใช้ ในการจัดการประชาสัมพันธ์				
22. ความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการ ประชาสัมพันธ์				
23. ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการใช้เครื่องมือ เพื่อการประชาสัมพันธ์				
24. ความสามารถในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ บุคลากรภายในศูนย์ฯ				
25. ความล่าช้าในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์				
26. ระบบการจัดส่งสื่อที่ผลิตออกมาเพื่อการเผยแพร่				

ข้อความ	ระดับปัญหา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
27. ความพร้อมด้านสถานที่สำหรับใช้ผลิตสื่อเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ				
28. แรงงานในการนำสื่อ เช่น แผ่นป้าย โปสเตอร์ ออกปิด หรือติดตั้งเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์				
29. ความสะดวกในการขอใช้วัสดุ อุปกรณ์ เพื่อการจัดการ ประชาสัมพันธ์จากศูนย์ฯ				
30. ระบบการจัดเก็บและบำรุงรักษาเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ ในการประชาสัมพันธ์				
31. ระเบียบราชการไม่เอื้อต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ..				

5. ปัญหาด้านการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

ข้อความ	ระดับปัญหา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
ท่านประสบปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ต่อไปนี้เพียงใด				
1. ความรู้ด้านการประเมินผล				
2. การวางแผนในการติดตาม และประเมินผลงาน ประชาสัมพันธ์				
3. ความร่วมมือในการติดตามผลงานประชาสัมพันธ์ จากฝ่ายต่าง ๆ ภายในศูนย์ฯ				
4. การกำหนดให้มีเจ้าหน้าที่ในการติดตาม และประเมินผล งานประชาสัมพันธ์				
5. การประสานงานในการติดตามผลงานประชาสัมพันธ์ จากบุคลากรภายในศูนย์ฯ				
6. การประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในการติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์				
7. ความสม่ำเสมอในการรายงานผลการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ต่อผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้น				
8. การสนับสนุนในการปฏิบัติงานด้านการติดตาม และ ประเมินผลงานประชาสัมพันธ์จากผู้บริหาร				
9. ความสะดวกในการขอใช้วัสดุ อุปกรณ์ หรือ เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อติดตาม และประเมินผล งานประชาสัมพันธ์จากศูนย์ฯ				

ข้อความ	ระดับปัญหา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
10. เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานติดตาม และประเมินผลงาน ประชาสัมพันธ์มีการะับผิดชอบงานอันมาก				
11. ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานติดตาม และ ประเมินผลงานประชาสัมพันธ์				
12. ความต่อเนื่องของการติดตาม และประเมินผลงาน ประชาสัมพันธ์				
13. ความสม่ำเสมอในการติดตามผลการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์จากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย				
14. ความรู้ความสามารถของคณะทำงานด้านการติดตาม และประเมินผลงานประชาสัมพันธ์				

ตอนที่ 3 รายละเอียด ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะ
ในการจัดการประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง ถ้าท่านมีความคิดเห็นเพิ่มเติม เกี่ยวกับปัญหาด้านต่าง ๆ นอกเหนือจากที่ระบุมาข้างต้น
โปรดเขียนรายละเอียด พร้อมทั้งข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาลงในที่ว่างข้างล่างต่อไปนี้

1. รายละเอียด และความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา ด้านการวางแผน

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

2. รายละเอียด และความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา ด้านบุคลากร

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

3. รายละเอียด และความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา ด้านงบประมาณ

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

4. รายละเอียด และความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา ด้านการดำเนินงาน

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

5. รายละเอียด และความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา ด้านการประเมินผล

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่าน ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นายสถิตย์ วงชาวดี
 ภูมิลำเนา 43 หมู่ 1 บ้านสระกำแพงใหญ่ ตำบลสระกำแพงใหญ่ อำเภออุทุมพรพิสัย
 จังหวัดศรีสะเกษ 33000

ประวัติการศึกษาและตงาน

- พ.ศ. 2515 มัธยมศึกษา โรงเรียนกำแพง อำเภออุทุมพรพิสัย
 จังหวัดศรีสะเกษ
- พ.ศ. 2519 ป.กศ. สูง (ชีววิทยา) วิทยาลัยครูอุบลราชธานี
 จังหวัดอุบลราชธานี
- พ.ศ. 2521 กศ.บ. (ศิลปศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 ประสานมิตร
- พ.ศ. 2534 ศึกษาตงานการศึกษาผู้ใหญ่ที่ประเทศออสเตรเลีย
 ระหว่างวันที่ 3-15 กุมภาพันธ์
- พ.ศ. 2534 กศ.ม. (การศึกษาผู้ใหญ่) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 ประสานมิตร

