



การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด
จังหวัดจันทบุรี

PUBLIC RELATIONS ON MANAGEMENT OF AGRICULTURAL
CENTER PONG-RAD CHANTABURI PROVINCE

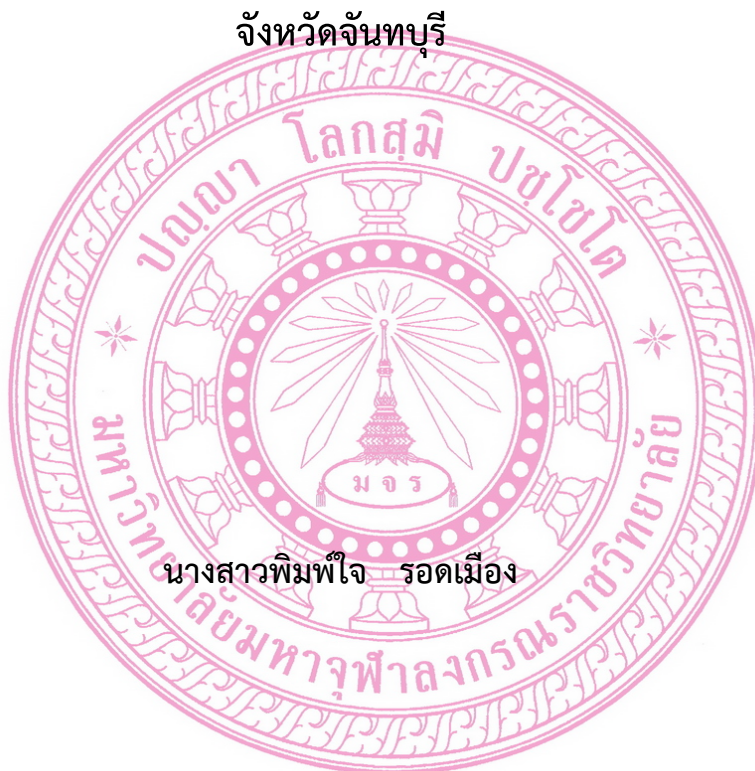


นางสาวพิมพ์ใจ รอดเมือง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พุทธศักราช ๒๕๕๖



การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด
จังหวัดจันทบุรี

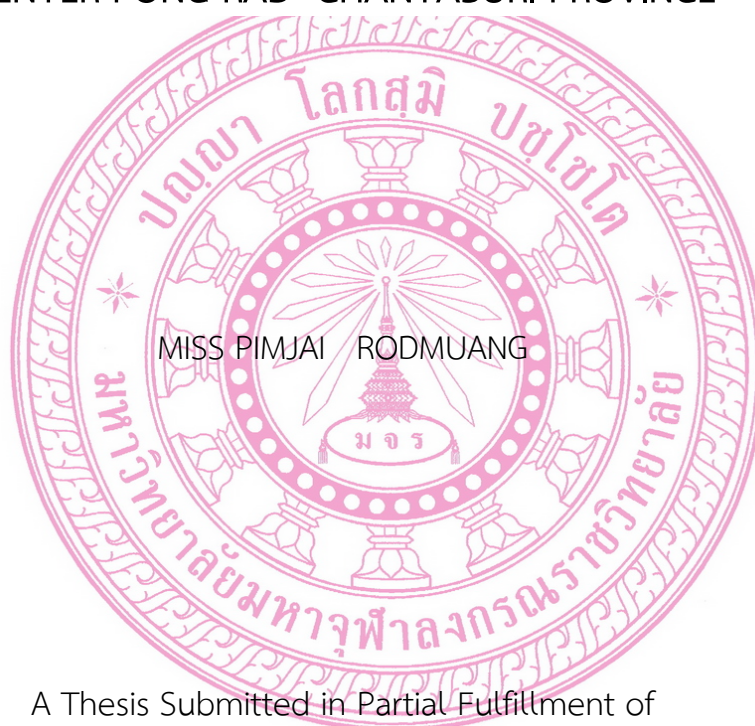


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พุทธศักราช ๒๕๕๖

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



PUBLIC RELATIONS ON MANAGEMENT OF AGRICULTURAL
CENTER PONG-RAD CHANTABURI PROVINCE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of
The Requirement for the Degree of
Master of Arts
(Public Administration)

Graduate School
Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Bangkok, Thailand
C.E.2013

(Copyright by Mahachulalongkornrajavidyalaya University)



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
เรื่อง “การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี”
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสน
ศาสตร์

(พระสุธีธรรมานุวัตร, ผศ.ดร.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

(พระครูปริยัติกิตติดำรง, ผศ.ดร.)

ประธานกรรมการ

(อ.พล.ท.ดร.วีระ วงศ์สรรค์)

กรรมการ

(ผศ.ดร.สุรพล สุธะพรหม)

กรรมการ

(พระมหาบุญเลิศ อินทปญโญ, รศ.)

กรรมการ

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

ผศ.ดร.สุรพล สุธะพรหม

ประธานกรรมการ

พระมหาบุญเลิศ อินทปญโญ, รศ.

กรรมการ

ชื่อผู้วิจัย

นางสาวพิมพ์ใจ รอดเมือง

ชื่อวิทยานิพนธ์ : การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด
จังหวัดจันทบุรี

ผู้วิจัย : นางสาวพิมพ์ใจ รอดเมือง

ปริญญา : พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

: ผศ.ดร.สุรพล สุธะพรหม พ.ม., พธ.บ., M.A., Ph.D. (Pol.Sc.)

: พระมหาบุญเลิศ อินทปญโญ, รศ. พธ.บ., ศศ.ม., รป.ม.

วันที่สำเร็จการศึกษา : ๓๑ มีนาคม ๒๕๕๗

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ ๑) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี ๒) เพื่อเปรียบเทียบการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ๓) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Research Method) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือประชาชนที่มีอายุน้อยกว่า ๒๐ ปี โดยเลือกประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ตำบลพลับพลา อำเภอมะนังจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี จำนวน ๓๗๕ คน จากจำนวนประชากร ๕,๙๖๑ คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequencies) ร้อยละค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบสมมติฐานโดยเพื่อบรรยายข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล การทดสอบค่าที (t-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม และการทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยตั้งแต่สามกลุ่มขึ้นไป และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) และการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) และใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบ

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า

๑) การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ประชาชนมีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามลำดับ คือด้านนโยบาย และการจัดการ ($\bar{X} = 3.71$) ด้านการติดตามนโยบาย ($\bar{X} = 3.68$) ด้านการควบคุมงบประมาณ ($\bar{X} = 3.68$) และด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร ($\bar{X} = 3.64$)

๒) เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ประชาชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนประชาชนที่มีอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน

๓) ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรมีการวางแผนนโยบายปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจ มีแผนการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ควรมีพัฒนาความรู้ ความสามารถ คุณธรรม จริยธรรม ให้กับบุคลากร ส่งเสริมให้บุคลากรมีประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์ เป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไปและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหน่วยงานต่อไป ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ควรมีการดำเนินการตามเป้าหมาย ปรับปรุงให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยมีการวิเคราะห์ ปัญหา ข้อดี ข้อเสีย ควบคุม ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ควรมีการจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสม ส่งเสริมการผลิตสื่อที่มีอยู่และใช้การร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ช่วยประชาสัมพันธ์ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ ให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด

Thesis title : The Management of the Public Relations of
The Agricultural Center Pong-Rad, Chantaburi Province.

Researcher : Miss Pimjai Rodmuang

Degree : Master of Arts (Public Administration)

Thesis supervisory committee
: Asst. Prof. Dr. Surapon Suyaprom B.A., M.A., Ph.D. (Pol.Sc.)
: Phramaha Boonlert Intapanyo, Assoc. Prof., B.A., M.A., M.B.A.

Date of graduation : 31 March 2014

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the management of the Public Relations of the Agricultural Center Pong-Rad , Chantaburi Province. 2) to compare the management of the Public Relations of the Agricultural Center Pong-Rad , Chantaburi Province, classified by personal factors. 3) to study the problems and solutions to the management of the Public Relations of the Agricultural Center Pong-Rad , Chantaburi Province. The research used mixed research Method both quantitative research and qualitative research. The sampling population were the targets less than 20 years old, people who lived in the area of Tambon Pub-Pla Aumphur Muang, Chantaburi Province, by selecting 375 residents of the 5,961 total population. The methodology used Taro Yamane formula for the sampling population and using the questionnaires surveyed for the data collection. The data analysis performed by a computer program for social science research and following statistics such as: frequency, percentage, Mean and Standard Deviation for describing and testing hypotheses by the personal factors. The t-test results were the differences between the two groups. F-test was done by means of analyzing. One Way ANOVA was tested the difference of Means from the three groups upward. The test of the differences Means in each pair was done by the Least Significant Difference: LSD. The qualitative research method used the in-depth interview with the key informants and collaborative the context by the content analysis technique.

The research findings were as follows:

1) The management of the Public Relations of the Agricultural Center Pong-Rad, Chantaburi Province was overall opinion in the high level ($\bar{X}=3.68$), and considering the high level found in all aspects. Means arranged respectively from maximum to minimum were policy and management ($\bar{X}=3.71$), follow-up policy ($\bar{X}=3.68$), budget controls ($\bar{X}=3.68$), and organization and personnel development ($\bar{X}=3.64$).

2) The opinion compared on the management of the Public Relations of the Agricultural Center Pong-Rad, Chantaburi Province classified by personal factors such as gender, age, education, occupation, and income average found that people with gender, age, education level had different opinion was found different opinion in the significance at level 0.05.. Meanwhile the population who had different sex, income, education and positions had no different opinion in the significance level.

3) The suggestions of the Public Relations of the Agricultural Center Pong-Rad, Chantaburi Province found that the executives' administrative organization should have remarkable and clearly plan in Public Relations policy. The executives of the Agricultural Center Pong-Rad, Chantaburi Province found that the administrative organization should develop the knowledge, ability, morality to promote personnel experienced in public relations. Being recognition to public and strengthen the good image to the institution, the executives should monitor the goal and adjust to suit the current situation. The executives should analyze by SWOT analysis of the problems, advantages, disadvantages, including control, monitor and evaluate the practice of public relations continuously. The managerial should allocate the budget appropriately to promote the media production and also cooperate with the outside agencies to support the public relations in order to save cost and value most in public relations.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดีเพราะอาศัยความเมตตาอนุเคราะห์ของคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ได้แก่ ผศ.ดร.สุรพล สุยะพรหม, และอาจารย์ พระมหาบุญเลิศ อินทปญโญ, รศ. ที่เมตตาอนุเคราะห์ให้คำปรึกษา แนะนำ อ่าน ตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดจนให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ ดูแลและให้กำลังใจช่วยเหลือผู้วิจัยด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง ในการปรับปรุงแก้ไข วิทยานิพนธ์จนสำเร็จด้วยดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตากรุณา และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณประธานและคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ในการสอบวิทยานิพนธ์ คือ พระครูปริยัติกิตติธำรง, ผศ.ดร., อ.พล.ท.ดร.วิระ วงศ์สรรค์, และผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย คือ อาจารย์ พระมหาสม กลยาโณ, Ph.D., อาจารย์ พระครูสังฆรักษ์เกียรติศักดิ์ กิตติปัญโญ,ดร, อาจารย์ ผศ.ดร. ประยูร สุยะใจ, อาจารย์ ดร.บุษกร วัฒนบุตร, และอาจารย์ ดร.ธิดา วัฒนมนันท์

ขอขอบคุณผู้เกี่ยวข้อง ที่ให้ความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบคุณพี่น้องประชาชนชาวอำเภอเมืองจันทบุรี ที่ให้ความอนุเคราะห์ช่วยตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ขอกราบขอบพระคุณพ่อสมรัก รอดเมือง, คุณแม่อักษร ทรัพย์ประมุข, และคุณกิติมา สันติศราวุฒิที่ได้เมตตาอนุเคราะห์สนับสนุนทุนการศึกษา และคอยให้กำลังใจในการศึกษาเล่าเรียน สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.ธิดา วัฒนมนันท์ และเพื่อนๆ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต รุ่นที่ ๗ ทุกรูป-คน ที่คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือและให้กำลังใจด้วยดีเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์ใดๆ อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาเป็น กตเวทิตาคุณแก่ ครูบาอาจารย์ บิดามารดา ญาติสนิทมิตรสหาย ที่เป็นกำลังใจสนับสนุนในทุกๆ เรื่อง รวมทั้งบูรพาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ได้ร่วมกันสรรค์สร้างงานวิจัยฉบับนี้ให้แก่ผู้วิจัยจนประสบผลสำเร็จลุล่วงด้วยดี

นางสาวพิมพ์ใจ รอดเมือง

๓๑ มีนาคม ๒๕๕๗

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(๑)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(๔)
กิตติกรรมประกาศ	(๕)
สารบัญ	(๖)
สารบัญตาราง	(๘)
สารบัญแผนภาพ	(๑๐)

บทที่ ๑ บทนำ

๑.๑	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
๑.๒	วัตถุประสงค์การวิจัย	๓
๑.๓	ปัญหาที่ต้องการทราบ	๓
๑.๔	ขอบเขตการวิจัย	๓
๑.๕	สมมติฐานการวิจัย	๕
๑.๖	นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	๕
๑.๗	ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย	๖

บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑	แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ	๗
๒.๒	แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	๑๘
๒.๓	ข้อมูลพื้นที่วิจัย	๔๕
๒.๔	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๕๘
๒.๕	กรอบแนวคิดในการวิจัย	๗๖

บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย

๓.๑	รูปแบบการวิจัย	๗๗
๓.๒	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	๗๗
๓.๓	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๗๙
๓.๔	การเก็บรวบรวมข้อมูล	๘๑
๓.๕	การวิเคราะห์ข้อมูล	๘๒

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ ๔ ผลการวิจัย	
๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	๘๔
๔.๒ ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี	๘๗
๔.๓ ผลการทดสอบสมมติฐาน	๙๒
๔.๔ ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ในมุมมองของประชาชน ต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี	๑๐๔
๔.๕ สรุปผลการสัมภาษณ์บุคคลเชิงลึกเกี่ยวกับการบริหารจัดการการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี	๑๐๙
๔.๖ สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย	๑๑๔
บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
๕.๑ สรุปผลการวิจัย	๑๑๘
๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย	๑๒๑
๕.๓ ข้อเสนอแนะ	๑๒๖
บรรณานุกรม	๑๒๘
ภาคผนวก	๑๓๗
ภาคผนวก ก. หนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ วิจัย	๑๓๘
ภาคผนวก ข. ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ	๑๔๔
ภาคผนวก ค. หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของ แบบสอบถาม	๑๔๗
ภาคผนวก ง. ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Try out)	๑๔๙
ภาคผนวก จ. หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย	๑๕๒
ภาคผนวก ฉ. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	๑๕๕
ภาคผนวก ช. หนังสือขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เชิงลึก	๑๖๒
ภาคผนวก ซ. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย	๑๗๐
ประวัติผู้วิจัย	๑๗๒

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
๓.๑	จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหมู่บ้านโดยการเทียบสัดส่วน	๗๘
๔.๑	จำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	๘๔
๔.๒	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี	๘๗
๔.๓	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้าน นโยบาย และการจัดการ	๘๘
๔.๔	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้าน พัฒนาองค์กร และบุคลากร	๘๙
๔.๕	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้านการ ติดตามนโยบาย	๙๐
๔.๖	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้านการ ควบคุมงบประมาณ	๙๑
๔.๗	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารจัดการการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามเพศ	๙๒
๔.๘	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปรียบเทียบระดับความ คิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรม ธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามอายุ	๙๓
๔.๙	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของการ บริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัด จันทบุรี จำแนกตามอายุ โดยภาพรวม	๙๔
๔.๑๐	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของการ บริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัด จันทบุรี จำแนกตามอายุ ด้านนโยบาย และการจัดการ	๙๕
๔.๑๑	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารจัดการการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตาม ระดับการศึกษา	๙๖
๔.๑๒	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของการ บริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัด จันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวม	๙๗

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
๔.๑๓	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการควบคุมงบประมาณ	๙๘
๔.๑๔	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามอาชีพ	๙๙
๔.๑๕	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร	๑๐๐
๔.๑๖	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามรายได้	๑๐๑
๔.๑๗	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามรายได้ ด้านนโยบาย และการจัดการ	๑๐๓
๔.๑๘	ผลสรุปโดยรวมการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ตามสมมติฐานที่ ๑-๕	๑๐๔
๔.๑๙	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านนโยบาย และการจัดการ	๑๐๔
๔.๒๐	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านนโยบาย และการจัดการ	๑๐๔
๔.๒๑	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร	๑๐๕
๔.๒๒	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร	๑๐๕
๔.๒๓	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการติดตามนโยบาย	๑๐๖
๔.๒๔	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการติดตามนโยบาย	๑๐๖
๔.๒๕	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการควบคุมงบประมาณ	๑๐๗
๔.๒๖	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการควบคุมงบประมาณ	๑๐๗

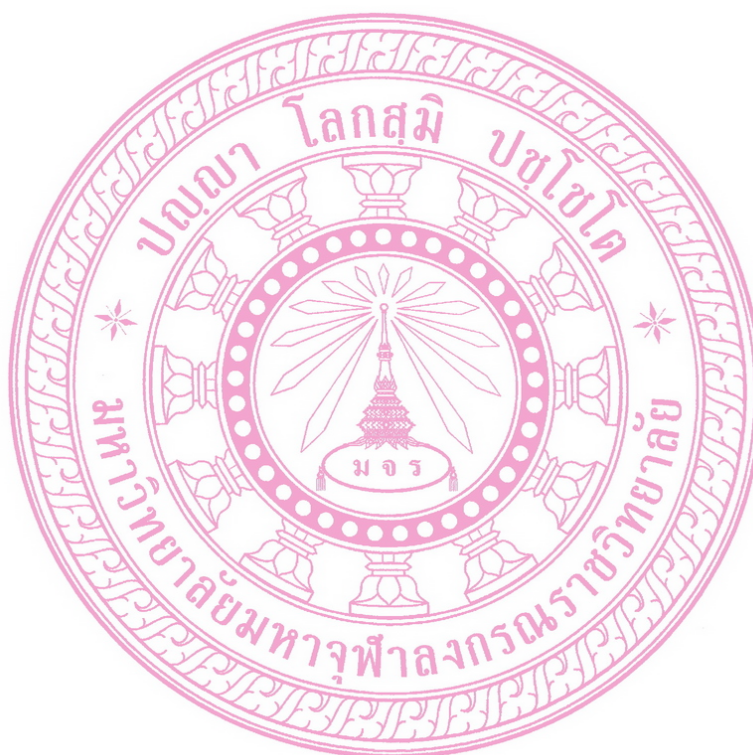
สารบัญแผนภาพ

แผนภาพ

- ๒.๑ แผนภาพฐานข้อมูลศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด
- ๒.๒ แผนที่ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี
- ๒.๓ กรอบแนวคิดในการวิจัย
- ๔.๑ สรุปองค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย

หน้า

- ๕๖
- ๕๗
- ๗๖
- ๑๑๔



บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประชาสัมพันธ์ (Public relations) มีบทบาทที่สำคัญต่อการบริหารจัดการองค์กร โดยทำหน้าที่สื่อสารเผยแพร่การดำเนินงานขององค์กรให้ผู้ปฏิบัติงานและประชาชนได้รับทราบข่าวสารความเคลื่อนไหว ตลอดจนนโยบายในการดำเนินงานเพื่อก่อให้เกิดบรรยากาศแห่งความเข้าใจ และการให้ความร่วมมือสนับสนุน ซึ่งจะยังผลให้การดำเนินงานนั้น ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ นักประชาสัมพันธ์กับฝ่ายบริหารในองค์กรจะต้องทำงานและประสานงานกันอย่างใกล้ชิดเพื่อนักประชาสัมพันธ์สามารถรับนโยบายไปปฏิบัติหรือดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ดังคำกล่าวที่ว่า “นักบริหาร เก่งงาน เก่งคน เก่งคิด” เท่านั้นยังไม่พอ ต้องเก่งการประชาสัมพันธ์ด้วย^๑

นักบริหารที่ขาดความรู้ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ย่อมก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในงานประชาสัมพันธ์องค์กรเพราะนักบริหารเป็นผู้ควบคุม กำหนดนโยบายและเป้าหมายที่สำคัญในการทำงานเพื่อให้เกิดความสำเร็จแก่หน่วยงานของตน โดยการเผยแพร่หรือการกระจายข่าวสารต่างๆในงานประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องใช้สื่อเป็นตัวกลางการถ่ายทอดให้ประชาชน และบุคคลในองค์กรเกิดความเข้าใจ นิยมศรัทธา และสามารถเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนได้ โดยอาศัยเครื่องมือในการทำ ความเข้าใจซึ่งกันและกัน เพื่อให้ ผู้รับ (Receiver) ผู้ฟัง (Audience) ได้รับข่าวสาร (Message) เกิดความเข้าใจและลงมือปฏิบัติตาม จะสำเร็จหรือล้มเหลว ส่วนหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับบริหารจัดการเลือกใช้เครื่องมือและการเลือกสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมถูกต้องโดยพิจารณาถึงข้อดีข้อเสีย ถึงเครื่องมือแต่ละประเภท ประสิทธิภาพของผู้รับและผู้ส่งสาร ลักษณะของข่าวสาร วิธีการติดต่อสื่อสาร ตลอดจนกลวิธีต่างๆ เป็นต้นนี้ชี้ไปถึงประสิทธิภาพของการสื่อสารประชาสัมพันธ์^๒

สถาบัน องค์กรต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องอาศัย การประชาสัมพันธ์เข้ามามีส่วนร่วมและช่วยเหลือ เพื่อให้หน่วยงานของตนเอง ได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่ประชาชนและบุคคล โดยทั่วไป ได้รับทราบ ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องอย่างถูกต้อง โดยอาศัยการประชาสัมพันธ์ เช่นเดียวกันกับ สถาบันเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งเป็นองค์กรอิสระในการระดมความร่วมมือจากทุกฝ่ายในการขับเคลื่อน การแก้วิกฤตชาติ โดยการน้อมนำศาสตร์ของพระราชา มาสู่การปฏิบัติ จัดตั้งขึ้นจากการประชุมหารือกัน ณ โครงการสวนพระองค์สวนจิตรลดา ของ ๔ องค์กร ได้แก่ โครงการสวนพระองค์ สวนจิตรลดา โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี โครงการส่งเสริมกสิกรรมไร้สารพิษ และมูลนิธิกสิกรรมธรรมชาติ โดยมีวิสัยทัศน์ สร้างรูปธรรมในการแก้วิกฤตด้านต่างๆของมนุษยชาติ โดยหลักคิดและวิธีการ ของ

^๑ ผศ. อภิชาต พุกสวัสดิ์, “วิจัย นักบริหารกับการประชาสัมพันธ์, วารสารเซนต์จอห์น, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๖ (มกราคม ๒๕๔๖) : ๑๓๔.

^๒ วีรช อภิรัตน์กุล, การประชาสัมพันธ์, พิมพ์ครั้งที่ ๑๒, (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๓), หน้า ๖๓-๖๔.

พระเจ้าอยู่หัวเป็นหลัก ผลักดันหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เป็นจิตสำนึกและหลักปฏิบัติสำหรับทุกภาคส่วนของสังคมเพื่อแก้ปัญหาวิกฤต ๔ ด้าน คือ ด้านสิ่งแวดล้อม (ภัยธรรมชาติ) โรคระบาด วิกฤตเศรษฐกิจ/ข้าวยากหามาแพง และความขัดแย้งทางสังคม/สงคราม โดยมีพันธกิจ คือ รวบรวม/วิเคราะห์/สังเคราะห์ หลักคิดและวิธีการ ไปสู่ข้อมูลที่พร้อมใช้งาน (Practical Knowledge) พัฒนาคน ให้เข้าใจนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม การสร้างเครือข่ายในการขับเคลื่อนในรูปแบบเบญจภาคี ประกอบไปด้วย ภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคประชาชน ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม/สื่อ และพัฒนา นโยบาย ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม กับแต่ละกลุ่ม ครอบคลุมทุกภาคส่วนของสังคม (Implications) และงานสำคัญของสถาบันฯ ประการหนึ่ง เพื่อให้โครงการนี้ประสบความสำเร็จ คือ งานเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและศาสตร์อื่น ๆ ของพระราชทานในการแก้วิกฤตของประเทศ ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิเช่น สื่อโทรทัศน์ รายการคนหางานแผ่นดิน รายการจารึกไว้ในแผ่นดิน รายการเวทีชาวบ้าน รายการคนละไม้คนละมือ รายการ ๑๐๘ มหัศจรรย์พอเพียง รายการทำดีให้พ่อดู รายการคนพอเพียง รายการคลินิกแก้แค้น ละครเรื่องหัวใจแผ่นดิน และอื่น ๆ อีกมากมายสื่อสิ่งพิมพ์ บทความหนังสือพิมพ์คมชัดลึก “พอแล้วรวย” ทุกวันเสาร์ หนังสือ/แผ่นพับ เผยแพร่องค์ความรู้และการดำเนินงานของเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง สื่ออื่นๆ สื่อ สดิกเกอร์ วีซีดี กระเป๋า และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นเองภายในเครือข่าย นอกจากนั้นยังมีกิจกรรมเพื่อเผยแพร่หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและดึงแนวร่วมการขับเคลื่อนสู่รูปธรรม การปฏิบัติจริงในรูปแบบเบญจภาคี^๓

ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด (ศปร.) ตำบลพลับพลา อำเภอมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี จึงเป็นศูนย์หนึ่ง ที่เป็นเครือข่ายของสถาบันเศรษฐกิจพอเพียงซึ่ง เป็นศูนย์ฝึกอบรมถ่ายทอดและเผยแพร่ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีชีวภาพให้กับเกษตรกร หน่วยงานภาครัฐ เอกชนรวมถึงผู้สนใจทั่วไปโดยมีการค้นคว้า วิจัย ทดสอบ การพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อการกสิกรรมทั้งด้านพืช ปศุสัตว์ ฯลฯ โดยใช้ภูมิปัญญาตะวันออก และวางยุทธศาสตร์/ยุทธวิธีวิธีชุมชนแบบพึ่งพาตนเอง เดิมศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด (ศปร.) เคยเป็นหมู่บ้านที่ผลิตไม้ผลที่มีชื่อเสียงอันดับหนึ่งของจังหวัดและของประเทศไทย มีราชาไม้ผล (ทุเรียน) และราชินีไม้ผล (มังคุด) นับอายุการปลูกได้มากกว่า ๑๐๐ ปี อยู่ติดกับแนวเทือกเขาสะพาน ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเอื้อต่อการทำการเกษตร ทั้งดิน น้ำ ป่าและภูมิปัญญา ล้วนเป็นทุนทางสังคมที่ยิ่งใหญ่ของหมู่บ้านที่สืบทอดกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน ช่วงการเปลี่ยนผ่านการพัฒนาทางการเกษตรจากการปฏิวัติเขียวทำให้ประเทศไทยเปลี่ยนการพัฒนาอย่างรวดเร็วมีการแนะนำส่งเสริมการปลูกพืชเชิงเดี่ยว การใช้ปุ๋ยเคมี สารเคมี สารกำจัดวัชพืชและอื่น ๆ เป็นจำนวนมาก เกษตรกรตื่นตัวต่อการพัฒนาและหันเหจากการทำเกษตรแบบธรรมชาติ กลับมาเป็นการเกษตรแบบเคมีและพืชเชิงเดี่ยวอย่างเต็มตัว รวมทั้งทำให้เกิดการแข่งขันด้านการผลิตด้วยการขยายพื้นที่ปลูกและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตตามหลักวิชาการมากขึ้นตามลำดับ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อเป็นศูนย์ฝึกอบรมถ่ายทอดและเผยแพร่ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีชีวภาพให้กับเกษตรกร หน่วยงานภาครัฐ เอกชนและผู้สนใจทั่วไป เป็นศูนย์ค้นคว้า วิจัย ทดสอบ การพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อการกสิกรรมทั้งด้านพืช ปศุสัตว์ ประมง ป่าไม้ ฯลฯ โดยใช้ภูมิปัญญาตะวันออก เป็นศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชน โดย

^๓สถาบันเศรษฐกิจพอเพียง, ความเป็นมาของสถาบัน, [ออนไลน์], แหล่งที่มา <http://www.ise.in.th/ise.php>, [๒๙ ต.ค.๒๕๕๕].

ชุมชน เพื่อชุมชน เป็นต้นแบบการทำเกษตรอินทรีย์ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง เป็นศูนย์ท่องเที่ยวเกษตร เพื่อสุขภาพ และเป็นศูนย์กลางการพัฒนา การวางยุทธศาสตร์/ยุทธวิธีวิถีชุมชนแบบพึ่งพาตนเอง^๔

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา การบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี ตามแนวทางการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ ๔ ด้าน คือ ด้านนโยบายและการจัดการ ด้านพัฒนาองค์กรและบุคลากร ด้านการ ติดตามนโยบาย และด้านการควบคุมงบประมาณ และนำผลของการศึกษา เป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุง การบริหารงานองค์กร และการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติ โป่งแรด จังหวัดจันทบุรี ให้มีประสิทธิภาพส่งผลต่อการเป็นศูนย์ฝึกอบรม ถ่ายทอด และเผยแพร่ ความรู้การทำเกษตรตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

๑.๒ วัตถุประสงค์การวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

๑.๒.๒ เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

๑.๒.๓ เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

๑.๓ ปัญหาที่ต้องการทราบ

๑.๓.๑ ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี เป็นอย่างไร

๑.๓.๒ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

๑.๓.๓ ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี มีปัญหา อุปสรรค และ ข้อเสนอแนะการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์อย่างไร

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่ง แรดจังหวัดจันทบุรี” มีการกำหนดขอบเขตไว้ดังนี้

๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

^๔ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด (ศปร.), ประวัติศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด(ศปร.), [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://ponggrad.blogspot.com> [๒๕ ส.ค.๒๕๕๖].

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ ๔ ด้าน คือ (๑) ด้านนโยบาย และการจัดการ (๒) ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร (๓) ด้านการติดตามนโยบาย (๔) ด้านการควบคุมงบประมาณ

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น (Independent Variables) คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

- | | |
|-------------------------|---|
| ๑. นายมนเทียร วานิชศรี | นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลพลับพลา |
| ๒. นายอำนาจ ช่างฉำ | ปลัด อบจ.จันทบุรี |
| ๓. นายสมชาย กัลป์ยะกิติ | ผอ.กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต อบจ.จันทบุรี |
| ๔. นายทองศศิ มหามนตรี | ผอ.สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จันทบุรี |
| ๕. นายธเนศ เจริญนันท์ | ประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี |
| ๖. นายเอกอมร เปรมกมล | ผู้บริหารสถานีวิทยุ Centerpoint101 จ.จันทบุรี |
| ๗. นายธีระ วงษ์เจริญ | ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด |

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” ใน ๔ ด้าน คือ (๑) ด้านนโยบาย และการจัดการ (๒) ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร (๓) ด้านการติดตามนโยบาย (๔) ด้านการควบคุมงบประมาณ

๑.๔.๓ ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนในพื้นที่ตำบลพลับพลา อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี จำนวน ๕,๙๖๑ คน^๕

๑.๔.๔ ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ตำบลพลับพลา อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

๑.๔.๕ ขอบเขตด้านระยะเวลา

ดำเนินการวิจัยตั้งแต่ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๕ ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.๒๕๕๖ รวมระยะเวลา ๑ปี ๑ เดือน

๑.๕ สมมติฐานการวิจัย

^๕สำนักงานเทศบาลตำบลพลับพลา, สภาทัวไปเทศบาลพลับพลา, [ออนไลน์] , แหล่งที่มา : <http://www.plubpla.go.th> [๑ ก.ย.๒๕๕๖].

สมมติฐานที่ ๑ ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๒ ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๓ ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๔ ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๕ ประชาชนที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน

๑.๖ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

๑) **ความคิดเห็น** หมายถึง ความคิด ความเข้าใจ และความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

๒) **ประชาชน** หมายถึง ประชาชนในพื้นที่ตำบลพลับพลา อำเภอมะนังจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

๓) **การบริหารจัดการ** หมายถึง แนวทางหรือวิธีการดำเนินงานใดๆ ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี เพื่อพัฒนาบุคลากรของหน่วยงานไปในทิศทางที่ดีขึ้น รวดเร็วขึ้น ประหยัดขึ้น และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบด้วย ๔ ด้าน คือ (๑) ด้านนโยบาย และการจัดการ (๒) ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร (๓) ด้านการติดตามนโยบาย (๔) ด้านการควบคุมงบประมาณ

๔) **นโยบาย และการจัดการ** หมายถึง การกำหนดแนวทาง ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายในและภายนอก การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจ โดยการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับ ตลอดจนวิธีการวางแผนดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้าเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงาน

๕) **พัฒนาองค์กร และบุคลากร** หมายถึง การกำหนดโครงสร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรให้ ยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรมเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน การพัฒนาอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรมีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้านความชำนาญในด้านเทคนิคที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน อย่างความเสมอภาคและเท่าเทียมกันกับบุคลากรทุกระดับ

๖) **การติดตามนโยบาย** หมายถึง การดำเนินการในการตัดสินใจ และสั่งการให้นักประชาสัมพันธ์มีการควบคุม ติดตามประเมินผลกิจกรรมงานประชาสัมพันธ์ ให้ดำเนินไปตามแผน มีระบบประเมินบุคลากร การรายงานผลการปฏิบัติงานในภาพรวมตอนสิ้นปี ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์สามารถรับฟังความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชาตลอดจนให้คำแนะนำและควบคุมการปฏิบัติอย่างเหมาะสม และช่วยบุคลากรในการแก้ไขปัญหาอยู่เสมอ

๗) **การควบคุมงบประมาณ** หมายถึง การกำกับ ควบคุมงบประมาณ ให้เพียงพอกับแผนประชาสัมพันธ์ที่วางไว้ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ จัดสรรงบประมาณในการส่งเสริมการ

ประชาสัมพันธ์ในชุมชน และสื่อมวลชน รวมถึงการจ่ายค่าตอบแทนให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญภายนอกอย่างเหมาะสม

๘) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารสองทาง ที่มีการกระทำอย่างต่อเนื่องของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีการวางแผน การใช้สื่อประเภทต่างๆ ติดตามผล และรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกัน เพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจาก ประชาชนที่เกี่ยวข้อง และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ในอำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี อันจะเป็นประโยชน์ให้ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย

๙) ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด หมายถึง ศูนย์ฝึกอบรมถ่ายทอดและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีชีวภาพให้กับเกษตรกร หน่วยงานภาครัฐ เอกชนรวมถึงผู้สนใจทั่วไปโดยมีการค้นคว้า วิจัย ทดสอบ การพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อการกิจกรรมทั้งด้านพืช ปศุสัตว์ ฯลฯ โดยใช้ภูมิปัญญาตะวันออก และวางยุทธศาสตร์/ยุทธวิธีวิธีชุมชนแบบพึ่งพาตนเอง ตำบลพลับพลา อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ดูแลโดยปราชญ์ชาวบ้าน นายธีระ วงษ์เจริญ

๑.๗ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑.๗.๑ ทำให้ทราบวิธีการการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

๑.๗.๒ ทำให้ทราบความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

๑.๗.๓ ผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำมาพัฒนาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

๑.๗.๔ ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงาน/องค์กรอื่นๆต่อไป

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

๒.๑.๑ ความหมายของการบริหารจัดการ

๒.๑.๒ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

๒.๒.๑ ความหมายของการประชาสัมพันธ์

๒.๒.๒ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

๒.๓ ข้อมูลพื้นที่วิจัย

๒.๔ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๔.๑ งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

๒.๔.๒ งานวิจัยเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

๒.๕ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

๒.๑.๑ ความหมายของการบริหารจัดการ

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร เรื่องความหมายของการบริหารจัดการ มีนักวิชาการหลายท่าน ให้ความหมายที่สอดคล้องกัน ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างมาเฉพาะที่เห็นว่าน่าสนใจศึกษา เกี่ยวข้องกับการวิจัยของผู้วิจัย ดังนี้

การบริหารจัดการ หรือ “management” มาจากคำในภาษาละตินว่า “Manus” หมายถึง การควบคุมโดยมือ (Control by hand) ความแตกต่างที่สำคัญของคำทั้งสองน่าจะอยู่ระหว่างการรับใช้ และการควบคุม หรือ การได้รับผลลัพธ์^๑ นอกจากนั้น จำแนกเป็น การบริหาร (Administration) หมายถึง ช่วยเหลือ หรืออำนวยความสะดวก โดยที่การบริหารมีความหมายสัมพันธ์กับการจัดการ (management) นิยมใช้ในภาคเอกชนหรือภาคธุรกิจซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง เพื่อมุ่งแสวงหากำไร (Profits) หรือกำไรสูงสุด (Maximum profits)^๒ ทั้งนี้การบริหารยังอาจหมายถึง

^๑ จุมพล หนีพานิช, การบริหารจัดการภาครัฐใหม่: หลักการ แนวคิด และกรณีตัวอย่างของ ไทย, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (นนทบุรี : ฝ่ายตำรา สำนักวิชาการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๐), หน้า ๓๓๖.

^๒ วัชร วัชรนิภาวรรณ, การพัฒนาเมืองและชนบทประยุกต์, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ฟอร์ เพช, ๒๕๔๙), หน้า ๒๙-๓๑.

หมายถึง ศิลปะแห่งการทำงานให้สำเร็จโดยอาศัยคนอื่น^๓ สำหรับคำว่า การจัดการ (management) คือ กระบวนการในการประสานงาน (Coordinating) กิจกรรมการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์การให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะวัดได้จากทรัพยากรที่ใช้ (input) กับผลผลิต (output) ที่ออกมา ถ้าได้ผลผลิตมาโดยใช้ทรัพยากรน้อยหรือประหยัดสุดถือว่ามีประสิทธิภาพ ส่วนประสิทธิผล (Effective) จะวัดจากความสามารถในการบรรลุเป้าหมายขององค์การที่มักเป็นในระยะยาว ซึ่งบางครั้งการปฏิบัติงานอาจมีประสิทธิภาพแต่ไม่มีประสิทธิผล หากองค์การใดสามารถบรรลุทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล แสดงว่าองค์การนั้นมีผลิตผลที่สูง^๔ การบริหาร ยังหมายถึง กระบวนการประสานกิจกรรมหรืองานต่าง ๆ เข้าด้วยกันทำให้งานสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ และ ประสิทธิผลภายใต้การดำเนินงานของคนอื่น^๕ เป็นกิจกรรมที่บุคคลตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป ร่วมกัน ดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน^๖ โดยการทำให้งานต่าง ๆ ลุล่วงไปโดยอาศัยคนอื่นเป็นผู้กระทำ^๗ เป็นการทำให้งานสำเร็จด้วยดี แต่ต้องอาศัยผู้อื่นทำ^๘ ตลอดจนนำไปสู่กระบวนการของการ ทำกิจการที่มี การวางแผน (Planning) การอำนวยการ (Directing) ตลอดจนความร่วมมือ (Coordinating) โดยเฉพาะกิจกรรมด้านเศรษฐกิจ^๙ เป็นศิลปะในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับผู้อื่น^{๑๐} เป็นการขับเคลื่อนงานภายในองค์กรให้เดินไปข้างหน้าโดยอาศัยผู้อื่นด้วยการเป็นผู้นำ (Leadership) การแนะแนว (Guiding) และการกระตุ้น (Motivative) ความเพียรของผู้อื่นเพื่อสู่เป้าหมายขององค์กรและยังรวมไปถึงการให้กำลังใจ (Inspiring) การสื่อสาร (Communicating) การวางแผน (Planning) และการจัดการ (Management)^{๑๑} การบริหารจัดการจึงเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ เป็นสาขาวิชาที่มีการจัดระเบียบอย่างมีระบบ คือมีหลักการ กฎเกณฑ์ และทฤษฎี ที่พึงเชื่อถือได้ อันเกิดจากการค้นคว้าเชิงวิทยาศาสตร์ เพื่อประโยชน์ในการบริหารงานโดยลักษณะเช่นนี้ การบริหาร

^๓พระราชวรมนิ (ประยูร ธมมจิตโต), **คุณธรรมสำหรับนักบริหาร**, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิพุทธธรรม, ๒๕๔๑), หน้า ๓.

^๔ Robbins, S.P. & Coulter, **Management**, (New Jersey : Prentice – Hall, 2003), p. 6.

^๕Robbins, Stephen P.and Coulter,M. **Management**, (7thed,New Jersey : prentice Hall International,Lnc,2002), p. 6.

^๖Simon,Herbert A, **Administrative Behavior**, (New York : The Macmillan Company, 1947), p. 3.

^๗Dale, **Management : Theory and practice**, (New York : Mc Grow - Hill, 1965), p. 4.

^๘Druck, Peter F. **Management : Tasks responsibility practice**, (New York:Harper - Row,1974), p. 4.

^๙Dale Yoder, **Personnel Principles and Policies**, fourth printih printing, Englewood, (Cliffs : New jersey Prentice- Hall, Inc, 1956), p. 7.

^{๑๐}Don Hellriegel, **Management** (third edition, Addison - Wesley Publishing Company,lmc., 1982), p. 6. อ้างใน พระเทพรัตนสุธี, บทบาทการบริหารกิจการคณะสงฆ์ด้านการปกครองของ จังหวัดปทุมธานี,**วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย , ๒๕๕๓).

^{๑๑}E.N. Chapman, **Supervisor Survival Kit**, (second edition, California : cienceResearch Associates Inc., 1995), p. 3.

จึงเป็นศาสตร์ (Science) ซึ่งเป็นศาสตร์ทางสังคม ที่อยู่กลุ่มเดียวกับวิชาจิตวิทยา สังคมวิทยา และ รัฐศาสตร์ แต่ถ้าพิจารณาการบริหารในลักษณะของการปฏิบัติที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และทักษะของผู้บริหารแต่ละคนที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งเป็นการประยุกต์เอา ความรู้ หลักการและทฤษฎีไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และ สิ่งแวดล้อมแล้ว การบริหารก็จะมีลักษณะเป็นศิลป์^{๑๒} การบริหารจัดการ ยังหมายถึง การเสริมพลัง/ อำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment) การรื้อปรับระบบ (Reengineering) การบริหารงานเชิง คุณภาพเบ็ดเสร็จ/โดยรวม (Total Quality Management) และการปรับลดขนาดองค์กร (Dowsizing) โดยผู้บริหารจะต้องทำหน้าที่การจัดองค์กร (Organizing) การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) การวางแผน (Planning) และการควบคุม (Controlling)^{๑๓} โดยการเสริมสร้างสังคมไทย ไปสู่สังคมที่ปลอดจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ตลอดจน เป็นสังคมที่ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตสิทธิมนุษยชนและสุจริตชนแล้วนั้นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือกระบวนการ ในการไปถึงเป้าหมายซึ่งต้องอาศัย การเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจสร้างความตระหนักและความ สำนึกในการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและการยกระดับสังคมไทยของประชาชนและภาคส่วนที่ เกี่ยวข้องซึ่งต้องมีการทุ่มเททั้งแรงกายและแรงใจอย่างจริงจังและต่อเนื่องแม้จะมีข้อจำกัดในด้าน ต่าง ๆ เช่น งบประมาณ บุคลากร แต่หากว่าเราได้มองข้ามหรือก้าวผ่านและมีความเชื่อว่าสิ่งดีงามที่ ได้กระทำต่อสังคมไทยนั้น จะนำมาซึ่งการร่วมแรงร่วมใจของทุก ๆ คนในสังคมไทยก็จะเป็นแรง บันดาลใจและกระบวนการทัศน์ที่ปราศจากสิ่งใดมาอุดหนุนในอุดมการณ์ในการสร้างสรรค์สิ่งดีงามให้เกิดขึ้น ในสังคม^{๑๔}

กล่าวโดยสรุปว่า การบริหารจัดการ หมายถึง แนวทางหรือวิธีการดำเนินงานใด ๆ ของ หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อพัฒนางาน บุคลากร และการใช้ทรัพยากรของหน่วยงานไปในทิศทางที่ หน่วยงานตั้งเป้าหมายไว้ และดำเนินงานตามกระบวนการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้นอย่างมี ประสิทธิภาพ ทำให้องค์กรมีประสิทธิผลในการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กร

๒.๑.๒ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ มีนักการศึกษาได้กล่าวไว้ หลายท่าน ในที่นี้ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างมาเฉพาะที่เห็นว่าน่าสนใจศึกษา ดังนี้

จากการศึกษาแนวคิดพุทธวิธีบริหาร ซึ่งเป็นการบริหาร ในรูปแบบวิธีการทำให้งาน สำเร็จโดยอาศัยผู้อื่น (Getting things done through other people) และกล่าวว่าหน้าที่ของ ผู้บริหารเป็นกรอบในการพิจารณาของผู้บริหารให้สำเร็จ มี ๕ ประการ ตามคำย่อภาษาอังกฤษว่า “POSDC” ดังนี้ คือ

^{๑๒} จันทราณี สงวนนาม, เอกสารประกอบการสอนบรรยายหลักสูตรผู้บริหารสถานศึกษาระดับสูง, (ม.ท.ป, ๒๕๔๕), หน้า ๔.

^{๑๓} จุฑา เทียนไทย, การจัดการมุมมองนักบริหาร, (กรุงเทพมหานคร : แมคกรอฮิล, ๒๕๔๘), หน้า ๔.

^{๑๔} สุทิน นพเกตุ, สิทธิมนุษยชนศึกษาพุทธศาสตร์สู่การสร้างวัฒนธรรม-วิถีชีวิตสิทธิมนุษยชน และสุจริตชน, (กรุงเทพมหานคร : คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ, ๒๕๔๙), หน้า ๕๑.