ประวัติการทำงาน

- พ.ศ. 2522 อาจารย์ 1 โรงเรียนกันทรารมย์ อำเภอกันทรารมย์
 จังหวัดศรีสะเกษ สังกัดกรมสามัญศึกษา
- พ.ศ. 2523 - ปัจจุบัน อาจารย์ 2 ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด
 ศรีสะเกษ สังกัดกรมการศึกษานอกโรงเรียน

ปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

บทคัดย่อ

ของ

สฤติย์ วงชาวดี

เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกการศึกษาผู้ใหญ่

มกราคม 2535

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้บริหาร การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในห้าด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านการ ดำเนินงาน และด้านการประเมินผล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 17 จังหวัด ได้มาโดยการสุ่มแบบ เจาเจง ได้แก่ ผู้บริหาร และผู้บริหารการประชาสัมพันธ์ รวม 170 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ รวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า และแบบคำถามปลายเปิด สถิติที่ใช้ใน การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที่ ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ปัญหาในการจัดการประชาสัมพันธ์ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร โดยส่วนรวมและราย ด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัญหาด้านงบประมาณมากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านบุคลากร และ มีปัญหาด้านการวางแผนน้อยที่สุด ส่วนผู้บริหารการประชาสัมพันธ์พบว่ามีความคิดเห็นต่อปัญหาการจัด การประชาสัมพันธ์โดยส่วนรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยมีปัญหาด้านการ ประเมินผลมากที่สุด รองลงมาได้แก่ปัญหาด้านงบประมาณ และมีปัญหาด้านการวางแผนน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาารวมทั้งสองกลุ่มแล้วพบว่า ผู้บริหารและผู้บริหารการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัด การประชาสัมพันธ์โดยส่วนรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัญหาด้านงบประมาณและ ด้านการประเมินผลมากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านบุคลากร ด้านการดำเนินงาน และด้านการ วางแผนตามลำดับ

2. ผู้บริหารและผู้บริหารการประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นต่อปัญหาในการจัดการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การศึกษาเอกโรงเรียนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยส่วนรวมและ รายด้านไม่แตกต่างกัน

3. ความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้บริหารและผู้บริหารเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการ ประชาสัมพันธ์ พบว่าข้อที่มีความถี่มากที่สุด คือ ปัญหาเรื่องงบประมาณมีน้อยไม่เพียงพอ รองลงมา

ได้แก่บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเรื่องการประชาสัมพันธ์ ขาดการวางแผนการปฏิบัติการประจำปี ขาดเครื่องมือที่เหมาะสมและมีคุณภาพ และไม่มีการติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ ส่วนข้อเสนอแนะในการจัดการประชาสัมพันธ์พบว่าข้อที่มีความถี่มากที่สุดคือ ควรจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอในการดำเนินงาน รองลงมาได้แก่ควรมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่มีความรู้ความสามารถเรื่องการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะประจำในแต่ละศูนย์ฯ ควรจัดอบรมสัมมนาบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทั้งในระดับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องภายในศูนย์ฯ ตามลำดับ

PROBLEMS CONCERNING PUBLIC RELATIONS MANAGEMENT
OF THE PROVINCIAL NONFORMAL EDUCATION CENTERS IN THE NORTHEAST

AN ABSTRACT

BY

SATID WONGSAVADEE

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Education degree Adult Education
at Srinakharinwirot University

January 1992

The purposes of this research were to study and to compare the opinions of administrators and public relation operators toward problems concerning public relation management. The research was conducted in the provincial Nonformal Education Centers in the northeast provinces in 5 aspects planning, personnal budget allocation operating and evaluation.

The sample used in this study were 170 personels from 17 provincial Nonformal Education Centers in the northeast region. The instruments used for gathering data was the rating scale questionnaire. The data were then analyzed by using frequencies, percentages, arithmetic means, standard deviations, and T-test.

The findings were as follows:

1. The problems of public relation management according to administrators both in collective in each aspect were at average level. The problems lay heavily on budget allocation followed by personal and planning For the operators, the problems both in collective and in each aspect were also at average level. The problems lay heavily on evaluations and followed by budget allocation and planning. The problems were at average level according to administrators and operators opinions in both collective and each aspects. The problems lay heavily on evaluations and followed by personnels, operations and planing.

2. There was no difference on administrators and public relation operators' opinions concerning public relation management in both collective and each aspects.

3. Additional opinions concerning public relation in collective aspect, the findings showed that the frequencies lay heavily on insufficient budget followed by the lack of experienced personels needed in public relation area. Besides, annual planning was not observed, lacked appropriate instruments and follow-up procedures. The suggestions concerning public relation management in overall view, the findings showed that the highest frequencies lay heavily on insufficient budget allocation, followed by experienced personels needed in each center. They also suggested that more seminars on public relation should be held for both administrators and operators.