๑. P คือ Planning หมายถึง การวางแผน เป็นการกำหนดแนวทางการดำเนินงานเพื่อความสำเร็จที่จะตามมาในอนาคต ผู้บริหารที่ดีต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลเพื่อกำหนดทิศทางขององค์กร

๒. O คือ Organizing หมายถึง คือ การจัดองค์กร เป็นการกำหนดโครงสร้างความสัมพันธ์ของสมาชิกและสายบังคับบัญชาภายในองค์กร มีการแบ่งงานกันทำและการกระจายอำนาจ

๓. S คือ Staffing หมายถึง งานบุคลากรเป็นการสรรหาบุคลากรใหม่การพัฒนาบุคลากรและการใช้คนให้เหมาะสมกับงาน

๔. D คือ Directing หมายถึง การอำนวยการ เป็นการสื่อสารเพื่อให้เกิดการดำเนินการตามแผน ผู้บริหารต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและต้องมีภาวะผู้นำ

๕. C คือ Controlling หมายถึง การกำกับดูแลเป็นการควบคุมคุณภาพของการปฏิบัติงานภายในองค์กรรวมทั้งกระบวนการแก้ปัญหาภายในองค์กร^{๑๔}

นอกจากนั้น แนวคิดความที่คล้ายกันตามหลักการบริหารของเดมมิง (deming) ได้กล่าวถึง หลักการบริหารจัดการ ตามรูปแบบ PDCA ดังนี้

๑. การวางแผน (plan - P)

๒. การปฏิบัติตามแผน (do - D)

๓. การตรวจสอบ (check - C)

๔. การปฏิบัติ (action - A)

P คือ การวางแผน (Plan) การทำงาน ซึ่งเราต้องรู้ว่า เราจะให้ใครทำ (Who) ทำอะไร (What) ทำที่ไหน (Where) ทำเมื่อไหร่ & มีเวลาเท่าไร (When) ทำอย่างไร (How) ภายใต้งบประมาณเท่าไร (How much) ให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Purpose) เช่น ปัญหา มันเริ่มต้นจากคน ๑ คน ไม่ได้มีงานเดียว ทุก ๆ คน มีทั้งงานด่วน งานแทรก งานของหัวหน้า งานของเพื่อน สารพัดงานที่มั่วสุมมั่วสุมกันเข้ามา และที่วุ่นวายมากขึ้นไปอีก ก็คือ หากองค์กรนั้นมีหลายนาย ซึ่งแต่ละนายก็สุดที่จะเอาแต่ใจตัวเอง เอาใจไม่ถูก ดังนั้นคนทำงานจึงเริ่มรวน ไม่รู้จะทำงานไหนก่อน พอจะเริ่มทำงานนั้น เอ้า ผู้ร่วมงานถูกดึงไปทำอย่างอื่น งาน รันต่อไม่ได้ พอทำงานหนึ่งเสร็จ เอ้า เวลาไม่พอที่จะทำงานถัดไป ต้องปรับ How (ปรับวิธีการ) อีกแล้ว แต่การปรับ How แบบเหลือเวลาทำงานน้อย ๆ มักจะทำได้ยาก สุดท้ายทีมงานก็ต้องวกกลับมาปรึกษาหัวหน้าทีมอีกครั้ง สำหรับปัญหาเหล่านี้ หากจะแก้ ต้องทำให้ความผันผวนของการดำเนินตามแผนงานมีให้น้อยลง ซึ่งคนที่เป็หัวหน้าทีม จำเป็นต้อง Priority งานทุก ๆ งาน ต้องกำหนดเป้าหมาย (Purpose) ของแต่ละงานไว้ชัดเจน แล้วจึงทำการวางแผนงาน (Plan) และหากต้องการให้ทีมงานปรับตัวได้เร็ว หัวหน้าทีมจะต้องสอน (Coaching) วิธีคิดให้กับทีมงานด้วย ในขณะเดียวกัน หัวหน้าทีมต้องปรับแผนงานเร็ว เพื่อที่จะได้นำพาทีมงาน ทำงานให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้

^{๑๔} พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต), **พุทธวิธีบริหาร**, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๙), หน้า ๔๘.

D คือ การลงมือทำ (Do) มันเริ่มต้นจากความไม่ชัดเจนของหลายสิ่งหลายอย่าง เช่น แม้ว่าตอนวางแผน จะบอกว่า ให้ใครทำให้ฝ่ายไหนทำบ้าง แต่ไม่ได้ระบุไปว่าใครเป็นเจ้าของหลัก ทำให้ทีมงานเกี่ยงงานกันได้ง่าย ยิ่งหากไม่ชอบชู้หน้ากันด้วยแล้ว งานยิ่งไม่เดินเลย หรือ ในตอนวางแผน บอกว่า จะต้องใช้อุปกรณ์แบบนี้ เท่านั้น แต่พอทำจริง ปริมาณไม่พอใช้ เพราะตอนวางแผน มองว่า งบประมาณไม่พอเลยตัดโน่น ตัดนี่จนความเป็นจริง เกิดความไม่เพียงพอต่อการทำงาน ดังนั้น การแก้ปัญหาเหล่านี้ สิ่งที่ต้องทำในฐานะหัวหน้าทีมงาน ก็คือ การระมัดระวังในการนำทีม (Directing) ซึ่ง จะเกี่ยวข้อง กับเรื่อง วิธีการสื่อสาร (Communication) การจูงใจให้ทีมงานอยากทำงาน (Motivation) และหัวหน้าทีมยังต้องทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา (Consulting) ให้กับทีมงานด้วย รวมถึง ต้องมีการจัดกำลังคน และจัดเตรียมทรัพยากรให้เพียงพอต่อการดำเนินงาน (Organizing) ให้ดี ก่อนที่จะดำเนินการลงมือทำ (Do)

C คือ การตรวจสอบ งาน (Check) มันเริ่มต้นจาก การตรวจสอบนั้นทำได้ง่าย แต่การ นำข้อมูลที่ตรวจสอบไปใช้ ควบคุม การทำงานของส่วนงานนั้นๆ มักเป็นไปอย่างเชื่องช้า หรือ ไม่ได้ นำไปใช้เลย และเมื่อเวลาผ่านไป พนักงานจะมองว่า การตรวจสอบของเขานั้น ไม่เห็นมีความ จำเป็นต้องทำเลย ไม่นานพวกเขาก็จะเลิกทำการตรวจสอบงาน ดังนั้นแนวทางแก้ไข คือ หัวหน้า ทีมงาน จะต้องเป็นผู้รับรู้ผลของการตรวจสอบงาน (Check) ของส่วนงานในสังกัดทั้งหมด เพื่อจะได้ ทำการ เป็นผู้ประสานงาน (Coordinator) นำข้อมูล ไปใช้ในการควบคุม (Control) ให้ผลงานเป็น ตามแผน และหัวหน้างานยังจำเป็นต้องดำเนินการ ติดตาม การตรวจสอบงาน และควบคุมผลงาน อย่าง ต่อเนื่อง (Continue) สม่ำเสมอ เพื่อทำให้ทีมงาน เห็นถึงความสำคัญของงาน

A คือ การปรับปรุง แก้ไข งานให้ดีขึ้น (Act) คือ ในกรณีที่ผลงานออกมาไม่ได้ตาม เป้าหมาย ก็ไม่มีใครทำอะไรต่อ และยิ่งงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ พนักงานก็จะทำเหมือนเดิม ซึ่งทำ ให้องค์กรไม่พัฒนา ดังนั้นแนวทางแก้ไข คือ กรณีที่ทำงานไม่ได้เป้าหมาย หัวหน้าทีมงาน จะต้องทำ การปรับแผนงาน (Adjust plan) โดยเน้นในประเด็นวิธีการ (How) และในกรณีที่ทำได้ตามแผนที่ กำหนดไว้ หัวหน้าทีมงาน จำเป็นที่จะต้องทำการ สั่งการ (Command) ให้ทุกฝ่าย ตั้งเป้าหมายให้ สูงขึ้น เพื่อที่องค์กรจะได้พัฒนาต่อไปไม่สิ้นสุด (Action to improvement)^{๑๖}

จากกระบวนการบริหารงานทั้ง ๔ ขั้นตอนจะต้องปฏิบัติต่อเนื่องกันไปไม่สิ้นสุดซึ่ง เขียนได้ว่า (Plan-do-check-act) PDCA ซึ่งเหมือนกับเป็นวงจรอันหนึ่งเรียกว่า วงจรเดมมิง (the deming cycle) วงจรหรือวงล้อ (PDCA) เป็นเครื่องมือการบริหารอย่างต่อเนื่องในการติดตามพัฒนา ให้บรรลุเป้าหมาย โดยวงจรเดมมิง หรือ PDCA เป็นการบวนการหนึ่ง ซึ่งสามารถที่จะนำมาใช้ได้เป็น อย่างดีในการควบคุมคุณภาพหรือการบริหารคุณภาพ^{๑๗} ในปัจจุบัน อองรี ฟาโยล (Henri Fayol) ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นบิดาทางการบริหารสมัยใหม่ได้กำหนดไว้ว่า หน้าที่ทางการบริหารของผู้บริหาร ประกอบด้วย ห้าอย่าง กล่าวคือ การวางแผน การจัดองค์การ การบังคับบัญชา การประสานงาน

^{๑๖}ความรู้ทั่วไป นาย chaime, กระบวนการบริหารงานตามแนวของเดมมิง, [ออนไลน์] , แหล่งที่มา : www.chaime.net [๑ ก.ย.๒๕๕๖].

^{๑๗}Henri Fayol, อ้างใน สมเดช สีแสง, คู่มือการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาตามพระราชบัญญัติ การศึกษาแห่งชาติ, (ชัยนาท : อมรการพิมพ์, ๒๕๔๔), หน้า ๑๙๘ - ๑๙๙.

และการควบคุม ต่อมาได้มีการพัฒนาทฤษฎีทางการบริหารอีกหลายทฤษฎี เช่น ศาสตราจารย์ กุลิก (Luther Gulick) และศาสตราจารย์ เออร์วิก (Lundall Urwick) ได้สรุปไว้ใน “paper on the Science of Administration.” ใน พ.ศ.๒๔๘๐ (ค.ศ.๑๙๓๗) ว่ามีกิจกรรมที่สำคัญ ๗ ประการ หรือที่เรียกกันย่อๆว่า “POSDCoRB Model” ดังต่อไปนี้

๑. การวางแผน (P=Planning) ว่าต้องการจะทำอะไร ทำไมต้องทำ จะทำที่ไหน จะทำเท่าใด จะทำอย่างไร และใครเป็นผู้รับผิดชอบ

๒. การจัดองค์การ (O=Organizing) ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดโครงสร้างของหน่วยงาน การกำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดตำแหน่งงาน ประสานงาน มอบอำนาจ และหน้าที่ความรับผิดชอบ

๓. การบริหารงานบุคคล (S=Staffing) เป็นการเตรียมเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานให้เหมาะสมและพอเพียงกับงาน โดยพิจารณากรอบอัตราค่าจ้างที่กำหนด การคัดเลือก บรรจุ ปฐมนิเทศ และพัฒนาทักษะ

๔. การอำนวยการ (D=Directing) หรือการบังคับบัญชา ซึ่งรวมทั้งการควบคุมงาน การนิเทศงาน การสร้างมนุษยสัมพันธ์ และแรงจูงใจ รวมถึงการตัดสินใจเพื่อการวินิจฉัยสั่งการที่ถูกต้อง

๕. การประสานงาน (Co=Coordinating) เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและราบรื่น ช่วยแก้ปัญหาและข้อขัดแย้งในการปฏิบัติงาน ทำให้กิจกรรมต่างๆเอื้ออำนวยสนับสนุนเกื้อกูลกันและกัน ไม่ซ้ำซ้อนหรือเกิดช่องว่าง ผู้ร่วมงานทุกคนมีความเข้าใจกันทั้งด้านการปฏิบัติงานและการดำรงชีพ

๖. การรายงานผลการปฏิบัติงาน (R=Reporting) เป็นส่วนหนึ่งของระบบการติดต่อสื่อสารที่จำเป็นของหน่วยงานที่ต้องจัดทำให้มีขึ้น เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติงานไว้สำหรับการประเมินผล ความก้าวหน้าและความสำเร็จของงาน

๗. การงบประมาณ (B=Budgeting) เป็นการจัดการเกี่ยวกับระบบการเงินของหน่วยงานอันรวมถึง การเตรียมขออนุมัติ การจัดการ การใช้จ่าย และการตรวจสอบงบประมาณ

กิจกรรมการบริหารทั้ง ๗ ประการนี้ เป็นวิธีการที่เป็นที่ยอมรับว่าเป็นศาสตร์ของการบริหารงานซึ่งมีระเบียบและขั้นตอนการปฏิบัติงานที่แน่นอน และพิสูจน์ได้ว่าเป็นประโยชน์ต่อการบริหารเมื่อยึดหลักที่ได้กำหนดไว้ ต่อมาในยุคปัจจุบันได้มีการพัฒนาทฤษฎีทางการบริหารที่เป็นที่ยอมรับกันว่าหน้าที่ทางการบริหารของผู้บริหารน่าจะประกอบไปด้วยหน้าที่สี่อย่าง ซึ่งได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการ และการควบคุม เป็นต้น ส่วนประกอบสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย หลักการในการบริหารจัดการ ๑๔ ประการ ดังนี้^{๑๔}

๑. การแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) ฟาโย ได้เสนอว่า คนงานควรจะได้รับภาระมอบหมายหน้าที่ให้ปฏิบัติมากขึ้นหรือได้รับการกระตุ้นให้มีความรับผิดชอบในผลลัพธ์ของงานมากขึ้น ซึ่งหลักการนี้จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรยุคปัจจุบันได้

^{๑๔}Fayol, อังโน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ, ทฤษฎีองค์การ : ฉบับมาตรฐาน, (กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร, ๒๕๔๕), หน้า ๖๘ - ๖๙.

๒. อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Authority and Responsibility) แวปเบอร์ และฟายโอ ได้ให้ความสำคัญของอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบอำนาจหน้าที่แบบเป็นทางการของ แวปเบอร์จะได้มาจากตำแหน่งหน้าที่ของผู้บริหารในสายการบังคับบัญชา ส่วนอำนาจหน้าที่แบบไม่เป็นทางการจะได้รับจากความชำนาญงานของบุคคล (Expertise) ความรู้ทางด้านเทคนิค (Technical Knowledge) ความมีคุณค่าทางศีลธรรม (Moral Worth) และความสามารถในการนำ (Leading) และสร้างความผูกพันกับผู้ใต้บังคับบัญชา ตลอดจนเน้นว่าอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบควรอยู่คู่กัน

๓. การมีผู้บังคับบัญชาคนเดียว (Unity of Command) ฟายโอ กล่าวว่าคำสั่งสองคำสั่ง (Dual Command) อาจก่อให้เกิดปัญหาในการทำงาน เช่น การรายงานจะมีความเกี่ยวข้อง ในเมื่อผู้ควบคุมสองคนได้ให้คำสั่งกับผู้ใต้บังคับบัญชาเพียงคนเดียวทำให้เกิดการสับสนในบางสถานการณ์ คำสั่งสองคำสั่งนี้ทำให้เกิดความยุ่งยากแก่ผู้บังคับบัญชาและทำให้เกิดการสับสนในลำดับชั้นของอำนาจหน้าที่แบบเป็นทางการ (Formal Hierarchy of Authority) การประเมินอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารในระบบผู้บังคับบัญชาสองคนจะเป็นการยากและผู้บริหารจะไม่สนใจในความรู้สึของผู้ใต้บังคับบัญชา มักจะโกรธและอาจไม่ให้ความร่วมมือในอนาคตถ้าผู้ใต้บังคับบัญชาไม่เชื่อฟัง

๔. สายการบังคับบัญชาตามอำนาจหน้าที่ (Line of Authority) เป็นสายการบังคับบัญชาจากผู้บริหารในระดับบนสู่ผู้ปฏิบัติงานในระดับล่างขององค์การ ความสัมพันธ์ของการจำกัดความยาวของสายการบังคับบัญชาโดยการควบคุมจำนวนของระดับในลำดับชั้นของการบริหารจัดการ จำนวนที่ดีที่สุดในลำดับชั้นการบังคับบัญชา (Hierarchy) คือความยาวของการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บริหารระดับสูงและพนักงานระดับล่าง รวมถึงความล่าช้าใน การวางแผน (Planning) และการจัดการ (Organizing) ซึ่งการจำกัดจำนวนของระดับชั้น การบังคับบัญชาให้น้อยลงจะทำให้ปัญหาในการติดต่อสื่อสารลดลง และองค์การจะมีการปฏิบัติงานที่รวดเร็วและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น ภายในองค์การได้มีการแบ่งแยกแผนกต่างๆ ซึ่งแต่ละแผนกจะมีระดับชั้นการบังคับบัญชาโดยผู้บริหารในระดับกลางและระดับต้นของสายการบังคับบัญชาแต่ละแผนกต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้จัดการในระดับเดียวกันในแผนกอื่น ๆ ซึ่งปฏิสัมพันธ์นี้ช่วยในการตัดสินใจให้เร็วขึ้น เนื่องจากผู้บริหารจะรู้จักบุคคลอื่น และรู้วิธีการในการแก้ปัญหาเพิ่มมากขึ้น สำหรับการทำงานข้ามแผนกหรือการทำงานข้ามสายนั้น เป็นการสร้างทีมงานข้ามสาย ซึ่งสามารถควบคุมโดยผู้นำของแต่ละทีม

๕. การรวมอำนาจ (Centralization) เป็นการรวมอำนาจของการบังคับบัญชาไว้ที่ผู้บริหารระดับสูงขององค์การ ซึ่งอำนาจหน้าที่จะไม่ได้รวมไว้ที่ผู้บริหารระดับสูงของสายการบังคับบัญชาแต่เป็นการกำหนดว่าควรมีการรวมอำนาจไว้ที่ผู้บริหารระดับสูงเท่าใดอย่างไรและมีการกระจายอำนาจให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาและคนงานในระดับล่างอย่างไรสิ่งนี้ถือว่ามีความสำคัญ เนื่องจากว่าจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของพนักงานในทุกระดับขององค์การ

๖. การมีเป้าหมายเดียวกัน (Unity of Direction) เป็นการออกแบบหรือกำหนดแผนในการปฏิบัติงานของผู้บริหารและคนงานที่ใช้ทรัพยากรขององค์การ องค์การใดที่ไม่มี การวางแผนจะทำให้ขาดประสิทธิภาพและขาดประสิทธิผล ซึ่งจะไม่มีการมุ่งไปสู่กิจกรรมของกลุ่มหรือกิจกรรมของ

บุคคล แต่การวางแผนจะเริ่มที่ผู้บริหารระดับสูงทำงานเป็นทีมร่วมกับกลยุทธ์ขององค์การ ซึ่งจะต้องมีการติดต่อกับผู้บริหารในระดับกลางที่มีส่วนในการตัดสินใจว่า จะใช้ทรัพยากรขององค์การอย่างไร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามกลยุทธ์หลักการในข้อนี้ยึดหลักว่ากิจกรรมของแต่ละกลุ่มต้องมีจุดหมายและแผนเดียวกัน

๗. หลักความเสมอภาค (Equity) ความเสมอภาค คือ ความเป็นธรรม (Justice) ความยุติธรรม (Impartiality) และความเหมาะสม (Fairness) สำหรับสมาชิกทุกคนภายในองค์การซึ่งในปัจจุบันพนักงานมีความต้องการความเสมอภาคมากขึ้นเป็นการจัดการที่ใช้หลักความเท่าเทียมกัน

๘. การออกคำสั่ง (Order) วิธีการจัดการซึ่งอยู่ในตำแหน่งนั้นในการจัดหาเพื่อให้องค์การได้รับประโยชน์สูงสุด และเป็นการจัดหางานให้แก่พนักงานโดยใช้ผังองค์การ (Organization Chart) เพื่อแสดงให้เห็นถึงตำแหน่งและหน้าที่ของพนักงานแต่ละคน และเป็นการชี้วัดว่าตำแหน่งของพนักงานแต่ละคนอาจจะมีการเลื่อนขั้นได้ในอนาคต การวางแผนเกี่ยวกับอาชีพได้รับความสนใจมากขึ้นในองค์การยุคปัจจุบันเนื่องจากทรัพยากรมนุษย์ถือว่ามีความจำเป็นที่จะต้องให้การฝึกอบรม (Training) และการพัฒนากำลังแรงงาน (Developing) โดยองค์การจะกำหนดตำแหน่งหน้าที่สำหรับคนทุกคน และทุกคนจะเข้าใจตำแหน่งหน้าที่ของตน

๙. ความคิดริเริ่ม (Initiative) เป็นความสามารถของบุคคลในการกระทำการต่างๆ โดยปราศจากการสั่งการจากผู้บังคับบัญชาผู้บริหารจะต้องกระตุ้นให้พนักงานมีความคิดริเริ่มซึ่งความคิดริเริ่มนี้นับถือว่าเป็นจุดแข็งขององค์การ เนื่องจากจะสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ได้ ผู้บริหารมีความต้องการทักษะ (Skill) และไหวพริบ (Tact) เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างองค์การและความต้องการของพนักงาน และความสามารถ (Ability) จะทำให้เกิดความสมดุล ซึ่งเป็นสิ่งที่ชี้วัดผู้บริหารระดับสูงในการพัฒนาและการบริหารงาน

๑๐. ความมีระเบียบวินัย (Discipline) เป็นการมุ่งให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องการเชื่อฟัง (Obedience) อำนาจ (Energy) คำขอร้อง (Application) และลักษณะของการแสดงความนับถือออกมา สำหรับอำนาจของผู้บังคับบัญชาความมีระเบียบวินัยเป็นบุคลิกลักษณะที่เกี่ยวข้องกับผู้บริหารหลายๆ คนที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ปฏิบัติงานทั้งหมดและทำงานอย่างเข้มแข็งเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การความมีระเบียบวินัยจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในองค์การกับคุณสมบัติของผู้นำภายในองค์การและเป็นความสามารถของผู้บริหารในการที่จะปฏิบัติตามอย่างยุติธรรมอีกด้วย

๑๑. ค่าตอบแทน (Remuneration of Personnel) การให้รางวัลประกอบด้วยโบนัสและแผนการแบ่งกำไรเป็นการช่วยกระตุ้นการทำงานของพนักงานได้ การให้หรือการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานมีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จขององค์การระบบรางวัลที่มีประสิทธิภาพสามารถให้ความยุติธรรมทั้งพนักงานและองค์การ รวมทั้งสามารถกระตุ้นผลผลิตเพิ่มโดยการให้รางวัลเพื่อเป็นการสนับสนุนให้มีผลผลิตเพิ่มขึ้นโดยยึดหลักว่าการจ่ายค่าตอบแทนควรยุติธรรมและตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดทั้งนายจ้างและลูกจ้างเท่าที่จะทำได้

๑๒. ความมั่นคงในงาน (Stability of Tenure of Personnel) ความมั่นคงในงานมีความสำคัญต่อการจ้างงานระยะยาว เมื่อพนักงานอยู่ในองค์การซึ่งมีแนวโน้มจะทำงานเป็นทีมเป็น

ระยะเวลานานโดยพยายามพัฒนาทักษะและปรับปรุงความสามารถในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรขององค์การการจ้างงานระยะยาวเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้อธิบายการประสบความสำเร็จของบริษัทขนาดใหญ่ในญี่ปุ่น

๑๓. ผลประโยชน์ส่วนตัวมีความสำคัญน้อยกว่าผลประโยชน์ขององค์การ (Subordination of individual interests to the common interest) ผลประโยชน์ขององค์การถือว่าเป็นประโยชน์ของทุก ๆ คนหรือของทุกกลุ่มในองค์การในขณะที่องค์การยังดำเนินกิจการอยู่จะต้องมีการกำหนดผลประโยชน์เพื่อให้เกิดความยุติธรรมระหว่างองค์การและสมาชิกภายในองค์การ

๑๔. ความสามัคคี (Sprit de corps) เป็นความรู้สึกร่วมกันของสมาชิกภายในองค์การที่ช่วยสนับสนุนการทำงานของสมาชิกในกลุ่ม ในการออกแบบประยุกต์ของอำนาจหน้าที่ตามลำดับชั้นภายในองค์การและสิทธิในการสั่งการ หรือการบริโภคและความร่วมมือกัน ถือว่าเป็นส่วนประกอบสำคัญในการที่ทำให้องค์การบรรลุผลสำเร็จและมีการพัฒนา ความสามัคคีจะสามารถบรรลุผลสำเร็จได้หากมีการติดต่อกันระหว่างผู้บริหารและคนงาน โดยการติดต่อเพื่อแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ที่สำคัญ เพราะความสามัคคีคือพลัง เมื่อสมาชิกมีความสามัคคีกันสูงก็จะทำให้องค์การมีความแข็งแกร่ง

สาระสำคัญในหนังสือที่ ลูเธอร์ กุลิค และลินดัลเออร์ลิก (Lather Qulick and LyndullUrwick) ได้เสนอไว้อีกประการหนึ่ง คือ เรื่องเกี่ยวกับประสิทธิภาพและหลักการจัดองค์การ โดยได้เสนอแนวความคิดว่า ประสิทธิภาพถือว่าเป็นหัวใจของการบริหาร ประสิทธิภาพจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อมีการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญเฉพาะด้านอย่างถูกต้องเหมาะสม ทั้งนี้เพราะ ถ้าผู้ปฏิบัติเป็นผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญในการทำงานที่ได้รับมอบหมายมากเท่าใด โอกาสที่จะทำให้การดำเนินงานนั้นประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพจะเกิดขึ้นได้มากขึ้นเท่านั้น

นอกจากนี้ กุลิคและเออร์วิกยังได้เสนอความคิดเกี่ยวกับเรื่อง หลักการจัดองค์การ ไว้ว่า การแบ่งงานกันทำในองค์การทำให้เกิดหน่วยงานย่อย ๆ ขึ้นมาในองค์การจำนวนมาก ดังนั้นในระบบการประสานงานที่ดีด้วย รูปแบบการจัดองค์การที่สามารถนำมาใช้ในการแบ่งงานและการจัดส่วนงานอาจทำได้โดยยึดหลักการต่าง ๆ ดังนี้

๑. หลักการจัดองค์การตามวัตถุประสงค์ (Purpose) หมายถึง การจัดองค์การที่ให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์การดำเนินงานขององค์การเป็นหลัก การจัดองค์การแบบนี้ จะมีการจำแนกงานที่องค์การต้องการปฏิบัติจัดทำออกเป็นด้านๆ เช่นด้านการจัดการศึกษา ด้านการรักษาความสงบเรียบร้อย ด้านชลประทาน ด้านการจัดเก็บภาษีอากร ด้านการเงินการคลัง ฯลฯและรวมสมาชิกที่ทำงานประเภทต่างๆ มาทำงานร่วมกัน

๒. หลักการจัดองค์การตามกระบวนการ (Process) หมายถึง การรวมงานประเภทเดียวกันไว้ด้วยกันและนำคนที่มีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้านมาทำงานร่วมกันในหน่วยงานนั้น เช่น ฝ่ายการเงินการบัญชี ฝ่ายบุคลากร ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายค้นคว้าวิจัย ฯลฯ เป็นต้น การแบ่งงานแบบนี้จะทำให้หน่วยงานแต่ละประเภทต้องทำงานให้บริการหน่วยงานอื่นๆ ด้วยเช่น การจัดทำตรวจสอบบัญชี ฝ่ายบัญชีจะเข้าไปทำงานให้กับทุกหน่วยงานในสังกัด เป็นต้น

๓. หลักการจัดองค์การตามลูกค้า (Clientele) หมายถึง การจัดหน่วยงานโดยมีการนำบุคคลที่มีความรู้ความชำนาญงานในหลายด้านมาทำงานร่วมกันเพื่อให้บริการกับลูกค้าแต่ละประเภท

เช่นการให้บริการด้านการรักษาพยาบาล มีการจัดตั้งโรงพยาบาลออกเป็น โรงพยาบาลเด็ก โรงพยาบาลหญิง โรงพยาบาลสงฆ์ โรงพยาบาลแต่ละประเภทจะมุ่งให้บริการบุคคลเฉพาะกลุ่ม เช่น โรงพยาบาลเด็ก จะมีระบบการจัดบริการตรวจรักษาโรคเกี่ยวกับเด็กโดยเฉพาะ มีแพทย์และบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญโรคที่เกิดขึ้นกับเด็ก เป็นต้น

๔. หลักการจัดองค์การตามพื้นที่ (Place) หมายถึง การจัดองค์การโดยรวมเจ้าหน้าที่หลาย ๆ ฝ่ายเข้ามาทำงานร่วมกันในหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นตามพื้นที่ต่าง ๆ เช่น การแบ่งส่วนการบริหารราชการส่วนภูมิภาคของไทยออกเป็นจังหวัด อำเภอ ต่าง ๆ ในแต่ละจังหวัดจะมีหน่วยงานต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่ในการให้บริการประชาชนในพื้นที่ เช่น การรับแจ้งเกิด แจ้งตาย การจดทะเบียนสมรส ทะเบียนหย่า การรักษาความสงบเรียบร้อย การสงเคราะห์ช่วยเหลือผู้ประสบปัญหาต่างๆ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ เป็นต้น^{๑๙}

แนวคิดสำคัญของการบริหาร ที่เกี่ยวข้องภารกิจสำคัญในการบริหาร มี ๗ ประการ คือ

๑. การวางแผน หมายถึง การกำหนดโครงการอย่างกว้างๆว่ามีอะไรบ้างที่จะต้องลงมือปฏิบัติตามลำดับวางแผนวิธีปฏิบัติพร้อมด้วยวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงานนั้นก่อนลงมือปฏิบัติการ

๒. การจัดองค์การ หมายถึง การจัดรูปโครงสร้างหรือเค้าโครงของการบริหารโดยกำหนดอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานย่อยหรือตำแหน่งต่างๆของหน่วยงานให้ชัดเจนพร้อมด้วยกำหนดลักษณะและวิธีการติดต่อสัมพันธ์ตามลำดับชั้นแห่งอำนาจหน้าที่สูงต่ำลดหลั่นลงไป

๓. การจัดคนเข้าทำงาน หมายถึง การบริหารงานเกี่ยวกับตัวบุคคลของหน่วยงานการบริหารบุคคลดังกล่าวรวมถึงตั้งแต่การแสวงหาคนทำงานมาบรรจุการแต่งตั้งการฝึกอบรมและการพัฒนาบุคคลการบำรุงขวัญการเลื่อนขั้นลดชั้นตลอดจนการพิจารณาให้พ้นจากงานและการบำรุงรักษาสภาพของการทำงานให้ดี และมีประสิทธิภาพให้คงอยู่ต่อไป

๔. การสั่งการ หมายถึง การอำนวยการหรือการวินิจฉัยสั่งการหลังจากการได้ วิเคราะห์และพิจารณาโดยรอบคอบรวมทั้งการติดตามดูแลให้มีการปฏิบัติตามคำสั่งนั้น ๆ

๕. การประสานงาน หมายถึง การประสานงานหรือติดต่อสัมพันธ์กับหน่วยงานย่อยหรือตำแหน่งต่างๆในองค์การเพื่อก่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพไม่มีการทำงานที่ซ้ำซ้อนหรือขัดแย้งกันสามารถทำงานประสานความกลมกลืนกันเพื่อวัตถุประสงค์หลักขององค์การ

๖. การรายงาน หมายถึง การเสนอรายงานไปยังผู้บังคับบัญชาหรือยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งบนและล่างเพื่อทราบความก้าวหน้าของงานทุกระยะสะดวกแก่การประสานงานอื่นจะเป็น การสร้างความเข้าใจอันดีร่วมกันตลอดจนเป็นการบำรุงขวัญไปในตัวด้วย

๗. การงบประมาณ หมายถึง การจัดสรรทรัพยากรหรือการทำงานงบประมาณการเงินวางแผนหรือโครงการในการจ่ายเงินการบัญชีและการควบคุมดูแลการใช้จ่ายเงินโดยรอบคอบ และรัดกุม^{๒๐}

^{๑๙} รศ. ศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา, แนวความคิดและทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (เชียงใหม่: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ธนุพรินต์ติ้ง, ๒๕๕๑), หน้า ๑๑๑-๑๑๔.

^{๒๐} ดิน ปรัชญพฤทธิ์, หลักการจัดการ, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๐), หน้า ๒๔-๒๖.

ทั้งนี้การบริหารที่ดี ต้องมีศักยภาพทางการบริหารจัดการ ซึ่งแบ่งออกเป็น ๒ ด้านได้แก่

๑. ศักยภาพของระบบสนับสนุนการบริหารจัดการและศักยภาพในการบริหารจัดการของผู้บริหารโดยที่ศักยภาพของระบบสนับสนุนการบริหารจัดการประเมินได้จากความเข้มแข็งของ ๘ องค์ประกอบทางการบริหารซึ่งได้แก่

- ๑.๑ การวางแผน
- ๑.๒ การฝึกอบรม
- ๑.๓ การนิเทศงาน
- ๑.๔ การบริหารงานบุคคล
- ๑.๕ ความพร้อมของชุมชน
- ๑.๖ การบริหารวิศุครุภัณฑ์
- ๑.๗ การบริหารระบบสารสนเทศและ
- ๑.๘ การเตรียมความพร้อมของชุมชน

๒. ศักยภาพของผู้บริหารประเมินได้จากความสามารถของผู้บริหารใน ๖ ด้าน ซึ่งได้แก่

- ๒.๑ ความสามารถในการจัดหาและระดมทรัพยากรเข้าสู่การบริหารจัดการ
- ๒.๒ ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกให้อยู่ในกรอบ
- ๒.๓ ความสามารถในการจัดสรรและแบ่งปันทรัพยากร
- ๒.๔ ความสามารถในการบริหารจัดการขวัญและกำลังใจ
- ๒.๕ ความสามารถในการบริหารจัดการที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน
- ๒.๖ ความสามารถในการบริหารจัดการพัฒนาที่เบ็ดเสร็จครบวงจร^{๒๑}

จะเห็นได้ว่าพัฒนาการบริหารที่มีหลักเกณฑ์ซึ่งมีพื้นฐานอยู่ในหลักการ (Principles) ที่สำคัญ ๔ ประการ คือ^{๒๒}

๑. ต้องมีการคิดค้นและกำหนดวิธีที่ดีที่สุด (One Best Way) สำหรับงานแต่ละอย่างคือ ต้องมีการกำหนดวิธีการทำงานที่ดีที่สุดที่ช่วยให้สามารถทำงานเสร็จลุล่วงไปด้วยดีตามวัตถุประสงค์มาตรฐานของงานจะต้องมีการจัดวางเอาไว้ โดยมีหลักเกณฑ์ที่ได้พิสูจน์มาแล้วว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดจริง และในเวลาเดียวกันการจ่ายผลตอบแทนแบบจูงใจต่างๆ ก็ช่วยให้ตามผลผลิตทั้งหมด

๒. ต้องมีคัดเลือกและพัฒนาคนงาน โดยตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าของการรู้จักงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับคนงาน นอกจากนี้ต้องมีการอบรมคนงานให้รู้จักวิธีการทำงานที่ถูกวิธีด้วย และในการคัดเลือกคนงานจะต้องมีการพิจารณาเป็นพิเศษที่จะให้ได้คนที่มีคุณสมบัติที่ดีที่สุดตรงตามงานที่จะให้ทำ

^{๒๑} พิรสิทธิ์ คำวนศิลป์ และศุภวัฒน์กรวงศ์ธนวิสุ, การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, (ขอนแก่น : โรงพิมพ์พระธรรมขันธ์, ๒๕๔๖), หน้า ๖๑.

^{๒๒} เทเลอร์, อังโนงชัย สันติวงษ์, องค์การและการบริหาร, พิมพ์ครั้งที่ ๑๑, (กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๓), หน้า ๔๗ - ๔๘.

๓. ด้วยวิธีการพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับวิธีการทำงาน ควบคู่กับการพิจารณาคนงานนี้ คนงานจะไม่คัดค้านต่อวิธีการใหม่ที่ได้กำหนดขึ้น เพราะโดยหลักเหตุผลคนงานทุกคนจะเห็นจริงถึงโอกาสที่เขาจะได้รับรายได้สูงขึ้นจากการทำงานถูกวิธีที่จะช่วยให้ได้ผลิตผลสูงขึ้น

๔. การประสานร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้บริหารและคนงาน ฝ่ายบริหารควรจะได้ประสานอย่างใกล้ชิดเป็นประจำกับคนงานที่เป็นผู้ปฏิบัติงาน แต่ต้องไม่ใช่โดยการลงมือปฏิบัติงานที่ควรจะเป็นงานของคนงานเท่านั้น

กล่าวโดยสรุปว่า จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ มีนักการศึกษาได้กล่าวไว้หลายท่านตามแนวคิดพุทธวิธีบริหาร เดมมิง (deming) อองรี ฟาโยล (Henri Fayol) ศาสตราจารย์ กุลิก (Luther Gulick) และศาสตราจารย์ เออร์วิก (Lundall Urwick) ตลอดจนนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้กล่าวถึงข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้นำหลักการบริหาร ที่สำคัญเพื่อนำมาศึกษา ร่วมกับหลักการบริหารประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นไปตามเป้าหมายของการวิจัยของผู้ศึกษา โดยพบว่า แนวคิดที่สำคัญในการบริหาร มี ๔ ปัจจัยที่จำเป็นต้องนำมาศึกษา คือ ด้านนโยบายและการจัดการ ด้านการพัฒนาองค์กรและบุคลากร ด้านการติดตามนโยบาย และที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ เรื่องการบริหารงบประมาณ ซึ่งจำเป็นที่ผู้วิจัยต้องศึกษาถึง การประชาสัมพันธ์ ความหมายและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ตามลำดับต่อไป

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

๒.๒.๑ ความหมายของการประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาค้นคว้า ความหมายการประชาสัมพันธ์ มีผู้ให้นิยาม ความหมายไว้มากมาย ผู้วิจัยได้คัดเลือกและศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผู้วิจัย ดังนี้

การประชาสัมพันธ์มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” ตามศัพท์คำนี้ หมายถึง การมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับปวงชน^{๒๓} ตามความหมาย การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ ความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน ตลอดจนดำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสถาบันให้คงอยู่ต่อไปเพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุน ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการนโยบาย วัตถุประสงค์ และความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้น ๆ^{๒๔} นอกจากนั้น ยังหมายถึง การเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดี (Good Relationship) ระหว่างองค์กรสถาบัน กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน^{๒๕} การประชาสัมพันธ์ยังเป็นการกระทำทั้งหลาย ทั้งปวง ที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้า ในการที่จะสร้าง

^{๒๓} เตือนจิตต์ จิตต์อารี, การวิจัยการประชาสัมพันธ์, (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ , ๒๕๔๐), หน้า ๑.

^{๒๔} วิจิตร อวาทกุล, การประชาสัมพันธ์, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ๒๕๔๑), หน้า ๑๗.

^{๒๕} วัชร อภิรัตน์กุล, การประสัมพันธ์, พิมพ์ครั้งที่ ๙, (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , ๒๕๔๔), หน้า ๒๑.

ความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดีอันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงาน และสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือกันเป็นอย่างดี^{๒๖} เป็นวิธีการของสถาบันอันมีแผนการและกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย^{๒๗} นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี (Good Relationship) ระหว่างองค์กร สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความนิยมเลื่อมใส ศรัทธาและให้ความร่วมมือตลอดจนสนับสนุนหน่วยงาน^{๒๘} ตลอดจน การประชาสัมพันธ์ มีความจำเป็นที่จะต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรและกลุ่มประชาชนโดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้อง ในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือ ตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดีซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ บรรลุเป้าหมาย^{๒๙} บางท่าน กล่าวถึง การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ ความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน ตลอดจนการอ้างไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสถาบันให้คงอยู่ต่อไปเพื่อให้ประชาชนยอมรับสนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการนโยบาย วัตถุประสงค์และความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้น ๆ^{๓๐}

กล่าวโดยสรุปว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การที่องค์กรให้ข้อมูลสารไปยังประชาชนเพื่อให้ทราบหรือสร้างความเข้าใจกับประชาชน ทำให้เกิดทัศนคติและภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร โดยการประชาสัมพันธ์ จะประสบผลสำเร็จได้ต้องอาศัย การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ และดำเนินการจริงตามแผนที่ได้วางไว้

๒.๒.๒ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ได้มีนักการศึกษากล่าวถึงดังนี้

การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารของสถาบัน องค์กรหน่วยงาน กับประชาชนหรือสังคมเพื่อเป็นการพัฒนาสร้างเสริมฟื้นฟูารรักษาภาพพจน์ สัมพันธภาพอันดีให้ได้

^{๒๖} สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดแพร่, การประชาสัมพันธ์, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://region๓.pr.d.go.th/phrae/data/pro.html> [๑ พ.ย.๒๕๕๕].

^{๒๗} รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๖), หน้า ๓.

^{๒๘} เรืองกิตติ์ เหลืองสกุลทอง, ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์, (นครราชสีมา : พิมพ์ลักษณ์, ๒๕๔๓), หน้า ๘.

^{๒๙} วัฒนพรณ์ ตั้งจิตเพิ่มพูน, การประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ของรัฐและธุรกิจ, (กรุงเทพมหานคร : พิสิษฐ์เซ็นเตอร์, ๒๕๔๓), หน้า ๔.

^{๓๐} จุฑามาศ กิจเจริญ, การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์ตำรา, ๒๕๔๐), หน้า ๑.

รับการสนับสนุน รักใคร่ นับถือ นิยมยกย่อง เลื่อมใสศรัทธา ฯลฯ เช่นเดียวกับมนุษย์สัมพันธ์ของบุคคลหรือการปฏิบัติทางจิตวิทยา ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการผสมผสานแนวทางการรู้สึกรู้คิด เพื่อให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนร่วมใจในการทำงานระหว่างสถาบัน หน่วยงาน บริษัทห้างร้านกับเจ้าหน้าที่ประชาชนสังคมที่เกี่ยวข้องและแวดล้อมอยู่ การประชาสัมพันธ์จึงต้องพัฒนาและต่อยอดด้วยกระบวนการของความคิด ความปรารถนาดีต่อกัน รวมทั้งศิลปะและเทคโนโลยีทางการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันมั่นคงยืนนาน การประชาสัมพันธ์มีลักษณะของการสื่อสารแบบสองทาง (ยุควิถี) (Two-way Process) เป็นการหยั่งท่าที ทบทวนตรวจสอบ สื่อสารติดต่อไปมาซึ่งกันและกัน ทราบวัตถุประสงค์ความต้องการ ความรู้สึกนึกคิด เจตนาารมณ์ซึ่งกันและกัน ระหว่างหน่วยงานกับประชาชน เกิดความรู้ความเข้าใจในการกระทำ การประพฤติปฏิบัติ พฤติกรรมที่ดีต่อกันและกันทำให้เกิดลักษณะรู้เขา-รู้เรา^{๓๑)} การประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญและมีบทบาทสำคัญยิ่งในการส่งเสริมบรรยากาศแห่งความเป็นประชาธิปไตย เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารในระบบสองทางขององค์กรสถาบัน (Two-way Communication) เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีแก่ประชาชน เช่น หน่วยงานของรัฐ สื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มประชาชน ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นหรือประมาติจากประชาชน ซึ่งหลักการนี้มีส่วนสนับสนุนประชาธิปไตยเป็นอย่างมากและโดยที่การปกครองในระบบประชาธิปไตยยึดถืออำนาจสูงสุดว่าเป็นของประชาชน ฉะนั้นจึงมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมกระบวนการกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของตน สิ่งนี้แหละคือหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ซึ่งจะช่วยเอื้ออำนวยและส่งเสริมบทบาทการประชาสัมพันธ์ในสังคมประชาธิปไตย นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ยังมีส่วนช่วยปลูกฝังหรือกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความเข้าใจในตัวสถาบันและกลไกของรัฐ เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจและให้ความสนับสนุนต่อการพัฒนาประเทศในแนวทางและครรลองของประชาธิปไตย ซึ่งยอมรับนับถือในคุณค่าและ ศักดิ์ศรีของมนุษยชาติ รวมทั้งเข้าใจอันดีและการร่วมมือกันสร้างสรรค์ความเจริญแก่สังคมส่วนรวม ประเทศชาติ โดยคำนึงและเน้นถึงความสำคัญแห่งผลประโยชน์ร่วมกันของทุกฝ่าย^{๓๒)}

ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญ โดยมีนักการศึกษาให้ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคลและหน่วยการ องค์กร สถาบัน ตลอดจนงานทางด้านการศึกษา งานราชการ งานด้านการศาสนา และงานสังคมสงเคราะห์ ทั้งนี้เพราะ การประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน ด้วยการสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีและการพัฒนาส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน เพื่อให้เกิดความรู้สึกนึกคิดที่ดี มีความกลมเกลียวราบรื่น ระหว่างหน่วยงานและองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์เป็นกลไกแห่ง การชักนำความประทับใจและภาพลักษณ์หรือภาพพจน์ที่ดีจากหน่วยงาน องค์กร สถาบัน ไปสู่ประชาชน เป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจให้แก่หน่วยงาน ทำให้หน่วยงานเป็นที่รู้จัก เข้าใจ เลื่อมใสศรัทธาแก่ประชาชน รวมทั้งทำ

^{๓๑)} วิจารณ์ อวະกุล, การประชาสัมพันธ์, หน้า ๑.

^{๓๒)} วัชร ลิขิตนุกูล, การประชาสัมพันธ์, หน้า ๒๖-๒๗.

ให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อหน่วยงาน ซึ่งเหมาะสมแก่สภาพสังคมปัจจุบันที่มีแนวโน้มขยายตัวออกเป็นสังคมที่สลับซับซ้อนยิ่งขึ้น ทำให้หน่วยงานและประชาชนเกิดความเห็นต่างและมีช่วงต่างกันขึ้น การประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทในการทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยง ความเข้าใจ ก่อให้เกิดความรู้สึกและสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน อันจะนำไปสู่ความร่วมมือกันที่สุดในที่สุดและบรรลุถึงความเข้าใจร่วมกันบทบาทความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในสังคมปัจจุบันจึงมีส่วนทำให้การประชาสัมพันธ์เจริญเติบโตก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทางทั้งนี้เพราะมีสาเหตุหลายๆ ประการ ช่วยส่งเสริมเอื้ออำนวยให้การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้น พอสรุปได้ดังนี้

๑. ช่องว่างแห่งการสื่อสารในสังคม
๒. จำนวนประชากรที่มากขึ้นในสังคม
๓. การมีความรับผิดชอบต่อสังคม
๔. รัฐบาลมีภารกิจเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม
๕. พัฒนาการของเครื่องมือสื่อสารเทคโนโลยีสมัยใหม่
๖. มาตรฐานใหม่ทางด้านจริยธรรม
๗. อิทธิพลของผู้บริโภคและบทบาทการพิทักษ์คุ้มครองผู้บริโภค
๘. วิทยาการด้านการประชาสัมพันธ์เจริญก้าวหน้าขึ้น
๙. สมาคมวิชาชีพทางด้านการประชาสัมพันธ์
๑๐. การยอมรับของหน่วยงานองค์กร สถาบันต่าง ๆ ^{๓๓๓}

การประชาสัมพันธ์ ยังมีความสำคัญ คือ เป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อเป็นการสำรวจความคิดเห็นและความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อการดำเนินการของหน่วยงานหรือองค์กร สถาบัน เพื่อให้ได้การยอมรับและสนับสนุนจากประชาชนอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เป็นสิ่งที่ตรวจสอบความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงการนำเสนอข้อมูลและกิจกรรมต่างๆ ที่คาดว่าจะสนองตอบ ความสนใจและความต้องการของประชาชนได้อย่างเหมาะสม นอกจากความพยายามที่จะเผยแพร่ข่าวสารในรูปของการโฆษณา (Advertising) โดยตรงเพื่อขายสินค้าหรือบริการ ในขณะเดียวกัน ก็ต้องประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Favourable Image) ให้เกิดขึ้นในสายตาของประชาชน โดยมุ่งให้ประชาชนประทับใจในคุณค่าต่างๆ การให้บริการที่เป็นมิตร การช่วยเหลือสังคมส่วนรวม ^{๓๓๔}

นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ยังประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ ๕ ประการ ดังนี้

๑. เป็นการทำงานที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างสถาบันกับประชาชน สถาบันไม่ว่าจะเป็นสถาบันของรัฐหรือเอกชน นับเป็นสมาชิกหนึ่งในสังคม ต้องมีบทบาทหน้าที่ และพฤติกรรมที่เป็นของตนเอง และต้องสอดคล้องกับสภาพสังคมหรือเหมาะสมกับความ

^{๓๓๓} มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์, พิมพ์ครั้งที่ ๓, นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๐, หน้า ๔๗-๕๐.

^{๓๓๔} รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์, กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐), หน้า ๑ - ๒.

ต้องการของสมาชิกของสังคม รวมทั้งต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมทางด้านปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับและประเพณีของสังคม หรือแม้แต่ประเทศไทยก็ถือว่าเป็นสมาชิกหนึ่งของประชาคมโลก บทบาทหน้าที่ที่เป็นสมาชิกที่ดี ไม่ว่าจะเป็นด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนกิจกรรมของสมาคมโลก หรือปฏิบัติตามกฎหมายระหว่างประเทศ แนวคิดก็จะไม่ผิดแปลกแตกต่างกันไป นั่นคือแสดงว่าเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม เพื่อความสัมพันธ์ที่ดีกับนานาประเทศ

๒. เป็นการทำงานที่มีการวางแผน สุขุมรอบคอบ และมีการติดตามประเมินผล การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน ดังนั้นพฤติกรรมต่างๆ หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นต้องมีความสอดคล้องกัน ไม่ขัดแย้งกันเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ในภาพเดียวกันให้ชัดเจนและเป็นไปอย่างต่อเนื่องเพื่อตอกย้ำความเข้าใจ ดังนั้นคุณลักษณะที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์คือการวางแผน โดยการวางแผนนี้เป็นการกำหนดแนววิธีปฏิบัติที่จะทำในอนาคตว่าจะทำอะไรเมื่อไร ทำแล้วคาดหวังผลอะไร สิ่งที่จะต้องส่งเสริมซึ่งกันและกันอย่างไร จะได้อะไรในภาพรวมการวางแผนที่ดีจะต้องมีการประเมินสภาพการทำงานในอดีต ความสำเร็จและล้มเหลว ศักยภาพของการทำงานประชาสัมพันธ์ทั้งในด้านบุคลากร วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ และความสามารถในการจัดการ ดังนั้นการวางแผนการประชาสัมพันธ์ต้องทำด้วยความสุขุมรอบคอบ มีขั้นตอนการทำงาน ตลอดจนมีการติดตามประเมินผล ควบคู่กันไป เพราะจะทำให้รู้ว่าแผนงานนั้นดีหรือไม่ดี มีข้อบกพร่องอะไรเพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น

๓. เป็นการทำงานในรูปของการสื่อสารซึ่งเป็นการสื่อสารสองทาง และเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารลักษณะหนึ่งที่แตกต่างไปจากการเผยแพร่ และการโฆษณา โดยการเผยแพร่เป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจ ในกิจกรรมต่างๆ แก่ประชาชนโดยผ่านสื่อมวลชน หรือสิ่งที่สถาบันผลิตขึ้นมา แต่ประชาชนจะเปิดรับข่าวสารนั้นๆ หรือไม่ก็ได้ ซึ่งต่างจากการประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่ต้องการบอกกล่าวในสิ่งที่เป็นความจริงและเป็นสิ่งที่ประชาชนทั้งต่อหน่วยงานและประชาชน ถ้าส่วนที่ต้องการบอกกล่าวเป็นสิ่งที่ไม่ดีวิธีการบอกนั้นต้องเพิ่มการทำความเข้าใจให้แก่ประชาชนด้วย นอกจากนี้แล้วการใช้สื่อของการประชาสัมพันธ์นั้นไม่สามารถเลือกสื่อมวลชนได้ตามใจชอบ เพราะการตัดสินใจเลือกเผยแพร่เรื่องที่เราต้องการบอกกล่าว ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของสื่อมวลชนนั้นๆ ดังนั้นผลที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์จึงเป็นการโน้มน้าวใจในระยะยาวโดยเริ่มที่ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ระหว่างสถาบันกับประชาชน เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดี ความศรัทธาในสถาบันเป็นผลตามมา และคาดหวังว่าจะได้รับความสนับสนุนร่วมมือทางพฤติกรรมของประชาชนกลุ่มเป้าหมายในระยะยาว

๔. เป็นการทำงานที่มีอิทธิพลทางความคิดและทัศนคติของประชาชนกลุ่มเป้าหมายในงานประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่มใหญ่ๆ คือประชาชนภายในสถาบันและประชาชนภายนอกซึ่งในกลุ่มหลังนี้ จะมีการแบ่งแยกย่อยออกไปอีก เพราะประชาชนคนหนึ่งอาจมีบทบาทหน้าที่ และความสัมพันธ์กับสถาบันแตกต่างกันออกไป สำหรับลักษณะของการประชาสัมพันธ์ในการมีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติ ซึ่งหัวใจอยู่ที่การกำหนดประชาชนเป้าหมายออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ เพื่อทำความรู้จักประชากรกลุ่มเป้าหมายนั้นอย่างลึกซึ้ง รู้ว่าอะไรคือพื้นฐาน ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ ของบุคคลเหล่านั้น เพราะการที่จะทำให้สถาบันมีอิทธิพลต่อความคิดทัศนคติได้ต้อง

มาจากความรู้ ความเข้าใจในกลุ่มประชาชนเป้าหมายก่อนจึงเลือกวิธีปฏิบัติ และข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนเทคนิคที่เหมาะสมเพื่อประสิทธิผลของการสื่อสารนั้น

๕. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่อง และหวังผลระยะยาว ซึ่งเป็นอีกลักษณะหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพราะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ต้องเป็นไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอกย้ำการจดจำให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายหรือกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องไม่ให้ลืมสถาบัน ส่วนการหวังผลระยะยาวนั้นหมายถึงการยอมรับ ร่วมมือ สนับสนุนให้สถาบันนั้นคงอยู่ในสังคมได้ การยอมรับ ร่วมมือ และสนับสนุนนั้นอาจไม่ประจักษ์ชัดเจนนัก แต่การที่ประชาชนไม่แสดงปฏิกิริยาต่อต้านการดำเนินงานของสถาบัน นับได้ว่าเป็นผลมาจากการประชาสัมพันธ์นั่นเอง เพราะกว่าจะได้รับการยอมรับต้องใช้เวลาในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ^{๓๕}

จากความสำคัญและลักษณะการประชาสัมพันธ์ข้างต้น ยังมีผู้กล่าวถึง หลักการประชาสัมพันธ์ บางท่านกล่าวว่า หลักประชาสัมพันธ์มี ๓ ประการ สรุปได้ดังนี้

๑. การบอกกล่าวเผยแพร่ให้ทราบ คือ การบอกเล่าชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินงาน และผลงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์กร สถาบัน ให้ประชาชนและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว

๒. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การป้องกันความเข้าใจผิดทางด้านวิชาการ ประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะมาทำการแก้ไขในภายหลังสำหรับการแก้ไขความเข้าใจผิด จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนเป็นไปอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ เมื่อมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์การ สถาบัน ขึ้นในกลุ่มประชาชน

๓. การสำรวจประชามติ องค์กรสถาบัน จะดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน ต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบสิ่งไหน เพื่อองค์กรสถาบันจะสามารถตอบสนองให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน^{๓๖}

ตามแนวคิดหลักการประชาสัมพันธ์เชิงรุก กล่าวว่าการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเป็นการมุ่งสร้างโอกาสทางการให้ข้อมูลข่าวสารและชื่อเสียง ภาพลักษณ์ขององค์กรในสภาวะการแข่งขันทางการตลาดอย่างรุนแรง การประชาสัมพันธ์เชิงรุกมีความจำเป็นอย่างมากเพราะมุ่งวัตถุประสงค์ทางการแข่งขันเป็นสำคัญ ประโยชน์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกสามารถแบ่งออกได้เป็น ๗

๑. ทำให้เกิดความไว้วางใจ เชื่อถือและศรัทธาในกิจกรรมและองค์กรมากขึ้น
๒. ช่วยสร้างทัศนคติในเชิงบวกอันเป็นผลประโยชน์ต่อการขายสินค้าบริการ
๓. ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและขจัดความรู้สึกเชิงลบให้กับกิจการและองค์กร

^{๓๕} พรทิพย์ พิมลสินธุ์, ภาพพจน์สำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายพริ้ง, ๒๕๔๐), หน้า ๙.

^{๓๖} วัชร ภิรมย์พันธุ์, การประชาสัมพันธ์, หน้า ๑๔๘-๑๔๘.

๔. ช่วยให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ลดการสูญเปล่าและความสับสน

๕. สามารถสร้างการรับรู้และมีอิทธิพลเหนือความคิดของกลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยจุดยืน และบุคลิกภาพ ของตราสินค้าเป็นหลักในการสื่อสารเนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมาย

๖. สินค้าบางประเภทไม่สามารถหาโฆษณาได้ก็สามารถใช้การประชาสัมพันธ์เชิงการตลาดแทน ซึ่งให้ผลกระทบต่อสินค้าและองค์กรได้ไม่แตกต่างกัน ๗) น ำทั้งกลยุทธ์การตลาดและประชาสัมพันธ์มาใช้ร่วมกันอย่างลงตัว (Pulling together) เพื่อให้กลยุทธ์นั้นสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือที่เรียกว่า ,One Look-One Voice^{๓๗}

นอกจากนั้น ตามแนวคิดของวิจิตร อาวะกุล กล่าวถึง หลักการของการประชาสัมพันธ์พอสรุปได้ดังนี้

๑. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ก่อนการดำเนินงานทุกชนิด
๒. ศึกษาวัตถุประสงค์นโยบายของหน่วยงาน
๓. ตั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมาย
๔. ศึกษาของฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
๕. ให้งานสร้างผลงานเพื่อเผยแพร่
๖. ทำการประชาสัมพันธ์ภายในก่อน
๗. ศึกษาและเข้าใจความต้องการ ประเมินหาที่ ความรู้สึก และทัศนคติของกลุ่มต่าง ๆ
๘. ศึกษาสำรวจกระแสประชาคมโดยทั่วถึง
๙. ใช้ความคิดและความละเอียดอ่อน
๑๐. ประกอบด้วยความรู้สึกนึกคิดที่ดี
๑๑. ตั้งคำขวัญในการสร้างจุดสนใจ
๑๒. ถือประโยชน์สังคมส่วนรวม
๑๓. ยึดถือความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินการ
๑๔. ดำเนินการด้วยความรับผิดชอบ
๑๕. งานประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของทุกคนที่จะต้องช่วยกันสร้างช่วยกันทำ
๑๖. คิดใคร่ครวญก่อนเผยแพร่ข้อเท็จจริง
๑๗. ปราศจากการกลั่นแกล้งให้ร้ายป้ายสี
๑๘. เน้นการกระทำ ปฏิบัติ และบริการ
๑๙. ตระหนักและดำเนินการในด้านมนุษยสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ
๒๐. อยู่เบื้องหลังการดำเนินการ
๒๑. ให้งานมีบทบาททางสังคม

^{๓๗/๘} ธีรพันธ์ โล่ทองคำ, คอลัมน์, “คลื่นความคิด”, มติชนรายวัน, (วันที่ ๒๕ กรกฎาคม พ.ศ.

๒๒. ให้ความรู้ความเข้าใจ มีข้อมูลอย่างกว้างขวาง โน้มน้าวและจูงใจด้วยวิธี
ละมุนละไม

๒๓. ดำเนินการเผยแพร่ให้กว้างขวาง
๒๔. ดำเนินการประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอต่อเนื่องกันไป
๒๕. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง
๒๖. สื่อสัมพันธ์แบบทางคู่หรือยุควิถี
๒๗. ด้วยความหนักแน่นอดทน
๒๘. ดำเนินการแบบง่ายๆ และธรรมดา
๒๙. อาศัยผู้ที่มีความสามารถช่วยในการประชาสัมพันธ์
๓๐. หมั่นตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง
๓๑. ป้องกันไว้ดีกว่าการแก้
๓๒. ศึกษาและใช้กลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์
๓๓. ยึดหลักและรักษาจริยบรรณของการประชาสัมพันธ์
๓๔. มีความรู้ในเทคนิคและกลไกของการประชาสัมพันธ์
๓๕. มีศิลปะและรสนิยมดี
๓๖. การประชาสัมพันธ์เป็นทัพหลังของกิจการ^{๓๔}

หลักการประชาสัมพันธ์จึงเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ระหว่าง
องค์กรหรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจาก
ประชาชน โดยมีวิธีการและการติดต่อสื่อสารขององค์กร หน่วยงาน ที่มีแผนการในการสร้างหรือรักษา
ไว้ ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง (ทั้งกลุ่มคนในหน่วยงาน และกลุ่มคนหน่วยงาน)
ให้มีความรู้ ความเข้าใจ สร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้
งานของหน่วยงานดำเนินไปด้วยดี โดยมีประจักษ์เป็นแนวพื้นฐาน นอกจากนั้น การประชาสัมพันธ์ยัง
ต้องประกอบด้วย องค์ประกอบพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการประชาสัมพันธ์ตามแนวคิดของนัก
การศึกษา เช่น ของสำนักงานเลขาธิการกองทัพอากาศ มีหลักการประชาสัมพันธ์ อยู่ ๔ ประการด้วยกัน
คือ

๑. การประชาสัมพันธ์เป็นพื้นฐานของการจัดการ องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญอันดับ
แรกของการประชาสัมพันธ์ที่ดี คือ เป็นพื้นฐานของการจัดการ หรืออาจเรียกว่า ปรัชญาสังคมแห่ง
การจัดการ (Social philosophy of management) ซึ่งการจัดการนั้นหมายถึงกิจกรรมที่กำหนด
แบ่งสรรการใช้ทรัพยากร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กร และโดยที่การ
ประชาสัมพันธ์เป็นภาระหน้าที่ของฝ่ายจัดการที่จะต้องประเมินถึงท่าทีและความคิดเห็นของ
ประชาชน รวมทั้งการกำหนดและดำเนินนโยบายขององค์กรโดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชน
เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและยอมรับในองค์กร ฉะนั้นการประชาสัมพันธ์จึงกระทำขึ้นเพื่อ

^{๓๔} วิจิตร อวทะกุล, การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร :
ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๐), หน้า ๑๙๓-๒๐๕.

สร้างสรรค์ความนิยมขององค์กร และถือเป็นภาระหน้าที่หรือความรับผิดชอบของฝ่ายบริหารระดับสูง ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อผู้บริหารระดับสูงมีความรู้ความเข้าใจและซาบซึ้งถึงความสำคัญของประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี

ดังนั้น ปรัชญาสังคมแห่งการจัดการนี้ จึงนับได้ว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญสิ่งแรกของการประชาสัมพันธ์ที่ดี องค์กรใดๆ พึงยึดถือปฏิบัติโดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนเป็นเบื้องต้นก่อนสิ่งอื่นใดทั้งหมด การดำเนินการตอบสนองผลประโยชน์ของประชาชนโดยส่วนรวม เป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่ไม่ควรจะละเลยหรือมองข้ามไปเสีย หากองค์กรกระทำหรือดำเนินการในสิ่งที่สวนทางกับความต้องการหรือผลประโยชน์ของประชาชนแล้วองค์กรนั้นก็ไมอาจดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงถาวร

อย่างไรก็ตาม การที่องค์กรจะได้บรรลุถึงหลักปรัชญาสังคมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมนี้ จะทำให้ประชาชนเป็นฝ่ายได้รับประโยชน์อย่างมากหลายด้าน ซึ่งเป็นธรรมดาที่ประชาชนในแต่ละกลุ่มเป้าหมายย่อมมีความต้องการ ความจำเป็น และผลประโยชน์ที่แตกต่างกันออกไป ทั้งกลุ่มประชาชนภายในองค์กร กลุ่มประชาชนเป้าหมาย และกลุ่มประชาชนทั่วไป

๒. การประชาสัมพันธ์เป็นการแสดงออกในด้านนโยบาย ตามที่กล่าวมาแล้ว การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการด้านการบริหาร ดังนั้น การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงจะต้องเริ่มจากฝ่ายบริหารระดับสูงและเกี่ยวพันลงมาถึงองค์กรและคนในองค์กร องค์กรทุกแห่งย่อมต้องมีนโยบายในการดำเนินงานของตน ซึ่งจะถูกกำหนดขึ้นเป็นแนวทางในการปฏิบัติ นโยบายจะครอบคลุมถึงหน้าที่ต่างๆ อย่างกว้างขวาง และจะเป็นสิ่งกำหนดความรับผิดชอบเบื้องต้นของฝ่ายบริหาร ซึ่งการพิจารณากำหนดนโยบายย่อมสะท้อนถึงผลประโยชน์ที่องค์กรพึงจะให้ต่อส่วนรวม การตัดสินใจนโยบายจึงควรที่จะมุ่งที่ประชาชนและผู้บริโภคเป็นหลักมากกว่าที่จะพะวงแต่มุ่งต่อองค์กร

การตัดสินใจในเรื่องนโยบายทางด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร นับเป็นเรื่องสำคัญที่สุดเรื่องหนึ่ง ทั้งนี้เพราะนโยบายการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ย่อมจะมีวัตถุประสงค์ระบุไว้ด้วยข้อความรัดกุมและสะท้อนให้เห็นถึงแนวปรัชญาที่องค์กรยึดถืออยู่และใช้ปฏิบัติต่อประชาชนทั่วไป โดยปกติบริษัทธุรกิจทั่วไปแทบทุกแห่ง นอกจากจะมีนโยบายทั่วไปด้านการประชาสัมพันธ์ที่เป็นนโยบายเฉพาะอีกด้วย ซึ่งเป็นแนวทางการปฏิบัติเฉพาะต่อกลุ่มเป้าหมาย เช่น พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชน ตัวแทนจำหน่าย หน่วยงานภาครัฐ และสื่อมวลชน เป็นต้น นโยบายเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน นี้ จะได้ระบุถึงผลประโยชน์ที่ประชาชนในแต่ละกลุ่มพึงจะได้รับ ซึ่งบริษัทได้พยายามดำเนินการอยู่เพื่อให้บรรลุถึงปรัชญา สังคม และวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้นๆ เช่นเดียวกับหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหน่วยงานด้านความมั่นคง ซึ่งมีวัตถุประสงค์และมีนโยบายในการสร้างประโยชน์ให้กับประชาชนในอีกลักษณะหนึ่งซึ่งแตกต่างไปจากบริษัทธุรกิจ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการดำรงอยู่น้อยกว่ามาก แต่คงยังมีผลกระทบในความเชื่อมั่นและความจงรักภักดีของประชาชนในระยะยาวเช่นเดียวกัน นอกจากนั้นแล้ว การกำหนดนโยบายที่ไม่เอื้อประโยชน์ให้กับประชาชนเป็นหลักและชัดเจน ยังคงมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของหน่วยงานในด้านอื่นๆ อีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของงบประมาณดำเนินการในหน้าที่รับผิดชอบ ทั้งนี้เนื่องจากการ

ประชาสัมพันธ์อันเป็นการกระทำที่มุ่งปฏิบัติไปสู่ประชาชน ย่อมมีผลกระทบต่อความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนต่าง ๆ เสมอ

๓. การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่มีผลต่อเนื่องจากนโยบายที่เหมาะสม องค์ประกอบพื้นฐานประการที่ ๓ ของการประชาสัมพันธ์นั้น เกิดจากการกระทำที่ส่งผลมาจากการดำเนินนโยบายที่เหมาะสมของฝ่ายบริหาร เพราะการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะเริ่มต้นจากนโยบายการบริหารงานที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชน ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงปรัชญาสังคมของการบริหารได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ คือปรัชญาแห่งการกระทำในสิ่งที่ประชาชนชอบ และกระทำไปในวิถีสานที่ประชาชนชื่นชอบ เช่น นโยบายกำหนดให้สร้างความสัมพันธ์อันดีในหมู่ข้าราชการชั้นผู้น้อยและลูกจ้าง ก็อาจแสดงออกด้วยการบริหารงานที่มีความยุติธรรม มีการให้รางวัลอย่างเหมาะสมและเท่าเทียมกัน หรือการปรับปรุงพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีให้กลุ่มเป้าหมายมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เป็นต้น การปฏิบัติตามนโยบายขององค์กรนั้น ถือเป็นความรับผิดชอบของสมาชิกทุกคนในองค์กร จึงนับเป็นสิ่งจำเป็นที่สมาชิกในองค์กรจะต้องทำความเข้าใจกับนโยบายขององค์กรให้กระจ่างชัด และสามารถแสดงออกด้วยการกระทำตามวัตถุประสงค์ของนโยบายเหล่านั้น

๔. การประชาสัมพันธ์คือการติดต่อสื่อสารการติดต่อสื่อสารนับเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่ง มีความเกี่ยวข้องและแทรกแซงอย่างกว้างขวางต่อพฤติกรรมของมนุษย์ อะไรก็ตามที่ชักนำข่าวสารไปสู่ผู้รับได้นั้นคือการสื่อสาร ดังนั้นการติดต่อสื่อสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กร หากองค์กรขาดการสื่อสารองค์กรก็ไม่สามารถจะคงอยู่ได้ ดังนั้นปัจจัยพื้นฐานประการที่ ๔ จึงเป็นการสื่อสาร องค์กรทำการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มประชาชน และคอยประเมินผลจากการสังเกตปฏิกิริยาตอบสนองของประชาชนที่มีต่อองค์กร แต่อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์จะต้องมีการติดต่อสื่อสารจากองค์กรไปยังกลุ่มประชาชน ฝ่ายบริหารขององค์กรย่อมจะต้องเปิดเผย อธิบาย ปกป้อง หรือสนับสนุนนโยบายขององค์กรเพื่อธำรงไว้ซึ่งความเข้าใจและยอมรับนับถือจากประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่เพียงแต่เป็นปรัชญาสังคมที่แสดงออกถึงนโยบายและการกระทำตามนโยบายเท่านั้น แต่ว่าการประชาสัมพันธ์ยังเป็นการสื่อสารปรัชญาดังกล่าวไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องด้วย

องค์ประกอบและแนวปรัชญาพื้นฐานทางสังคมของการประชาสัมพันธ์ จะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงปรัชญาต่างๆ ในด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อสังคม หรือการมุ่งถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลักใหญ่ องค์กรจะต้องสำนึกและตระหนักถึงความสำคัญแห่งภาระหน้าที่รับผิดชอบต่อสังคม จะต้องให้ประชาชนเห็นอย่างประจักษ์แจ้งว่าองค์กรได้ยึดถือปฏิบัติตามแนวทางนี้อย่างเคร่งครัด มิได้เพิกเฉยต่อประชาชนหรือมุ่งไปสู่การแสวงหาผลประโยชน์เข้าสู่องค์กรแต่เพียงอย่างเดียว โดยใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรกับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ เพื่อแจ้งเรื่องราวดังกล่าวให้ประชาชนได้รับทราบ และสังเกตปฏิกิริยาตอบสนองของประชาชนที่มีต่อองค์กร^{๓๙}

^{๓๙} กองวิทยากร กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, องค์ประกอบพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการประชาสัมพันธ์, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://www.navy.mi.th/sctr/km/> [๒๘ ต.ค.๒๕๕๕].

นอกจากนั้นตามแนวความคิดของปณฺธุฎฐาญ จันทรบุญเรือง กล่าวถึง องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์หากพิจารณาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารแล้ว มีองค์ประกอบใหญ่ ๆ ๔ ประการด้วยกัน คือ

๑. องค์การและสถาบัน หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือคณะบุคคลได้จัดทำขึ้นโดยประสงค์ที่จะดำเนินการใด ๆ ในสังคมให้ลุ่ล่งไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น

๒. ข่าวสารประชาสัมพันธ์ (Message) หมายถึง เนื้อหาสาระ เรื่องราวหรือสัญลักษณ์ ภาษา สัญลักษณ์ต่าง ๆ รูปภาพ เครื่องหมาย ฯลฯ ที่สามารถสื่อความหมายหรือนำไปตีความหมายเป็นที่รู้และเข้าใจกันได้ ข่าวสารประชาสัมพันธ์จะมีเนื้อหาสาระที่มีความหมายแก่ผู้รับเสมอ และต้องสอดคล้องไม่ขัดแย้งกับระบบค่านิยม (Value system) ความเชื่อหรือปทัสฐานของกลุ่ม (Group norm) นอกจากนี้ต้องมีความกระชับ ชัดเจนเข้าใจง่าย ตลอดจนไม่เกิดความยุ่งยากในการรับสาร

๓. เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อที่องค์กร สถาบัน เลือกมาใช้ในการนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ขององค์กรไปสู่ประชาชน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติของสื่อ ความสำคัญของสื่อ วัตถุประสงค์ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบต่าง ๆ ของกระบวนการสื่อสาร

๔. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชน ซึ่งคำว่า ประชาชน มีความหมายกว้างไกลครอบคลุมถึงสมาชิกทุกคนของสังคม และมีความหลากหลายแตกต่างกันทั้งอายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ/สังคม ภูมิสำเนา ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ขององค์กร จะแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม ได้แก่

๔.๑ กลุ่มประชาชนภายใน เป็นกลุ่มบุคลากรในองค์กรตั้งแต่ระดับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ ซึ่งมีความสัมพันธ์และผูกพันกับองค์กร มีผลประโยชน์ร่วมกันกับองค์กรดังนั้น งานประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในองค์กร

๔.๒ กลุ่มประชาชนภายนอก เป็นกลุ่มประชาชนที่ประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กับองค์กร เช่น กลุ่มลูกค้า กลุ่มผลประโยชน์ หรือกลุ่มคนทั่วไปที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการดำเนินกิจการขององค์กร เป็นต้นว่า กลุ่มคนในละแวกใกล้เคียง กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มผู้นำความคิดเห็น ทั้งนี้เพื่อชี้แจงชักชวนให้กลุ่มดังกล่าวมีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานขององค์กร ทำให้องค์กรดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น^{๔๐}

การประชาสัมพันธ์จึงเป็นการสื่อสารที่ต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสถาบัน องค์กร และประชาชนที่เกี่ยวข้องโดยต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบมีขั้นตอน ตลอดจนต้องมีการติดตามประเมินผลเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งลักษณะนี้ถือว่าการสื่อสารสองทางที่สถาบัน องค์กรไม่ได้เป็นผู้ส่งสารแต่เพียงฝ่ายเดียว แต่ยังเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นต่างๆ กลับมายังสถาบัน สำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้น

^{๔๐}ปณฺธุฎฐาญ จันทรบุญเรือง, เอกสารคำสอนรายวิชาสื่อประชาสัมพันธ์, (มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, ๒๕๔๗), หน้า ๓๑-๓๓.

ต้องเป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง และปรับข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ ให้อยู่ในความสนใจของประชาชนที่ต้องการจะสื่อสารด้วยอยู่เสมอ โดยผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อที่สถาบันผลิตขึ้นเอง

ตามแนวคิดและหลักการวิเคราะห์ผู้รับสารตามแนวพุทธศาสนา พระพุทธเจ้าทรงแยกวิเคราะห์ผู้รับสารตามระดับปัญญา ซึ่งแตกต่างไปจากหลักการสื่อสารของนักวิชาการตะวันตกที่วิเคราะห์ผู้รับสาร ตามหลักพื้นฐานซึ่งลึกซึ้งกว่านักวิชาการตะวันตก พระองค์จะทรงแสดงธรรม (หรือสื่อสาร) ตามความเหมาะสมของบุคคล ทรงมองเห็นว่าบุคคลมีความสามารถทางปัญญาแตกต่างกัน เป็น ๔ ระดับ คือ

๑. อุกมตัตถุญญ ได้แก่ ผู้มีภูมิปัญญาที่สามารถเรียนรู้และเข้าใจพระธรรมคำสอนได้ทันที เมื่อได้ฟัง

๒. วิปจิตถุญญ ได้แก่ ผู้สามารถเรียนรู้ได้เมื่อมีการอธิบายขยายความเพิ่มเติม

๓. เนยยะ คือ ผู้ที่อาจเรียนรู้ธรรมด้วยอาศัยความเพียรอย่างยิ่งยวดทั้งด้วยการฟัง การคิด การถาม การท่อง

๔. ปทปรมะ ได้แก่ ผู้ซึ่งไม่อาจเรียนรู้และเข้าใจในพระธรรมวิเศษ แม้จะฟัง คิดและท่อง บ่นอย่างไรก็ตาม ความแตกต่างของบุคคลโดยจริตนิสัย เนื่องจากสาเหตุภายใน คือจริตนิสัย ๖ ประการ ได้แก่ รากจริตโทสจริต โมหจริต ศรัทธาจริต พุทธิจริต วิตกจริต

วิธีการในการเผยแผ่ ประกอบด้วย

๑. อนุปวาโท ไม่ว่าร้ายใคร ไม่โจมตีใคร แต่ใช้ปัญญา

๒. อนุปฆาโต ไม่ทำร้ายใคร ไม่ใช้กำลังเพื่อไปบังคับให้ใครเชื่อ ใช้ปัญญาในการอ้าง เหตุผล จนกระทั่งผู้ฟังอยากลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง

๓. ปาฏิโมกฺเข จ ส่วโร มีความสำรวมในศีลและมารยาทให้ดี

๔. มตตถุญฺตา จ ภตตสฺมิ รู้จักประมาณการใช้สอยปัจจัยสี่ จะได้เป็นทางมาแห่งความ เคารพเลื่อมใสของผู้ได้พบเห็น

๕. ปนตถุจ สยนาสนํ รักความสงบและรักในการอยู่ในที่สงบ

๖. อธิจิตเต จ อาโยโค ประกอบความเพียรในอธิจิต ต้องหมั่นฝึกสมาธิเพราะสมาธิ คือ แก่นของการได้บรรลุมรรคผลนิพพาน

คุณสมบัติภายนอก (ทางกายภาพ) ของผู้เผยแผ่ คุณสมบัติของผู้เผยแผ่หรือผู้สอน เป็น สิ่งที่ทำให้ผู้ฟังเกิดศรัทธาและยอมปฏิบัติตามในคำสอนอย่างน่าอัศจรรย์ โดยผู้สอนพึงมีคุณสมบัติที่ ปรากฏภายนอกและคุณสมบัติภายใน ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ หมายถึง รูปร่าง หน้าตา น้ำเสียง อากัปกริยา คือ การแสดงออก เคลื่อนไหว เป็นมารยาททั้งดงาม สังคมยอมรับ เป็นเสน่ห์ ผูกมัดใจคน ผู้ได้เห็น มีท่าทีสง่างามเผย ่องอาจ สงบเยือกเย็น

คุณสมบัติภายในของผู้เผยแผ่ คุณธรรมที่ผู้เผยแผ่พึงปฏิบัติและเพื่อให้เกิดความรู้ มีจิต ประกอบด้วยเมตตาธรรมเป็นหลัก ดังนี้

๑. ปณิธาน ในการแสดงต่อผู้ฟัง ชี้แจงไปตามลำดับเหตุการณ์ พร้อมยกเหตุผลให้สมจริง มาประกอบ แสดงด้วยเมตตาจิต หวังอนุเคราะห์ ไม่ใช่เพื่อหวังลาภสักการะและไม่กระทบใครให้เสียหาย ทำให้ผู้ฟังเกิดความไม่พอใจ

๒. ปฏิสัมพันธ์ ความเข้าใจปัญหา แยกแยะใน เนื้อหาสาระอธิบายย่อหรือพิสดารได้ การซ้ำซ้อนในภาษา และเข้าใจในหลักปฏิภาณ คือ ไหวพริบในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

๓. พหูสูตร การคงแก่เรียน การได้ฟังมาก จำได้ คล่องปาก เห็นตามด้วยเหตุผลที่เป็นจริง

๔. การรู้จักแสดงไปตามขั้นตอน การแสดงธรรมไปโดยคำนึงถึงภาวะของผู้ฟังเป็นหลัก โดยเริ่มจากสิ่งที่มองเห็นได้ด้วยตา ไปจนถึงพิจารณาเห็นด้วยปัญญาภายในของตน^{๔๑}

จากทัศนะของ พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการใช้ภาษาให้มี ประสิทธิภาพ เพื่อสื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจไว้ในหนังสือเรื่อง “การสื่อสารภาษาเพื่อเข้าถึงสังคม” ว่า มีหลักที่เรียกว่า ปฏิสัมพันธ์ คือ ปัญญาแตกฉาน มี ๔ ประการ ได้แก่^{๔๒}

๑. ปัญญาแตกฉานในอรรถะ คือ เนื้อความและความหมายที่จะขยายออกไปได้ เรียกว่า “อรรถปฏิสัมพันธ์”

๒. ปัญญาแตกฉานในหลัก คือในตัวประเด็น หมายความว่าเรื่องราวมากมายพิสดาร สามารถจับมาตั้งวางเป็นหลักเป็นประเด็นได้ เรียกว่า “อัมมปฏิสัมพันธ์”

๓. ปัญญาแตกฉานในภาษา ความสามารถเข้าใจในภาษา ในถ้อยคำสำนวน ในรส เป็นต้น ที่เป็นเรื่องของภาษาชัดเจน สามารถเลือกมาใช้ให้ได้ผลมีประสิทธิภาพในการที่จะสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกในการกระตุ้นแสดงอารมณ์ แสดงความต้องการของตนได้ ชักจูงผู้อื่นได้ เป็นต้น เรียกว่า “นิรุตติปฏิสัมพันธ์”

๔. ปัญญาแตกฉานในความคิดค้นการ เอาความรู้ที่มีอยู่หรือได้รับถ่ายทอดมาเชื่อมโยง สัมพันธ์สร้างเป็นความรู้ความคิดใหม่ ใช้แก้ปัญหา และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ได้ เรียกว่า “ปฏิภาณ ปฏิสัมพันธ์”

ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ใหม่ หรือ ที่เรียกว่าการสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organizational Communication) ทฤษฎีนี้เสนอว่าองค์กรจะต้องปรับเปลี่ยน ประชญา^{๔๓}

๑. จากการสื่อสารมิติเดียวมาเป็นการสื่อสารหลายมิติ ใช้หลายสื่อ หลายทิศทาง และมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมทั้งองค์กรและสังคมอย่างเป็นธรรม

^{๔๑} พระชาวลย์ วราสโร (แยมประโคน), ธรรมนิเทศและการประชาสัมพันธ์, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://chawan.igetweb.com> [๑ ก.ค.๒๕๕๕].

^{๔๒} พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), การสื่อสารภาษาเพื่อเข้าถึงสังคม, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมสภา, ๒๕๔๘), หน้า ๕๕-๕๖.

^{๔๓} กองวิทยาการ กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ : การประชาสัมพันธ์, อ้างถึงใน สมควร กวียะ [ออนไลน์], แหล่งที่มา <http://www.navy.mi.th/sctr/km/> [ต.ค.๒๕๕๕].

๒. จากการสื่อสารถึงสาธารณชนหรือมวลชนมาเป็นการสื่อสารกับสมาชิกของสังคม เน้นสังคมภายในองค์กร และชุมชนรอบองค์กร ก่อนขยายขอบเขตออกไปสู่องค์กรอื่น และสังคมมวลชน

๓. จากการสื่อสารโน้มน้าวใจให้คล้อยตามมาเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวบนพื้นฐานความแตกต่างของความรู้ ความคิด และบทบาทหน้าที่

๔. จากการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ ขององค์กรเพียงด้านเดียวมาเป็นการสื่อสารเพื่อส่งเสริมภาพจริงที่แสดงความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคมต่อโลกและต่อชีวิตของเพื่อนมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายขององค์กรหรือไม่ แต่การเปลี่ยนกระบวนทัศน์ที่มีความหมายสำคัญมากเริ่มต้นโดยฟริตจอฟ คาปรา นักวิจัยสาขาฟิสิกส์ จากมหาวิทยาลัยเวียนนาซึ่งต่อมาได้เป็นผู้อำนวยการศูนย์นิเวศศึกษา ที่มหาวิทยาลัยเบิร์กลีย์ แคลิฟอร์เนีย ในปี ๑๙๗๕ เขาจุดประกายกระบวนทัศน์ใหม่เชิงปรัชญาฟิสิกส์ในหนังสือ ๓ เล่ม และจากพื้นฐานแนวคิดหนังสือสามเล่มของฟริตจอฟ คาปรา สมควร กวีเยะ พยายามนำมาสร้างเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ของการสื่อสารมวลชน ในหนังสือเรื่องนิเวศนิเทศ ในปี ๑๙๘๗ นิเวศวิทยาเป็นแนวคิดการสื่อสารเชิงนิเวศวิทยาที่เสนอให้สื่อมวลชนเปลี่ยนมโนทัศน์ของการทำงาน จากการเสนอข่าวสารตามกระแสในรูปแบบดั้งเดิมของวารสารอเมริกัน ซึ่งวางรากฐานยังลึกลับมาตั้งแต่ต้นศตวรรษมาเป็นการเฝ้าติดตามสืบสวนสอบสวนพฤติกรรมและผลกระทบของอุตสาหกรรมเชิงลบ ที่มีต่อระบบนิเวศ ดิน น้ำ อากาศ อาหาร ชีวิต และโลก สื่อมวลชนใหม่จะต้องมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสิ่งที่ต่อความเสื่อมโทรมของชีวิตโลก และหลีกเลี่ยงการโฆษณาสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่กำลังก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบระยะยาวต่อพิภพ ซึ่งเป็นที่อยู่แห่งเดียวและอาจจะเป็นแหล่งสุดท้ายของมนุษยชาติ

นอกจากนั้นทฤษฎีปัญญาแห่งจิตวิญญาณ เป็นกระบวนทัศน์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในบุคคล และการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความเคลื่อนไหวที่น่าสนใจในการเสนอโดยไมเคิล เพอร์ซิงเกอร์ นักจิตประสาทวิทยาสหรัฐอเมริกา เริ่มต้นในปี ๑๙๙๐ แต่มีการขยายความคิดโดย วีเอส รัมจันทรัน แห่งมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ในปี ๑๙๙๗ และเป็นที่ยอมรับกว้างขวางในปี ๒๐๐๐ เมื่อมิเชล เลวิน เขียนหนังสือเรื่อง “Spiritual Intelligence Awakening the Power of Your Spirituality and Intuition” เส้นทางเดินทางของปัญญาแห่งจิตวิญญาณมี ๖ ประการ คือ การรู้จักหน้าที่ (Duty) การรู้จักทะนุถนอม (Nurturing) การแสวงหาความรู้ (Knowledge) การปรับเปลี่ยนลักษณะคน (Personal Transformation) การสร้างภราดรภาพ (Brotherhood) และการเป็นผู้นำแบบบริการ (Servant Leadership) ทฤษฎีปัญญาแห่งจิตวิญญาณเป็นแนวคิดใหม่ในการพัฒนาการสื่อสารของมนุษย์ คล้ายทฤษฎีเส้นทางที่ปราศจากกาลเวลาของ ดี ปักโซปรา ที่เสนอว่ามนุษย์จะต้องรู้จักใช้ธรรมะหรือพลังแห่งวิวัฒนาการมาเป็นพลังสร้างสรรค์ร่างกายและจิตใจ โดยปฏิบัติตนในเส้นทางที่ปราศจากกาลเวลาหรือความเสื่อมโทรมตามอายุขัยเร็วเกินควร^{๔๔} คือ

^{๔๔}สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดแพร่, ทฤษฎีปัญญาแห่งจิตวิญญาณ, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://region๓.prd.go.th/phrae/data/pro.html> [๑ พ.ย.๒๕๕๕].

๑. รู้จักชื่นชมกับความเจียม
๒. รู้จักความสัมพันธ์เชิงบวกของตนกับธรรมชาติ
๓. ไว้วางใจในความรู้สึกของตนเอง
๔. มีความมั่นคงในท่ามกลางความสับสนวุ่นวาย
๕. รู้จักเล่นสนุกสนานเหมือนเด็ก
๖. มั่นใจในสติสัมปชัญญะของตน และ
๗. ไม่ยึดติดความคิดดั้งเดิมแต่สร้างเสริมความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลา

ทั้งทฤษฎีปัญญาแห่งจิตวิญญาณ และทฤษฎีเส้นทางที่ปราศจากกาลเวลา นับว่าเป็นพัฒนาการมาสู่กระบวนทัศน์ใหม่ของทฤษฎีการสื่อสารภายในบุคคลที่เริ่มต้นโดยซิกมุนด์ฟรอยด์ และทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เริ่มต้นโดยพริตซ์ไฮเออร์ เป็นการนำเอาจริยศาสตร์มาผสมผสานเป็นจริยธรรมการสื่อสารของมนุษย์ ที่ถูกทำให้เสื่อมโทรมมาหลายทศวรรษ โดยลัทธิบริโภคนิยมและกระแสโลกาภิวัตน์ของระบอบทุนนิยมเสรี^{๔๕} การประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการหนึ่งที่เชื่อมโยงความเข้าใจระหว่างองค์กรโดยใช้วิธีติดต่อสื่อสาร กับประชาชนที่เกี่ยวข้องทั้งภายใน และภายนอกองค์กร ก่อให้เกิดความเข้าใจ นโยบายวัตถุประสงค์ กิจกรรมของสถาบัน ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็น ความต้องการของประชาชน เมื่อประชาชนเกิดความเข้าใจ และมีสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อองค์กรแล้วก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนองค์กรนั้น การประชาสัมพันธ์ จะช่วยให้นโยบายในการบริหารจัดการประสบความสำเร็จมากขึ้น^{๔๖}

จากการศึกษาทฤษฎีข้างต้น กระบวนการติดต่อสื่อสารจึงเป็นสิ่งสำคัญซึ่งมีผู้ให้แนวคิดกระบวนการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย ๔ ประการ คือ^{๔๗}

๑. องค์กรและสถาบัน
๒. ข่าวสารประชาสัมพันธ์ (Message)
๓. เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์
๔. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ จะแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม ได้แก่
 - ๔.๑ กลุ่มประชาชนภายใน ตั้งแต่ระดับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ ซึ่งความสัมพันธ์ และผูกพันกับองค์กร มีผลประโยชน์ร่วมกันกับองค์กร

๔.๒ กลุ่มประชาชนภายนอก เป็นกลุ่มประชาชนที่ประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กับองค์กร เช่น กลุ่มลูกค้า กลุ่มผลประโยชน์ หรือกลุ่มคนทั่วไปที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการดำเนินงานกิจการขององค์กร เป็นต้น

^{๔๕} สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดแพร่ ระบบ เอฟ.เอ็ม ความถี่ ๙๑ MHz. ๒๘ [ออนไลน์], แหล่งที่มา <http://region๓.prd.go.th/phrae/data/pr๑.html>, [ต.ค.๒๕๕๕].

^{๔๖} พระมหาบุญมี มาลาวิชโร, พุทธบริหาร : สู่สุดยอดนักบริหารผู้ทรงภูมิ ที่ลูกน้องรักและเทิดทูนอย่างจริงใจ, (กรุงเทพมหานคร : อิงค์ปียอนด์ บุ๊คส์, ๒๕๕๓), หน้า ๑๖.

^{๔๗} ปญญาง จันทรบุญเรือง, เอกสารคำสอนรายวิชาสื่อประชาสัมพันธ์, (มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, ๒๕๕๗), หน้า ๓๑-๓๓.

กล่าวโดยสรุปว่า จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีของการประชาสัมพันธ์ ในยุคปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ได้มีการพัฒนา และมีการปรับเปลี่ยนเพื่อความเหมาะสมตามยุคสมัย จึงมีแนวคิดที่หลากหลายแตกต่างกัน แต่ถึงอย่างไรก็ตามทฤษฎีแต่ละบทก็มิมีวัตถุประสงค์ในเรื่องเดียวกัน เราจึงควรนำทฤษฎีมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับเรื่องที่เรากำลังทำหรือปฏิบัติเพื่อเป็นแนวทางให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ ในองค์กรหรือหน่วยงาน

ดังนั้นการศึกษาบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี จึงจำแนกออกเป็น ๔ ด้านที่สำคัญ ดังนี้

๑. ด้านนโยบายและการจัดการ

จากการศึกษาค้นคว้า นโยบายและการจัดการ พบว่าได้นักการศึกษากล่าวถึงและนำมาใช้เป็นแนวทางการศึกษาของผู้วิจัยดังนี้

นโยบาย (Policy) หมายถึงการตัดสินใจขั้นต้นอย่างกว้างๆจากข้อมูลทั่วไปเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้เป็นไปโดยถูกต้องและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้นโยบายที่ชัดเจนช่วยส่งเสริมให้ผู้บริหารแต่ละระดับและแต่ละบุคคลกล้าที่จะตัดสินใจเพราะทุกคนทราบถึงขอบเขตของความรับผิดชอบที่ตนเองสามารถตัดสินใจได้ ทั้งนี้นโยบายมีความสำคัญต่อองค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ เพราะนโยบายช่วยให้ประหยัดเวลากว่าคือนโยบายเป็นสิ่งที่คิดหรือคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วจึงนำนโยบายไปปฏิบัติเพียงแต่เอาข้อมูลที่มีอยู่ก่อนแล้วเป็นปัจจัยเพื่อประกอบการตัดสินใจนโยบายก่อให้เกิดการประสานงานคือนโยบายเดียวกันจะช่วยให้แต่ละหน่วยงานย่อยสามารถคาดการณ์ตัดสินใจและปฏิบัติงานด้วยความถูกต้องยิ่งขึ้นนอกจากนั้นนโยบายช่วยให้องค์กรเกิดความมั่นคงเพราะสมาชิกจะเข้าใจทิศทางและเป้าหมายในการปฏิบัติงานได้มากยิ่งขึ้น นโยบายที่ดีต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสามารถที่จะช่วยให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายได้ นโยบายที่ดีจะต้องกำหนดขึ้นจากข้อมูลที่เป็นจริงมิใช่ข้อมูลที่เกิดจากความคิดเห็นส่วนตัวนโยบายที่ดีต้องได้รับการกำหนดขึ้นก่อนที่จะมีการดำเนินงานโดยการกำหนดกลวิธีและจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมแก่การดำเนินงานควรกำหนดขึ้นเพื่อสนองหรือส่งผลประโยชน์ให้กับบุคคลโดยส่วนรวมและต้องมีการพิจารณาว่านโยบายใดควรทำก่อนทำหลังโดยการจัดลำดับความสำคัญและความจำเป็นต้องเป็นถ้อยคำหรือข้อความที่กระชับรัดกุมใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายมีขอบเขตและระยะเวลาในการใช้และมีความยืดหยุ่นสามารถที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อเหตุการณ์ใหม่ๆเสมอกำหนดขึ้นโดยให้คลุมไปถึงสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและสอดคล้องกับระเบียบกฎหมายและข้อบังคับต่างๆของสังคมโดยส่วนรวม^{๔๔} นโยบายจึงเปรียบเสมือนเข็มทิศและหางเสือในการเดินเรือ ที่จะพาเรือไปในทิศทางที่กำหนดไว้ได้ ดังนั้นรัฐบาลจึงจำเป็นต้องกำหนดนโยบายการศึกษาให้สอดคล้องกับการพัฒนา ประเทศและการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน เพื่อจะพาประเทศให้พัฒนาไปในทิศทางที่ต้องการ สำหรับการจัดการ (Management) เป็นการดำเนินการอย่างมีระเบียบแบบแผนเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและทำให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่นบรรลุวัตถุประสงค์ที่

^{๔๔} รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์, นโยบายและการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยนเรศวร, ๒๕๕๔), หน้า ๑.

กำหนดไว้ด้วยความร่วมมือของกลุ่มบุคคล หรืออีกนัยหนึ่ง การบริหารคือ ศิลปะการทำงานให้สำเร็จ โดยอาศัยความร่วมมือของบุคคลอื่น ดังนั้นผู้บริหารจึงเป็นผู้ให้ทิศทางและเป็นผู้นำให้กับองค์การ รวมทั้งตัดสินใจว่าจะใช้ทรัพยากรเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การได้อย่างไร^{๔๙}

จากแนวคิดของ ฟาร์โย กล่าวว่า ผู้บริหารต้องมีนโยบายแผนงานและแนวทางการปฏิบัติงานของหน่วยงานหรือกลุ่มกิจกรรมหนึ่ง ๆ ที่มีความแน่นอนชัดเจนและมุ่งไปสู่จุดมุ่งหมายปลายทางเดียวกัน เพื่อให้ทุกคนใช้เป็นจุดหมายปลายทางในการทำงานโดยเน้นว่า หลักการนี้จะเกิดขึ้นได้ต้องมีการจัดแผนงานอย่างเหมาะสมซึ่งสามารถเห็นได้จากโครงสร้างขององค์การ^{๕๐} นอกจากนี้การกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ต้องดำเนินการเกี่ยวกับพนักงานในองค์การ ซึ่งครอบคลุมภารกิจต่างๆได้แก่ การสรรหา การกลั่นกรอง การฝึกอบรม การให้รางวัล และผลประโยชน์ เกื้อกูล การประเมินผลและแรงงานสัมพันธ์^{๕๑}

สำหรับนโยบายการจัดการประชาสัมพันธ์ ตามที่กรมประชาสัมพันธ์ ได้ให้แนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ต้องยึดหลัก SMCR กล่าวคือ

๑. ตัวเรา (Source) ต้องมีความรู้ คือ ต้องรู้เรื่อง การประชาสัมพันธ์ มีทักษะ ประสบการณ์การสื่อสารถ่ายทอดพอสมควร บทบาท หน้าที่ ภารกิจหน่วยงาน หน้าที่หลัก หน้าที่รอง งานที่ต้องดำเนินการและสภาพชุมชน แวดล้อมต่าง ๆ มีความเข้าใจ คือ ต้องเข้าใจ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรค ในการดำเนินงาน เจ้าหน้าที่ทุกคนในหน่วยงานมีความเข้าใจ สามารถอธิบายชี้แจงโต้ตอบได้ และมีเป้าหมายการทำงานอันเดียวกัน ชัดจำกัดในการดำเนินงาน เช่น กำลังคนงบประมาณ ภาระเบียด เป็นต้น

๒. เนื้อหา (Message) ต้องศึกษาค้นคว้า เนื้อหา สารให้แม่นยำ สามารถอ้างอิงได้ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ และเชื่อมโยงการดำเนินงานกับหน่วยงานอื่น

๓. ช่องทางการสื่อสาร (Channel) มีมากมาย เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ การแข่งขัน การประกวด การพาชมสถานที่ การจัดหน่วยชุมชนสัมพันธ์ ฯลฯ ซึ่งการใช้ ช่องทางใดในการสื่อสารนั้น ควรคำนึงถึง ความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ชุมชน ผู้คน การรับรู้ ความเข้าใจของผู้คน ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล การเกิดประโยชน์สูงสุดและประหยัด

๔. ผู้รับสาร (Receiver) มีความสำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นจุดสุดท้ายในการสื่อสาร ซึ่งสามารถประเมินผลได้ว่า การประชาสัมพันธ์นั้นประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือไม่^{๕๒}

^{๔๙} ผศ.วรพจน์ พรหมสัตยพรต, การบริหารงานสาธารณสุขท้องถิ่น, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ บริษัท ธนาเพรส จำกัด, ๒๕๕๐), หน้า ๑๗.

^{๕๐} รศ.ศิริพงษ์ลดาวัลย์ ณ อยุธยา, แนวความคิดและทฤษฎีรัฐศาสตศาตร์, (กรุงเทพมหานคร: ซี เอ็ดดูเคชั่น จำกัด, ๒๕๕๑), หน้า ๑๑๖-๑๒๑.

^{๕๑} Gary Dessler, Human Resources Management, 7th ed, Upper Saddle River, New Jersey:Prentice-Hall,1997), p. 2,อ้างใน เรื่องเดียวกัน, หน้า ๓.

^{๕๒} กรมประชาสัมพันธ์, หลักการและกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : http://yeawya.prd.go.th/view_ebook.php?id=5 [๑ ก.ค.๒๕๕๕].

กล่าวโดยสรุปว่า จากการศึกษานโยบายและการจัดการ ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายให้ความสำคัญในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ อย่างสร้างสรรค์ มีวิธีการชักจูงใจให้บุคลากรประชาสัมพันธ์มีความรับผิดชอบ และปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ดำเนินการวางแผนการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับ มีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายใน และภายนอกมีความคล่องตัวทำให้องค์กรเป็นที่รู้จักของประชาชน และท้องถิ่นอย่างกว้างขวางผู้บริหารและบุคลากรขององค์กรเข้าร่วมกิจกรรมท้องถิ่น และจังหวัดอย่างต่อเนื่อง มีการนำเสนอข่าวสารทางสื่อมวลชนมีความน่าสนใจและสอดคล้องกับความต้องการส่งข่าวสารให้สื่อมวลชนสม่ำเสมอมีกิจกรรมแนะนำอย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจอยู่เสมอ

๒. ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร

จากการศึกษาค้นคว้า การพัฒนาองค์กรและบุคลากร พบว่าได้มีนักการศึกษากล่าวถึงและนำมาใช้เป็นแนวทางการศึกษาของผู้วิจัยดังนี้

การพัฒนาองค์กร (OD) เป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลง โดยนิยามการพัฒนาองค์กร หมายถึง การทำแผนเพื่อใช้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงองค์การให้เกิดความมีประสิทธิภาพและให้ความสำคัญด้านความเป็นมนุษย์มากยิ่งขึ้น (More effective and more human) จะเห็นวาระบรรทัดฐานของการพัฒนาองค์กร (OD paradigm) คือ การให้ความสำคัญต่อคุณค่าของมนุษย์และความก้าวหน้าขององค์การควบคู่กันไป เน้นความร่วมมือและกระบวนการมีส่วนร่วม ตลอดจนการมีจิตวิญญาณของการแสวงหา (Spirit of inquiry) กล่าวโดยสรุป ว่าค่านิยมที่ถือเป็นสาระสำคัญเชิงปรัชญาของการพัฒนาองค์กร ได้แก่

๑. ให้การนับถือต่อตน (Respect for people) โดยเชื่อว่า มนุษย์มีความรับผิดชอบมีสติปัญญาและต้องการให้การใส่ใจ และควรได้รับการปฏิบัติด้วยความเคารพในศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์

๒. ไว้วางใจและช่วยเหลือเจือจุน (Trust and support) กล่าวคือ องค์การที่ถือว่ามีความสุขภาพดีและมีประสิทธิผลต้องมีลักษณะของความไว้วางใจ มีความเชื่อถือมีบรรยากาศที่เปิดเผยและให้การเกื้อกูลต่อกัน

๓. มีความเสมอภาคด้านอำนาจ (Power equalization) ในองค์การที่มีประสิทธิผลจะไม่เน้นการใช้อำนาจและการควบคุมตามสายการบังคับบัญชาเป็นประเด็นสำคัญ

๔. กล้าเผชิญปัญหา (Confrontation) โดยไม่เลียง ไม่ประวิงเวลาหรือหนีปัญหาที่เกิดขึ้นแต่จะใช้วิธีเผชิญปัญหาอย่างเปิดเผย

๕. การมีส่วนร่วม (Participation) โดยเฉพาะผู้ที่ได้รับผลกระทบหรือเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงจะได้รับโอกาสมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เพราะการได้มีส่วนร่วมยิ่งทำให้ต้องผูกพันต่อการนำข้อยุติลงสู่การปฏิบัติมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้การพัฒนาองค์กร ต้องอาศัยบุคลากรแต่ละคนขององค์กร พร้อมกับปรับปรุงให้การดำเนินงานตามภารกิจขององค์การมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนั้น กิจกรรมของ OD ก็คือ แสวงหาทางที่ส่งเสริมกระบวนการทัศน์ (Paradigm) หมายถึง วิธีคิด วิธีปฏิบัติ วิธีให้คุณค่า ซึ่งตั้งอยู่บนฐานการ

มองโลกความเป็นจริงแบบหนึ่งหรืออาจหมายความว่าถึง ทัศนะแม่บท เพราะเป็นทัศนะพื้นฐานที่เป็นตัวกำหนด วิธีคิด วิธีปฏิบัติ วิธีให้คุณค่าและวิถีชีวิตทั้งหมดของผู้คน แผนพัฒนาองค์กรจึงประกอบด้วยเทคนิคต่าง ๆ หลายอย่าง (หรือ กิจกรรมสอดแทรก หรือ OD interventions) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญใช้เพื่อปรับปรุงการทำงานขององค์กรทั้งในระดับบุคคล กลุ่มบุคคล และองค์กรโดยรวม เทคนิคการพัฒนาองค์กรที่เป็นนิยมแพร่หลาย ได้แก่ การสำรวจข้อมูลย้อนกลับ (Survey feedback) การฝึกอบรมเพื่อฝึกการรับรู้ (Sensitivity training) การสร้างทีมงาน (Team building) โปรแกรมสร้างคุณภาพในชีวิตงาน (Quality of work life programs) และการบริหารโดยยึดวัตถุประสงค์ (Management by objectives) และการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Creating a learning organization)^{๕๓} ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาบุคลากรและการใช้คนให้เหมาะสมกับงาน^{๕๔} นอกจากนี้ การบริหารงานด้านบุคลากร อันได้แก่ การจัดอัตรากำลัง การสรรหา การรักษา สภาพการทำงาน การควบคุมการปฏิบัติงาน^{๕๕} การบริหารงานของบุคลากรภายในองค์กร จัดว่าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ถูกต้อง ดังนั้น ทุกองค์การจึงต้องมีการบริหารงานของบุคลากรอย่างเป็นระบบ มีความเหมาะสมและถูกต้อง ซึ่งจะก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่บุคลากรทุกระดับ และองค์กร^{๕๖} สิ่งเหล่านี้เรียกอีกอย่างได้ว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การเชื่อมโยงระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับเป้าหมายกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงสมรรถนะของธุรกิจและพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร จะทำให้เกิดนวัตกรรมหรือการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ รูปแบบของการวางแผนการขยายตัวและกิจกรรม ด้านทรัพยากรมนุษย์ เป็นการตั้งใจที่จะทำให้องค์กรสามารถประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เป็นการยอมรับหน้าที่ของทรัพยากรมนุษย์ว่าเป็นเสมือนหุ้นส่วนหรือส่วนประกอบสำคัญในกระบวนการโดยผ่านกิจกรรมของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เช่น การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม และการให้รางวัล^{๕๗} องค์กรจะประสบผลสำเร็จย่อมจะต้องอาศัยความร่วมมือในการทำงานจากผู้ร่วมงานอย่างเต็มความสามารถและด้วยความสมัครใจเป็นปัจจัยสำคัญ^{๕๘} ในขณะเดียวกัน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็น ทั้งศาสตร์และศิลป์หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเป็นสหวิทยาการ ที่ต้องผสมผสานศาสตร์อื่น ในการจัดการบุคลากรให้ทำงานด้วยความเต็มใจ และมุ่งมั่นที่

^{๕๓} กัลยาณี สูงสมบัติ, เทคนิคการจัดการสมัยใหม่, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://uhost.rmutp.ac.th/kanlayanee.so/L5/5-2-2.html> [๑ ก.ค.๒๕๕๕].

^{๕๔} ประยูร ธมมจิตโต, พุทธวิธีในการบริหาร, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๙), หน้า ๓ - ๕.

^{๕๕} สุพจน์ พันธุ์ชูเพชร, การศึกษากระบวนการบริหารงานของผู้อำนวยการสามัญศึกษาจังหวัด, วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๐), หน้า ๑๒.

^{๕๖} พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมมจิตโต), พุทธวิธีบริหาร, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๙), หน้า ๔๘.

^{๕๗} สมชาย หิรัญกิตติ, การบริหารทรัพยากรมนุษย์ฉบับมาตรฐาน, (กรุงเทพมหานคร : ซีระฟิล์มและไซเทกซ์ ๒๕๔๒), หน้า ๒๔.

^{๕๘} William B, Werther, JP, And Keith David, Human Resources and Personnel Management, (New York : McGraw – Hill, Inc, 1993), P. 11.

จะทำงานให้ได้มาตรฐานเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ^{๕๙} นอกจากนี้ เป็นการจัดการบุคลากรในองค์กรโดยให้ความสำคัญในศักดิ์ศรีแห่งความเป็นคนและต้องทำให้บุคลากรเหล่านั้นได้รับผลประโยชน์อย่างเหมาะสมนอกจากนั้นจะต้องเอาใจใส่ดูแลในเรื่องความต้องการทั้งหลายของบุคลากรเพื่อให้บุคลากรมีขวัญและกำลังใจในการทำงานจะก่อให้เกิดผลสำเร็จและความเจริญก้าวหน้าในการดำเนินงาน ขององค์กร^{๖๐}

ผู้จัดการจะทำงานได้ผลสำเร็จย่อมจะต้องอาศัยความร่วมมือในการทำงานจากผู้ร่วมงานอย่างเต็มความสามารถและด้วยความสมัครใจเป็นปัจจัยสำคัญ^{๖๑} ในขณะเดียวกัน กระบวนการที่ผู้บริหารใช้ศิลปะและกลยุทธ์ดำเนินการสรรหา คัดเลือก และบรรจุบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมให้ปฏิบัติงานในองค์กรพร้อมทั้งสนใจ การพัฒนาธรรมาภิบาลให้สมาชิกที่ปฏิบัติงานในองค์กรเพิ่มพูนความรู้ความสามารถมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีในการทำงานและยังรวมถึงการแสวงหาวิธีการที่ทำให้สมาชิกในองค์กรที่ต้องพ้นจากการทำงานด้วยเหตุผลพลภาพ เกษียณอายุ หรือเหตุอื่นใดในงานให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข^{๖๒} เหตุดังนี้ การแสวงหาวิธีการในการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการบุคลากรขององค์กร เพื่อให้ได้ตัวบุคคลที่มีคุณภาพคุณสมบัติ และจำนวนที่เหมาะสมกับองค์กร รวมไปถึงการพัฒนาความสามารถ ความรู้ ทักษะการดูแลรักษาบุคลากร และทัศนคติอันดี ต่อการทำงาน เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเพิ่มความพึงพอใจในความต้องการของพนักงานแต่ละคน^{๖๓} ในทำนองเดียวกันการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็น ทั้งศาสตร์และศิลป์หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเป็นสหวิทยาการ ที่ต้องผสมผสานศาสตร์อื่นในการจัดการบุคลากรให้ทำงานด้วยความเต็มใจ และมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ได้มาตรฐานเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ^{๖๔}

นอกจากนี้ เป็นการจัดการบุคลากรในองค์กรโดยให้ความสำคัญในศักดิ์ศรีแห่งความเป็นคนและต้องทำให้บุคลากรเหล่านั้นได้รับผลประโยชน์อย่างเหมาะสมนอกจากนั้นจะต้องเอาใจใส่ดูแลในเรื่องความต้องการทั้งหลายของบุคลากรเพื่อให้บุคลากรมีขวัญและกำลังใจในการทำงานจะ

^{๕๙} ประเวศน์ มหารัตน์สกุล, การบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ส.ส.ท. (สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), ๒๕๔๓), หน้า ๑๐.

^{๖๐} อำนวย แสงสว่าง, การจัดการทรัพยากรมนุษย์, (กรุงเทพมหานคร : อักษราพิพัฒน์, ๒๕๔๐), หน้า ๒

^{๖๑} William B, Werther, JP. And Keith David, Human Resources and Personnel Management, (New York : McGraw – Hill, inc, 1993), P. 11.

^{๖๒} พะยอม วงศ์สารศรี, การบริหารทรัพยากรมนุษย์, พิมพ์ครั้งที่ ๖, (กรุงเทพมหานคร : คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, ๒๕๔๐), หน้า ๕.

^{๖๓} เคนวีย์ นิลวรรณ, การบริหารทรัพยากรมนุษย์, (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, หจก, ธนุพรินตัง, ๒๕๔๘), หน้า ๒.

^{๖๔} ประเวศน์ มหารัตน์สกุล, การบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ส.ส.ท. (สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), ๒๕๔๓), หน้า ๑๐.

ก่อให้เกิดผลสำเร็จและความเจริญก้าวหน้าในการดำเนินงาน ขององค์กร^{๖๕} ในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร^{๖๖}

กล่าวโดยสรุปว่า จากการศึกษาการพัฒนาองค์กรและบุคลากร บุคลากรต้องมีค่านิยมที่ตรงกันตั้งใจจริงและรักอาชีพประชาสัมพันธ์ มีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้านเป็นที่ยอมรับ ยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรมเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน มีความชำนาญในด้านเทคนิคที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ได้รับการอบรมให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ มีบุคลิกภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี กระตือรือร้น ทันต่อเหตุการณ์ อดทน และได้รับการดูแล ปฏิบัติอย่างความเสมอภาคและเท่าเทียมกันกับบุคลากรทุกระดับ นอกจากนั้นยังต้องมีความสามารถในการทำวิจัยเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์

๓. ด้านการติดตามนโยบาย

จากการศึกษา การติดตามนโยบาย มีนักการศึกษากล่าวถึง และเกี่ยวข้องกับกับงานวิจัยของผู้วิจัย ดังนี้

การติดตามนโยบาย หมายถึง การนำเอากฎหมายและนโยบายต่างๆไปปฏิบัติให้เกิดผล ซึ่งเป็นหน้าที่ของข้าราชการที่จะทำงานด้วยความเต็มใจด้วยความเที่ยงธรรมและอย่างมีประสิทธิภาพตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้^{๖๗} เป็นการติดตามความคืบหน้าของการดำเนินนโยบายในแต่ละช่วงระยะว่าเป็นอย่างไร เป็นการใช้มาตรฐาน หรือตัวชี้วัดคอยติดตามดูการปฏิบัติงานไปเรื่อยๆ ในทางวิชาการมองว่า การติดตามประเมินผลนโยบายเป็นการตรวจสอบพื้นที่บริการ (coverage) ว่านโยบายไปถึงกลุ่มเป้าหมายมากน้อยแค่ไหน และการให้บริการ (delivery) ว่า การปฏิบัติและวิธีการต่างๆที่ทำจริงนั้น ตรงตามแผนการให้บริการหรือไม่อย่างเป็นระบบ โดยลักษณะสำคัญของการติดตามผลนโยบายประกอบด้วย

๑. กำหนดรายละเอียดที่จะติดตามผลไว้ตั้งแต่แรก ด้วยการกำหนดมาตรฐานหรือตัวชี้วัด

๒. การเก็บรวบรวมข้อมูล

๓. การตัดสินใจว่าจะทำอย่างไรหากการนำนโยบายไปปฏิบัติได้ผลที่ไม่เป็นไปตามความคาดหวัง

เมื่อดำเนินการติดตามนโยบาย ต้องมีการประเมินผล เพราะการประเมินผลมีความสำคัญต่อการวิเคราะห์นโยบาย เนื่องจากเป็นเทคนิคที่ใช้หลักเหตุผลและเป็นระบบ ดังที่การวิเคราะห์นโยบายมีฐานคิดว่าจะช่วยลดการตัดสินใจที่ไม่มีเหตุผล และช่วยให้การดำเนินนโยบายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสนองตอบต่อสังคมและประชาชน การประเมินผลจะมีประโยชน์ในแง่

^{๖๕} อำนวย แสงสว่าง, การจัดการทรัพยากรมนุษย์, (กรุงเทพมหานคร : อักษราพิพัฒน์, ๒๕๔๐), หน้า ๒

^{๖๖} Mondy, R, Wayne, Robert M, Noe and Shane R, Premeaux, **Human Resource Management**, (sixth Edition, N.J. : Prentice - Hall, 1996), p. 5.

^{๖๗} พินยา บวรวัฒนา, การบริหารเชิงบูรณาการ, (นนทบุรี: สำนักงานข้าราชการพลเรือน, ๒๕๔๖), หน้า ๒.

ช่วยให้มั่นใจกับความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป รวมทั้งเกิดการเรียนรู้ และนำความรู้จากการประเมินไปปรับปรุงนโยบาย โดยเฉพาะขั้นตอนการออกแบบและการนำนโยบายไปปฏิบัติ ตลอดจนลดความขัดแย้งและแรงกดดันจากกลุ่มผลประโยชน์^{๖๘}

กระบวนการติดตามและประเมินผลในปัจจุบันนั้นตามแนวคิดของ Robert S. Kaplan และ David P. Norton ได้เสนอแนวคิด Balanced Scorecard เพื่อใช้ในการวัดผลของกิจการที่จะทำให้ผู้บริหารระดับสูงเห็นภาพรวมขององค์กรได้ชัดเจนขึ้นให้ได้ภาพรวมขององค์กรอย่างสมดุลขึ้นโดยการวัดผลนอกจากการวัดทางด้านการเงินที่เป็นผลของการดำเนินงานที่เกิดขึ้นมาแล้วต้องมีการวัดผลด้านกระบวนการบริหารงานการสร้างความปลอดภัยให้แก่ลูกค้าตลอดจนสร้างนวัตกรรมและการเรียนรู้ให้แก่องค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการสร้างอนาคตให้แก่องค์กรด้วยด้วยแนวคิดนี้ผู้บริหารสามารถประเมินศักยภาพโดยรวมขององค์กรและความสามารถในการแข่งขันและอนาคตขององค์กรนั้นๆ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้นโดยขอบเขตหรือองค์ประกอบในการวัดผลตามแนวคิดของ Balanced Scorecard ภายใต้มุมมองแต่ละด้านนั้นจะประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ได้แก่

๑. วัตถุประสงค์ (Objective) เพื่อเป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ของแต่ละมุมมองที่ต้องการจะชี้วัด

๒. ตัวชี้วัด (Performance Indication) คือตัวชี้วัดนั้นจะแสดงให้เห็นว่าองค์กรได้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ในแต่ละด้านหรือไม่

๓. เป้าหมาย (Target) คือเป้าหมายหรือค่าตัวเลขที่ตั้งไว้เพื่อให้องค์กรบรรลุถึงค่านั้นๆ

๔. แผนงานโครงการที่ตั้งใจ (Initiatives) คือแผนการปฏิบัติงานที่มีการลำดับเป็นขั้นๆ ในการจัดทำกิจกรรม

กระบวนการในการบริหารจัดการองค์กรโดยจะเริ่มตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า (Input) อันประกอบด้วยความต้องการหรือข้อเรียกร้อง (Demand) และแรงสนับสนุน (Support) ที่เป็นเสมือนแรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นให้องค์กรเริ่มกระบวนการในการบริหารจัดการ (Internal Process) เพื่อก่อให้เกิดผลผลิต (Output) หรือผลลัพธ์ (Outcome) ที่สามารถสนองต่อความต้องการหรือการสนับสนุนต่างๆ ซึ่งผลผลิตหรือผลลัพธ์ดังกล่าวนี้จะเป็นผลสะท้อน (Feed Back) กลับมาเป็นปัจจัยนำเข้าอีกครั้งหนึ่งโดยมีกระบวนการควบคุมและประเมินผลเป็นอีกปัจจัยในการช่วยสะท้อนผลการดำเนินงานประสิทธิภาพประสิทธิผลของผลลัพธ์และผลผลิตกลับไปสู่กระบวนการบริหารจัดการเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์พัฒนากระบวนการปรับปรุงหรือขยายผลการดำเนินการต่อไป^{๖๙}

ในด้านการควบคุมติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานนั้นเกณฑ์ในการวัดความสำเร็จในผลิตภาพทั้งในด้านการปฏิบัติงานและการบริหารจัดการมิได้มีเพียงแค่ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพเท่านั้นยังมีหลักการแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอีกดังต่อไปนี้

^{๖๘} ธนิตา กมลวิทย์, การติดตามและประเมินนโยบาย, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://www.nubkk.nu.ac.th/acad/MPA/> [๑๓.๑๒.๕๕๕].

^{๖๙} อัญญา ณ ระนอง, เอกสารการบรรยายวิชาการจัดการปฏิบัติการสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : http://www.geocities.com/dol_nida/Strategic_07_1.htm [๑๓.๑๒.๕๕๖].

แนวคิดในการควบคุมและประเมินผลแผนกลยุทธ์มีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่^{๗๐}

๑. การติดตามผลการดำเนินการ (Track Status) เป็นเครื่องมือสำคัญของผู้บริหารที่จะสร้างความมั่นใจได้ว่าการปฏิบัติงานขององค์กรเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องและสามารถสร้างผลงานที่สอดคล้องตามเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่วางเอาไว้การติดตามผลการดำเนินงานจะช่วยให้ผู้บริหารทราบข้อมูลที่เป็นตัวบ่งชี้ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นซึ่งจะเป็นข้อมูลแก่ผู้บริหารในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป การติดตามผลการดำเนินงานนี้หมายความรวมถึงการรวบรวมผลการดำเนินงานในแต่ละช่วงเวลาของกิจกรรมงานโครงการต่างๆ สอดคล้องตามตัวชี้วัดผลสำเร็จของการดำเนินงานในแต่ละระดับที่ได้กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติงานประจำปี

๒. การรายงานความก้าวหน้า (Communicate Progress) เป็นกระบวนการหลังจากที่ได้มีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ภายใต้กรอบของตัวชี้วัดผลสำเร็จของการดำเนินงานในแต่ละช่วงเวลาแล้วเป็นหน้าที่ของผู้มีหน้าที่ในการกำกับติดตามผลที่จะต้องจัดทำรายงานสรุปเสนอต่อผู้บริหารให้ได้รับทราบความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานเป็นระยะรวมทั้งควรส่งข้อมูลย้อนกลับให้แก่ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยให้ผู้รับผิดชอบแต่ละระดับดำเนินการปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแนวทางที่เหมาะสม

๓. การวัดผลและประเมินผล (Measurement and Evaluation) จะประกอบด้วยกระบวนการย่อย๓ขั้นตอนได้แก่การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์และประเมินผลข้อมูลและการนำเสนอผลการประเมินการวัดผลและประเมินผลจะเป็นการประเมินผลสำเร็จของการปฏิบัติงานตามแผนในแต่ละรอบเวลาที่กำหนดซึ่งผลที่ได้จากการประเมินจะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนกลยุทธ์รอบต่อไปขององค์กร

แนวคิดและหลักการในด้านการควบคุมและกระบวนการในการควบคุมและติดตามผลการปฏิบัติงานแยกเป็น ๔ ขั้นตอนได้แก่^{๗๑}

๑. การกำหนดมาตรฐานที่ใช้วัด (Establishing Standard) ทุกองค์กรจะมีวัตถุประสงค์ขององค์กรดังนั้นมาตรฐานที่กำหนดนโยบายจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์นั้นมาตรฐานโดยทั่วไปแยกเป็น ๒ ประเภทได้แก่

๑.๑ มาตรฐานผลผลิต (Output Standard) ซึ่งวัดด้วยปริมาณคุณภาพต้นทุนและเวลาที่ใช้จำนวนเงินที่ใช้เปรียบเทียบกับงบประมาณจำนวนหน่วยผลิตและขนาดของบริการที่ใช้ในระยะเวลาที่กำหนด

๑.๒ มาตรฐานปัจจัยที่ใช้ในการผลิต (Input Standard) จะวัดด้วยความพยายามที่ให้กับงาน (Work Effort) เช่นการวัดประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร เป็นต้น

^{๗๐} ชัยสิทธิ์ เณรมีประเสริฐ, ความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐในการบริหารจัดการระบบงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงานตามยุทธศาสตร์ชาติ, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๖) หน้า ๓๙ - ๔๐

^{๗๑} เสนาะ ดิเญวาร์, หลักการบริหาร, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๓) , หน้า ๒๙๓ - ๓๑๕.

๒. การวัดผลงานที่ทำได้จริง (Measuring Actual Performance) ได้แก่การวัดผลงานที่เกิดขึ้นจริงเป็นหน่วยการผลิตที่จริงหรือความพยายามที่ให้กับงานจริงหน่วยวัดที่ใช้จะต้องเป็นอย่างเดียวกันกับมาตรฐานที่กำหนดขึ้นมาเช่นจำนวนที่ผลิตจำนวนวันที่ขาดงานจำนวนแฟ้มจำนวนรายได้ที่เกิดขึ้นซึ่งผลงานเหล่านี้ได้มาจากการรายงานการสังเกตและสถิติตัวเลขต่างๆ

๓. การเปรียบเทียบผลงานที่ทำได้จริงกับมาตรฐาน (Comparing Actual Performance with Standard) เป็นการเปรียบเทียบเนื้อหาความแตกต่างที่เกิดขึ้นระหว่างหน่วยงานที่ทำให้จริงกับมาตรฐาน

๔. การแก้ไขให้ถูกต้อง (Taking Corrective Action) ได้แก่การดำเนินการทางด้านการบริหารเมื่อพบความแตกต่างระหว่างผลงานที่เกิดขึ้นจริงกับมาตรฐานเพื่อปรับการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่ต้องการ

กล่าวโดยสรุปว่า จากการศึกษาการติดตามนโยบาย การประชาสัมพันธ์ ควรมีนโยบายในการควบคุม ติดตามประเมินผล กำหนดเกณฑ์ที่เหมาะสมในการวัดผลความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์ รวมถึงมีคณะกรรมการประเมินผลค่าตอบแทน นอกจากนี้ควรวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างงบประมาณกับปริมาณประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น และประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ต้องสามารถรับฟังความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชา มีนโยบายให้แต่ละหน่วยงานรายงานผลการปฏิบัติงานในภาพรวมตอนสิ้นปีให้ผู้บริหารทราบ ให้บุคลากรเข้าทำงานที่สอดคล้องกับศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานแต่ละด้านและมีระบบประเมินบุคลากรที่เหมาะสม นอกจากนั้นควรทำความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ช่วยบุคลากรในการแก้ไขปัญหาอยู่เสมอ

๔. ด้านการควบคุมงบประมาณ

จากการศึกษา ด้านการควบคุม งบประมาณ มีนักการศึกษากล่าวถึงและเกี่ยวข้องกับงานวิจัยของผู้วิจัย ดังนี้

งบประมาณ (Budgeting) หมายถึงแผนงานที่มีรายละเอียดของการดำเนินงานของการจัดหาและใช้จ่ายเงินและทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดซึ่งเป็นแผนงานดำเนินงานแสดงในรูปของตัวเลขอย่างมีระบบในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งในอนาคตซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อให้กิจการได้รับผลประโยชน์ตอบแทนกลับคืนมาตามเป้าหมายที่กำหนดไว้^{๗๒} นอกจากนั้นยังหมายถึง การควบคุมการใช้จ่ายให้รอบคอบ และรัดกุมรวมถึงการจัดสรรงบประมาณ การทำบัญชีการบริหารงบประมาณ ผู้บริหารมีภารกิจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงบประมาณ มีภารกิจหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติ ๒ ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรก ได้แก่ การจัดทำงบประมาณซึ่งเป็นการวางแผนล่วงหน้าในการขอเงินเพื่อจัดซื้อหรือจัดจ้างหรือค่าใช้จ่าย และขั้นตอนที่สอง ได้แก่ การดำเนินการใช้เงินเพื่อจัดซื้อหรือจัดจ้างตามงบประมาณที่ได้รับนั้น^{๗๓} การใช้ทรัพยากร

^{๗๒} สุพาดา สิริกิตตา, การบัญชีบริหาร, (กรุงเทพมหานคร : ธนัชการพิมพ์, ๒๕๔๕), หน้า ๑๓๙.

^{๗๓} Gulick Luther and Lyndall Urwick, *Paperson the Science of Administration*, (New York : Columbia University, 1973), p. 13.

ต่าง ๆ ขององค์กร ถือว่าเป็นกระบวนการตรวจสอบ หรือติดตามผลและประเมินการปฏิบัติงานในกิจกรรมต่าง ๆ ของพนักงานเพื่อรักษาให้องค์กรดำเนินไปในทิศทางสู่เป้าหมายอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์หลักขององค์กร ในเวลาที่กำหนดไว้^{๗๔}

การจัดทำงบประมาณเป็นการจัดทำแผนการดำเนินงานไว้อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งแผนงบประมาณนี้อาจจะเป็นแผนระยะยาวครอบคลุมระยะเวลา ๓ - ๕ ปีหรือ ๑๐ ปีหรืออาจจะเป็นแผนระยะสั้นสำหรับระยะเวลา ๓ เดือน ๖ เดือนหรือ ๑ ปีก็ได้ซึ่งแผนงบประมาณเป็นเครื่องมือทางการเงินที่ช่วยให้ฝ่ายบริหารได้มีแนวทางการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพบรรลุตามวัตถุประสงค์ ดังนั้นกิจการควรศึกษาถึงวัตถุประสงค์ของการจัดทำงบประมาณเพื่อใช้งบประมาณให้เหมาะสมซึ่งครอบคลุมถึงข้อมูลดังต่อไปนี้คือ

๑. เพื่อช่วยผู้บริหารในการวางแผนงานและควบคุมการดำเนินงานรวมทั้งมีมีแนวทางการดำเนินงานของกิจการเป็นคาดการณ์มองปัญหาในอนาคตตลอดจนสามารถพัฒนานโยบายต่างๆในอนาคตทำให้ทราบความสามารถของกิจการวิธีการใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่กิจการสูงสุด

๒. เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลให้แก่ผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ

๓. เพื่อช่วยให้กิจการมีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดสามารถจัดสรรทรัพยากรและบุคคลอย่างเหมาะสมมีเป้าหมายที่ชัดเจนแน่นอน

๔. เพื่อช่วยในการกำหนดมาตรฐานการทำงานสามารถนำไปประเมินผลงานการปฏิบัติงานที่เที่ยงธรรมเพิ่มแรงจูงใจแก่บุคลากรให้มีความร่วมมือในการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

๕. เพื่อช่วยในการติดต่อสื่อสารและการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในกิจการ เพราะงบประมาณเป็นสื่อกลางของการติดต่อเชื่อมโยงระหว่างแผนงานกับพนักงานให้มีการปฏิบัติงานตามแผนงาน^{๗๕}

งบประมาณเป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้นมาเพื่อช่วยให้กิจการทำงานอย่างมีแนวทางให้บรรลุเป้าหมายเป็นการกำหนดให้ฝ่ายบริหารมองออกไปข้างหน้าในอนาคตและพิจารณาแนวทางการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพซึ่งสามารถสรุปประโยชน์ของการจัดทำงบประมาณที่มีผลต่อการบริหารจัดการ๓ด้านด้วยกันคือด้านวางแผนด้านการประสานงานและด้านการควบคุม

๑. ประโยชน์ด้านวางแผนงบประมาณช่วยทำให้กิจการมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าเป็นการวางแผนการดำเนินงานในอนาคตทำให้ฝ่ายบริหารทราบข้อมูลและปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นล่วงหน้าวางแผนจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นและเสนอแนวทางเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้เป็นลายลักษณ์อักษรในแผนงบประมาณทำให้บุคลากรทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้มีเป้าหมายร่วมกันอันหนึ่งอันเดียวกัน

^{๗๔} รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, องค์การและการจัดการ, (กรุงเทพมหานคร : ไตมอน อิน บิสสิ เน็ตเวิร์ค, ๒๕๔๕), หน้า ๑๙.

^{๗๕} รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, องค์การและการจัดการ, (กรุงเทพมหานคร : ไตมอน อิน บิสสิ เน็ตเวิร์ค, ๒๕๔๕), หน้า ๑๙.

๒. ประโยชน์ด้านการประสานงานงบประมาณเป็นการประสานงานให้ทุกฝ่ายทำงานสอดคล้องกันเพราะมีเป้าหมายเดียวกันไม่เกิดการแข่งขันและได้เปิดโอกาสให้บุคคลกรได้มีส่วนร่วมในการจัดทำงบประมาณก่อให้เกิดการประสานงานและพยายามช่วยกันปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ

๓. ประโยชน์ด้านการควบคุมงบประมาณเป็นตัวกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกันแล้วยังช่วยในด้านการควบคุมการปฏิบัติงานโดยใช้เป็นงบประมาณเครื่องมือวัดผลการปฏิบัติงานโดยการเปรียบเทียบการปฏิบัติงานจริงกับแผนงบประมาณที่ได้กำหนดไว้สรุปหาข้อแตกต่างที่เกิดขึ้นค้นหาสาเหตุที่ทำให้เกิดผลต่างนั้นแล้วทำการแก้ไขปรับปรุงต่อไป การใช้งบประมาณเป็นเครื่องมือสำคัญของการบริหารมีปัจจัยบางประการที่สมควรได้รับการเอาใจใส่ส่งเสริมและแก้ไขเพื่อให้การงบประมาณได้ผล

นอกจากนี้การจัดทำงบประมาณจะประสบความสำเร็จและบรรลุผลต่อการบริหารงบประมาณนั้นจะต้องมีปัจจัยเหล่านี้

๑. งบประมาณต้องได้รับการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร
๒. งบประมาณต้องสอดคล้องกับการจัดผังองค์การและสายงาน
๓. งบประมาณและระบบบัญชีต้องมีความสอดคล้องกัน
๔. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงบประมาณจะต้องมีความเข้าใจในหลักการและประโยชน์ของงบประมาณ
๕. ควรมีการปรับปรุงงบประมาณให้เข้ากับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป^{๗๖}

ทั้งนี้การควบคุมงบประมาณเป็นกลไกประกันว่าความคล่องตัวทางการงบประมาณที่หน่วยงานได้รับ (จากการกระจายอำนาจและผ่อนคลายการควบคุม) จากหน่วยงานกลางนั้นจะไม่นำไปสู่การกระจายงบประมาณที่ไม่เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลดังนั้นภายในหน่วยงานแต่ละระดับต้องมีมาตรฐานในการควบคุมงบประมาณรวมถึงการกำหนดความรับผิดชอบในเรื่องการบัญชีและการเงินรายการทางบัญชี (Chart of account) จะต้องแสดงถึงรายการที่จำเป็นเหมาะสมเพื่อประโยชน์ในการควบคุมงบประมาณและคำนวณต้นทุนต่อหน่วย (Unit Cost) สำหรับรายงานผลการดำเนินงานรวมถึงมีระบบการอนุมัติตรวจสอบใช้ครุฑระทบยอดและการบันทึกเพื่อควบคุมการใช้จ่ายเงินงบประมาณการรายงานทางการเงินและผลการดำเนินงานและส่วนหนึ่งของกระบวนการติดตามและประเมินผลเป็นการแสดงความโปร่งใสของการใช้จ่ายเงินประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการปฏิบัติเป็นเครื่องมือที่ใช้กำกับการดำเนินงานขององค์กรต่างๆเพื่อจะบ่งชี้ถึงผลการดำเนินงานและการใช้จ่ายในแต่ละช่วงเวลา รวมถึงเป็นข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ในการตัดสินใจของฝ่ายบริหารว่าควรจะดำเนินกิจกรรมหรือมีหน่วยงานนั้นต่อไปหรือไม่อย่างไร^{๗๗}

^{๗๖} สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, การบัญชีต้นทุน ๒, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร: แมครอ-ฮิล อินเทอร์เน็ตซันแนล, ๒๕๔๗), หน้า ๒๑๓.

^{๗๗} อารณ แก้วสลับศรี, ระบบงบประมาณ : จากแบบแสดงรายการสู่แบบมุ่งเน้นผลงาน, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยทักษิณ, ๒๕๕๒), หน้า ๗.

กล่าวโดยสรุปว่า การควบคุมงบประมาณ ต้องครอบคลุมในเรื่องต่าง ๆ ประกอบด้วย ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีความรู้ ความเข้าใจในการควบคุมการบริหารงบประมาณให้เป็นไปตามแผน หรือใกล้เคียงกับแผนงบประมาณมีการกระตุ้นผู้ปฏิบัติงานให้ปฏิบัติกิจกรรม เป็นไปตามเป้าหมายของ แผนงบประมาณประชาสัมพันธ์งบประมาณมีความสอดคล้องกับขนาดและภารกิจของศูนย์ฯ ส่งเสริม ให้บุคลากรผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้อุปกรณ์และเทคนิค ในการปฏิบัติงานได้ให้หน่วยงานใช้ ทรัพยากรร่วมกันผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์สามารถคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงในอนาคตเพื่อนำมา ประกอบการตัดสินใจในการบริหารงบประมาณ มีงบประมาณสำรองจ่ายกรณีเกิดภาวะวิกฤติการ จัดสรรงบประมาณในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ใน ชุมชน และมีระเบียบการจ่ายค่าตอบแทนให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญภายนอกอย่างเหมาะสม

๒.๓ ข้อมูลพื้นที่วิจัย

๒.๓.๑ ประวัติความเป็นมาของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด (ศปร.)

ศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด (ศปร.) เป็นศูนย์ภายใต้เครือข่ายมูลนิธิกสิกรรม ธรรมชาติ สถาบันเศรษฐกิจพอเพียง บริหารจัดการ และก่อตั้งขึ้นโดยปราชญ์ชาวบ้าน นายธีระ วงษ์ เจริญ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ด้วย การฝึกอบรมให้ความรู้ไปสู่การปฏิบัติ โดยยึดหลักการพัฒนา กสิกรรมธรรมชาติที่มีทั้งการศึกษา วิจัยค้นคว้าเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อการกสิกรรมทั้งพืชสัตว์ ประมง และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน โดยเน้นภูมิ ปัญญาตะวันออก รวมทั้งสนับสนุนส่งเสริมการผลิตและ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไร้สารพิษเพื่อทดแทน สารเคมีและสารพิษทางการเกษตร การเชื่อมโยงขบวนการเครือข่ายทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ ภาค ประชาชน ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม และสื่อ รวมทั้ง เบื้องภาคีเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ พอเพียงทุกระดับ ประสพการณ์ ดำรงตำแหน่งเป็นเลขาธิการมูลนิธิกสิกรรมธรรมชาติ ประธาน เครือข่ายเกษตรอินทรีย์จันทบุรีประธานเครือข่ายเกษตรอินทรีย์บูรพา ประธานเครือข่ายกสิกรรม ธรรมชาติ ประธานสภาองค์กรชุมชนตำบลพลับพลา ประธานกลุ่ม ๔ สหกรณ์การเกษตรเมืองจันทบุรี จำกัด ประธานอนุกรรมการกองทุนสวัสดิการสังคมจังหวัดจันทบุรี ประธานคณะกรรมการยุทธศาสตร์ พัฒนาสังคมจังหวัดจันทบุรี ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรมะเขือเทศรา กรมวิชาการ เกษตร ผู้อำนวยการสถาบันเศรษฐกิจพอเพียง หัวหน้างานวิชาการเกษตรโครงการศูนย์ศึกษาการ พัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนคณะกรรมการวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์ ประธานศูนย์ต่อสู้เพื่อเอาชนะความ ยากจนภาคประชาชนจังหวัดจันทบุรี เลขาธิการคณะกรรมการรับฟังความคิดเห็นและการมีส่วนร่วม ของภาคประชาชน(ร่าง รธน. ๒๕๕๐) คณะกรรมการประสานงาน ปชช. ประจำจังหวัดจันทบุรี

ประวัติการก่อตั้งปี ๒๕๓๔ เริ่มต้นการจัดตั้งเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จันทบุรี ภายใต้ศูนย์ศึกษาการพัฒนา อ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จันทบุรี ขยายผลการดำเนินงานการนำเกษตรอินทรีย์ จากภายในศูนย์มาพัฒนาพื้นที่รอบศูนย์ ฯ ๑๐๐ ไร่ ปี ๒๕๔๐ พร้อมทั้งจัดฝึกอบรม / สาธิต / ปฏิบัติ และ ขยายผลจัดตั้งเครือข่าย ๑๐ อำเภอของจังหวัดจันทบุรี (ปี ๒๕๔๔) เข้าร่วมผลักดันวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์ ปี ๒๕๔๘ พร้อมทั้งจัดตั้งศูนย์กลไกกรมธรรมชาติโป่งแรด (ศปร.) โดยใช้พื้นที่สวนผลไม้ที่ปรับเปลี่ยนเป็นเกษตรอินทรีย์จำนวนพื้นที่ ๕ ไร่ เป็นแปลงฝึกปฏิบัติและสาธิตให้กับผู้เข้ารับ การฝึกอบรม รวมทั้งการศึกษาดูงานของผู้สนใจทั่วไป ทั้งนี้ ศูนย์ฯ ได้เข้าร่วมโครงการพัฒนาการเกษตรตามแนวทฤษฎีใหม่ โดยยึดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตั้งแต่ปี ๒๕๕๐ หลักสูตรที่จัดการฝึกอบรม การพัฒนากลไกกรมธรรมชาติสู่ระบบเศรษฐกิจพอเพียง โดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงการทำเกษตรอินทรีย์ในไม้ผล, การผลิตปุ๋ยอินทรีย์-ชีวภาพ, การปลูกพืชผักสวนครัว ผักพื้นบ้านสมุนไพร, การผลิตน้ำยาเอนกประสงค์, การทำสบู่สมุนไพร, การเผาถ่านและน้ำส้มควันไม้, การผลิต ไบโอดีเซล, การเลี้ยงหมูหลุมปุ๋ยอินทรีย์, การเลี้ยงปลา, การผลิตข้าวซ้อมมือ, การใช้พลังงานทดแทน, การผลิตอิฐประสาน หลักกลไกกรมธรรมชาติ การฟื้นฟูดิน น้ำ ป่า สิ่งแวดล้อม “เลี้ยงดินให้ดินเลี้ยงพืช” การปลูกป่า ๓ อย่างประโยชน์ ๔ อย่าง และหลักการพึ่งพาตนเองในครัวเรือน ชุมชน และระดับรัฐ เน้นเรื่องการปรับเปลี่ยนวิถีคิด

๒.๓.๒ วัตถุประสงค์ของศูนย์ฯ

๑. เพื่อเป็นศูนย์ฝึกอบรม ถ่ายทอดและเผยแพร่ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีชีวภาพให้กับเกษตรกร หน่วยงานภาครัฐ เอกชนและผู้สนใจทั่วไป
๒. เพื่อเป็นศูนย์ค้นคว้า วิจัย ทดสอบ การพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อการกลไกกรมทั้งด้านพืช ปศุสัตว์ ประมง ป่าไม้ ฯลฯ โดยใช้ภูมิปัญญาตะวันออก
๓. เพื่อเป็นศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน
๔. เพื่อเป็นต้นแบบการทำเกษตรอินทรีย์ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
๕. เพื่อเป็นศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรเพื่อสุขภาพ
๖. เพื่อเป็นศูนย์กลางการพัฒนา การวางยุทธศาสตร์/ยุทธวิธีวิถีชุมชนแบบพึ่งพาตนเอง

๒.๓.๓ เป้าหมาย

๑. จัดหลักสูตรการศึกษาภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และเป็นห้องเรียนธรรมชาติให้แก่ชุมชน
๒. สนับสนุนการสร้างเยาวชนพอเพียงให้หันกลับมาสืบทอดอาชีพบรรพบุรุษ
๓. สนับสนุนให้ชุมชนพึ่งตนเองให้ได้ทั้งระดับครัวเรือน ระดับชุมชน และระดับจังหวัด
๔. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือ ถักทอเครือข่าย ขยายผล ไปสู่การปฏิบัติให้เต็มพื้นที่

ปฏิบัติการ

๒.๓.๔ หลักสูตรการฝึกอบรม

หลักสูตรที่ ๑ เรื่องการพัฒนาการกลไกกรมสู่ระบบเศรษฐกิจพอเพียง

- หลักสูตรที่ ๒ เรื่องการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติ
 หลักสูตรที่ ๓ เรื่องการทำเกษตรอินทรีย์ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
 หลักสูตรที่ ๔ เรื่องการพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง
 หลักสูตรที่ ๕ เรื่องการแผนเชิงกลยุทธ์

ยุทธศาสตร์

ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง และการสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารและเกษตรอินทรีย์จังหวัดจันทบุรี

ยุทธวิธี

พัฒนาคน เพื่อให้ คนพัฒนาชาติ, กระบวนการหลอมคนด้วยการอบรม หลักสูตร ๘ วัน ๗ คืน , ๕ วัน ๔ คืน , ๓ วัน ๒ คืน ฯลฯ เข้า , บรรยาย บ่ายลงมือทำ คำสรุป กระบวนการปรับเปลี่ยนความคิด การฝึกอบรม(ทฤษฎี/การปฏิบัติ) ปรับเปลี่ยนวิธีคิด ชีวิตเปลี่ยน^{๗๘}
 ศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด (ศปร.) ได้มีการจัดกิจกรรมอบรมเยาวชนฟาร์มพอเพียงด้วยฐานการเรียนรู้ ๙ ฐาน ดังต่อไปนี้

ฐานที่ ๑ ฐานคนติดดิน ปั่นดินให้เป็นบ้าน

บ้านดินเป็นหนึ่งในของการนำแนวคิดในการใช้วัสดุในท้องถิ่นมาสร้างเป็นที่พักอาศัยพื้นดิน ซึ่งหมายถึงสิ่งก่อสร้างต่างๆ ในแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม เพื่อให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิต เป็นสถาปัตยกรรมธรรมชาติ เพราะวัสดุที่นำมาใช้เป็นวัสดุที่ได้มาจากธรรมชาติ สอดคล้องกับวิถีชีวิต หรืออาจเกิดจากการนำวัสดุมาใช้ให้เกิดการหมุนเวียนอย่างคุ้มค่าคุณค่าของการสร้างบ้านดิน จึงอยู่ตรงการสร้างบ้านบนวิถีพึ่งพาตนเอง ลดการซื้อหาปัจจัยจากภายนอกชุมชน ทำให้มนุษย์ สรรพสัตว์สิ่งแวดล้อมอยู่ร่วมกันอย่างสมดุลและลงตัวบ้านดิน ถูกสร้างขึ้นโดยการเปลี่ยนรูปจากดินให้เป็นบ้านเท่านั้น เมื่อเราสร้างขึ้นแล้วไม่พอใจเราสามารถรื้อและสร้างใหม่ได้ทันที บ้านดินจะเปลี่ยนกลับเป็นดินดั้งเดิมมีคนเคยกล่าวไว้ว่า “เมื่อรื้อลงบ้านดินสามารถปลูกผักได้ทันที”บ้านดินจึงเป็นบ้านที่เป็นมิตรกับธรรมชาติอย่างแท้จริง บ้านดินมีอุณหภูมิภายในที่ ๒๔ - ๒๖ องศาเซลเซียส ตลอดทั้ง ซึ่งเป็นอุณหภูมิที่เราสามารถอยู่ได้อย่างสบายโดยไม่ต้องติดแอร์ บ้านดินคือบ้านมีชีวิตสามารถหายใจได้ ในประเทศเกาหลีเชื่อว่าธาตุที่อยู่ในตัวเราประกอบไปด้วย ธาตุดิน ธาตุน้ำ ธาตุลม และธาตุไฟ สมัยนี้คนเราแทบจะไม่ได้สัมผัสกับดิน จึงทำให้ขาดสมดุลภายในร่างกาย การได้สัมผัสดินจะทำให้เกิดความสมดุลขึ้น และยังเชื่ออีกว่าถ้าคนเราอยู่ในบ้านที่สร้างด้วยดินธาตุในดินจะระเหยแทรกซึมเข้าสู่ร่างกายทำให้สุขภาพแข็งแรง ซึ่งเราสังเกตได้ว่าสมัยนี้คนเราป่วยเข้าโรงพยาบาลกันเป็นจำนวนมากเพราะไม่ได้สัมผัสกับดิน จนบางคนกล่าวว่า “บ้านปูนดูดพลังจากเราส่วนบ้านดินนั้นให้พลังกับชีวิต”

ฐานที่ ๒ ฐานคนมีน้ำยา น้ำยาเอนกประสงค์ ลดรายจ่ายในครัวเรือน

^{๗๘} ศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด(ศปร.), ประวัติศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด(ศปร.), [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://ponggrad.blogspot.com> [๒๕ ส.ค.๒๕๕๖].

เนื่องจากการดำเนินชีวิตบนวิถีแห่งเศรษฐกิจพอเพียงนั้น การลดรายจ่ายของครอบครัวเป็นหนึ่งสิ่งที่สำคัญ โดยเฉพาะรายจ่ายสำหรับซื้อน้ำยาหรือสารทำความสะอาด เช่น สบู่ น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า หรือทำความสะอาดต่างๆ นั้น เป็นรูรั่วทางการเงินที่สำคัญ ซึ่งทำให้แต่ละบ้านต้องจ่ายเงินไปเป็นจำนวนไม่น้อย การทำน้ำยาเอนกประสงค์ด้วยวิธีการที่ง่ายตายเพื่อใช้เองและอุดรูรั่วทางการเงินของครอบครัว ด้วยผลผลิตเหลือกินเหลือใช้และหาได้ง่ายในท้องถิ่นจึงถือเป็นทางเลือกแห่งวิถีการพึ่งตนเองที่ชาญฉลาดของครอบครัวยุคใหม่ น้ำหมักชีวภาพ คือของเหลวสีน้ำตาล ที่มีทั้งจุลินทรีย์และสารอินทรีย์ที่เป็นประโยชน์ต่อการเพาะปลูก เป็นส่วนประกอบหนึ่งของน้ำยาเอนกประสงค์ สูตรชีวภาพ สามารถใช้ได้ทุกครัวเรือน โดยนำผลไม้หรือพืชผัก และเศษอาหาร มาหมักกับน้ำตาลทรายแดง น้ำตาลอ้อย หรือกากน้ำตาล หมัก ๑๕ วัน-๓ เดือน (ยิ่งนานยิ่งดี) ก็จะได้ น้ำหมักที่มีจุลินทรีย์ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น ใช้ซักผ้า ล้างห้องน้ำ ล้างรถ เช็ดกระจก ดับกลิ่น ใช้ใส่แผลฟกช้ำ ใช้เป็นปุ๋ยบำรุงต้นไม้รักษาสภาพดิน ใช้แทนสบู่ได้เพราะมีกรดอ่อนๆ ใช้แทนยาสระผม หรือใช้แทนผงซักฟอกก็ได้ และยังช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ไม่เกิดเป็นมลพิษต่อโลก เพราะสามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ

ฐานที่ ๓ ฐานคนรักสุขภาพ วิถีสุขภาพแบบพอเพียงของชาวพุทธภูมิธรรมชาติ

บรรพบุรุษของเราเคยพูดไว้ว่า “ใจเป็นนายกายเป็นบ่าว” นั้นสอดคล้องกับผลการวิจัยจำนวนมากที่สะท้อนว่า ภาวะจิตใจที่ไม่สบายนั้น ส่งผลสะท้อนจนก่อให้เกิดโรคทางกายอีกมากมาย ตามมา การทำกิจกรรมธรรมชาติและประกอบตนในวิถีพอเพียงนั้น ทำให้เกิดสิ่งแวดล้อมที่ดี ได้ดำรงสติให้เกิดเป็นสมาธิพร้อมกับการทำงาน ส่งผลให้จิตพบกับความสงบเย็น ผลหลังจากนั้นคือการได้มาซึ่งอาหารคุณภาพดีไร้สารพิษ ครอบครัวไร้หนี้สิน และความโลภเบาบางลง ทำให้เรากินดีอยู่ดี ซึ่งถือเป็น “ภูมิคุ้มกันทางสิ่งแวดล้อมกายและใจ”

การได้ช่วยเหลือเกื้อกูลเพื่อนบ้านและชุมชนตามขั้นตอนวิถีพอเพียงที่ว่าด้วย “ทาน” นั้น ช่วยให้เรามิตรและสังคมที่ดี ซึ่งถือได้ว่าเป็น “ภูมิคุ้มกันด้านสังคม” ผลการปฏิบัติตามวิถีพอเพียงและกิจกรรมธรรมชาติ จึงนับได้ว่ามีความครบถ้วนตามองค์ประกอบของสุขภาพแบบองค์รวมและวิถีสุขภาพแบบพอเพียง โดยมุ่งเน้นการสร้างภูมิคุ้มกันหรืองานป้องกันที่แข็งแกร่ง ก่อนการแก้ไขหรือเยียวยารักษาวิถีแห่ง “จิต” เป็นนาย จิตเป็นนาย ด้วยการยึดอธิปไตย ไม่ขาดวินัย ให้ทาน มุ่งมั่น กตัญญู

ยึดอธิปไตย คือการมีรากฐานแห่งความสำเร็จ ด้วยการกล่าวคำปฏิญาณตน การใส่รหัส โดยทั้งหมดจักไม่ย่อหย่อนเกินไป ไม่ต้องประคองเกินไป ไม่ให้หลุดหายไป และไม่ฟุ้งซ่านไปในภายนอก

ไม่ขาดวินัย โดยเริ่มจากเท่า คือวางรองเท้าอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นการครองสติอย่างหนึ่ง

ให้ทาน (Our loss is Our gain) ยิ่งให้ยิ่งได้มา ทานเป็นเครื่องขัดเกลากิเลสและความโลภให้เบาบาง ช่วยสร้างสังคมที่เกื้อกูล

มุ่งมั่นกตัญญู คือการตอบแทนคุณผู้ให้และค่าจุนชีวิตเรา ด้วยการตอบแทนคุณแม่โพสพ โดยกินอาหารให้หมดจาน ตอบแทนคุณแม่ธรณีด้วยการห่มดินและทำเกษตรอินทรีย์ ตอบแทนคุณแม่คงคาด้วยการอนุรักษ์น้ำ เป็นต้น

สมาธิบำบัด หรือเรียกอีกอย่างว่า “ธรรมโอสถ” เป็นสภาวะจิตเหนือกายเบื้องต้น ทำให้ความดันโลหิตลดลง แลกเปลี่ยนออกซิเจนได้มากขึ้น ส่งเสริมการสร้าง “สารสุข” ที่เอื้อโอกาสต่อการซ่อมแซมอวัยวะส่วนที่สึกหรอ ทำให้พ้นตัวจากความเจ็บไข้ และสร้างภูมิคุ้มกันภายในกายได้ดี การศึกษาพบว่านักกีฬาทำให้อัตราการเต้นของหัวใจช้าลงได้เพียง ๕๐-๖๐ ครั้ง/นาที แต่การทำสมาธิของพระสงฆ์ สามารถลดอัตราการเต้นของหัวใจได้ช้าได้ถึง ๓๐ ครั้ง/นาที ซึ่งทำให้การสึกหรอของร่างกายลดน้อยลงชะลอความแก่ ส่งเสริมให้มีอายุยืนยาว มากกว่าปกติ หลงบุญฝัน เป็นตัวอย่างของการใช้สมาธิบำบัดหรือธรรมโอสถ โดยในขณะที่ท่านป่วยด้วยไข้มาลาเรียและขาดแคลนยาขณะรุนแรง อยู่ในป่าแถบอีสาน ท่านใช้การทำสมาธิรักษาโรคที่กำลังคุกคามอยู่ให้หายไปได้ ดังนั้นการมีสติเพื่อสร้างสมาธิจึงเป็นสิ่งที่ชาวพุทธศาสนิกชนพึงกระทำควบคู่ไปกับการทำงานในชีวิตประจำวัน

ฐานที่ ๔ ฐานคนเอาถ่าน ถ่านคุณภาพและน้ำส้มควันไม้

ท่ามกลางกระแสการรักสุขภาพและการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยเฉพาะพื้นที่ป่าไม้ซึ่งคาดการณ์ว่าเหลืออยู่ราวร้อยละ ๒๐ ของพื้นที่ประเทศ “ถ่าน” เป็นสิ่งหนึ่งที่ได้รับการกล่าวถึงเนื่องด้วยสาเหตุว่าการปิ้งย่างอาหารด้วยถ่านทั่วไปอาจนำไปสู่การเจ็บป่วยด้วยโรคมะเร็งในที่สุด อีกทั้งการซื้อถ่านมาใช้โดยไม่ทราบที่มาอาจเป็นการส่งเสริมให้เกิดการตัดไม้จากป่า เพื่อนำมาเผาถ่านโดยไม่รู้ตัว

ถ่านที่มีคุณสมบัติปลอดสารพิษ ซึ่งเป็นสารก่อมะเร็งในปริมาณที่น้อย เรียกกันทั่วไปว่า “ถ่านน้ำส้มควันไม้” เป็นถ่านคุณภาพที่คนเริ่มรู้จักและผลิตใช้กันมากขึ้นโดยเฉพาะในครัวเรือนที่ทำกิจกรรมธรรมชาติหรือสวนที่มีไม้ยืนต้น ซึ่งจะมีไม้พินจากการตัดแต่งกิ่งต้นไม้ในสวนเป็นผลพลอยได้จำนวนมาก และที่สำคัญการเผาถ่านดังกล่าว ซึ่งนิยมเผาโดยใช้ถังเหล็กขนาด ๒๐๐ ลิตร ยังได้น้ำส้มควันไม้ (Wood Vinegar) ซึ่งมีสารประกอบทางเคมีมากกว่า ๒๖๐ ชนิด ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย ทั้งในด้านเกษตรกรรมธรรมชาติที่ปฏิเสธการใช้สารเคมีอย่างสิ้นเชิง อีกทั้งยังสามารถนำไปใช้ในด้านสุขภาพได้อีกด้วย ซึ่งนับเป็นผลพลอยได้ขึ้นงามอีกทางหนึ่งการเผาถ่านให้ได้ถ่านที่บริสุทธิ์ดังกล่าวต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจจากการทดลองปฏิบัติจริงครั้งแล้วครั้งเล่าโดยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของเตาที่ใช้ด้วย เตาเผาถ่านที่ให้ความร้อนกระจายตัวได้ดีทั่วถึง ซึ่งหมายถึงการทำให้ได้ถ่านที่สุกทั่วถึงและสม่ำเสมอที่สุด จะมีลักษณะลักษณะเป็นเตารูปไข่ ซึ่งจะค่อนข้างยุ่งยากสำหรับการก่อสร้าง ส่วนเตาเผาถ่านที่นิยมกันคือเตาเผาแบบถัง ๒๐๐ ลิตร เพราะหาได้ไม่ยาก ทั้งยังใช้ง่าย รวดเร็ว และเหมาะสำหรับใช้เผาถ่านไม้คุณภาพในครัวเรือนที่ผลิตในจำนวนไม่มากนัก ซึ่งการเผาถ่านในถังขนาดดังกล่าวแต่ละครั้งจะได้ถ่านประมาณ ๑๕ กิโลกรัม และสามารถเก็บน้ำส้มควันไม้ได้ถึง ๕ ลิตร เพื่อเก็บไว้ใช้ในการเกษตรต่อไป

ฐานที่ ๕ ฐานคนมีไฟ ไบโอดีเซล (Biodiesel) ทางเลือกหนึ่งของพลังงานทดแทน

น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นปัจจัยสำคัญและจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนโดยตรง มีความสำคัญต่อภาคการผลิต ทั้งภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจการขนส่ง จากการที่ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในตลาดปัจจุบันมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ มีผลต่อค่าครองชีพของประชาชนที่มีรายได้ น้อยโดยเฉพาะเกษตรกร ทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นไบโอดีเซล เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำน้ำมัน พืชชนิดต่างๆ หรือน้ำมันสัตว์มาสกัดเอายางเหนียวและสิ่งสกปรกออก จากนั้นนำไปผ่านกระบวนการ ทางเคมี โดยการเติมแอลกอฮอล์ เช่น เอทานอลหรือเมทานอล และมีตัวเร่งปฏิกิริยา เช่น โซเดียมไฮ ดรอกไซด์ ภายใต้สภาวะที่มีอุณหภูมิสูง เพื่อเปลี่ยนโครงสร้างน้ำมันจาก Triglycerides เป็น Organic Acid Esters เรียกว่า“ไบโอดีเซล” และได้กลีเซอรอลเป็นผลพลอยได้ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับ อุตสาหกรรมยา เครื่องสำอาง วัสดุประสงค์ของกระบวนการดังกล่าวคือ ช่วยปรับปรุงคุณสมบัติของ น้ำมันในเรื่องความหนืดให้เหมาะสมกับการใช้งานกับเครื่องยนต์ดีเซล และเพิ่มค่า cetane number การใช้ไบโอดีเซลสามารถลดมลพิษอากาศ ซึ่งเป็นผลจากการเผาไหม้ในเครื่องยนต์ได้ส่วนหนึ่ง เนื่องจากองค์ประกอบของไบโอดีเซลไม่มีธาตุกำมะถัน แต่มีออกซิเจนเป็นองค์ประกอบประมาณ ๑๐% โดยน้ำหนัก จึงช่วยการเผาไหม้ได้ดีขึ้นและลดมลพิษซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ไฮโดรคาร์บอน คาร์บอนมอนอกไซด์ ฯลฯ นอกจากนี้ไบโอดีเซลมีคุณสมบัติในการหล่อลื่นดีกว่าน้ำมันดีเซล น้ำมัน เชื้อเพลิงชนิดนี้ สามารถผลิตได้จากวัตถุดิบจากการเกษตรภายในประเทศ เช่น ไขมันจากพืช ไขมัน จากสัตว์ และสาหร่ายบางชนิด ในระดับชุมชนสามารถทำการผลิตได้จากพืชน้ำมันในท้องถิ่น เช่น น้ำมันสัปปะหรือโดยการใช้น้ำมันประกอบอาหารที่ใช้แล้วจากกิจการต่างๆ ทั้งในครัวเรือน ร้านอาหาร ภัตตาคาร กลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP หรือโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในชุมชนซึ่งจะเป็นการเพิ่ม มูลค่าของผลผลิตทางการเกษตร หรือเป็นการเพิ่มคุณค่าของน้ำมันที่ใช้แล้ว และช่วยลดปริมาณของ เสียที่จะทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชนได้อีกด้วยด้วยสายพระเนตรอันยาวไกล พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงมีพระราชดำริให้ศึกษาวิจัยและทดลองผลิตน้ำมันไบโอดีเซล นำมาใช้กับยานพาหนะในพระราชวังสวนจิตรลดาเมื่อหลายสิบปีที่ผ่านมา และทรงมีพระราชดำรัส เกี่ยวกับการใช้น้ำมันไบโอดีเซลเป็นพลังงานทดแทนเพื่อช่วยแก้ปัญหาของชาติด้านพลังงาน กับคณะ บุคคลที่เข้าเฝ้าถวายพระพรเนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษา ๔ ธันวาคม ๒๕๔๘ ที่ผ่านมามานั้นเพื่อ สอนพระราชดำริฯ พสกนิกรจึงสมควรน้อมนำเทคโนโลยีการผลิตน้ำมันไบโอดีเซลมาปฏิบัติ เพื่อทำ ให้สามารถพึ่งตนเองได้ด้านพลังงานต่อไป

ฐานที่ ๖ ฐานอนุรักษ์น้ำ น้ำปัจจัยพื้นฐานสำหรับทุกชีวิตบนโลก

“...หลักสำคัญว่า ต้องมีน้ำ น้ำบริโภคและน้ำใช้ น้ำเพื่อการเพาะปลูก เพราะชีวิตอยู่ที่นั่น ถ้ามีน้ำคนอยู่ได้ ถ้าไม่มีน้ำ คนอยู่ไม่ได้ ไม่มีไฟฟ้า คนอยู่ได้ แต่ถ้ามีไฟฟ้า ไม่มีน้ำ คนอยู่ไม่ได้...” พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ๑๗ มีนาคม ๒๕๓๙ จากพระราชดำรัสขององค์ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว “น้ำ” เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญสำหรับทุกชีวิต ทุกกิจกรรมบนโลก ซึ่ง รวมทั้งการทำเกษตรกรรมด้วยเช่นกัน ในทุกครั้งที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนิน ไปทรงเยี่ยมราษฎรตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศนั้น ทรงทอดพระเนตรพบสภาพปัญหาการขาดแคลน น้ำเพื่อการปลูกข้าว จนเกิดแรงดลพระราชหฤทัยและเป็นแนวคิดขึ้นว่า

๑.ข้าวเป็นพืชที่แข็งแกร่งหากได้น้ำเพียงพอจะสามารถเพิ่มปริมาณเมล็ดข้าวได้มากยิ่งขึ้น

๒. หากเก็บน้ำฝนที่ตกลงมาไว้ได้แล้วนำมาใช้ในการเพาะปลูกก็จะสามารถเก็บเกี่ยวได้มากขึ้นเช่นกัน

๓. การสร้างอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่นับวันแต่จะยากที่จะดำเนินการได้ เนื่องจากการขยายตัวของชุมชนและข้อจำกัดของปริมาณที่ดิน เป็นอุปสรรคสำคัญ

๔. หากแต่ละครัวเรือนมีสระน้ำประจำไร่นาทุกครัวเรือนแล้ว เมื่อนับปริมาณรวมกันก็ย่อมเท่ากับปริมาณในอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ แต่สิ้นค่าใช้จ่ายน้อยและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยตรงมากกว่าเนื่องจากการทำเกษตรกรรมของเกษตรกรไทยส่วนใหญ่ เป็นระบบเกษตรกรรมที่ต้องอาศัยน้ำฝนเป็นหลัก ซึ่งไม่สามารถกำหนดควบคุมได้ ในบางปีก็เกิดภัยแล้งขณะที่บางปีก็เกิดภัยพิบัติน้ำท่วม จนทำให้พืชผลและสัตว์เลี้ยงจากการกสิกรรมต่างๆ เสียหายไปเป็นจำนวนไม่น้อยไม่เพียงเท่านั้น ปัญหาเกี่ยวกับน้ำยังคุกคามรวมไปถึงคนเมือง โดยเฉพาะหน้าน้ำท่วมและปัญหาน้ำเน่าเสีย ที่สร้างความเดือดร้อนแทบทุกปีการจัดการเพื่อบำรุงรักษาน้ำ ทั้งในสถานะที่น้ำน้อย น้ำมาก และน้ำเสีย จึงเป็นสิ่งจำเป็นอันดับต้นๆ ทั้งเพื่อการทำกิจกรรมธรรมชาติและดำเนินชีวิตของทุกๆ ชีวิตบนโลก

ฐานที่ ๗ ฐานอนุรักษ์แม่ธรณี เลี้ยงดิน ให้ดิน เลี้ยงพืช

ในช่วงระยะเวลาเกือบ ๓๐ ปีที่ผ่านมา การเพิ่มผลผลิตและรายได้ของประเทศมาจากการขยายพื้นที่การเพาะปลูกมากกว่าการเพิ่มผลผลิตต่อหน่วยพื้นที่จนถึงขณะนี้ประมาณได้ว่าพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการเกษตรกรรมได้ใช้ไปจนเกือบหมด และพยายามหาพื้นที่ชดเชยด้วยการอพยพโยกย้ายเข้าไปในเขตป่าสงวนแห่งชาติ พื้นที่ป่าไม้ถูกทำลายเพิ่มมากขึ้นเพราะการใช้ที่ดินกันอย่างขาดความระมัดระวังและไม่มีการบำรุงรักษาซึ่งทำให้เกิดความเสื่อมโทรม จากปัญหาดังกล่าวพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงพระราชทานพระราชดำริให้จัดตั้งศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อนอันเนื่องมาจากพระราชดำริขึ้นเพื่อการศึกษา ค้นคว้าเกี่ยวกับการสร้างระบบอนุรักษ์ดินและน้ำ เป็นตัวอย่างในการป้องกันการชะล้างพังทลายของดิน การขยายพันธุ์พืชเพื่อบำรุงดินและบำรุงดิน รวมถึงศูนย์ศึกษาการพัฒนาพิกุลทองอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ที่มีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษาและพัฒนาพื้นที่พรุ ซึ่งเป็นดินเปรี้ยวให้เป็นดินที่มีคุณภาพ สามารถทำการเพาะปลูกได้ ตลอดจนการทำแปลงสาธิตการพัฒนาที่ดินแก่เกษตรกร ในบางพื้นที่ที่มีปัญหาในการพัฒนาปรับปรุงดินเสื่อมโทรมด้วยสาเหตุต่างๆ เช่น ดินเปรี้ยว ดินทราย ดินเค็ม ดินดาน ฯลฯ ทั้งนี้ เพื่อให้พื้นที่ที่มีปัญหาเรื่องดินทั้งหลาย สามารถใช้ประโยชน์ทางการเกษตรได้ ดินเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อสิ่งมีชีวิตบนโลกโดยเฉพาะมนุษย์ได้ใช้ทรัพยากรดินเป็นที่อยู่อาศัย เป็นแหล่งผลิตอาหาร เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค เป็นแหล่งเก็บน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค เป็นแหล่งสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นที่ตาย กล่าวได้ว่าดินเป็นทรัพยากรขั้นมูลฐานเป็นตัวการให้มนุษย์เก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากทรัพยากรอื่นๆ ได้เพิ่มมากขึ้นอย่างมหาศาล ดังจะเห็นได้จากการที่ทรัพยากรดินเป็นตัวกลางในการกักเก็บกักขังระหว่างอากาศ แสงแดดและน้ำ ส่งผลดีต่อการเจริญเติบโตของพืชพรรณต่างๆ และมนุษย์ได้รับผลประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านี้ โดยผ่านสัตว์ที่กินพืชหรืออาจได้รับโดยการกินพืชนั้นโดยตรงมนุษย์เราจะใช้ที่ดินเพื่อสนองความต้องการของตนเองตลอดเวลา และนับวันจะ

ถูกใช้หนักขึ้นเรื่อยๆ จนทุกวันนี้สภาพความสมดุลของดินในหลายพื้นที่ของโลกได้เปลี่ยนแปลงไป การใช้ที่ดินผิดประเภท การทำลายผิวดินในรูปแบบต่างๆ เช่น การทำไร่เลื่อนลอย การตัดไม้ทำลายป่า การใช้ปุ๋ยเคมี ล้วนส่งผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อมอื่นๆ ในระบบนิเวศด้วย การทำการเกษตรของเกษตรกรไทยส่วนใหญ่ในปัจจุบันก็เช่นเดียวกัน มีการ “ปกปোকเปลือยดิน” การเผาการใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตเป็นพิษกับสิ่งแวดล้อม จึงเป็นวิธีการที่ผิดธรรมชาติและทำลายธรรมชาติซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาในอนาคตการเกษตรที่ไม่ทำลายธรรมชาติ ไม่ปกปোকเปลือยดิน ไม่เผา ไม่ใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิต เป็นพิษกับสิ่งแวดล้อม อันเป็นแนวทางของหลักกิจกรรมธรรมชาติ ที่ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงบำรุงดินเป็นอันดับแรกและถือเป็นหัวใจสำคัญ เพราะถือว่าดินเป็นต้นกำเนิดของชีวิตสังคมไทยในอดีตให้ความสำคัญของดินด้วยความเคารพบูชาดินเสมือน “แม่” เรียก “พระแม่ธรณี” การให้ความรักและเอาใจใส่พระแม่ธรณี โดยการหมั่นดินหรือการคลุมดิน ไม่เปลือยดิน โดยใช้ฟาง เศษหญ้า หรือเศษพืชผลทางการเกษตรที่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ และการปรุงอาหารเลี้ยงดินโดยการใส่ปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพลงไปเพื่อให้เป็นอาหารของดิน แล้วดินจะปลดปล่อยธาตุอาหารให้พืช โดยกระบวนการย่อยสลายของจุลินทรีย์ เรียกหลักการนี้ว่า “เลี้ยงดิน ให้ดิน เลี้ยงพืช (feed the soil and let the soil feed the plant)” การปฏิบัติเช่นนี้จะทำให้ดินกลับมามีชีวิตพืชที่ปลูกก็จะเจริญเติบโตแข็งแรงให้ผลผลิตดี ต้นทุนในการผลิตลดลง รวมถึงการที่ผู้ผลิตและผู้บริโภค มีสุขภาพกายสุขภาพจิตที่ดี จึงมีการให้นิยามของการปฏิบัติเช่นนี้ว่า “คืนชีวิตให้แผ่นดิน” ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความกตัญญู กตเวทิต์ ของ “ลูก” (มนุษย์) ที่มีต่อ “แม่” (ธรณี)

ฐานที่ ๘ ฐานศรัทธาแม่โพสพ

ข้าวเป็นพืชที่หล่อเลี้ยงเผ่าพันธุ์ คนไทยมานับตั้งแต่โบราณกาลโดยมีการค้นพบหลักฐานที่ชี้ว่า ได้เกิดภูมิปัญญาการปลูกข้าวด้วยการปักดำในวัฒนธรรมบ้านเชียงซึ่งมีอายุไม่ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ ปี และจากการตรวจพบเมล็ดข้าวเก่าแก่อายุมากกว่า ๖,๐๐๐ ปี ผสมอยู่ในภาชนะดินเผาที่โนนนกทา จังหวัดขอนแก่น สนับสนุนแนวคิดที่ว่า บรรพบุรุษของเราชาวเอเชียอาคเนย์ได้เริ่มทำการปลูกข้าว ก่อนที่วิถีแห่งข้าวจะแพร่หลายเข้าไปสู่ประเทศอินเดีย จีน ญี่ปุ่น และเกาหลี

คนไทยผูกพัน นับถือและบูชาข้าวในนามเรียกขาน “แม่โพสพ” เทพธิดาประจำต้นข้าว ซึ่งเชื่อว่าคอยช่วยเหลือชาวนาให้สามารถทำนาได้พอกินและพอสำหรับจุนเจือเพื่อนมนุษย์ ดังคำอธิษฐานของชาวนาในอดีตระหว่างทำการหว่านเมล็ดพันธุ์ข้าว ๓ กำแรก ลงบนผืนนา โดยกำที่ ๑ กล่าวว่า “ทำบุญ” กำที่ ๒ กล่าวว่า “ทำทาน” และกำที่ ๓ กล่าวว่า “เลี้ยงชีวิต” ในขณะที่คนไทยบริโภคข้าวเฉลี่ย ๑๕๐-๓๐๐ กิโลกรัมต่อคนต่อปี และข้าวกลายเป็นอาหารหลักของคนทั่วโลกกว่า ๔,๐๐๐ ล้านคน ทำให้ประเทศไทยส่งออกข้าวได้มากกว่า ๗ ล้านตันต่อปี โดยในปี พ.ศ. ๒๕๕๐ มียอดการส่งออกมากถึง ๙.๒ ล้านตันด้วยเหตุปัจจัยหลายอย่างทั้งด้านเศรษฐกิจและนโยบายรัฐ นับจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ ๑ จนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้วิถีการปลูกข้าวด้วยความละเมียดทะนุถนอมและเคารพเกื้อกูลต่อแม่โพสพ ธรรมชาติ และเพื่อนมนุษย์ ผืนดินของบรรพชนชาวนาไทยได้เปลี่ยนแปลงไปจากวิถีดั้งเดิมอย่างสิ้นเชิงการทำนาเพื่อ “ทำบุญ ทำทานเลี้ยงชีวิต เคารพเกื้อกูลแม่โพสพและธรรมชาติ” เปลี่ยนเป็นการผลิตเพื่อขาย และการให้ค่ากับผลกำไรและศรัทธาในเงินทองเป็นที่ตั้ง ส่งผลให้เกิดการขยายพื้นที่ทำนาอย่างกว้างขวาง ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ปี พ.ศ. ๒๕๕๐/๒๕๕๑ ระบุว่าประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกข้าวนาปี ๕๗.๔๒ ล้านไร่ ผลิตข้าวเปลือกได้ ๒๓.๓๙ ล้านตัน แต่ขณะเดียวกันข้าวนาไทยกลับยากจนขึ้นแค้น เป็นหนี้สิน ที่ดินหลุดมือจากการทำนาที่ไม่ต้องใช้เงินสักบาทในอดีต ต้นทุนการผลิตข้าวเฉลี่ยปีพ.ศ. ๒๕๕๑ เพิ่มสูงขึ้นถึง ๖,๐๐๐ บาท/ไร่ ซึ่งในรายการนี้รวมถึงค่าซื้อปุ๋ยและสารเคมีจากต่างประเทศที่เพิ่มปริมาณมากขึ้นในทุกๆ ปี ปุ๋ยฝรั่งเป็ดแทนที่ มูลจากควายอดีตเพื่อนคู่กายคูใจของบรรพชนชาวนาไทย ซึ่งนอกจากคอยช่วยเหลือชาวนาในด้านแรงงานแล้วยังผลิตปุ๋ยธรรมชาติให้แก่ชาวนาอีกด้วย โดยควายรุ่นที่มีน้ำหนักประมาณ ๒๕๐ กิโลกรัม ๑ ตัว จะถ่ายมูลสดเฉลี่ยวันละ ๑๓.๕ กิโลกรัมหรือคิดเป็นมูลแห้ง ๔ กิโลกรัม วิธีชาวนายุค “เงินทองเป็นใหญ่” ที่ดูเหมือนว่าจะเป็นความหวังอันเรืองรองของพี่น้องชาวนา ได้ส่งผลกระทบสะท้อนต่อระบบนิเวศนาข้าว จากที่เคยอุดมสมบูรณ์ดังคำกล่าวที่ว่า “ในน้ำมีปลาในนามีข้าว” กลับล่มสลายกลายเป็นผืนนาอันไร้ซึ่งชีวิต ไม่มีปูปลาในนาข้าวเฉกเช่นในอดีต ควายเหล็กหรือรถไถนาจากต่างชาติบุกทำลายไปทั่วทุกพื้นที่ ผืนนาไทยที่เคยอุดมก็ไถมทรุดลงอย่างรวดเร็วราวกับคนป่วยที่กำลังสิ้นลมซึ่งนั่นก็พอๆ กับวิถีชาวนาไทยที่ล้มหายใจเริ่มรวยริน ภาพของชาวนาไทยผู้เคยได้รับการยกย่องเป็น “กระดูกสันหลังของชาติ” กลับกลายเป็นภาพของผู้ที่อุดมด้วยปัญหาหนี้สิน ที่ดินเปลี่ยนมือ เป็นแหล่งชุมนุมของปัญหาสุขภาพทั้งกายและใจ และไร้ซึ่งศักดิ์ศรี ทั้งหมดคือจุดเริ่มต้นของคำถามแห่งยุคสมัยที่ว่า...ข้าวที่เรากินและส่งขายกันทุกวันนี้ ยังจะสามารถเรียกว่า “ข้าวไทย” ได้อยู่หรือไม่

ฐานที่ ๙ ฐานอนุรักษ์ป่า

ป่า ๓ อย่าง ประโยชน์ ๔ อย่าง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเป็นแนวคิดของการผสมผสานการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ ควบคู่ไปกับการความต้องการด้านเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนเป็นที่ตั้ง ซึ่งจะสามารถช่วยให้เกิดการอนุรักษ์และเพิ่มพื้นที่ป่าของประเทศได้อย่างยั่งยืน จากการส่งเสริมให้ชาวบ้านได้ตระหนักและเห็นคุณค่าจากการได้ใช้ประโยชน์จากป่าไม้ที่ปลูกสามารถแจกแจงตามการใช้ประโยชน์ให้เข้าใจง่ายขึ้นดังนี้

ประโยชน์เพื่อให้ “พออยู่” คือการปลูกต้นไม้ที่ใช้เนื้อไม้และไม้เชิงเศรษฐกิจให้เป็นป่า ไม้กลุ่มนี้เป็นไม้อายุยาวนานซึ่งจะเน้นประโยชน์ในเนื้อไม้เพื่อสร้างบ้าน ทำเครื่องเรือน และถือได้ว่าเป็นการออมทรัพย์เพื่อสร้างความมั่นคงในอนาคตต้นไม้กลุ่มนี้เช่น ตะเคียนทอง ยางนา แดง สัก พะยูม พยอม เป็นต้น

ประโยชน์เพื่อให้ “พอกิน” คือการปลูกต้นไม้ที่กินได้รวมทั้งใช้เป็นยาสมุนไพร ไม้ในกลุ่มนี้ เช่น แคมะรุ้ม ทุเรียน สะตอ ผักหวาน ฝาง แยม กล้วย พักข้าว เป็นต้น

ประโยชน์เพื่อให้ “พอใช้” คือการปลูกต้นไม้ให้เป็นป่าไม้สำหรับใช้สอยในครัวเรือน อาทิ ทำฟืนเผาถ่าน ทำงานหัตถกรรม หรือทำนํ้ายาซักล้าง ไม้ในกลุ่มนี้ เช่น มะค่าตีควาย หวาย ใผ่ หมี่เหม็น เป็นต้น

ประโยชน์เพื่อให้ “พอร่มเย็น” คือประโยชน์อย่างที่ ๔ ที่เกิดจากการปลูกป่า ๓ อย่าง “พอร่มเย็น” คือป่าทั้ง ๓ อย่างจะช่วยฟื้นฟูระบบนิเวศดินและน้ำ ให้กลับอุดมสมบูรณ์ ร่มรื่นและฉ่ำเย็นขึ้นมา “ข้อมูลวิชาการระบุว่า ต้นมะม่วงขนาดกลางที่เริ่มออกผลได้แล้ว ๑ ต้น สามารถดูดความร้อนและคายความเย็นออกมาได้เท่ากับเครื่องปรับอากาศขนาด ๑ ตัน ที่ทำความเย็นได้ ๑๒,๐๐๐ บี

ทึบ และกินไฟฟ้าประมาณ ๑,๕๐๐ วัตต์ ขณะที่ข้อมูลการศึกษาของดร.กينا โลราซี และคณะ แห่งมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย นิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา ยืนยันว่าเด็กๆ อายุ ๔-๕ ปี จำนวนร้อยละ ๒๕ ที่อยู่ในมหานครนิวยอร์ก เป็นโรคหอบหืดน้อยลง หลังจากทำการปลูกต้นไม้จำนวน ๓๔๓ ต้นต่อตารางกิโลเมตร หรือประมาณ ๐.๕๕ ต้นต่อไร่ ในเขตเมือง”

รักษป่า...ตามรอยพ่อพระราชดำริ “ป่าเปียก”เป็นทฤษฎีการพัฒนาป่าไม้ด้วยการใช้ทรัพยากรน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสร้างแนวป้องกันไฟแบบเปียก(Wet Fire Break) โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงตระหนักถึงคุณค่าอันอเนกอนันต์ของน้ำเป็นอย่างยิ่ง ทรงคำนึงว่าทุกสรรพสิ่งในสภาพแวดล้อมของมนุษย์นั้น จะเกื้อกูลซึ่งกันและกันได้หากรู้จักประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์“ป่าเปียก” เพื่อป้องกันไฟไหม้ป่า นั้น จึงเป็นกลวิธีอย่างง่ายแต่ได้ประโยชน์สูงที่พระองค์ทรงคิดค้นขึ้น โดยทรงแนะนำให้ศูนย์ศึกษาการพัฒนา อันเนื่องมาจากพระราชดำริทำการศึกษาทดลอง และได้รับผลสำเร็จเป็นที่น่าพอใจการสร้าง “ป่าเปียก”

วิธีที่ ๑ ทำระบบป้องกันไฟไหม้ป่าโดยใช้แนวคลองส่งน้ำและแนวพืชชนิดต่างๆ ปลูกไว้ตามแนวคลอง

วิธีที่ ๒ สร้างระบบการควบคุมไฟป่า ด้วยป่าเปียก โดยอาศัยน้ำชลประทานและน้ำฝน

วิธีที่ ๓ ปลูกต้นไม้โตเร็วคลุมแนวร่องน้ำ เพื่อให้ความชุ่มชื้นค่อยๆ ทวีขึ้นและแผ่ขยายออกไปทั้งสองร่องน้ำ ซึ่งจะทำให้ต้นไม้เติบโตและช่วยป้องกันไฟป่าเพราะไฟป่าจะเกิดขึ้นหากป่าขาดความชุ่มชื้น

วิธีที่ ๔ สร้างฝายชะลอความชุ่มชื้น หรือที่เรียกว่า “Check Dam” ขึ้นเพื่อปิดกั้นร่องน้ำหรือลำธารขนาดเล็กเป็นระยะๆ เพื่อใช้เก็บกักน้ำและตะกอนดินไว้บางส่วน โดยน้ำที่เก็บไว้จะซึมเข้าไปสะสมในดิน ทำให้ความชุ่มชื้นแผ่ขยายเข้าไปทั้งสองด้านจนกลายเป็น “ป่าเปียก”

วิธีที่ ๕ สูดน้ำขึ้นที่สูงแล้วปล่อยให้ไหลลงมาที่ละน้อย เพื่อช่วยเสริมการปลูกป่าบนพื้นที่สูงในรูป “ภูเขาป่า” ให้กลายเป็น “ป่าเปียก” ช่วยป้องกันไฟป่าได้วิธีที่ ๖ ปลูกต้นกล้วย ซึ่งสามารถอุ้มน้ำไว้ได้มากกว่าพืชชนิดอื่น ในพื้นที่ที่กำหนดให้เป็นช่องว่างของปากกว้าง ๒ เมตร เพื่อเป็นแนวปะทะกับไฟป่า แนวพระราชดำริ “ป่าเปียก” จึงเป็นทฤษฎีการอนุรักษ์ฟื้นฟูป่าไม้โดยอาศัยความชุ่มชื้น ช่วยให้ป่าชุ่มฉ่ำอยู่เสมอ หากสามารถป้องกันไฟป่าได้ก็จะทำให้เกิดการฟื้นฟูป่าไม้ได้ในที่สุด^{๗๙}

ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด (ศปร.) มีการจัดกิจกรรมอบรมเยาวชนโดยมีเป้าหมายคือ เยาวชน นักเรียน นิสิต นักศึกษา เยาวชนทั่วไป บุคคลทั่วไป ด้วยวิธีการจัดการฝึกอบรมทฤษฎี จำนวน ๕ วัน ลงปฏิบัติ ๔ วัน โดย ทฤษฎี เนื้อหา และวิชาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย หลักกิจกรรมธรรมชาติ ผู้นำการเปลี่ยนแปลง ยุทธศาสตร์และยุทธวิธีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง และธรรมะ กับ ธรรมชาติ

^{๗๙}มูลนิธิกิจกรรมธรรมชาติ, ๙ ฐานเรียนรู้, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://www.agrinature.or.th> [๒๕ ส.ค.๒๕๕๖].

การปฏิบัติ เนื้อหาและวิชา ประกอบด้วยปฏิบัติการฐานเรียนรู้ ๙ ฐาน เรียนรู้การทำนา ข้าวอินทรีย์ เรียนรู้การปลูกป่า ๓ อย่าง ประโยชน์ ๔ อย่าง เรียนรู้การสร้างบ้านดิน เรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

การสร้างต้นแบบความสำเร็จ “ระเบิดจากข้างใน” มีความรู้ ความเข้าใจในแนวทางการปฏิบัติ มั่นใจลงมือทำประกอบด้วยเนื้อหาดังต่อไปนี้

๑. สร้างต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่ละขั้นตอน คือ พออยู่ พอกิน พอใช้ และพอมีเย็น

๒. การปลูกป่า ๓ อย่าง ประโยชน์ ๔ อย่าง พื้นที่ดำเนินการ ๙ ไร่ประกอบด้วยกิจกรรม ดังนี้

๒.๑ กิจกรรมป่า ประกอบด้วย การปลูกไม้เศรษฐกิจ เช่น ประดู่ตะเคียนทอง ยางนา กันเกรา เป็นต้น การปลูกไม้ใช้สอย เช่น ไม้ สะเดา กระถิน มะขาม เป็นต้น การปลูกไม้เป็นอาหาร เช่น ขี้เหล็ก หว้า มะขามเทศ เพกา แคน หวาย การปลูกผักหวานป่า มัน เผือก มันแกว กล้วย สมุนไพร

๒.๒ กิจกรรมพืช ความหลากหลายของพืชพรรณเมืองร้อน พื้นที่ ๙ ไร่ ประกอบด้วย การปลูกไม้ผล เช่น ทูเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง ลิ้นจี่ ลำไย ขนุน กระท้อน มะพร้าว น้ำหอม มะพร้าวแฉก หมาก การปลูกพืชผักเช่นพืชผักสมุนไพร ถัวยาวเครื่องแกง การปลูกพืชผักพื้นบ้าน ผักกูด กระเพรา โหระพา พริก ชะพลู ฯลฯ การปลูกไม้ดอก เช่นทานตะวัน แกลดิโอลัส ดาวกระจาย ดาวเรือง เป็นต้น การปลูกสมุนไพรเช่น สมุนไพร ๗ รส ใช้กับ คน สัตว์ พืช

๒.๓ กิจกรรม ยางพารากับพืชแซม พื้นที่ ๙ ไร่ ประกอบด้วย การปลูก ยางพารา แซมด้วยกล้วยหอม น้ำว่า ไซ การปลูกยางพาราแซมด้วยสับปะรดตาดำ (พื้นบ้าน) การปลูกยางพารา แซมด้วยหวายตัดยอด และอื่น ๆ

๒.๔ กิจกรรมปศุสัตว์ หมูหลุม,ไก่พื้นเมือง,เป็ดเทศ

๒.๕ กิจกรรมประมง ปลากินพืช,ปลากินเนื้อ

๒.๖ กิจกรรมหญ้าแฝก การชะลอการพังทลายของดิน และอนุรักษ์ดินน้ำ

๒.๗ กิจกรรมนาข้าวอินทรีย์ พื้นที่ ๙ ไร่ เช่น การทำนาแบบขั้นบันได

การทำนาโยน และการทำนาด้วยข้าวต้นเดียว

๒.๘ กิจกรรมค่ายเยาวชนชนคนพอเพียง พื้นที่ ๙ ไร่แคมป์ไฟ ลานเอนกประสงค์ จุดกางเต็นท์ และจุดทำกิจกรรม

๒.๙ กิจกรรมฐานเรียนรู้การบำบัดบ่อน้ำเสีย อธรรม ปราบ อธรรม บึงรินน้ำ พื้นที่ป่าซับน้ำ พื้นที่ชุ่มน้ำ ฐานผจญภัย

๓. สร้างต้นแบบการบริหารจัดการน้ำ ระบบเหมือง ฝาย

๔. ปลูกหญ้าแฝกป้องกันการชะล้างและพังทลายของหน้าดิน ด้วยการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกปรับปรุงดิน

๕. สร้างระบบการเกษตรผสมผสานตามบริบทของชุมชน พืช สัตว์ ประมง สิ่งแวดล้อม

๖. การใช้ประโยชน์จากอาหารเป็นยา

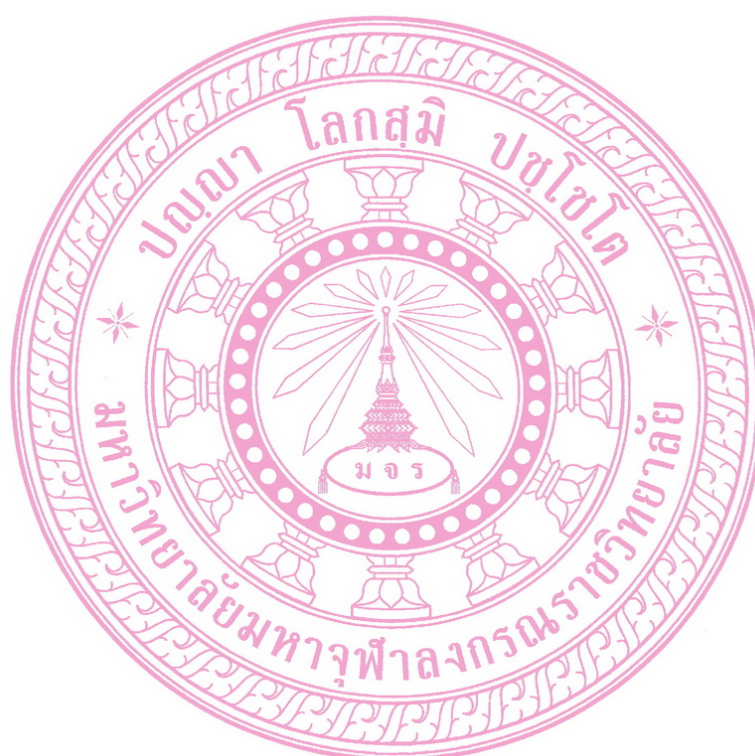
๗. สร้าง ๙ ฐานเรียนรู้เพื่อการพึ่งพาตนเอง ตั้งแต่ระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน รัฐ

๘. สร้างบ้านดินเพื่อสุขภาพ

๙. สร้างศูนย์พัฒนาเยาวชนคนพอเพียง (ค่ายเยาวชน)

๑๐. สร้างสำนักงานโครงการ

เส้นทางการเดินทางไปศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี อยู่ใกล้เส้นทาง
คมนาคมห่างจากถนนสุขุมวิท (กม. ๓๓๕) ประมาณ ๓,๒๐๐ เมตร เขตพื้นที่อำเภอเมือง



แผนภาพที่ ๒.๒ แผนที่ศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

กล่าวโดยสรุปว่า ศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด (ศปร.) เป็นศูนย์ภายใต้เครือข่ายมูลนิธิกสิกรรมธรรมชาติ สถาบันเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นศูนย์เรียนรู้สำหรับชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยการฝึกอบรม ถ่ายทอดและเผยแพร่ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีชีวภาพให้กับเกษตรกร หน่วยงานภาครัฐ เอกชนและผู้สนใจทั่วไปในพื้นที่โดยมีวิทยากรที่ได้ผ่านการฝึกอบรมจากมูลนิธิกสิกรรมธรรมชาติ ทำหน้าที่เป็นวิทยากรให้ความรู้แก่ผู้เข้าอบรม มีหลักสูตรสำหรับผู้เข้ารับการอบรมอย่างเป็นรูปธรรม

๒.๔ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๔.๑ งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ พบว่ามีผู้ทำการศึกษาวิจัยไว้หลายท่าน ดังนี้

พระครูพิศาลธีรธรรม (ปัญญาวชิโร) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “ประสิทธิภาพการบริหารจัดการวัดของเจ้าอาวาสในเขตธนบุรีกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า การบริหารมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของวัดในอันที่จะพัฒนาให้เป็นระบบ สามารถส่งเสริมภิกษุสงฆ์ สามเณร ให้เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ ปฏิบัติตนอยู่ในกรอบของพระธรรมวินัย และสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีต่อการพัฒนาชุมชนเป็นอย่างดี การบริหารวัดในปัจจุบันได้เปลี่ยนรูปแบบ ระบบ วิธีการสร้างระบบให้เหมาะสมกับผู้อยู่อาศัยในวัดนั้นๆ และสังคมโดยรอบ เพื่อให้การบริหารเป็นไปตามความหมายที่ว่า การปกครอง การดูแลรักษาหมู่คณะและการดำเนินงานหรือการจัดการ กิจกรรมต่างๆ ของหมู่คณะหรือองค์กรต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปตามนโยบาย และวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้นๆ ด้วยดี มีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพการบริหารจัดการวัดของเจ้าอาวาส ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๖๒ และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการปกครอง, ด้านการศึกษาสงเคราะห์ และด้านการสาธารณูปการ มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการศาสนศึกษา การเผยแผ่ และการสาธารณสงเคราะห์มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารจัดการวัดของเจ้าอาวาสในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัญหาที่สำคัญได้แก่ เจ้าอาวาสบางรูปขาด

วิสัยทัศน์ ขาดเป้าหมาย ในการบริหารจัดการวัดที่ชัดเจน การบริหารจัดการวัดของเจ้าอาวาสบางส่วน ไม่มีการประชุม ปรึกษา วางแผน และกำหนดวัตถุประสงค์การพัฒนาวัดอย่างเป็นรูปธรรม เป็นการ บริหารจัดการวัดตามความเคยชินที่เคยปฏิบัติมา ขาดการประสานงานระหว่าง วัด บ้าน และชุมชน และเจ้าอาวาสบางรูปใช้คนไม่ถูกกับงาน จึงทำให้งานขาดประสิทธิภาพ

แนวทางในการแก้ไขปัญหา ได้แก่ ควรมีการประชุมพระภิกษุ สามเณร ภายในวัด เนื่องๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการวัด และเพื่อความสามัคคีภายในวัด ส่งเสริมให้เจ้าอาวาส เปิดรับความรู้ใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการวัดมีการนำเอา เทคโนโลยีสมัยใหม่ มาใช้ในการ พัฒนาวัดมากขึ้น และควรมีการจัดกิจกรรมที่สร้างสรรค์ระหว่างวัดและชุมชน^{๘๐}

พระรุ่งโรจน์ ขยำนันท (เทวินบุรานุวงศ์) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การบริหาร จัดการสำนักปฏิบัติธรรม : กรณีศึกษาสำนักปฏิบัติวิปัสสนา กรรมฐานวัดมเหยงคณ์ อำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ สำนักปฏิบัติธรรมวัดมเหยงคณ์ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้ง ๓ ด้าน คือ ด้านอาคารสถานที่ ด้านวิทยากร และด้านการบริหารจัดการพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ในความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการ บริหารจัดการสำนักปฏิบัติธรรมวัดมเหยงคณ์ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ๗ ด้าน คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา วุฒิ การศึกษาทางธรรม สถานภาพ อาชีพ และเหตุผลการเข้าร่วมโครงการปฏิบัติธรรม พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา วุฒิการศึกษาทางธรรม สถานภาพ อาชีพ และเหตุผล การเข้าร่วมโครงการปฏิบัติธรรม แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ สำนักปฏิบัติธรรมวัดมเหยงคณ์ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสำนักปฏิบัติธรรมวัด มเหยงคณ์ อำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พอสรุปได้ดังนี้ คือ ด้านอาคารสถานที่ ได้แก่ ที่พัก และห้องน้ำไม่เพียงพอ ด้านวิทยากร ได้แก่ วิทยากรมีน้อยเกินไป ไม่เพียงพอ ในด้านการบริหาร จัดการ ได้แก่ ขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการปฏิบัติธรรม การดูแลผู้ร่วมปฏิบัติธรรมไม่ทั่วถึง ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสำนักปฏิบัติธรรมวัดมเหยงคณ์อำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พอสรุปได้ดังนี้ คือ ด้านอาคารสถานที่ ได้แก่ ควรเพิ่ม และปรับปรุงวัสดุในที่พักและห้องน้ำให้มีความแข็งแรงและทนทาน ควรเพิ่มการรักษาความสะอาด อย่างต่อเนื่อง และขยายพื้นที่ให้พอเพียงต่อผู้ร่วมปฏิบัติธรรม ควรแยกขยะ และมีการกำจัดขยะอย่าง ถูกวิธี ควรปลูกพืชสมุนไพร เช่นตะไคร้หอมเพื่อไล่ยุงในสถานที่พัก ภาวนา ด้านวิทยากร ได้แก่ ควร เพิ่มจำนวนพระวิทยากร เข้ามาช่วยในการอบรมปฏิบัติธรรมให้มากขึ้น ควรทำคู่มืออบรมการสอนเป็น สื่อสำหรับพระเพื่อใช้ในการเผยแผ่ต่อไป และสอนธรรมะที่ประยุกต์ใช้ในชีวิตปัจจุบันมากขึ้น และควร

^{๘๐} พระครูพิศาลธีรธรรม (ปัญญาวชิโร), "ประสิทธิภาพการบริหารจัดการวัดของเจ้าอาวาสในเขต ธนบุรีกรุงเทพมหานคร", วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ ราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓).

แยกหลักสูตรสอนสำหรับผู้ปฏิบัติใหม่ก่อนจะมารวมกันเพื่อความเข้าใจในการปฏิบัติ และด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ ควรให้การดูแลอย่างทั่วถึงแก่ผู้ร่วมปฏิบัติธรรม ควรวางแผนระยะเวลาหรือกำหนดการปฏิบัติธรรมให้เหมาะสมไม่มากหรือน้อยเกินไป ควรมีการอบรมการสื่อสารถึงกันภายในวัด และส่งเสริมเมตตาธรรม จัดทำองค์ความรู้เพิ่ม ฝึกอบรมส่งเสริมการแก้ปัญหาระหว่างสมาชิกในกลุ่ม และควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการปฏิบัติธรรมอย่างต่อเนื่อง^{๔๑}

ชนาธิป สวัสดิ์ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “พัฒนาการมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอวิภาวดี จังหวัดสุราษฎร์ธานี” ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและความต้องการพัฒนาการมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอวิภาวดี จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า เกิดขึ้นจากปริมาณนักท่องเที่ยวที่มีเพิ่มมากขึ้นและมีนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ส่งผลให้เกิดปัญหาในการทำลายทัศนียภาพ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและความรู้เรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมรวมทั้งประชาชนยังเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม เพราะหน่วยงานของรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเท่าที่ควร จึงส่งผลให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมา และค่อย ๆ ทำลายความก้าวหน้าของการท่องเที่ยวในชุมชนในส่วนของความต้องการของชุมชนที่ได้จากการดำเนินการสนทนากลุ่มนั้น พบว่า แกนนำชุมชนมีความต้องการที่จะสร้างองค์กรที่เข้มแข็ง มีความร่วมมือกันและหน่วยงานภาครัฐ ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการและหลักการมีส่วนร่วม รวมทั้งการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติ และการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักทั่วถึง เพื่อจะได้พัฒนาการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืนต่อไป ผลการสร้างกระบวนการพัฒนาการมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชนโดยดำเนินการคัดเลือกตัวแทนแบบเจาะจงเข้าร่วมประชุม จำนวน ๕๐ คน ๑) สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว และ การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ๒) ด้านทักษะฝึกปฏิบัติการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาและพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ๓) ด้านเจตคติ ความตระหนักต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และในการประเมินกระบวนการพัฒนา การมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอวิภาวดี จังหวัด สุราษฎร์ธานี พบว่า ผลการทดสอบความรู้และเจตคติของแกนนำชุมชน หลังการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสูงกว่าก่อนการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ ส่วนความพึงพอใจ ของแกนนำชุมชนที่เข้าร่วมอบรม

^{๔๑} พระรุ่งโรจน์ ชยานันโท (เทวินบูรานวงศ์), “กลยุทธ์การบริหารจัดการสำนักปฏิบัติธรรม : กรณีศึกษาสำนักปฏิบัติวิปัสสนา กรรมฐานวัดมเหยงคณ์ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖).

เชิงปฏิบัติการ ปรากฏว่า มีความพึงพอใจต่อกระบวนการพัฒนา การมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก^{๘๒}

พระวชิรญาณ เตชธมโม (ศรีสัมพันธ) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษาวิเคราะห์ภาวะผู้นำของอนาถบิณฑิกอุบาสก” ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะภาวะผู้นำของท่านอนาถบิณฑิกอุบาสก มีคุณสมบัติสำคัญอันเป็นแบบอย่างแท้จริง เป็นผู้มีการศึกษาเรียนรู้และเผยแผ่หลักธรรมคำสอน อย่างถ่องแท้เป็นผู้มีการปฏิบัติอามิสถานอย่างทุ่มเท บำรุงพระพุทธศาสนาอย่างต่อเนื่อง และเป็นผู้มีจิตสาธารณะ ให้การสงเคราะห์สังคม โดยทั่วไปอย่างจริงใจ คุณลักษณะสำคัญอันเป็นพื้นฐานของผู้มีโภคทรัพย์สูงจนก่อให้เกิดความเป็นผู้มีอริยทรัพย์มาก สมควรเป็นแบบอย่างที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกิจการทางสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางการประยุกต์ใช้ภาวะผู้นำของอนาถบิณฑิกอุบาสกกับสังคมไทย คือ ด้านการเป็นผู้นำอุบาสก ในพระพุทธศาสนาที่มีจิตเสียสละ มีความเมตตาความเลื่อมใสศรัทธาพระพุทธรูปและหลักธรรมคำสอนอย่างแท้จริง การเป็นแบบอย่างในการเผยแผ่หลักธรรมคำสอน ที่พระธรรมทูต หรือผู้มีหน้าที่เผยแผ่หลักธรรมคำสอนควรได้เห็นแบบอย่างจากท่านอนาถบิณฑิกอุบาสกคือ การศรัทธาพระพุทธรูป การศึกษาเรียนรู้หลักธรรม การปฏิบัติธรรมอย่างทุ่มเทโดยเฉพาะ อามิสถาน เข้าถึงแก่นธรรมเข้าใจอย่างลึกซึ้งแท้จริง แล้วจึงเป็นผู้นำการเผยแผ่คำสอน ได้อย่างรู้แจ้งเห็นจริง การประยุกต์ใช้ได้ในสังคม ประการต่อมา คือ การทำนุบำรุง กิจการพระพุทธศาสนา ต้องมีการบูรณะ การสร้างเสริมวัดหรือแหล่งปฏิบัติธรรมให้มีความสมบูรณ์และเป็นศูนย์กลางการเผยแผ่พระธรรมคำสอนตลอดจนการมีจิตอาสาให้การสงเคราะห์สังคมหรือดูแลผู้มีความทุกข์ได้ตลอดเวลา^{๘๓}

พระมหารุ่งโรจน์ (ศิริพันธ์) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาวิเคราะห์หลักภาวะผู้นำในพระพุทธศาสนาเถรวาท” โดยทำการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับกับแนวคิดทฤษฎี หลักภาวะผู้นำ เท่าที่ปรากฏในคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนาเถรวาท ตลอดถึงหนังสือเอกสารงานวิจัยและตำราต่างๆที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำ เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นและที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้นำและผู้บริหารทุกระดับ และเป็นกลไกให้การบริหารงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ และความหมายของภาวะผู้นำ ยังมีมากมายแล้วแต่จะมีผู้นิยม ตามทัศนะของพระพุทธศาสนาการที่จะเป็นผู้นำที่ดีที่มีความสามารถ ก็ต้องสร้างภาวะผู้นำให้แก่ตัวเองโดยเริ่มพัฒนาที่จิตใจของตน^{๘๔}

พระมนัส ธมมโรโต (มีมณี) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “ศึกษาวิธีสร้างแรงจูงใจจากพุทธวิธีสอน ผลการศึกษาทฤษฎีและแนวคิด” ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจหมายถึง สภาวะที่กระตุ้นให้บุคคล

^{๘๒} ชนาธิป สวัสดิ์, “พัฒนาการมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดสระบุรีธานี, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏสระบุรีธานี, ๒๕๕๓).

^{๘๓} พระวชิรญาณ เตชธมโม (ศรีสัมพันธ), "การศึกษาวิเคราะห์ภาวะผู้นำของอนาถบิณฑิกอุบาสก", วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔).

^{๘๔} พระมหารุ่งโรจน์ (ศิริพันธ์), "การศึกษาวิเคราะห์หลักภาวะผู้นำในพระพุทธศาสนาเถรวาท", วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๑).

แสดงพฤติกรรมออกมา โดยอาศัยแรงขับทั้งภายในภายนอก และปัจจัยต่างๆ อีกหลายประการโดยผู้สร้างแรงจูงใจต้องมีความสามารถในการนำทฤษฎีมาปรับใช้อ่านบุคคลและสถานการณ์ให้ออกพร้อมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมผลการศึกษาที่เป็นการวิจัยเชิงเอกสารค้นคว้าจากคัมภีร์พระพุทธศาสนาที่เกี่ยวข้องได้พบว่า ก่อนแสดงธรรมทุกครั้ง พระพุทธเจ้าทรงเตรียมความพร้อมของบุคคลทุกชั้นวรรณะที่ทรงโปรดแสดงธรรม โดยสร้างแรงจูงใจให้เกิดความพร้อมทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ได้แก่ การสร้างความศรัทธาให้บุคคลนั้นๆ หรือคณะนั้นๆ มีต่อพระองค์ คำพูดที่โน้มน้าวใจ การแสดงปาฏิหาริย์ สื่อการสอน การอุปมาเปรียบเทียบ นิทานชาดกต่างๆ และการแสดงอนุพุทธานุภาพหลักการใช้แรงจูงใจจากพุทธวิธีสอน คือ สร้างแรงจูงใจเพื่อให้ทุกคนพึ่งตนเองได้ กระตุ้นให้ลงมือกระทำอย่างต่อเนื่องจนเกิดผลเปลี่ยนแปลงในชีวิต ไม่เป็นผู้หลงหรือผู้เสพจนขาดสติ มีความเพียรอดทนที่จะฟันฝ่าอุปสรรคต่าง ๆ ด้วยตัวของตัวเองจนเกิดผลประโยชน์กับตนเองและสังคมรอบข้าง^{๘๕}

นายสาคร ศรีระวรรณ ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “การบริหารจัดการการศาสนศึกษาของสำนักศาสนศึกษาวิเวกธรรมประสิทธิ์วิทยา วัดธาตุ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น” ผลการวิจัยพบว่าวิธีการจัดการศึกษาของผู้บริหารสำนักวิเวกธรรมประสิทธิ์วิทยา ได้นำหลักทฤษฎีการจัดการศึกษาทั้งตะวันออกตามแนวพุทธและตะวันตก มาประยุกต์อย่างครบวงจร เพื่อพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษา ครู นักเรียน สื่อการเรียนการสอนตลอดจนบริบทที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น ผู้ปกครองนักเรียน การจัดสถานศึกษาให้เหมาะสมแก่การเรียนการสอน ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ในการจัดการศึกษาพระปริยัติธรรมของคณะสงฆ์จากอดีตถึงปัจจุบัน แบ่งออกเป็นส่วนใหญ่ๆ คือ หลักสูตรในการเรียนการสอน ซึ่งประกอบด้วยจุดมุ่งหมาย ความเหมาะสมของหลักสูตรวิธีการดำเนินงาน การบริหารจัดการด้านการเรียนการสอน เช่น จุดประสงค์การเรียนรู้ วิธีสอนของครู ประเภทของพระปริยัติธรรมแบ่งออกเป็น ๓ ประเภทหลัก คือ (๑) แผนกธรรม (๒) แผนกบาลี และ (๓) แผนกสามัญ ในปัจจุบัน เน้นการศึกษาแผนกสามัญ เพราะมีผู้สนใจเรียนมากกว่า ในการบริหารจัดการศึกษาของพระธรรมวิสุทธาจารย์ (เหล่ว สุนนมหาเถร) และพระเทพกิตติรังษี (ทองสา วรลาโม) ที่ท่านได้บริหารจัดการการศึกษาโรงเรียนวิเวกธรรมประสิทธิ์วิทยา ก็ได้ดำนุวัติตามยุคสมัยเพื่อให้เหมาะสมแก่ผู้เรียนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในการบริหารจัดการศึกษาทั้ง ๓ ประเภท โดยมีผลสัมฤทธิ์ในด้านพระปริยัติธรรมแผนกธรรมบาลีมากกว่าแผนกสามัญศึกษา^{๘๖}

ณัฐพงษ์ วียะรันตร์ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองข้างคอก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี” ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองข้างคอก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบ พบว่า เพศชายเพศหญิง ไม่

^{๘๕} พระมนัส ธมฺมโรโต (มีมณี), “ศึกษาวิธีสร้างแรงจูงใจจากพุทธวิธีการสอน ผลการศึกษาทฤษฎีและแนวคิด”, *วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔).

^{๘๖} นายสาคร ศรีระวรรณ , “การบริหารจัดการการศาสนศึกษาของสำนักศาสนศึกษาวิเวกธรรมประสิทธิ์วิทยา วัดธาตุ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น”, *วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต* (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔).

แตกต่างกัน ระหว่างผู้มีรายได้ ๕,๐๐๑ บาทและต่ำกว่า ตั้งแต่ ๕,๐๐๑ ขึ้นไป ไม่มีความแตกต่าง อายุ ๖ ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นมากกว่าอายุ ๑๘-๓ ปี และ ๓๑-๕๕ ปี ระหว่างอาชีพเกษตรกร ค้าขาย พนักงานบริษัทห้างร้าน โรงงานอุตสาหกรรมและรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ไม่มีความแตกต่างกัน และที่อยู่อาศัย หมู่ที่ ๑ หมู่ที่ ๒ หมู่ที่ ๓ หมู่ที่ ๕ หมู่ที่ ๖ และหมู่ที่ ๗ มีความคิดเห็นมากกว่าหมู่ที่ ๔^{๘๗}

กฤตยา โอวาท ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการที่ก่อให้เกิดการทุจริตในสหกรณ์ ภาคการเกษตร พบว่า การบริหารการจัดการสหกรณ์ ขาดการวางแผนที่ดี การกำหนดแผนงานเป็นเพียงแผนกว้างๆในเรื่องการทำธุรกิจ ไม่มีการกำหนดขั้นตอนในการปฏิบัติงาน สหกรณ์มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน มีการแบ่งหน้าที่ปฏิบัติงาน แต่ไม่มีขั้นตอนในการปฏิบัติงาน และเจ้าหน้าที่ทุกคนสามารถทำงานในหน้าที่อื่นได้ โดยไม่มีการควบคุมซึ่งกันและกัน ขาดผู้นำที่มีความรู้ความสามารถทั้งฝ่ายบริหารและฝ่ายจัดการ ขาดการควบคุมที่ดีในด้านการเงินการบัญชี การควบคุมโดยงบประมาณ และการควบคุมโดยการตรวจสอบ^{๘๘}

กล่าวโดยสรุปว่า จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การบริหารจัดการมีความสำคัญมากที่จะนำหลักการมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการงานภายในองค์กรให้ประสบความสำเร็จ เป็นการดำเนินการหรือปฏิบัติการเพื่อให้เกิดความเป็น ระบบ แบบแผน และเป็นระเบียบมากขึ้น โดยใช้ปัจจัยตั้งแต่ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ การควบคุมเงินทุน เครื่องมือและอุปกรณ์ บุคลากรที่ดำเนินงาน ขนาดขององค์กร ความสามัคคี เป็นต้น

๒.๔.๒ งานวิจัยเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์พบว่า มีผู้ทำการศึกษาวิจัยไว้หลายท่าน ดังนี้

พรพิมล ก่อวงษ์ ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษาหลักการประชาสัมพันธ์ตามแนวพุทธกับหลักการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่” ผลการวิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์ได้มีค่าจำกัดความมากมายตลอดระยะเวลาหลายปี นับตั้งแต่ที่การประชาสัมพันธ์ได้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในปี ค.ศ. ๑๙๕๐ ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ และคิดว่าการประชาสัมพันธ์เป็นงานส่งเสริมการขายสินค้าและบริการเท่านั้นทั้งที่จริงแล้วการประชาสัมพันธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ของการจัดการการสื่อสารระหว่างองค์กรและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องในการสร้างรักษาและคงไว้ซึ่งภาพลักษณ์อันดีขององค์กร ซึ่งการที่จะรักษาภาพลักษณ์อันดีนี้ให้อยู่ได้อย่างยั่งยืนนั้น ต้องอาศัยหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาอันประกอบด้วยหลักธรรมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ วิสอนแบบต่างๆของพระพุทธเจ้า และกลวิธีอุปมาอุปไมยการสอน หลักธรรมเกี่ยวกับเครื่องมือและสื่อที่

^{๘๗} ธีรพงษ์ วิยะรัตน์, “ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองข้างคอก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี”, วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศรีปทุม, ๒๕๔๘).

^{๘๘} กฤตยา โอวาท, “การศึกษาการบริหารจัดการที่ก่อให้เกิดการทุจริตในสหกรณ์ภาคการเกษตร”, รายงานการวิจัย, (กรมส่งเสริมสหกรณ์, ๒๕๔๗).

ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ หลักธรรมที่เกี่ยวกับการใช้คำพูด หลักธรรมเกี่ยวกับนักประชาสัมพันธ์ หลักธรรมเกี่ยวกับบุคลิกภาพ คุณธรรม และหลักธรรมที่ว่าด้วยความแตกต่างระหว่างบุคคล^{๘๘}

พระพิรพงค์ พิรסקโก (ศรีฟ้า) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ ของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์” ผลการวิจัยพบว่า ยุวพุทธิกสมาคมมีการประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่อหลากหลายประเภท ผู้ก่อตั้งประกอบด้วย นายเสถียร โพธิ์นันทะ, นายบุญยง ว่องวานิช และนายสุพจน์ แสงสมบูรณ์ ได้จัดตั้งยุวพุทธิกสมาคมขึ้นเมื่อวันที่ ๑๕ มกราคม พ.ศ. ๒๔๙๒ และได้รับการโปรดเกล้าฯ วันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๐๓ ส่วนรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคมได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ วิทยุโทรทัศน์ Internet และสื่อบุคคล เป็น โดยมีวิธีการทั้งสี่เชิงรับ คือ ให้ประชาชนผู้สนใจค้นหาแหล่งข้อมูลข่าวสารจาก Internet และ ใช้สื่อเชิงรุก ได้แก่ โครงการประกวดหนังสือ นิทรรศการงานศิลปะเพื่อพระธรรมทางสื่อสมัยใหม่^{๘๙}

รุ่งนภา งามจบ ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาศรีนครินทร์เขต ๒” ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาศรีนครินทร์เขต ๒ มีกรอบการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ ๓ ด้าน คือ การสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกเขตพื้นที่การศึกษางานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน และงานบริการด้านข้อมูลข่าวสารโดยใช้กลยุทธ์การพัฒนา ๒ วิธีคือ การฝึกอบรม และการศึกษาดูงานพบว่า ในการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกเขตพื้นที่การศึกษา เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความเข้าใจต่อการให้บริการในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นอย่างเหมาะสมโดยการท้าวารสารประชาสัมพันธ์ มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ส่วนในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความรู้ ความเข้าใจ ตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ มีการดำเนินการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารให้ทุกฝ่าย ได้รับทราบอย่างถูกต้อง ทัวถึงและรวดเร็วทันเหตุการณ์โดยวิธีการติดต่อ ประกาศ จัดท้าวารสารการประชาสัมพันธ์ และสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในเรื่องงานบริการด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่าเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สามารถให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร สามารถดำเนินการติดตามการปฏิบัติงาน ปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่องด้วยวิธีการที่เหมาะสม แต่อย่างไรก็ดียังมีจุดอ่อนเรื่องของการรวบรวมและเผยแพร่ข่าวสารและการบริการด้านข้อมูลข่าวสารโดยควรจัดส่งเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เข้ารับการประชุมสัมมนา

^{๘๘} พรพิมล ก่อวงษ์, “การศึกษาหลักการประชาสัมพันธ์ตามแนวพุทธกับหลักการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓).

^{๘๙} พระพิรพงค์ พิรסקโก (ศรีฟ้า), “รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓).

อบรม หรือการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อเป็นเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจให้สามารถปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ให้บรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งต้องดำเนินการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง^{๙๑}

อริศา รัตนภูมิ ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “แนวทางการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพื่อส่งเสริมการบริหารการศึกษา ของโรงเรียนราชินี” ผลการวิจัยพบว่า ๑. ความคิดเห็นของครูและผู้บริหารของนักเรียนเกี่ยวกับสภาพที่เป็นจริงของ การประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากทั้งด้านงานปกครอง (= ๓.๗๒) งานบริหารจัดการ (= ๓.๙๘) และงานบริการ (= ๓.๗๕) แต่ งานวิชาการ อยู่ในระดับปานกลาง (= ๓.๕๐) ๒. ความคิดเห็นของครูและผู้บริหารของนักเรียนเกี่ยวกับ ความคาดหวังการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทั้งด้านงานวิชาการ (= ๓.๗๑) งานปกครอง (= ๔.๐๒) งานบริหารจัดการ (= ๔.๑๖) และงานบริการ (= ๔.๑๘) เช่นเดียวกัน ๓. สื่อที่ครูและผู้บริหารต้องการใช้ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นลำดับที่ ๑ ได้แก่ จดหมายส่งตรง (๗๓.๔๔%) ป้ายประกาศ (๑๖.๔๘%) จากบุคคล (๗.๑๔%) และเสียงตามสาย (๒.๙๔%) ๔. แนวทางการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่ส่งเสริมการบริหารการศึกษาของโรงเรียนราชินี คือ ส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์ด้านงานวิชาการ งานปกครอง งานบริหารจัดการ และงานบริการ เพิ่มมากขึ้นทั้งด้านข้อมูลข่าวสารและปริมาณในการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านสื่อคือ จดหมายส่งตรง ป้ายประกาศ จากบุคคล และเสียงตามสาย โดยเฉพาะงานวิชาการควรส่งเสริมให้มีการปฏิบัติในระดับ ที่มากขึ้น^{๙๒}

อิสริย์ ฉัตรพิทักษ์กุล ได้ทำการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนชุมชนบ้านทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา” ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาค้นคว้านี้มีกรอบการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ ๓ ด้าน คือ ด้านการสร้าง ความเข้าใจ ใน บทบาทหน้าที่ของผู้ปกครองและชุมชนที่มีต่อการจัดการศึกษา ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์อันดี ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน และด้านการสร้างสื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยมีการศึกษาดูงาน การทำกิจกรรมสมุดบันทึกการบ้านและมีการจัดรายการสายสัมพันธ์บ้านกับโรงเรียน พบว่า ในด้าน การสร้างความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของผู้ปกครองและชุมชนที่มีต่อการจัดการศึกษา ผู้ปกครองมี ความตระหนักในบทบาทหน้าที่และเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาร่วมกับโรงเรียนเป็นอย่างดี ผู้ปกครองได้รับทราบความเคลื่อนไหวทาง การเรียนของบุตรหลาน ในลักษณะของการสื่อสารแบบ ๒ ทาง ในด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง โรงเรียนกับชุมชน จะเห็นว่าคณะครูกับผู้ปกครองร่วมมือ กิจกรรมต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ มีการสร้างความสัมพันธ์ทั้งในลักษณะที่เป็นทางการและ ไม่เป็นทางการ อาจเป็นเพราะการสร้าง ความสัมพันธ์ในลักษณะไม่เป็นทางการทำให้ผู้ปกครองและ คณะครู มีเจตคติที่ดีต่อกัน จากการได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ส่วนในด้านของการสร้างสื่อ การประชาสัมพันธ์โรงเรียน พบว่าในการจัดทำแผ่นพับสารสัมพันธ์นั้น ทำให้ผู้ปกครองรับทราบ ข้อมูล ข่าวสารสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์และถูกต้องจากการอ่าน ส่วนในเรื่องของการดำเนิน

^{๙๑} รุ่งนภา งามจบ, การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา สุรินทร์ เขต ๒, วิทยานิพนธ์การบริหารการศึกษามหาบัณฑิต, (มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๒๕๔๘).

^{๙๒} อริศา รัตนภูมิ, แนวทางการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพื่อส่งเสริมการบริหารการศึกษาของโรงเรียน ราชินี, วิทยานิพนธ์การบริหารการศึกษามหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, ๒๕๕๐).

รายการสายสัมพันธ์บ้านกับโรงเรียน ผู้ปกครองชุมชนให้ความสนใจ สนใจรับฟัง ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ หน่วยงานอื่น ๆ ประสานงานขอความร่วมมือฝากข้อมูลเผยแพร่ ซึ่งส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับหน่วยงานอื่น ๆ ด้วย และการพัฒนารูปแบบและขั้นตอนการดำเนินรายการที่มีมาตรฐานชัดเจน คือมีการคัดกรองข่าว เกร็ดสาระน่ารู้ เขียนบทรายการ ส่งตรวจและขออนุญาตก่อนนำไปดำเนินรายการ ทำให้การสื่อสารมีความถูกต้อง ชัดเจนเกิดประสิทธิภาพ สะดวกต่อการรับส่ง ข้อมูล แต่อย่างไรก็ตามควรมีการพัฒนาด้านบุคลากรให้เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างต่อเนื่อง^{๙๓}

อุบล ธนาสัย ได้ทำการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ศูนย์การศึกษาพิเศษประจำจังหวัดร้อยเอ็ด” ผลการวิจัยพบว่าการดำเนินการพัฒนาตามกลยุทธ์ ๔ วิธี ได้แก่การประชุมสัมมนา การศึกษาดูงาน การจัดกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ข่าวสารทางสื่อมวลชน พบว่าบุคลากรในศูนย์การศึกษาพิเศษประจำจังหวัดร้อยเอ็ดมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การประชาสัมพันธ์ ได้มีกำหนดทิศทางการพัฒนาวิสัยทัศน์ การประชาสัมพันธ์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ โครงการกิจกรรมที่จะดำเนินการเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินการประชุมสัมมนาพบว่าบุคลากรของศูนย์เข้าร่วมการประชุมทุกคน ผู้เข้าร่วมประชุมอบรมมีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานและทุกคนมีความกระตือรือร้นใน การประชุมอบรม ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาต่างรับฟังความคิดเห็นของกลุ่ม มีความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์มากขึ้น สามารถที่จะนำความรู้ไปปฏิบัติได้ ด้านการศึกษาดูงาน พบว่า บุคลากรมีความรู้จากการศึกษาดูงานและได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันได้รับ ประสพการณ์เป็นอย่างมากได้ด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นแบบอย่างที่ดีในการนำไปปฏิบัติ บุคลากรทุกคนให้ความสนใจและเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนที่ได้รับมอบหมาย มีความกระตือรือร้นในหาข้อมูลเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ แต่ยังข้อจำกัดในเรื่องของเวลาอยู่ ด้านการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ได้แก่การทำวารสารประชาสัมพันธ์ การทำแผ่นพับ เจ้าหน้าที่ทุกคนให้ความร่วมมือ มีความสนใจและรับผิดชอบอย่างเต็มความสามารถ และผลการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดี จากการทำเอกสารเผยแพร่ทำให้ผู้ปกครองได้รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในศูนย์ และชุมชนให้ความสนใจโดยได้เสนอแนะและแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการนำมาปรับปรุงในการจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป^{๙๔}

อรพรรณ สิ้นประสงค์ ได้ทำการวิจัย เรื่อง “การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าในภาพรวมของแต่ละด้าน มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งจัดเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนั้นการจัดสำนักงาน เพื่อการประชาสัมพันธ์การจัดบริการ การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ด้านการจัดอัตราค่าจ้างเจ้าหน้าที่ การจัดงบประมาณ และการจัดกิจกรรม เมื่อ

^{๙๓} อีสริย์ ฉัตรพิทักษ์กุล, การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนชุมชนบ้าน ทับสวาย อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดนครราชสีมา, วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, (มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๒๕๔๘).

^{๙๔} อุบล ธนาสัย, การพัฒนาการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ศูนย์การศึกษาพิเศษ ประจำจังหวัดร้อยเอ็ด, วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, (มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๒๕๔๗).

เปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามตำแหน่งงานปรากฏว่า ผู้บริหาร และครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นในภาพรวมและในแต่ละด้าน ทั้ง ๖ ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .๐๕ และเมื่อเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการ ประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ปรากฏว่าผู้บริหารและครูอาจารย์จากสถานศึกษา ขนาดใหญ่และขนาดเล็ก มีความเห็น ในภาพรวมและในด้านต่างๆ ๔ ด้าน ได้แก่ ด้านการจัด อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ การจัดบริการ การจัดกิจกรรมและจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ต่าง ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ นอกจากนี้ได้เห็นว่า ผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก มีความพยายามที่จะพัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ให้สูงขึ้น ซึ่งมีการ จัดอบรมมากกว่าสถานศึกษาขนาดใหญ่ แสดงว่าขนาดของสถานศึกษามีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับ ระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรมใน เขตกรุงเทพมหานคร^{๙๕}

พระศรีอาริยะ ปิยสีโล ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารและรูปแบบรายการ วิทยุกระจายเสียงที่เหมาะสมในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา” ผลการวิจัยพบว่าในการดำเนินงาน บริหารจัดการวิทยุชุมชนเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของ วัดสามพรานพบว่า ได้มีปัญหาทั้งในด้าน โครงสร้างการบริหาร นโยบาย บุคลากร งบประมาณ การกระจายเสียง และผังรายการ อันมีผลต่อ กระบวนการผลิตรายการเผยแผ่ธรรมะของวัดสามพรานแก่กลุ่มเยาวชน อาทิปัญหาด้านผู้จัดรายการ ซึ่งมีไม่เพียงพอ หรือที่มีอยู่ก็ขาดความรู้ใน เรื่องของธรรมะ จึงทำให้ขาดความต่อเนื่องในการ ออกอากาศ ขาดความเอาใจใส่ ขาดทักษะ เทคนิคลีลาในการพูด ขาดประสบการณ์และความรู้ใน ข้อมูลข่าวสารทางโลก ในส่วนปัญหาด้านเนื้อหาของรายการนั้นพบว่า เนื้อหาธรรมะส่วนใหญ่จะ เกี่ยวกับการปฏิบัติธรรม รักษาศีล เจริญจิตภาวนา ซึ่งเป็นเนื้อหาธรรมะที่หนัก และลึกซึ้ง ทำให้ไม่ เหมาะแก่เยาวชน ส่วนปัญหาด้านระยะเวลาในการออกอากาศนั้นพบว่านานเกินไป ทำให้เยาวชนเกิด ความเบื่อหน่าย รวมถึงช่วงเวลาในการออกอากาศ ก็ไม่ตรงกับเวลาว่างของเยาวชนเมื่อสอบถาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบรายการธรรมะที่เหมาะสมกับเยาวชนนั้นพบว่า รูปแบบรายการที่เหมาะสม คือรายการเพลง รายการสนทนาปัญหาเยาวชน และรายการละครที่ สอดแทรกธรรมะ ศีลธรรม คุณธรรม และคติเตือนใจ เนื่องจากเป็นรูปแบบที่เยาวชนให้ความสนใจ ส่วนผู้จัดรายการนั้นจะต้องมี ภาวลักษณะที่ดี มีความประพฤติดีเป็นแบบอย่าง มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรู้ดีในเรื่องธรรมะ ใช้ภาษา ถูกต้อง สุภาพเรียบร้อย น้ำเสียงไพเราะ นุ่มนวล ชัดเจน มีเทคนิคและลีลาในการจัดรายการธรรมะให้ สนุกสนาน เนื้อหารายการควรเป็นธรรมะที่สั้นและ เข้าใจง่าย ควรเปิดโอกาสให้มีการตอบปัญหา ธรรมะในรายการต่างๆ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาในการออกอากาศที่เหมาะสม

^{๙๕} อรพรรณ สีนประสงค, การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, (กรุงเทพมหานคร : สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, ๒๕๔๒).

คือ ๓๐ นาที ในวันหยุดหรือวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา คือ ช่วงเวลา ๑๕.๐๐-๒๐.๐๐ น. วันจันทร์-ศุกร์ คือ ช่วงเวลา ๑๘.๐๐-๒๐.๐๐ น.^{๙๖}

พระครูนิรมลจันทโพธิ์ (โพธิ์ศรี จันทสาโร) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “การประยุกต์ใช้วาจาสุภาษิตในมงคลสูตรกับสังคมไทยปัจจุบัน” ผลการวิจัยทำให้ทราบถึงความสำคัญของวาจาสุภาษิตที่มีต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในด้าน ต่าง ๆ เพราะวาจาคือถ้อยคำที่พูดออกมาเป็นภาษาให้ผู้อื่นฟังเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงออกถึงอุปนิสัยและน้ำใจของผู้พูดว่าดีหรือร้ายอย่างไรดังคำกล่าวที่ว่าวาจาเช่นเดียวกับน้ำใจ นั่นก็หมายถึง ถ้าพูดจริง ก็สอนน้ำใจผู้พูดว่าเป็นคนซื่อตรงสุจริตไว้ใจได้ ถ้าพูดเท็จ ก็สอนน้ำใจผู้พูดว่าเป็นคนคดโกง หุจริตไว้ใจไม่ได้ ถ้าพูดชักนำให้เกิดสามัคคีกัน ก็สอนน้ำใจผู้พูดว่าเป็นคนรักสงบ ปราศจากความเห็นแก่ตัวและความริษยา ถ้าพูดส่อเสียดยุยงส่งเสริมให้เกิดสามัคคี ก็สอนน้ำใจผู้พูดว่าเป็นคนไม่รักสงบมีความริษยาผู้อื่นมีใจทราม ถ้าพูดไพเราะอ่อนโยนก็สอนน้ำใจเป็นคนนุ่มนวลควรคบ ถ้าพูดหยาบคายก็สอนน้ำใจเป็นคนลามกไร้การกจ ถ้าพูดประกอบด้วยประโยชน์ก็สอนน้ำใจเป็นผู้ใหญ่รู้ค่าของวาจาการประยุกต์ใช้วาจาสุภาษิตนั้นมีความหลากหลายในหลายประเด็นตามกรอบที่ได้วางไว้เพื่อจะศึกษามี ๔ ประเด็น ได้แก่ วาทกรรมด้านการเมือง วาทกรรมด้านการสื่อสาร วาทกรรมด้านสังคมและวาทกรรมด้านการศึกษา^{๙๗}

พระครูจิรธรรมธัช (จิรธมโม/ศรีหงษ์ทอง) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “ศึกษาการประยุกต์หลักพุทธธรรมที่ใช้ในการบริหารจัดการวงดนตรีหมอลำคณะเสียงอีสาน นกน้อย อุไรพร” ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการเชิงพุทธ คณะผู้บริหารมีแนวคิดในหลักการบริหารจัดการวงที่ดี ด้วยการวางกฎเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคลากรและกติกาการอยู่ร่วมกันของสมาชิก มีการกำหนดบทลงโทษผู้ฝ่าฝืนและแนวทางสำหรับแก้ปัญหา มีการบริหารกลยุทธ์ด้านการตลาดและงานประชาสัมพันธ์ มีการนำหลักพุทธธรรมไปประยุกต์ใช้อยู่ ๒ ลักษณะ คือ (๑) ด้านจริยศิลป์ หรือจริยธรรมการแสดง ได้แก่ หลักเบญจศีลเบญจธรรม ให้มีสติสัมปชัญญะรู้จักปฏิบัติตามศีล ๕ มีความซื่อสัตย์ หลักอปปริหานิยธรรม ๗ ให้เกิดความพร้อมเพรียงยึดกติกาของสังคมมีสัมมาคารวะ หลักเทวธรรม หิริ-โอตตปปะ ให้ควบคุมอารมณ์มีความละเอียดเกรงกลัวต่อโทษแห่งการทำผิด (๒) ด้านการบริหารจัดการวงดนตรีหมอลำคณะเสียงอีสาน ได้แก่หลักพรหมวิหาร ๔ ทำให้ทีมงานให้มีจิตใจเอื้อเฟื้อมองคนอื่นในทางที่ดี มีจิตเมตตากรุณาต่อเพื่อนร่วมงานและคนทั่วไป หลักอิทธิบาท ๔ ทำให้มีความพอใจขยันหมั่นเพียรมีจิตสำนึกในอาชีพของตน คิดรอบคอบ หลักสัจจะ มีความจริงใจพูดความจริงรักษาสัญญา หลักความรู้จัก

^{๙๖} พระศรีอาริยะ ปิยสโร, “การบริหารและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงที่เหมาะสมในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๘).

^{๙๗} พระครูนิรมลจันทโพธิ์ (โพธิ์ศรี จันทสาโร), “การประยุกต์ใช้วาจาสุภาษิตในมงคลสูตรกับสังคมไทยปัจจุบัน”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓).

กตัญญูกตเวที ทำให้รู้บุญคุณของผู้กระทำคุณแก่ตนและตอบแทนผู้มีพระคุณ ส่งเสริมให้รู้จักความดีของคนอื่นประพดิสมาเสมอ^{๙๘}

บงกชรัตน์ ม่วงใหญ่ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดเทศบาลนครนครปฐม” ผลการวิจัยพบว่า (๑) กลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา สังกัดเทศบาลนครนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านนโยบายและการวางแผน และด้านการจัดองค์กรอยู่ในระดับมาก ส่วนด้าน การควบคุมกำกับและติดตามผล ด้านการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน และด้านการจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณ อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ (๒) ผู้บริหารและครูผู้สอนที่มีสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ ประสบการณ์ในการทำงาน และวิทยฐานะต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา สังกัดเทศบาลนครนครปฐม ในทุกด้านไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอายุ วุฒิการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และการปฏิบัติงานในสถานศึกษาที่จัดการศึกษาในระดับต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ (๓) แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา สังกัดเทศบาลนครนครปฐม สรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรเปิดโอกาสให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายวิสัยทัศน์ พันธกิจ ของงานประชาสัมพันธ์ ควรมีบุคลากรที่รับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์ในแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจนมีการพิจารณาความดีความชอบ ให้ค่าตอบแทนเพื่อเสริมแรงในการปฏิบัติงาน และควรมีการเชิญ ผู้เชี่ยวชาญมาแนะนำวิธีการจัดกิจกรรมและการซื้ออุปกรณ์ที่เหมาะสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาให้น่าสนใจ รวมทั้งควรมีการควบคุมกำกับ และติดตามผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ^{๙๙}

รุ่งนภา ข่างไม้ ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “ความเชื่อถือและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นของประชาชนเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี” ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนเมืองพัทยาเชื่อถือและพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น ด้านวิทยุกระจายเสียงอยู่ในระดับสูง ประชาชนเมืองพัทยาที่มีเพศต่างกัน เชื่อถือและพึงพอใจ ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นไม่แตกต่างกัน ส่วนประชาชนเมืองพัทยาที่มีอายุต่างกัน,ระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน,อาชีพต่างกัน,รายได้ต่อเดือนต่างกัน และจำนวนปีที่อาศัยอยู่ในเมืองพัทยาต่างกัน เชื่อถือและพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นแตกต่างกัน^{๑๐๐}

สมุกดา ม่วงศิริ ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “ความเห็นของผู้บริหารและครู อาจารย์ เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยเอกชน และในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า

^{๙๘} พระครูจิตรธรรมธัช (จิตรมโม/ศรีหังษทอง), "ศึกษาการประยุกต์หลักพุทธธรรมที่ใช้ในการบริหารจัดการวงดนตรีหมอลำคณะเสียงอีสาน นกน้อย อุไรพร", *วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓).

^{๙๙} บงกชรัตน์ ม่วงใหญ่, "กลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดเทศบาลนครนครปฐม", *วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, ๒๕๕๓).

^{๑๐๐} รุ่งนภา ข่างไม้, "ความเชื่อถือและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นของประชาชนเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี", *วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, ๒๕๕๗).

๑. ความคิดเห็นของผู้บริหารและครู-อาจารย์ เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน รวม ๗ ด้าน ส่วนใหญ่เห็นว่าการปฏิบัติในระดับมาก ๓ ด้านเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ๑.๑ ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน ๑.๒ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน และ ๑.๓ ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน ส่วนความคิดเห็นว่าการปฏิบัติในระดับน้อย ๔ ด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ๑.๓.๑ กิจกรรมของนักเรียนและการบริการชุมชนของโรงเรียน ๑.๓.๒ ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่า และโรงเรียน ๑.๓.๓ ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครอง และครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่างๆ และ ๑.๓.๔ การใช้เอกสารและสื่อมวลชน ๒. ความคิดเห็นของผู้บริหารและครู-อาจารย์เกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน ๔ ด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีปัญหาในระดับน้อย ๓ ด้าน เรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ๒.๑ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ๒.๒ ด้านการบริหารการจัดการ ๒.๓ ด้านทรัพยากรมนุษย์ ส่วนที่เห็นว่ามีปัญหาในระดับน้อยที่สุด เพียงด้านเดียว คือ ด้านงบประมาณ^{๑๐๑}

จรัส เล็กเกาะทวด ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ผลการวิจัยพบว่า” ๑. สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มี ๖ ด้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$ S.D.=0.03) คือ ๑.๑ ด้านการบริหาร ผู้บริหารพึงพอใจและเชื่อมั่นและมอบหมายงานที่ทำ ทาย และสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.27$, S.D.=0.20) ๑.๒ ด้านนโยบาย แผนการประชาสัมพันธ์ บุคลากรของหน่วยงาน มีทักษะความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงาน ภาพลักษณ์องค์กรเป็นที่ยอมรับและให้ความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.28$, S.D.=0.06) ๑.๓ ด้านการติดต่อสื่อสาร บุคลากรประชาสัมพันธ์ให้บริการแก่ผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มูลข่าวสารมีเนื้อหา ชัดเจน ถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์ สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ แก่ บุคลากร ในองค์กรและประชาชนทั่วไปให้เข้าถึงได้หลายช่องทาง ($\bar{X} = 3.41$, S.D.=0.73) ๑.๔ ด้านแรงจูงใจและการโน้มน้าวต่อการผู้บริหารองค์กร เกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่น สร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต่อสังคม ($\bar{X} = 3.26$, S.D.=0.04) ๑.๕ ด้านเครื่องมือ เครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ บุคลากรมีทักษะในการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ นวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ ($\bar{X} = 3.44$, S.D.=0.01) ๑.๖ ด้านการประเมินผล การใช้งบประมาณที่เหมาะสมกับกิจกรรมและบรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยมีการรายงานผลต่อสาธารณชนอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.22$, S.D.=0.03) ๒. กระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ประกอบด้วย ๔ ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ ๑ การศึกษาสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ขั้นที่ ๒ การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ขั้นที่ ๓ การสื่อสารเป็นการวางแผนการใช้สื่อทั้งภายในและภายนอก ขั้นที่ ๔ การประเมินผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ๓. การรับรองกระบวนการ

^{๑๐๑} สมุกดา ม่วงศิริ, “การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและครู-อาจารย์ เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน”, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๑).

ประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่ากระบวนการมีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$ S.D.=0.61)^{๑๐๒}

กิตติกานต์ ศรีวิชัย ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร ผลการวิจัยพบว่า ๑. สภาพ ปัญหา และความต้องการของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร ๑.๑ สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชรส่วนใหญ่ศึกษาหาข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยศึกษาจากการประกวดผลงานส่งเสริมการเกษตร ส่วนใหญ่มีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์มีการพิจารณาปรับเปลี่ยนแผนไปตามเหตุการณ์ การประเมินผลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่มอบหมายให้ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ดำเนินการ ๑.๒ ปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร ในภาพรวมมีปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่ปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงด้านเดียวที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งได้แก่การประเมินผล ๑.๓ ความต้องการในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร ในภาพรวมความต้องการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ๒. ปัญหาและความต้องการของเกษตรกรในการติดต่อสื่อสารเพื่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร ๒.๑ ปัญหาของเกษตรกรในการติดต่อสื่อสารเพื่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการติดต่อสื่อสารเพื่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้ง ๗ ด้านไม่มีปัญหา ๒.๒ ความต้องการของเกษตรกรในการติดต่อสื่อสารเพื่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีความต้องการเกี่ยวกับ ๑) ข่าวสารที่มีข้อมูลมีประโยชน์ในการนำไปปฏิบัติ ๒) ข่าวสารที่เข้ากันได้กับสภาพแวดล้อมด้านการเลือกเวลาที่เหมาะสม ๓) ต้องการให้ปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องตรงกับความต้องการ ๔) ข่าวสารที่ง่ายต่อการเข้าใจ ๕) ข่าวสารที่มีเนื้อหาทันเหตุการณ์ ๖) ต้องการติดต่อข่าวสารทางเอกสารสิ่งพิมพ์ ๗) ต้องการให้ปรับปรุงการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ๓. การพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร ได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร โดยกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่ ๑) จัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์และข้อมูลการเกษตรที่ทันสมัย ๒) จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตรแบบบูรณาการของหน่วยงานและเจ้าหน้าที่เพื่อพัฒนาอาชีพการเกษตร ๓) สร้างเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์ ๔) พัฒนาความรู้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรทุกระดับในเรื่องการประเมินงานประชาสัมพันธ์^{๑๐๓}

^{๑๐๒} จรัส เล็กเกาะทวด “การศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา”, วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๕).

^{๑๐๓} กิตติกานต์ ศรีวิชัย, “การพัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร”, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร), ๒๕๕๑.

สีหภูมิ ตีวิจารณ์ ได้ทำการศึกษา “แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทยในอนาคต ควรมีการวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทยในอนาคต ควรมีการวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีการประชาสัมพันธ์ที่คำนึงถึงประชาชนมากขึ้น มีบทบาทในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้น มีการให้ข้อมูลกับสื่อมวลชนมากขึ้น มีการนำสื่อที่ทันสมัยและนำเทคนิคต่าง ๆ มาใช้ในการประชาสัมพันธ์มากขึ้น เน้นกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ รัฐสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนมีการสำรวจประชมติเพื่อประเมินการประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมา และเป็นแนวทางการแก้ไขในอนาคต^{๑๐๔}

เรืองพจน์ ธารานาถ ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “สถานภาพและความต้องการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของนักวิชาการเผยแพร่สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร” ผลการวิจัยพบว่า นักวิชาการเผยแพร่สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร มีวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้ข้อมูลข่าวสารประกอบการอธิบายข้อเท็จจริงต่าง ๆ และเพื่อสนองนโยบายหน่วยงาน นักวิชาการเผยแพร่สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร ยึดหลักในการเลือกใช้สื่อที่มีความหมายเหมาะสมกับระดับความรู้และประสบการณ์กลุ่มเป้าหมายตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งและเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ นักวิชาการเผยแพร่สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร เลือกสื่อประเภทบุคลากรในหน่วยงาน หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงในกรมประชาสัมพันธ์ นักวิชาการเผยแพร่สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตรมีความต้องการใช้สื่อประเภทหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง เกษตรกรผู้นำเพื่อการประชาสัมพันธ์ และต้องการได้รับความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการผลิตสื่อ การใช้สื่อ รวมทั้งคู่มือหรือเอกสารประกอบการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ นักวิชาการเผยแพร่ สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตรที่จบการศึกษาในสาขาที่ต่างกัน มีการเลือกใช้สื่อโดยยึดหลักค่าใช้จ่าย ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทแผ่นพับและแผ่นปลิว ใช้สื่อโสตทัศน ประเภทสไลด์และเทปเสียงชนิดตลับ ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับและแผ่นปลิวใช้สื่อกิจกรรมประเภทนิทรรศการและหน่วยงานเผยแพร่เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ และมีวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อเลือกใช้สื่อบุคคลและสื่อมวลชนทุกประเภทแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕^{๑๐๕}

สุนิสา อธิวงศ์กรณวัฒน์ ได้ทำการศึกษา วิจัยเรื่อง “การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ของเกษตรตำบลในภาคตะวันออกเฉียงใต้ในการส่งเสริมการเกษตร” ผลการวิจัยพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้สนับสนุนงานส่งเสริมการเกษตร ใช้เอกสารประเภทคำแนะนำมากที่สุดสำหรับเอกสารที่เกษตรตำบลใช้อ่านเพื่อ

^{๑๐๔}สีหภูมิ ตีวิจารณ์, “แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย”, วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๕).

^{๑๐๕}เรืองพจน์ ธารานาถ, “สถานภาพและความต้องการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของนักวิชาการเผยแพร่สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร”, วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๓).

เพิ่มความรู้ คือ เอกสารประเภทคำแนะนำและเอกสารวิชาการ อุปสรรคที่พบในการใช้เอกสาร คือ เรื่องของเอกสารที่ไม่ตรงกับความต้องการใช้ในพื้นที่^{๑๐๖}

อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “วิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ ในประเทศไทย” เป็นการวิจัยจากเอกสาร ผลการวิจัยพบว่า วิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็น ๔ ยุค ได้แก่ ยุค ๑ ยุคเริ่มต้นการประชาสัมพันธ์ในประวัติศาสตร์ไทยช่วงต่าง ๆ (ยุคพ่อขุนรามคำแหง พ.ศ.๑๘๒๙ – พ.ศ.๒๔๗๕) ยุคที่ ๒ ยุคเริ่มต้นการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ (พ.ศ.๒๔๗๖ – ๒๔๙๙) ยุคที่ ๓ ยุคที่การปกครองสัมพันธมิตรเติบโตและเริ่มต้นการประชาสัมพันธ์เติบโตและเริ่มต้นการประชาสัมพันธ์ภาคธุรกิจ (พ.ศ.๒๕๐๐ – ๒๕๒๕) ยุคที่ ๔ ยุคทองของการประชาสัมพันธ์เติบโตและเริ่มต้นการประชาสัมพันธ์ภาคธุรกิจ (พ.ศ.๒๕๒๖ – ๒๕๔๓)^{๑๐๗}

จิราภรณ์ พรหมมะหา ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร” ผลการวิจัยพบว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ สศก. ยังไม่เข้าใจในหลักการประชาสัมพันธ์ที่ถูก ต้องสื่อประเภทต่างๆที่เผยแพร่พบว่ายังไม่สามารถเข้าถึงประชากรเป้าหมายทั้งในและนอก สศก. ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงบทบาท ภารกิจ และหน้าที่ของ สศก. นอกจากนี้ยังพบว่ารูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ควรดำเนินการแก้ไขปรับปรุงบางประการ เช่น ควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ควรมีการเพิ่มการขยายช่องทางและความถี่ในการเผยแพร่ผ่านสื่อให้มากขึ้น ทั้งนี้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ทุกหน่วยงานของ สศก. ยินดีในการให้ความร่วมมือและสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ขององค์กรจึงควรที่ สศก. จะได้ฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสามารถนำไปช่วยในงานประชาสัมพันธ์ต่อไป จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมของ สศก. ในขณะนี้ได้ ๙ กลยุทธ์ คือ ๑) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ๒) การประชาสัมพันธ์ให้เข้าไปในบทบาท/ภารกิจ/หน้าที่ของ สศก. โดยเร่งด่วน ๓) การกำหนดโครงสร้างที่ชัดเจน ๔) การเปิดโอกาสให้ทุกหน่วยงาน มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ๕) การจัดฝึกอบรมเพื่อสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ ๖) การปรับปรุงและการเพิ่มขยายเวลาเผยแพร่/ออกอากาศของสื่อ ๗) การสร้างความพร้อมของบุคลากรในการมีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ของ สศก. และ ๘) การเข้าเป็นสมาชิกของสมาคม/ชมรมการประชาสัมพันธ์ต่างๆ^{๑๐๘}

จินดา ธนศิลป์ ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “สภาพและปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสิงห์บุรี” ผลการวิจัยพบว่า สภาพและปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสิงห์บุรี ทั้ง

^{๑๐๖} สุนิสา อธิวงศ์ธนวัฒน์, “การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ของเกษตรตำบลในภาคตะวันออกเฉียงใต้ในงานส่งเสริมการเกษตร”, วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๓).

^{๑๐๗} อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต, “วิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ ในประเทศไทย”, วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๓).

^{๑๐๘} จิราภรณ์ พรหมมะหา, “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร”, การศึกษาค้นคว้าอิสระ, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๐).

๖ ด้าน คือด้านวางแผน ด้านการคัดเลือกบุคลากร ด้านการจูงใจให้ปฏิบัติงาน ด้านการประสานงาน ด้านวิธีการประชาสัมพันธ์ และด้านการประเมินผลงาน โดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบสภาพและปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสิงห์บุรี โดยจำแนกตามวุฒิและประสบการณ์การทำงานของผู้บริหารสถานศึกษา และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน พบว่า ทั้ง ๕ ด้านไม่มีความแตกต่างกันยกเว้นด้านการวางแผนที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ เมื่อเปรียบเทียบสภาพ และปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสิงห์บุรี ระหว่างผู้บริหารสถานศึกษาและผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสิงห์บุรี พบว่า ทั้ง ๕ ด้านไม่มีความแตกต่างกัน ยกเว้นด้านการวางแผนที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕^{๑๐๙}

ประจวบ อองกุลนะ ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “ดำเนินงานประชาสัมพันธ์งาน การศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตพื้นที่การศึกษาอุตรดิตถ์ เขต ๒” ผลการวิจัยพบว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์งานการศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตพื้นที่การศึกษาอุตรดิตถ์ เขต ๒ โดยภาพรวม และรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ตามความคิดเห็นของผู้อำนวยการสถานศึกษา ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่สำคัญ ๐.๐๕ ในด้านการวางแผน ด้านการเผยแพร่ ด้านการดำเนินงาน และด้านการติดตาม ข้อเสนอแนะได้แก่ควรมีหน่วยงานแผนงาน ประชาสัมพันธ์โดยตรง ควรส่งเสริมบุคลากรให้มีการพัฒนางานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ควรเผยแพร่ข่าวสารทางแผ่นพับ ซีดี วีซีดี และสื่ออื่นๆ ควรพัฒนาเครือข่ายให้มีความรู้ในการ ประชาสัมพันธ์ ควรจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้ต่อเนื่องและให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการประเมินผล ประชาสัมพันธ์^{๑๑๐}

สมนิตย์ เหล็กอุ้นวงษ์ ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “สภาพปัญหาและความต้องการการ ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในงานส่งเสริมการเกษตรจังหวัดนครราชสีมา” ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริม การเกษตรร้อยละ ๗๑ ไม่เคยผ่านการอบรมการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ สำหรับสภาพการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในงาน ส่งเสริมการเกษตร พบว่ามีการใช้หนังสือที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรและเอกสารคำแนะนำมากที่สุด ร้อยละ ๙๗.๔๒ มีการใช้สื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับปานกลาง การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ในงานส่งเสริม การเกษตร พบว่า มีการผลิตเอกสารโรเนียวมากที่สุด ร้อยละ ๗๗.๖๑ การได้รับการสนับสนุนจาก กรมส่งเสริมการเกษตร ปัญหาการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ระดับมาก ได้แก่ ด้านการผลิตและการบริการสื่อ สิ่งพิมพ์ ปัญหาระดับกลาง คือ ด้านคุณสมบัติของสื่อสิ่งพิมพ์ ด้านการบริหารและการจัดการและด้าน

^{๑๐๙} จินดา ธนุศิลป์, “สภาพและปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาสิงห์บุรี”, **วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, ๒๕๔๘).

^{๑๑๐} ประจวบ อองกุลนะ, “การดำเนินงานประชาสัมพันธ์งานการศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานใน เขตพื้นที่การศึกษาอุตรดิตถ์ เขต ๒”, **วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๘).

การบริการสื่อสิ่งพิมพ์และความต้องการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ระดับมาก ได้แก่ ด้านความรู้ที่ต้องการเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และเนื้อหาของสิ่งพิมพ์^{๑๑๑}

พัชรภรณ์ เขียวซ่า ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการตราสินค้าไทย ของกรมส่งเสริมการส่งออก” ผลการวิจัยพบว่า โครงการตราสินค้าไทยเน้นการสร้างมาตรฐานของสินค้าและภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ แต่ปัญหาของโครงการ คือ บุคลากรไม่เพียงพอในการทำงาน กลยุทธ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ คือ การใช้สื่อผสมทุกประเภทในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ในการสร้างตราสินค้าไทย กลยุทธ์ในการวางกรอบขั้นตอน การวางแผน กลยุทธ์ในการใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสาร กลยุทธ์ลักษณะการดำเนินการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การโน้มน้าวและจูงใจ กลยุทธ์การจัดหน่วยงาน กลยุทธ์การรับรู้ถึงความสำคัญและความจำเป็น กลยุทธ์แห่งการสะท้อนกลับ จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการตราสินค้าไทย จากสื่อมวลชน สื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อโครงการตราสินค้าไทย การเปิดรับข่าวสารของโครงการตราสินค้าไทย มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการรับรู้เกี่ยวกับโครงการตราสินค้าไทย^{๑๑๒}

พีระชัย พิศวนชม ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “การรับสื่อภาคเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรได้รับสื่อจากภาครัฐเฉลี่ย ๑.๕๓ ครั้งต่อปี ซึ่งน้อยกว่าเกษตรกรที่ได้รับสื่อจากภาคเอกชนเฉลี่ย ๒.๓๘ ครั้งต่อปี ขณะเดียวกันสื่อที่เกษตรกรได้รับมากที่สุดคือสื่อวิทยุซึ่งได้รับเฉลี่ยถึง ๑๘.๘๑ ครั้ง ซึ่งใกล้เคียงกับสื่อโทรทัศน์เฉลี่ย ๑๖.๖๕ ครั้ง แต่เมื่อพิจารณาถึงความรวดเร็วมากที่สุด พบว่า สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีความรวดเร็วมากที่สุดตามลำดับ และระดับของความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระแล้วนั้น พบว่า สื่อวิทยุทัศนเป็นสื่อที่มีความเข้าใจง่ายกว่าสื่อชนิดอื่นๆ ส่วนระดับของการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อตามการประเมินของเกษตรกรพบว่า สื่อการอบรมเป็นสื่อที่เกษตรกรนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์มากกว่าสื่ออื่น^{๑๑๓}

วรรณมณี เถระการ ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “ความพึงพอใจและประโยชน์ต่อการรับสื่อด้านการเกษตรกรใน อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด” ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นผู้นำหมู่บ้านหรือตำบล สื่อทั้ง ๑๕ ประเภทได้แก่ ๑.ผู้นำท้องถิ่น ๒.เกษตรกรด้วยกัน ๓.ไปสเตอร์ ๔.หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน ๕.เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตร ๖.แปลง

^{๑๑๑}สมนิตย์ เหล็กอ่อนวงศ์, “สภาพปัญหาและความต้องการการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในงานส่งเสริมการเกษตรจังหวัดนครราชสีมา”, รายงานวิจัย, (สำนักงานเกษตรจังหวัดนครราชสีมา, ๒๕๔๓), หน้าบทคัดย่อ.

^{๑๑๒}พัชรภรณ์ เขียวซ่า, “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการตราสินค้าไทย ของกรมส่งเสริมการส่งออก”, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๖).

^{๑๑๓}พีระชัย พิศวนชม, “การรับสื่อภาคเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่”, วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๔).

ส่งเสริม ๗.โทรทัศน์,วิทยุ ๘.วีดิทัศน์ ๙.ป้ายประชาสัมพันธ์ ๑๐.แผ่นพับ ๑๑.ตัวอย่างของจริง ๑๒. การสาธิต ๑๓.เอกสารคำแนะนำ ๑๔.การฝึกปฏิบัติ^{๑๑๔}

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ และการประชาสัมพันธ์ **สรุปได้ว่า** การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ มีความครอบคลุมถึงการดำเนินการหรือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่เจริญขึ้น รวดเร็วขึ้น ประหยัดขึ้น และมีประสิทธิภาพขึ้นด้วย มีการวางแผนอย่างรอบคอบ เป็นขั้นตอน ตลอดจนต้องมีการติดตาม ประเมินผลเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น เปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นต่างๆ กลับมายังสถาบัน การบริหารจัดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ดี นั้นต้องเป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง และปรับข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ ให้อยู่ในความสนใจของประชาชนที่ต้องการจะสื่อสารด้วยอยู่เสมอ โดยผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อที่สถาบันผลิตขึ้นเอง

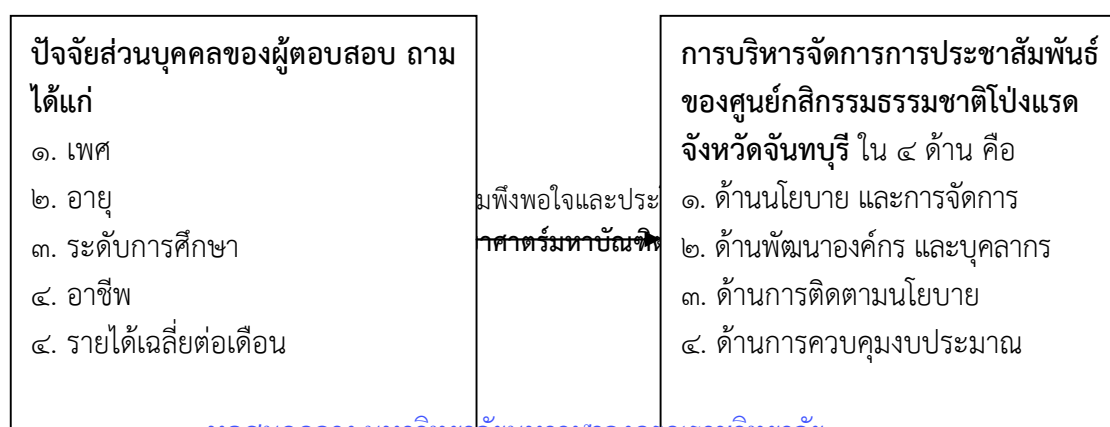
๒.๕ กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิด การวิจัย (Conceptual Framework) ประกอบด้วยตัวแปรต้น (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ดังนี้

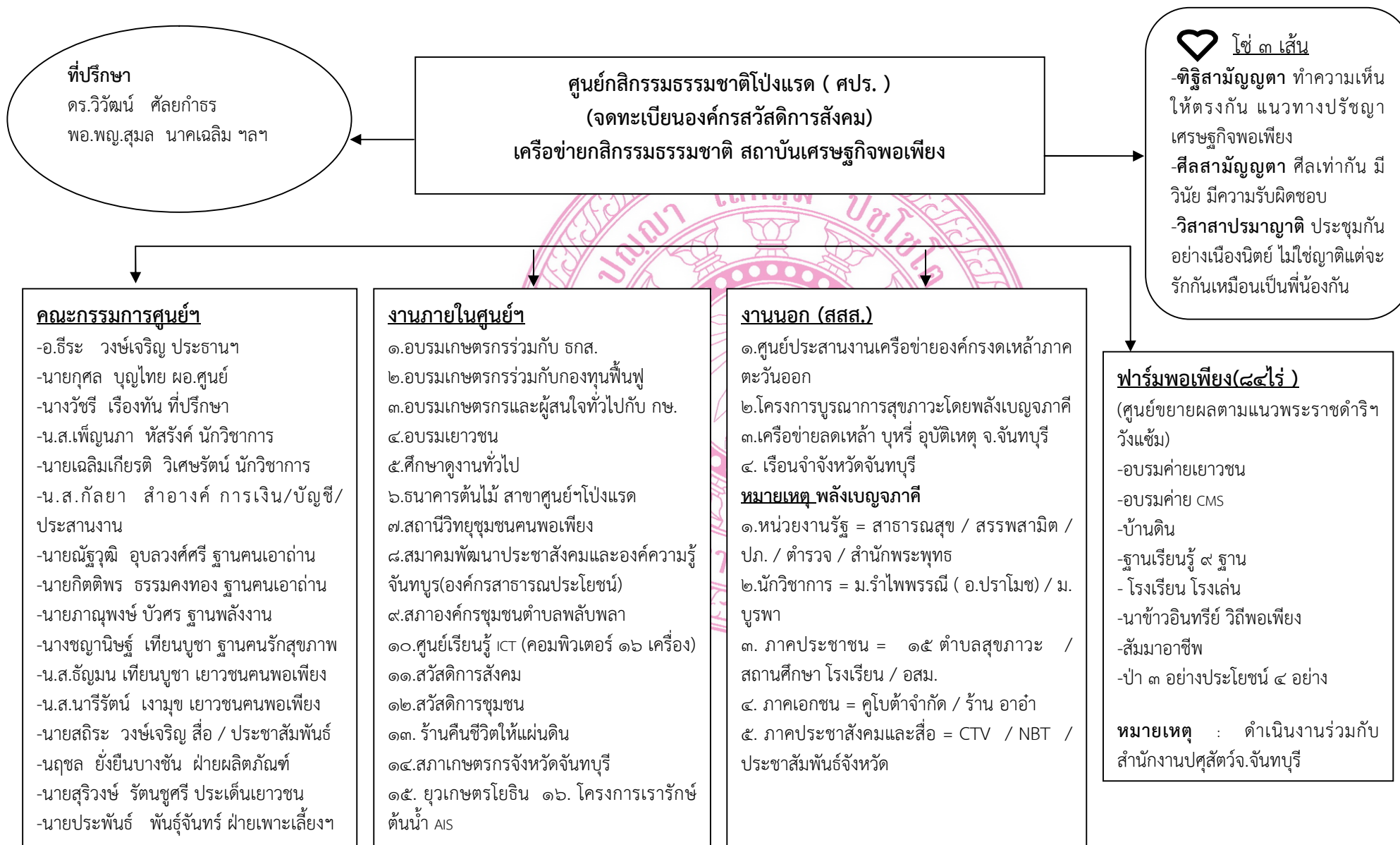
ตัวแปรต้น (Independent Variables) คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี ใน ๔ ด้าน คือ (๑) ด้านนโยบาย และการจัดการ (๒) ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร (๓) ด้านการติดตามนโยบาย (๔) ด้านการควบคุมงบประมาณ

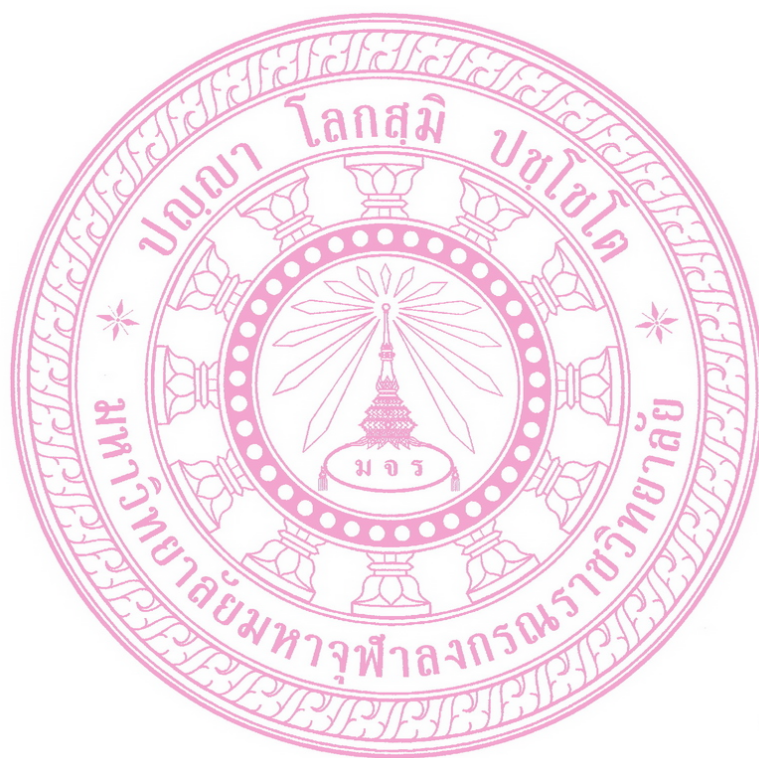
ตัวแปรต้น (Independent Variables) ตัวแปรตาม (Dependent Variables)







แผนภาพที่ ๒.๑ โครงสร้างการบริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด



บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงผสม (Mixed Research Method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

๓.๒.๑ ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ตำบลพลับพลา อำเภอมะนัง จังหวัดจันทบุรี ซึ่งมีจำนวน ๕,๙๖๑ คน^๑

๓.๒.๒ กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรในพื้นที่ตำบลพลับพลา อำเภอมะนัง จังหวัดจันทบุรี

๑) หาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane)^๒ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น ๓๗๕ คน ดังแสดงโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane) ได้ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

N= ประชากร

$$n = \frac{5,961}{1 + 5,961(0.05)^2}$$

e= ค่าความคลาดเคลื่อน

n = กลุ่มตัวอย่าง

$$n = 375.84$$

^๑ สำนักงานเทศบาลตำบลพลับพลา, สภาพทั่วไปเทศบาลพลับพลา, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://www.plubpla.go.th> [๑ ก.ย.๒๕๕๖].

^๒ ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS, พิมพ์ครั้งที่ ๙. (กรุงเทพมหานคร : ปิสนิสนเทศออนไลน์ดี, ๒๕๕๑), หน้า ๔๕.

๒) วิธีการสุ่มตัวอย่าง เทียบสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรโดยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) จำแนกประชากรออกเป็นกลุ่มๆ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น ๑๐ หมู่บ้าน ในพื้นที่ตำบลพลับพลา อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี โดยวิธีการเทียบสัดส่วนดังตารางที่ ๓.๑

$$\text{สูตร} = \frac{\text{จำนวนประชากร} \times \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

ตารางที่ ๓.๑ จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหมู่บ้านโดยการเทียบสัดส่วน

ลำดับ	หมู่บ้านในพื้นที่ตำบลพลับพลา	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
๑.	หมู่บ้านแถวคลอง	๔๙๐	๓๑
๒.	หมู่บ้านทุ่งวานเหลือง	๓๔๙	๒๒
๓.	หมู่บ้านตรอกกะทิ	๓๘๘	๒๔
๔.	หมู่บ้านโป่งล่าง	๑๗๘	๑๑
๕.	หมู่บ้านบ่อลึก	๓๓๔	๒๑
๖.	หมู่บ้านเนินเห็ด	๑,๓๗๒	๘๖
๗.	หมู่บ้านพลับพลาหมู่ที่ ๗	๒๘๕	๑๘
๘.	หมู่บ้านพลับพลาหมู่ที่ ๘	๕๘๙	๓๗
๙.	หมู่บ้านพลับพลาหมู่ที่ ๙	๑,๕๐๗	๙๕
๑๐.	หมู่บ้านดาวเรือง	๔๖๙	๓๐
	รวม	๕,๙๖๑	๓๗๕

๓.๒.๓ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้บริหาร จำนวน ๗ ท่าน ดังนี้

- | | |
|-------------------------|---|
| ๑. นายมณเฑียร วานิชศรี | นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลพลับพลา |
| ๒. นายอำนาจ ช่างฉ่ำ | ปลัด อบจ.จันทบุรี |
| ๓. นายสมชาย กัลป์ยะกิติ | ผอ.กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต อบจ.จันทบุรี |
| ๔. นายทองทศ มหามนตรี | ผอ.สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จันทบุรี |
| ๕. นายธเนศ เจริญนันท์ | ประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี |
| ๖. นายเอกอมร เปรมกมล | ผู้บริหารสถานีวิทยุ Centerpoint101 จ.จันทบุรี |
| ๗. นายธีระ วงษ์เจริญ | ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด |

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนการสร้างและการหาคุณภาพของแบบสอบถาม ดังนี้

๓.๓.๑ การสร้างแบบสอบถาม

๑. ศึกษาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี จากเอกสารและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒. กำหนดกรอบแนวคิด ในการสร้างเครื่องมือการวิจัย

๓. กำหนดวัตถุประสงค์ในการสร้างเครื่องมือการวิจัยโดยขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

๔. สร้างเครื่องมือการวิจัย

๕. นำเสนอร่างเครื่องมือการวิจัยต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข

๖. นำเครื่องมือการวิจัยไปทดลองใช้กับหาค่าความเชื่อมั่น(Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้เครื่องมือ (Try out) จากประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง

๗. นำเครื่องมือที่ได้จากการไปทดลองแจก (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน ๓๐ ชุด มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

๘. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับจริง จำนวน ๓๗๕ ชุด และนำไปแจกกับกลุ่มตัวอย่างจริงกับบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่

๙. รวบรวมแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์

๓.๓.๒ ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นตามกรอบของการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เพื่อสนับสนุนข้อมูลเชิงปริมาณ

ซึ่งผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิจัยโดยการสร้างแบบสอบถามตามกรอบปัจจัยที่กำหนด โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น ๓ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List).จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน ๕ ข้อ

ตอนที่ ๒ ข้อมูลการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ตามความคิดเห็นของประชาชน ๔ ด้าน ได้แก่ (๑) ด้านนโยบาย และการจัดการ

(๒) ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร (๓) ด้านการติดตามนโยบาย และ (๔) ด้านการควบคุมงบประมาณ โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ๕ ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้น้ำหนักของคะแนนดังนี้^๓

- ๕ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด
- ๔ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก
- ๓ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง
- ๒ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยน้อย
- ๑ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ ๓ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด (Open ended Question) ให้เลือกตอบแบบเสรี

๓.๓.๓ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

๑. ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบเครื่องมือ ที่สร้างไว้

๒. หาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จ เสนอประธานและกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อขอความเห็นชอบและนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม จำนวน ๕ ท่านได้แก่

๑) อาจารย์ พระมหาสม กลยาโณ, Ph.D. ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๒) พระครูสังฆรักษ์เกียรติศักดิ์ กิตติปัญญา,ดร ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๓) ผศ.ดร. ประยูร สุขะใจ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๔) อาจารย์ ดร.บุษกร วัฒนบุตร ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๕) อาจารย์ ดร.ธิตูฒิ หมั่นมี ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่

แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของแต่ละข้อ (Index of Item Objective Congruence : IOC) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ ๑.๐๐ ซึ่งอธิบายได้ว่า เครื่องมือมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

^๓ชุดิ ระบอบ และคณะ, **ระเบียบวิธีวิจัย**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, ๒๕๕๒), หน้า ๑๐๘.

๓. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้เครื่องมือ (Try out) จากกลุ่มตัวอย่างที่มีการปฏิบัติงานในลักษณะคล้ายคลึงกัน คือบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี จำนวน ๓๐ ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha α -coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach)^๔ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ ๐.๙๑๑

๔. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อขอความเห็นชอบและจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ในการนำไปใช้แจกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยต่อไป

๕. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

๕.๑ ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบเครื่องมือที่สร้างไว้

๕.๒ นำแบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ให้คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ

๕.๓ นำแบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) มาปรับแก้ไขเพื่อนำไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่อไป

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

๓.๔.๑ การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม

ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองกับประชาชนในเขตตำบลพลับพลา อำเภอมือ จังหวัดจันทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการสัมภาษณ์ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการบันทึกเทปในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

๑. ขอหนังสือจากผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ถึงนายกเทศมนตรีตำบลพลับพลา ปลัดอบจ. จันทบุรี ผอ.กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต อบจ.จันทบุรี ผอ.สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จันทบุรี ประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี ผู้บริหารสถานีวิทยุ Centerpoint 101 จ.จันทบุรี และผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ในเขตอำเภอมือ จังหวัดจันทบุรี เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากประชาชนในเขตอำเภอมือ จังหวัดจันทบุรี

๒. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปเก็บข้อมูล โดยนำแบบสอบถามจำนวน ๓๗๕ ฉบับ โดยแจกกับประชาชนที่มีอายุ ๒๐ ปีขึ้นไปในเขตอำเภอมือ จังหวัดจันทบุรี ที่

^๔ สีน พันธุ์พนิจ, เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์, (กรุงเทพมหานคร : บริษัทจูนพับลิชชิ่ง จำกัด, ๒๕๔๗), หน้า ๑๙๑.

เป็นกลุ่มตัวอย่าง และเก็บแบบสอบถามคืนด้วยตนเองแล้วนำมาตรวจสอบความถูกต้อง ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ทั้งหมดจำนวน ๓๗๕ ฉบับ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด

๓. นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ต่อไป

๓.๔.๒ การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ตามขั้นตอน ดังนี้

๑. การรวบรวมเอกสาร ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ งานวิจัย และเอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรีใน ๔ ด้าน คือ คือ (๑) ด้านนโยบาย และการจัดการ (๒) ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร (๓) ด้านการติดตามนโยบาย (๔) ด้านการควบคุมงบประมาณ

๒. ขอหนังสือจากผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ถึง

- | | |
|----------------------------|---|
| ๑. นายมนต์เกียรติ วานิชศรี | นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลพลับพลา |
| ๒. นายอำนาจ ช่างฉำ | ปลัด อบจ.จันทบุรี |
| ๓. นายสมชาย กัลป์ยะกิติ | ผอ.กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต อบจ.จันทบุรี |
| ๔. นายทองยศ มหามนตรี | ผอ.สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จันทบุรี |
| ๕. นายธเนศ เจริญนันท์ | ประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี |
| ๖. นายเอกอมร เปรมกมล | ผู้บริหารสถานีวิทยุ Centerpoint101 จ.จันทบุรี |
| ๗. นายธีระ วงษ์เจริญ | ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด |
- เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์

๓. การสัมภาษณ์เก็บข้อมูลใน เทศบาลตำบลพลับพลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจันทบุรี ศาลากลางจังหวัดจันทบุรี สถานีวิทยุ Centerpoint101 จันทบุรี และผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี จำนวน ๗ ท่าน ช่วงวันที่ ๙ - ๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

๓.๕.๑ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และพรรณนาระดับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด

จังหวัดจันทบุรี สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

เกณฑ์ที่ใช้แปลผลข้อความที่ได้จากการประเมินผลมีดังนี้

ช่วงค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๔.๒๑ – ๕.๐๐	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๓.๔๑ – ๔.๒๐	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๒.๖๑ – ๓.๔๐	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๑.๘๑ – ๒.๖๐	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย น้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๑.๐๐ – ๑.๘๐	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย น้อยที่สุด ^๕

สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สถิติที่ใช้คือ การทดสอบค่าที (t-test) ในกรณีตัวแปรต้นสองกลุ่ม และการทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ในกรณีตัวแปรต้นตั้งแต่สามกลุ่มขึ้นไป เมื่อพบว่ามีความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD)

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามปลายเปิด ผู้วิจัยดำเนินการจัดกลุ่มเนื้อหาตามประเด็นคำถามในแบบสอบถามจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์โดยใช้ตารางการแจกแจงความถี่ (Frequency)

๓.๕.๒ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Techniques)

^๕ชูศรี วงศ์รัตนะ, เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย, พิมพ์ครั้งที่ ๗, (กรุงเทพมหานคร : เทพเนรมิตร, ๒๕๔๑), หน้า ๗๕.

บทที่ ๔

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๓๗๕ คน มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอต่อไปนี้

๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

๔.๒ ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

๔.๓ ผลการทดสอบสมมติฐาน

๔.๔ ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ในมุมมองของประชาชนต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

๔.๕ สรุปองค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย

๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายละเอียดดังในตารางที่ ๔.๑

ตารางที่ ๔.๑ จำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=๓๗๕)

สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	๑๘๑	๔๘.๓
	หญิง	๑๙๔	๕๑.๗
	รวม	๓๗๕	๑๐๐.๐
อายุ	น้อยกว่า ๒๐ ปี	๑๘	๔.๘
	๒๑ - ๓๐ ปี	๑๑๐	๒๙.๓
	๓๑ - ๔๐ ปี	๙๑	๒๔.๓
	๔๑ - ๕๐ ปี	๙๒	๒๔.๕
	๕๑ - ๖๐ ปี	๕๕	๑๔.๗
	๖๑ ปีขึ้นไป	๙	๒.๔
	รวม	๓๗๕	๑๐๐.๐

ตารางที่ ๔.๑ (ต่อ)

(n=๓๗๕)

สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	๗๔	๑๙.๗
มัธยมศึกษาตอนต้น	๖๓	๑๖.๘
มัธยมศึกษาตอนปลาย	๖๙	๑๘.๔
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	๖๕	๑๗.๔
ปริญญาตรี	๙๘	๒๖.๑
สูงกว่าปริญญาตรี	๖	๑.๖
รวม	๓๗๕	๑๐๐.๐
อาชีพ		
เกษตรกร	๗๘	๒๐.๘
ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	๙๑	๒๔.๓
รับจ้างทั่วไป	๗๘	๒๐.๘
รับราชการ	๖๑	๑๖.๓
รัฐวิสาหกิจ	๔๕	๑๒.๐
อื่นๆ	๒๒	๕.๘
รวม	๓๗๕	๑๐๐.๐
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน ๕,๐๐๑ บาท	๑๗	๔.๕
๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท	๕๕	๑๔.๗
๑๐,๐๐๑ - ๑๕,๐๐๐ บาท	๗๗	๒๐.๕
๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท	๑๓๐	๓๔.๗
๒๐,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท	๖๙	๑๘.๔
มากกว่า ๒๕,๐๐๐ บาท	๒๗	๗.๒
รวม	๓๗๕	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๔.๑ พบว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง “การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี” จำแนกได้ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน ๑๙๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๑.๗ และเป็นเพศชาย มีจำนวน ๑๘๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๓

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง ๒๑ - ๓๐ ปี มีจำนวน ๑๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๙.๓ รองลงมา คือมีอายุอยู่ระหว่าง ๔๑-๕๐ ปี มีจำนวน ๙๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๕ และน้อยที่สุด คือ มีอายุ ๖๐ ปีขึ้นไป มีเพียงจำนวน ๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๔

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน ๙๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๖ รองลงมา คือมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวน ๖๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๔ และน้อยที่สุด คือมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีเพียงจำนวน ๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๖

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีจำนวน ๙๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๓ รองลงมา คือมีการอาชีพเกษตรกร มีจำนวน ๗๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๘ และน้อยที่สุด คือมีอาชีพอื่นๆ มีเพียงจำนวน ๒๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๕.๙

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท มีจำนวน ๑๓๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๗ รองลงมา คือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ๑๐,๐๐๑ - ๑๕,๐๐๐ บาท มีจำนวน ๗๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๕ และน้อยที่สุด คือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน ๕,๐๐๐ บาท มีจำนวน ๑๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๔.๕



๔.๒ ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ทั้ง ๔ ด้าน ได้แก่ ด้านนโยบาย และการจัดการ ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร ด้านการติดตามนโยบาย และด้านการควบคุมงบประมาณ แสดงด้วยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ ๔.๒ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวม (n=๓๗๕)

การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัด จันทบุรี	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
๑. ด้านนโยบาย และการจัดการ	๓.๗๑	๐.๕๐	เห็นด้วยมาก
๒. ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร	๓.๖๔	๐.๕๓	เห็นด้วยมาก
๓. ด้านการติดตามนโยบาย	๓.๖๘	๐.๕๐	เห็นด้วยมาก
๔. ด้านการควบคุมงบประมาณ	๓.๖๘	๐.๕๑	เห็นด้วยมาก
รวม	๓.๖๘	๐.๔๓	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ ๔.๒ พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๖๘$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน

ตารางที่ ๔.๓ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้านนโยบาย และการจัดการ

(n=๓๗๕)

ด้านนโยบาย และการจัดการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
๑. ผู้บริหาร กำหนดนโยบายให้ความสำคัญ ผลិតสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ อย่างสร้างสรรค์	๔.๐๙	๐.๘๕	เห็นด้วยมาก
๒. ผู้บริหาร มีวิธีการชักจูงใจให้บุคลากรประชาสัมพันธ์มีความรับผิดชอบ และปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ	๓.๗๙	๐.๗๙	เห็นด้วยมาก
๓. มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับ	๓.๗๘	๐.๘๒	เห็นด้วยมาก
๔. การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายใน และภายนอกมีความคล่องตัว	๓.๖๗	๐.๘๐	เห็นด้วยมาก
๕. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด เป็นที่รู้จักของประชาชน และท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง	๓.๖๙	๐.๘๓	เห็นด้วยมาก
๖. ผู้บริหารและบุคลากรของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด เข้าร่วมกิจกรรมท้องถิ่น และจังหวัดอย่างต่อเนื่อง	๓.๖๙	๐.๘๒	เห็นด้วยมาก
๗. การนำเสนอข่าวสารทางสื่อมวลชนมีความน่าสนใจ และสอดคล้องกับความต้องการ	๓.๖๓	๐.๘๖	เห็นด้วยมาก
๘. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดส่งข่าวสารให้สื่อมวลชนสม่ำเสมอ	๓.๖๑	๐.๘๓	เห็นด้วยมาก
๙. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีกิจกรรมแนะนำอย่างต่อเนื่อง	๓.๖๔	๐.๘๓	เห็นด้วยมาก
๑๐. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจอยู่เสมอ	๓.๖๐	๐.๘๗	เห็นด้วยมาก
รวม	๓.๗๑	๐.๕๐	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ ๔.๓ พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านนโยบาย และการจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}$ = ๓.๗๑) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ

ตารางที่ ๔.๔ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร

(n=๓๗๕)

ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
๑. ผู้ปฏิบัติงานมีค่านิยมที่ร่วมกันตั้งใจจริงและรักอาชีพประชาสัมพันธ์	๓.๖๕	๐.๗๙	เห็นด้วยมาก
๒. ผู้ปฏิบัติงานยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรมเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน	๓.๖๑	๐.๘๔	เห็นด้วยมาก
๓. ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้านเป็นที่ยอมรับ	๓.๕๗	๐.๗๘	เห็นด้วยมาก
๔. ผู้ปฏิบัติงานมีความชำนาญในด้านเทคนิคที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	๓.๖๓	๐.๘๔	เห็นด้วยมาก
๕. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีการอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรอยู่เสมอ	๓.๖๔	๐.๘๒	เห็นด้วยมาก
๖. บุคลากรมีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	๓.๖๖	๐.๘๒	เห็นด้วยมาก
๗. บุคลากรมีความกระตือรือร้นและทันต่อเหตุการณ์	๓.๗๐	๐.๘๓	เห็นด้วยมาก
๘. บุคลากรมีความอดทน ในการปฏิบัติงาน	๓.๖๙	๐.๘๖	เห็นด้วยมาก
๙. บุคลากรได้รับการดูแลและปฏิบัติอย่างความเสมอภาคและเท่าเทียมกันกับบุคลากรทุกระดับ	๓.๖๖	๐.๘๑๙	เห็นด้วยมาก
๑๐. บุคลากรมีความสามารถในการทำวิจัยเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์	๓.๖๕	๐.๘๑๔	เห็นด้วยมาก
รวม	๓.๖๔	๐.๕๓๘	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ ๔.๔ พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๖๔$) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ

ตารางที่ ๔.๕ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้านการติดตามนโยบาย

(n=๓๗๕)

ด้านการติดตามนโยบาย	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
๑. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีนโยบายให้นักประชาสัมพันธ์มีการควบคุม ติดตามประเมินผลตามแผนอย่างเหมาะสม	๓.๗๑	๐.๘๐	เห็นด้วยมาก
๒. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดกำหนดเกณฑ์ที่เหมาะสม ในการวัดผลความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์	๓.๖๔	๐.๘๐	เห็นด้วยมาก
๓. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีคณะกรรมการประเมินผลค่าตอบแทนการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม	๓.๖๒	๐.๗๘	เห็นด้วยมาก
๔. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างงบประมาณกับปริมาณประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง	๓.๖๑	๐.๗๘	เห็นด้วยมาก
๕. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีการควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	๓.๕๘	๐.๘๐	เห็นด้วยมาก
๖. ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์สามารถรับฟังความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชา	๓.๕๐	๐.๘๖	เห็นด้วยมาก
๗. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีนโยบายให้แต่ละหน่วยงานรายงานผลการปฏิบัติงานในภาพรวมตอนสิ้นปีให้ผู้บริหารทราบ	๓.๗๔	๐.๘๖	เห็นด้วยมาก
๘. ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรเข้าทำงานที่สอดคล้องกับศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานแต่ละด้านอย่างเหมาะสม	๓.๗๘	๐.๘๑	เห็นด้วยมาก
๙. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีระบบประเมินบุคลากรที่เหมาะสม	๓.๖๓	๐.๘๑	เห็นด้วยมาก
๑๐. ผู้บริหารทำความเข้าใจและช่วยบุคลากรในการแก้ไขปัญหาอยู่เสมอ	๓.๖๓	๐.๘๕	เห็นด้วยมาก
รวม	๓.๖๘	๐.๕๐	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ ๔.๕ พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้านการติดตามนโยบาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๖๘$) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ

ตารางที่ ๔.๖ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้าน
การควบคุมงบประมาณ

(n=๓๗๕)

ด้านการควบคุมงบประมาณ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
๑. ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีความรู้ ความเข้าใจในการควบคุมการบริหารงบประมาณให้เป็นไปตามแผนหรือใกล้เคียงกับแผนงบประมาณ	๓.๖๗	๐.๘๕	เห็นด้วยมาก
๒. ผู้บริหารงานมีการกระตุ้นผู้ปฏิบัติงานให้ปฏิบัติกิจกรรมเป็นไปตามเป้าหมายของแผนงบประมาณประชาสัมพันธ์	๓.๖๒	๐.๘๑	เห็นด้วยมาก
๓. งบประมาณมีความสอดคล้องกับขนาด และภารกิจของศูนย์ฯ	๓.๗๐	๐.๗๙	เห็นด้วยมาก
๔. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ส่งเสริมให้บุคลากรผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้อุปกรณ์และเทคนิคในการปฏิบัติงานได้	๓.๖๗	๐.๘๒	เห็นด้วยมาก
๕. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ให้องค์กรร่วมใช้ทรัพยากรร่วมกัน	๓.๘๘	๐.๘๕	เห็นด้วยมาก
๖. ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์สามารถคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงในอนาคตเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการบริหารงบประมาณ	๓.๖๙	๐.๘๓	เห็นด้วยมาก
๗. มีงบประมาณสำรองจ่ายกรณีเกิดภาวะวิกฤติ	๓.๗๓	๐.๘๔	เห็นด้วยมาก
๘. ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีการจัดสรรงบประมาณในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนอย่างเหมาะสม	๓.๖๗	๐.๗๘	เห็นด้วยมาก
๙. มีการจัดสรรงบประมาณในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในชุมชนอย่างเหมาะสม	๓.๖๕	๐.๗๖	เห็นด้วยมาก
๑๐. มีระเบียบการจ่ายค่าตอบแทนให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญภายนอกอย่างเหมาะสม	๓.๖๐	๐.๘๐	เห็นด้วยมาก
รวม	๓.๖๘	๐.๕๑	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ ๔.๖ พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นต่อการการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้านการควบคุมงบประมาณ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = ๓.๖๘) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ

๔.๓ ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ ๑ ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ ๔.๗ การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามเพศ

(n=๓๗๕)

การบริหารจัดการการ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรม ธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี	เพศ				t	Sig.
	ชาย (๑๘๑ คน)		หญิง (๑๙๔ คน)			
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
๑. ด้านนโยบาย และการจัดการ	๓.๗๕	๐.๕๓๕	๓.๖๘	๐.๔๗๓	๑.๔๓๒	๐.๑๕๓
๒. ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร	๓.๖๘	๐.๕๒๓	๓.๖๐	๐.๕๕๑	๑.๔๑๙	๐.๑๕๗
๓. ด้านการติดตามนโยบาย	๓.๗๓	๐.๔๘๓	๓.๖๓	๐.๕๒๑	๑.๘๙๖	๐.๐๕๙
๔. ด้านการควบคุมงบประมาณ	๓.๗๕	๐.๔๗๑	๓.๖๑	๐.๕๕๑	๒.๖๖๔**	๐.๐๐๘
รวม	๓.๗๓	๐.๓๙๗	๓.๖๓	๐.๔๖๒	๒.๒๐๕*	๐.๐๒๘

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑

จากตารางที่ ๔.๗ พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ จึงยอมรับสมมติฐาน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้านการควบคุมงบประมาณแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ ส่วนด้านนโยบาย และการจัดการ ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร และด้านการติดตามนโยบาย ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๒ ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ ๔.๘ การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี **จำแนกตามอายุ**

(n=๓๗๕)

การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัด จันทบุรี		SS	df	MS	F	Sig.
๑. ด้านนโยบาย และการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	๓.๑๖๒	๕	๐.๖๓๒	๒.๕๐๘*	๐.๐๓๐
	ภายในกลุ่ม	๙๓.๐๗๔	๓๖๙	๐.๒๕๒		
	รวม	๙๖.๒๓๗	๓๗๔			
๒. ด้านพัฒนาองค์กร และ บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	๒.๓๘๔	๕	๐.๔๗๗	๑.๖๕๗	๐.๑๔๔
	ภายในกลุ่ม	๑๐๖.๒๒๓	๓๖๙	๐.๒๘๘		
	รวม	๑๐๘.๖๐๗	๓๗๔			
๓. ด้านการติดตามนโยบาย	ระหว่างกลุ่ม	๒.๖๖๗	๕	๐.๕๓๓	๒.๑๒๑	๐.๐๖๒
	ภายในกลุ่ม	๙๒.๘๑๐	๓๖๙	๐.๒๕๒		
	รวม	๙๕.๔๗๗	๓๗๔			
๔. ด้านการควบคุมงบประมาณ	ระหว่างกลุ่ม	๒.๖๖๑	๕	๐.๕๓๒	๒.๐๐๖	๐.๐๗๗
	ภายในกลุ่ม	๙๗.๘๙๔	๓๖๙	๐.๒๖๕		
	รวม	๑๐๐.๕๕๕	๓๗๔			
รวมทั้งหมด	ระหว่างกลุ่ม	๒.๓๕๖	๕	๐.๔๗๑	๒.๕๔๕*	๐.๐๒๘
	ภายในกลุ่ม	๖๘.๓๐๑	๓๖๙	๐.๑๘๕		
	รวม	๗๐.๖๕๗	๓๗๔			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๘ พบว่าประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้านนโยบาย และการจัดการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ ส่วน ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร ด้านการติดตามนโยบาย และด้านการควบคุมงบประมาณไม่แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายด้าน ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ ๔.๙-๔.๑๐

ตารางที่ ๔.๙ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามอายุ โดยภาพรวม

(n=๓๗๕)

อายุ	$\bar{X}$	อายุ					
		น้อยกว่า ๒๐ ปี	๒๑ - ๓๐ ปี	๓๑ - ๔๐ ปี	๔๑ - ๕๐ ปี	๕๑ - ๖๐ ปี	๖๑ ปีขึ้นไป
		๔.๐๑	๓.๖๙	๓.๖๗	๓.๖๓	๓.๖๔	๓.๖๐
น้อยกว่า ๒๐ ปี	๔.๐๑		๐.๓๒*	๐.๓๔*	๐.๓๘*	๐.๓๗*	๐.๔๑*
๒๑ - ๓๐ ปี	๓.๖๙			๐.๐๒	๐.๐๖	๐.๐๕	๐.๐๙
๓๑ - ๔๐ ปี	๓.๖๗				๐.๐๔	๐.๐๓	๐.๐๗
๔๑ - ๕๐ ปี	๓.๖๓					-๐.๐๑	๐.๐๓
๕๑ - ๖๐ ปี	๓.๖๔						๐.๐๔
๖๑ ปีขึ้นไป	๓.๖๐						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๙ พบว่า ประชาชนที่มีอายุ น้อยกว่า ๒๐ ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวม มากกว่าประชาชนที่มีอายุ ๒๑ - ๓๐ ปี ประชาชนที่มีอายุ ๓๑ - ๔๐ ปี ประชาชนที่มีอายุ ๔๑ - ๕๐ ปี ประชาชนที่มีอายุ ๕๑ - ๖๐ ปี และประชาชนที่มีอายุ ๖๑ ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

ตารางที่ ๔.๑๐ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามอายุ ด้านนโยบาย และการจัดการ

(n=๓๗๕)

อายุ	$\bar{X}$	อายุ					
		น้อยกว่า ๒๐ ปี	๒๑ - ๓๐ ปี	๓๑ - ๔๐ ปี	๔๑ - ๕๐ ปี	๕๑ - ๖๐ ปี	๖๑ ปีขึ้นไป
		๔.๑๑	๓.๗๒	๓.๖๘	๓.๖๗	๓.๗๑	๓.๖๑
น้อยกว่า ๒๐ ปี	๔.๑๑		๐.๓๙*	๐.๔๓*	๐.๔๔*	๐.๔๐*	๐.๕๐*
๒๑ - ๓๐ ปี	๓.๗๒			๐.๐๔	๐.๐๕	๐.๐๑	๐.๑๑
๓๑ - ๔๐ ปี	๓.๖๘				๐.๐๑	-๐.๐๓	๐.๐๗
๔๑ - ๕๐ ปี	๓.๖๗					-๐.๐๔	๐.๐๖
๕๑ - ๖๐ ปี	๓.๗๑						๐.๑๐
๖๑ ปีขึ้นไป	๓.๖๑						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๐ พบว่า ประชาชนที่มีอายุ น้อยกว่า ๒๐ ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวมมากกว่าประชาชนที่มีอายุ ๒๑ - ๓๐ ปี ประชาชนที่มีอายุ ๓๑ - ๔๐ ปี ประชาชนที่มีอายุ ๔๑ - ๕๐ ปี ประชาชนที่มีอายุ ๕๑ - ๖๐ ปี และประชาชนที่มีอายุ ๖๑ ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

- สมมติฐานที่ ๓ ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน
- ตารางที่ ๔.๑๑ การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

(n=๓๗๕)

การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัด จันทบุรี		SS	df	MS	F	Sig.
๑. ด้านนโยบาย และการ จัดการ	ระหว่างกลุ่ม	๑.๙๔๙	๕	๐.๓๙๐	๑.๕๒๖	๐.๑๘๑
	ภายในกลุ่ม	๙๔.๒๘๘	๓๖๙	๐.๒๕๖		
	รวม	๙๖.๒๓๗	๓๗๔			
๒. ด้านพัฒนาองค์กร และ บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	๒.๕๕๘	๕	๐.๕๑๒	๑.๗๘๐	๐.๑๑๖
	ภายในกลุ่ม	๑๐๖.๐๔๙	๓๖๙	๐.๒๘๗		
	รวม	๑๐๘.๖๐๗	๓๗๔			
๓. ด้านการติดตามนโยบาย	ระหว่างกลุ่ม	๒.๗๑๐	๕	๐.๕๔๒	๒.๑๕๖	๐.๐๕๘
	ภายในกลุ่ม	๙๒.๗๖๗	๓๖๙	๐.๒๕๑		
	รวม	๙๕.๔๗๗	๓๗๔			
๔. ด้านการควบคุม งบประมาณ	ระหว่างกลุ่ม	๓.๐๔๘	๕	๐.๖๑๐	๒.๓๐๗*	๐.๐๔๔
	ภายในกลุ่ม	๙๗.๕๐๘	๓๖๙	๐.๒๖๔		
	รวม	๑๐๐.๕๕๕	๓๗๔			
รวมทั้งหมด	ระหว่างกลุ่ม	๒.๑๓๘	๕	๐.๔๒๘	๒.๓๐๒*	๐.๐๔๔
	ภายในกลุ่ม	๖๘.๕๑๙	๓๖๙	๐.๑๘๖		
	รวม	๗๐.๖๕๗	๓๗๔			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๑ พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้านการควบคุมงบประมาณแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ ส่วนด้านนโยบาย และการจัดการ ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร และด้านการติดตามนโยบาย ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายด้าน ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ ๔.๑๒-๔.๑๓

ตารางที่ ๔.๑๒ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวม

(n=๓๗๕)

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา					
		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		๓.๖๓	๓.๖๕	๓.๗๘	๓.๗๗	๓.๖๐	๓.๗๖
ประถมศึกษา	๓.๖๓		-๐.๐๒	-๐.๑๕*	-๐.๑๔	๐.๐๓	-๐.๑๓
มัธยมศึกษาตอนต้น	๓.๖๕			-๐.๑๓	-๐.๑๒	๐.๐๕	-๐.๑๑
มัธยมศึกษาตอนปลาย	๓.๗๘				๐.๐๑	๐.๑๘*	๐.๐๒
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	๓.๗๗					๐.๑๗*	๐.๐๑
ปริญญาตรี	๓.๖๐						-๐.๑๖
สูงกว่าปริญญาตรี	๓.๗๖						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๒ พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวม น้อยกว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

ส่วนประชาชนที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย และอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวม มากกว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

ตารางที่ ๔.๑๓ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา **ด้านการควบคุมงบประมาณ**

(n=๓๗๕)

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา					
		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		๓.๖๓	๓.๖๖	๓.๘๓	๓.๗๔	๓.๕๘	๓.๗๑
ประถมศึกษา	๓.๖๓		-๐.๐๓	-๐.๒๐*	-๐.๑๑	๐.๐๕	-๐.๐๘
มัธยมศึกษาตอนต้น	๓.๖๖			-๐.๑๗	-๐.๐๘	๐.๐๘	-๐.๐๕
มัธยมศึกษาตอนปลาย	๓.๘๓				๐.๐๘	๐.๒๕*	๐.๑๒
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	๓.๗๔					๐.๑๖*	๐.๐๓
ปริญญาตรี	๓.๕๘						-๐.๑๓
สูงกว่าปริญญาตรี	๓.๗๑						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๓ พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการควบคุมงบประมาณ น้อยกว่าประชาชนที่มีระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

ส่วนประชาชนที่มีระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย และอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการควบคุมงบประมาณ มากกว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

- สมมติฐานที่ ๔** ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน
- ตารางที่ ๔.๑๔** การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามอาชีพ

(n=๓๗๕)

การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัด จันทบุรี		SS	df	MS	F	Sig.
๑. ด้านนโยบาย และการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	.๘๘๘	๕	๐.๑๗๘	๐.๖๘๗	๐.๖๓๓
	ภายในกลุ่ม	๙๕.๓๔๙	๓๖๙	๐.๒๕๘		
	รวม	๙๖.๒๓๗	๓๗๔			
๒. ด้านพัฒนาองค์กร และ บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	๓.๕๕๓	๕	๐.๗๑๑	๒.๔๙๖*	๐.๐๓๑
	ภายในกลุ่ม	๑๐๕.๐๕๔	๓๖๙	๐.๒๘๕		
	รวม	๑๐๘.๖๐๗	๓๗๔			
๓. ด้านการติดตามนโยบาย	ระหว่างกลุ่ม	๒.๕๔๙	๕	๐.๕๑๐	๒.๐๒๕	๐.๐๗๔
	ภายในกลุ่ม	๙๒.๙๒๘	๓๖๙	๐.๒๕๒		
	รวม	๙๕.๔๗๗	๓๗๔			
๔. ด้านการควบคุม งบประมาณ	ระหว่างกลุ่ม	๒.๐๘๙	๕	๐.๔๑๘	๑.๕๖๖	๐.๑๖๙
	ภายในกลุ่ม	๙๘.๔๖๖	๓๖๙	๐.๒๖๗		
	รวม	๑๐๐.๕๕๕	๓๗๔			
รวมทั้งหมด	ระหว่างกลุ่ม	๑.๕๖๐	๕	๐.๓๑๒	๑.๖๖๖	๐.๑๔๒
	ภายในกลุ่ม	๖๙.๐๙๗	๓๖๙	๐.๑๘๗		
	รวม	๗๐.๖๕๗	๓๗๔			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๔ พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ในด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ ส่วนด้านนโยบาย และการจัดการ ด้านการติดตามนโยบาย และด้านการควบคุมงบประมาณ ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายด้าน ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ ๔.๑๕

ตารางที่ ๔.๑๕ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร

(n=๓๗๕)

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ					
		เกษตรกร	ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	รับจ้างทั่วไป	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ
		๓.๕๘	๓.๖๙	๓.๕๕	๓.๖๑	๓.๘๖	๓.๕๗
เกษตรกร	๓.๕๘		-๐.๑๑	๐.๐๓	-๐.๐๓	-๐.๒๘*	๐.๐๑
ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	๓.๖๙			๐.๑๔	๐.๐๘	-๐.๑๗	๐.๑๒
รับจ้างทั่วไป	๓.๕๕				-๐.๐๖	-๐.๓๑*	-๐.๐๒
รับราชการ	๓.๖๑					-๐.๒๕*	๐.๐๔
รัฐวิสาหกิจ	๓.๘๖						๐.๒๙*
อื่นๆ	๓.๕๗						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๕ พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพเกษตรกร รับจ้างทั่วไป และรับราชการ มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร น้อยกว่าประชาชนที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

ส่วนประชาชนที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร มากกว่าประชาชนที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

สมมติฐานที่ ๕ ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ ๔.๑๖ การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี **จำแนกตามรายได้**

(n=๓๗๕)

การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี		SS	df	MS	F	Sig.
๑. ด้านนโยบาย และการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	๓.๓๗๑	๕	๐.๖๗๔	๒.๖๗๙*	๐.๐๒๑
	ภายในกลุ่ม	๙๒.๘๖๖	๓๖๙	๐.๒๕๒		
	รวม	๙๖.๒๓๗	๓๗๔			
๒. ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	๑.๕๖๔	๕	๐.๓๑๓	๑.๐๗๘	๐.๓๗๒
	ภายในกลุ่ม	๑๐๗.๐๔๔	๓๖๙	๐.๒๙๐		
	รวม	๑๐๘.๖๐๗	๓๗๔			
๓. ด้านการติดตามนโยบาย	ระหว่างกลุ่ม	๑.๙๕๐	๕	๐.๓๙๐	๑.๕๓๙	๐.๑๗๗
	ภายในกลุ่ม	๙๓.๕๒๗	๓๖๙	๐.๒๕๓		
	รวม	๙๕.๔๗๗	๓๗๔			
๔. ด้านการควบคุมงบประมาณ	ระหว่างกลุ่ม	๐.๖๓๙	๕	๐.๑๒๘	๐.๔๗๒	๐.๗๙๗
	ภายในกลุ่ม	๙๙.๙๑๖	๓๖๙	๐.๒๗๑		
	รวม	๑๐๐.๕๕๕	๓๗๔			
รวมทั้งหมด	ระหว่างกลุ่ม	๑.๒๘๒	๕	๐.๒๕๖	๑.๓๖๓	๐.๒๓๗
	ภายในกลุ่ม	๖๙.๓๗๕	๓๖๙	๐.๑๘๘		
	รวม	๗๐.๖๕๗	๓๗๔			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๖ พบว่าประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านนโยบาย และการจัดการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ ส่วนด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร ด้านการติดตามนโยบาย และด้านการควบคุมงบประมาณ ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้านนโยบาย และการจัดการ ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ ๔.๑๗

ตารางที่ ๔.๑๗ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามรายได้ ด้านนโยบาย และการจัดการ

(n=๓๗๕)

รายได้	$\bar{X}$	รายได้					
		น้อยกว่า ๕,๐๐๑ บาท	๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท	๑๐,๐๐๑ - ๑๕,๐๐๐ บาท	๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท	๒๐,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท	มากกว่า ๒๕,๐๐๐ บาท
		๔.๐๒	๓.๗๕	๓.๖๔	๓.๗๔	๓.๗๓	๓.๕๑
น้อยกว่า ๕,๐๐๑ บาท	๔.๐๒		๐.๒๗*	๐.๓๘*	๐.๒๘*	๐.๒๙*	๐.๕๑*
๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท	๓.๗๕			๐.๑๑	๐.๐๑	๐.๐๒	๐.๒๔*
๑๐,๐๐๑ - ๑๕,๐๐๐ บาท	๓.๖๔				-๐.๑๐	-๐.๐๙	๐.๑๓
๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท	๓.๗๔					๐.๐๑	๐.๒๓*
๒๐,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท	๓.๗๓						๐.๒๒
มากกว่า ๒๕,๐๐๐ บาท	๓.๕๑						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๗ พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ น้อยกว่า ๕,๐๐๑ บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร มากกว่าประชาชนที่มีรายได้ ๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท ๑๐,๐๐๑ - ๑๕,๐๐๐ บาท ๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท ๒๐,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท และมากกว่า ๒๕,๐๐๐ บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

ส่วนประชาชนที่มีรายได้ ๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท และ ๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร มากกว่าประชาชนที่มีรายได้มากกว่า ๒๕,๐๐๐ บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

ตารางที่ ๔.๑๘ ผลสรุปโดยรวมการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารจัดการ
การประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยจำแนก
ตามปัจจัยส่วนบุคคล ตามสมมติฐานที่ ๑-๕

สมมติฐาน	ตัวแปรทดสอบ	t	F	sig	ผลการศึกษา	
					ยอมรับ	ปฏิเสธ
๑.	เพศ	๒.๒๐๕*	-	๐.๐๒๘	√	-
๒.	อายุ	-	๒.๕๕๕*	๐.๐๒๘	√	-
๓.	ระดับการศึกษา	-	๑.๖๖๖	๐.๑๔๒	√	-
๔.	อาชีพ	-	๒.๓๐๒*	๐.๐๔๔	-	√
๕.	รายได้	-	๑.๓๖๓	๐.๒๓๓	-	√

จากตารางที่ ๔.๑๘ สรุปได้ว่า

ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของ
ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์
ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการ
ประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับ
สมมติฐาน

ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์
ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์
ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

๔.๔ ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ในมุมมองของประชาชน ต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกรายด้าน รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ ๔.๑๙ - ๔.๒๖

ตารางที่ ๔.๑๙ ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านนโยบาย และการจัดการ

ลำดับ	ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน
๑.	การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ขาดความน่าสนใจ	๔๐
๒.	การประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนไม่ทั่วถึง	๒๘
๓.	รูปแบบกิจกรรมไม่ชัดเจน	๒๑

จากตารางที่ ๔.๑๙ พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านนโยบาย และการจัดการมากที่สุด คือ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ขาดความน่าสนใจ จำนวน ๔๐ คน รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนไม่ทั่วถึง จำนวน ๒๘ คน และน้อยที่สุด คือ รูปแบบกิจกรรมไม่ชัดเจน จำนวน ๒๑ คน

ตารางที่ ๔.๒๐ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านนโยบาย และการจัดการ

ลำดับ	ข้อเสนอแนะ	จำนวน
๑.	ให้บุคลากรวางแผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบจากนั้นคัดเลือกงานออกแบบที่น่าสนใจและทันสมัยที่สุดเผยแพร่	๔๐
๒.	ควรส่งข่าวให้สื่อมวลชนสม่ำเสมอ	๒๘
๓.	ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรมีการวางแผนนโยบายปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แต่ละกิจกรรมอย่างเป็นรูปแบบที่ชัดเจน	๒๑

จากตารางที่ ๔.๒๐ พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อ ด้านนโยบาย และการจัดการ มากที่สุด คือ ให้บุคลากรวางแผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบจากนั้นคัดเลือกงานออกแบบที่น่าสนใจและทันสมัยที่สุดเผยแพร่ จำนวน ๔๐ คน รองลงมา

คือ ควรส่งข่าวให้สื่อมวลชนสม่ำเสมอ จำนวน ๒๘ คน และน้อยที่สุด คือ ผู้บริหารศูนย์กิจกรรม ธรรมชาติโป่งแรดควรมีการวางแผนนโยบายปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แต่ละกิจกรรมอย่างเป็นรูปแบบ ที่ชัดเจน จำนวน ๒๑ คน

ตารางที่ ๔.๒๑ ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร

ลำดับ	ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน
๑.	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดมีกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานอื่นน้อย	๒๔
๒.	บุคลากรทำงานด้านประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ	๑๗
๓.	บุคลากรขาดความชำนาญในการประชาสัมพันธ์	๘

จากตารางที่ ๔.๒๑ พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการ บริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านพัฒนา องค์กร และบุคลากร มากที่สุด คือ ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดมีกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานอื่น น้อย จำนวน ๒๔ คน รองลงมา คือบุคลากรทำงานด้านประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ จำนวน ๑๗ คน และน้อยที่สุด คือบุคลากรขาดความชำนาญในการประชาสัมพันธ์ จำนวน ๘ คน

ตารางที่ ๔.๒๒ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรม ธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร

ลำดับ	ข้อเสนอแนะ	จำนวน
๑.	ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรมีการศึกษาอบรมให้พัฒนา บุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ ในงานที่รับผิดชอบ	๒๔
๒.	ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรมี การเสริมสร้างขวัญกำลังใจ บุคลากรให้สมบูรณ์ทางด้านร่างกายและจิตใจเพื่อพร้อมที่จะปฏิบัติหน้าที่ได้ อย่างเต็มความสามารถ	๑๗
๓.	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรมีการฝึกอบรมร่วมกับหน่วยงานอื่น เพื่อสร้าง ความสัมพันธ์ และศึกษาแลกเปลี่ยนในการพัฒนาองค์กร	๘

จากตารางที่ ๔.๒๒ พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการ บริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านพัฒนา องค์กร และบุคลากร มากที่สุด คือผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรมีการศึกษาอบรมให้ พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ ในงานที่รับผิดชอบ จำนวน ๒๔ คน รองลงมา คือผู้บริหาร ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรมี การเสริมสร้างขวัญกำลังใจ บุคลากรให้สมบูรณ์ทางด้านร่าง

กายและจิตใจเพื่อพร้อมที่จะปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มความสามารถ จำนวน ๑๗ คน และน้อยที่สุดคือศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรมีการฝึกอบรมร่วมกับหน่วยงานอื่น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และศึกษาแลกเปลี่ยนในการพัฒนาองค์กร จำนวน ๘ คน

ตารางที่ ๔.๒๓ ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการติดตามนโยบาย

ลำดับ	ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน
๑.	ขาดการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์	๓๒
๒.	การติดตามงานประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง	๑๒
๓.	ไม่มีระบบรับฟังความคิดเห็น	๖

จากตารางที่ ๔.๒๓ พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการติดตามนโยบาย มากที่สุด ขาดการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำนวน ๓๒ คน รองลงมา การติดตามงานประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง จำนวน ๑๒ คน และน้อยที่สุด ไม่มีระบบรับฟังความคิดเห็น จำนวน ๖ คน

ตารางที่ ๔.๒๔ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการติดตามนโยบาย

ลำดับ	ข้อเสนอแนะ	จำนวน
๑.	ผู้บริหารศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรมีการวิจัย เพื่อนำมาพัฒนาแนวความคิดการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย	๓๒
๒.	ผู้บริหารศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรมีการติดตามนโยบายในรูปแบบการวิจัยอย่างต่อเนื่อง	๑๒
๓.	ศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดไม่มีระบบรับฟังความคิดเห็นของประชาชน	๖

จากตารางที่ ๔.๒๔ พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการติดตามนโยบาย มากที่สุด ผู้บริหารศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรมีการวิจัย เพื่อนำมาพัฒนาแนวความคิดการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย จำนวน ๓๒ คน รองลงมา คือผู้บริหารศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรมีการติดตามนโยบายในรูปแบบการวิจัยอย่างต่อเนื่อง จำนวน ๑๒ คน และน้อยที่สุด คือผู้บริหารศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรจัดให้มีผู้รับฟังความคิดเห็น จำนวน ๖ คน

**ตารางที่ ๔.๒๕ ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์
กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการควบคุมงบประมาณ**

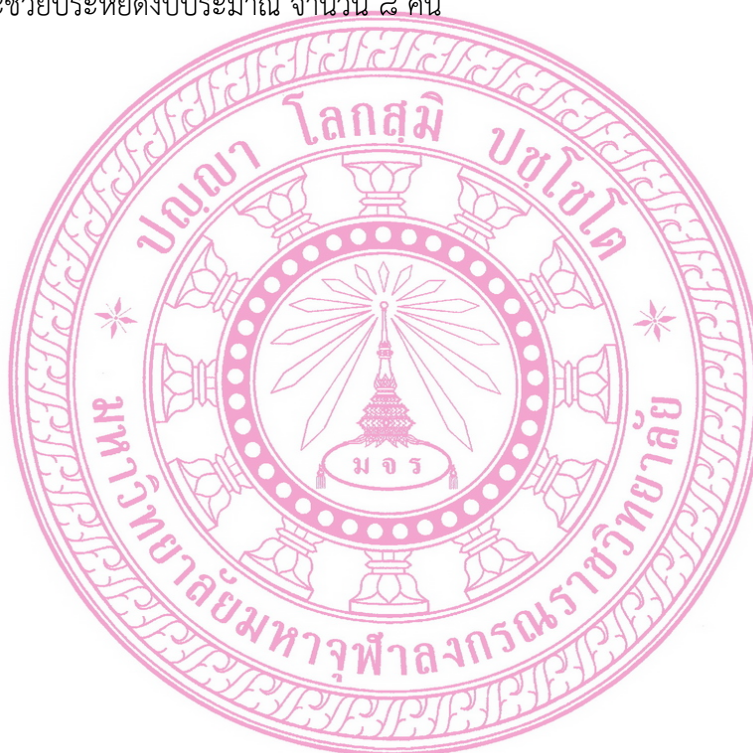
ลำดับ	ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน
๑.	งบประมาณไม่เพียงพอในการจ่ายค่าตอบแทนให้วิทยากร ทำให้วิทยากรมีจำกัด	๔๐
๒.	กิจกรรมของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดมีน้อย	๓๒
๓.	ขาดการส่งเสริมงบประมาณประชาสัมพันธ์ในชุมชน	๑๘
๔.	ขาดการส่งเสริมงบประมาณประชาสัมพันธ์สื่อมวลชน	๑๖
๕.	การปรับปรุงการประชาสัมพันธ์มีน้อย	๑๑
๖.	สื่อมวลชนไม่รู้จักศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดเท่าที่ควร	๘

จากตารางที่ ๔.๒๕ พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จันทบุรี ด้านการควบคุมงบประมาณ มากที่สุด คืองบประมาณไม่เพียงพอในการจ่ายค่าตอบแทนให้วิทยากร ทำให้วิทยากรมีจำกัด จำนวน ๔๐ คน รองลงมา กิจกรรมของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดมีน้อย จำนวน ๓๒ คน และน้อยที่สุด สื่อมวลชนไม่รู้จักศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดเท่าที่ควร จำนวน ๘ คน

**ตารางที่ ๔.๒๖ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรม
ธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการควบคุมงบประมาณ**

ลำดับ	ข้อเสนอแนะ	จำนวน
๑.	ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรดำเนินการให้มีผลิตภัณฑ์ตราสินค้าของศูนย์สำหรับจำหน่าย	๔๐
๒.	ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมฝึกอบรมโดยขอรับงบประมาณจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	๓๒
๓.	ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรขอความอนุเคราะห์หน่วยงานราชการในพื้นที่ติดต่อประชาสัมพันธ์บนบอร์ดประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานนั้น	๑๘
๔.	ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งให้สื่อมวลชนท้องถิ่นสม่ำเสมอ	๑๖
๕.	ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรทำวิจัยฟังความเห็นของประชาชนเพื่อนำไปปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ และช่วยประหยัดงบประมาณ	๑๑
๖.	ควรจัดให้สื่อมวลชนเที่ยวชมศูนย์เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	๘

จากตารางที่ ๔.๒๖ พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการควบคุมงบประมาณ มากที่สุด คือผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรดำเนินการให้มีผลิตภัณฑ์ตราสินค้าของศูนย์สำหรับจำหน่าย จำนวน ๔๐ คน รองลงมา คือผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานการศึกษา และหน่วยงานองค์การปกครองท้องถิ่น ส่งเสริมจัดกิจกรรมฝึกอบรมโดยขอรับงบประมาณจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๓๒ คน และน้อยที่สุด ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดควรทำวิจัยฟังความเห็นของประชาชนเพื่อนำไปปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ และช่วยประหยัดงบประมาณ จำนวน ๘ คน



๔.๕ สรุปผลการสัมภาษณ์บุคคลเชิงลึกเกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

การสัมภาษณ์นี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษารวบรวมข้อมูลประกอบการวิเคราะห์การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ใน ๔ ด้าน คือ ด้านนโยบาย และการจัดการ ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร ด้านการติดตามนโยบาย และด้านการควบคุมงบประมาณ ซึ่งสรุปบทสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน ๗ ท่าน คือ

๑. นายมนต์เชียร วานิชศรี นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลพลับพลา
๒. นายอำนาจ ช่างฉ่ำ ปลัด อบจ.จันทบุรี
๓. นายสมชาย กัลป์ยะกิติ ผอ.กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต อบจ.จันทบุรี
๔. นายทองศุข มหามนตรี ผอ.สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จันทบุรี
๕. นายธเนศ เจริญนันท์ ประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี
๖. นายเอกอมร เปรมกมล ผู้บริหารสถานีวิทยุ Centerpoint101 จ.จันทบุรี
๗. นายธีระ วงษ์เจริญ ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด

ซึ่งมีรายละเอียดจากการสัมภาษณ์ ในแต่ละด้านดังนี้

๑) ด้านนโยบาย และการจัดการ

นโยบายและการจัดการ การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรีมีการบริหารงานการดำเนินงานกิจกรรม หรือโครงการต่าง ๆ ให้กับเทศบาลตำบลพลับพลาได้รับทราบการดำเนินงาน ให้เข้าใจโครงการต่าง ๆ ที่ทางศูนย์ฯ ได้จัดดำเนินการขึ้น มีแบบแผนที่ชัดเจน แต่บางเรื่อง ที่เป็นไปตามสถานการณ์ อาจมีความล่าช้า และไม่ปฏิบัติตามกำหนดการตามที่นโยบายได้วางไว้ ตามที่ได้รับทราบการดำเนินงานของศูนย์ฯ ที่ผ่านมา จะมีการติดต่อทางจดหมายราชการเป็นหลัก เพื่อนำมาเรียนให้ทราบถึงการดำเนินงานต่าง ๆ ของศูนย์ฯ และมีการประสานเพื่อขอความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ยกเว้นบางครั้งที่ทางศูนย์ฯ ดำเนินงานเร่งด่วนจะเรียนให้ทราบผ่านทางโทรศัพท์ และนำจดหมายมามอบให้ภายหลัง ดังนั้น การจัดการหรือนโยบายการจัดการประชาสัมพันธ์ จึงมีทั้งที่ดำเนินงานอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ^๑ การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ยังไม่มีการทำแผนที่ชัดเจน การประชุม ของคณะกรรมการการบริหาร และผู้ดำเนินงานจะจัดทำโครงการ ตามช่วงเวลาที่ได้ดำเนินงานตามโครงการ จึงทำให้การประชาสัมพันธ์มีความล่าช้า แผนหรือปฏิทินการปฏิบัติงานเป็นไปตามสถานการณ์ และผู้บริหารต้องคอยกระตุ้นการทำงานของทีมงาน เพื่อให้ดำเนินงานตามนโยบายหรือแผนตลอดเวลา ต้องได้รับการศึกษา ข้อเสนอแนะ และขอความร่วมมือจากหน่วยงานทางราชการที่เกี่ยวข้อง^๒ ที่ผ่านมามีการนำเสนอการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อ

^๑สัมภาษณ์ นายมนต์เชียร วานิชศรี, นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลพลับพลา, ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^๒สัมภาษณ์ นายอำนาจ ช่างฉ่ำ, ปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี, ๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

โทรทัศน์ ในงาน ๘๔ พรรษา มหาราชฯ น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น โครงการต่าง ๆ ของทางศูนย์มีอย่างต่อเนื่อง แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ทางสื่อหลักต่าง ๆ^๓ ควรขอความร่วมมือ สื่อมวลชนแขนงต่างๆ ในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ นำเสนอและเผยแพร่ต่อสาธารณะชนอย่างต่อเนื่อง^๔ โดยเฉพาะกิจกรรมตามโครงการต่าง ๆ นโยบายและการจัดการการประชาสัมพันธ์ จึงควรขอความร่วมมือกับหน่วยงานที่สามารถให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์งานของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรีได้ หรือมีการขอความร่วมมือกับการดำเนินงานเผยแพร่กิจกรรมของศูนย์ฯ^๕ เป็นเรื่องที่แต่ละหน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ ต้องจัดให้มีขึ้นโดยพิจารณาตามความเหมาะสม ต้องมีการดำเนินการจัดทำหนังสือขอความร่วมมือมายังหน่วยงานอย่างเป็นทางการ^๖ ในส่วนของนโยบายและการจัดการ การประชาสัมพันธ์ ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรีโดยส่วนใหญ่เป็นระบบพูดคุย ทึ่งงานสรุปงานทุกวัน หลังทำงานก็จะมีการสรุปบทวนในสิ่งที่ผ่านมามีเป็นอย่างไร หลักการทำงานภายในเป็นแบบง่าย ๆ ไม่ใช่ระบบราชการ ให้ทุกคนได้ทำงานที่เร็ว และตรงตามเป้าที่กำหนด^๗

๒) ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร

การพัฒนาองค์กร และบุคลากร ในงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี การเรียนรู้ที่ดีที่สุด คือการส่งบุคลากรไปอบรม ร่วมรับฟัง ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ร่วมกับชุมชน เกษตรกร และนักวิชาการทางการเกษตร และศูนย์กสิกรรมต่าง ๆ ทั่วประเทศ ที่มีการจัดอบรมให้ความรู้^๘ มีการดำเนินการในการพัฒนาบุคลากรร่วมกัน จากการส่งบุคลากรไปรับการอบรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ วิธีการประชาสัมพันธ์เรื่องการเกษตร แนวคิดทฤษฎีใหม่ ตลอดเวลา เพื่อสามารถรู้และเข้าถึงข้อมูลใหม่ ๆ ได้อย่างถูกต้องนำมาใช้ในการพัฒนาศูนย์ฯ ของตนเองได้ต่อไป^๙ อาจมีการส่งบุคลากรไปร่วมอบรม แนวทางการเกษตรรูปแบบใหม่ ๆ หรือการเรียนรู้เรื่องที่เกี่ยวข้องกับเกษตรในจังหวัดจันทบุรี และต้องให้บุคลากรทำการศึกษา เพื่อสามารถนำมาเสนอให้กับผู้อื่นที่เข้ามาทำกิจกรรมของศูนย์ฯ ได้อย่างถูกต้อง^{๑๐} เพื่อถ่ายทอดข้อมูลใหม่ ๆ แนวคิดทฤษฎีใหม่ ๆ แสดงให้เห็นว่า ได้มีการพัฒนาองค์กรและบุคลากร ในงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้เข้ารับการถ่ายทอดความรู้

^๓สัมภาษณ์ นายสมชาย กัลป์ยะกิติ, ผอ.กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต อบจ.จันทบุรี, ๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^๔สัมภาษณ์ นายทองทศ มหามนตรี, ผอ.สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จ.จันทบุรี, ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^๕สัมภาษณ์ นายธนศ เจริญนันท์, ประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี, ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^๖สัมภาษณ์ นายเอกอมร เปรมกมล, ผู้บริหารสถานีวิทยุ Centerpoint 101 จ.จันทบุรี, ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^๗สัมภาษณ์ นายธีระ วงษ์เจริญ, ผู้บริหารศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด, ๙ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^๘สัมภาษณ์ นายอำนาจ ช่วงฉ่ำ, ปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี, ๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^๙สัมภาษณ์ นายสมชาย กัลป์ยะกิติ, ผอ.กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต อบจ.จันทบุรี, ๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^{๑๐}สัมภาษณ์ นายทองทศ มหามนตรี, ผอ.สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จ.จันทบุรี, ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

จากศูนย์มีแหล่งการเรียนรู้เพิ่มเติม และได้แนวทางไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิต แต่บุคลากรมีน้อย มีคนทำงานไม่กี่คน จึงเห็นแต่บุคคลเดิม ๆ ที่ดำเนินงานขององค์กร^{๑๑} ในส่วนของการพัฒนาองค์กรและบุคลากร ในงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ทำแบบง่าย ๆ คือ เมื่อมีการขอความร่วมมือในการส่งบุคลากรเข้าร่วมอบรมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร จะส่งบุคลากรหรือตัวผู้บริหารเองไปโดยทันทีที่การเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่าง ๆ เป็นไปตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ผู้ที่ทำงานกับศูนย์ฯ ต้องเข้าใจถึงสภาพการดำเนินงานตามสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ รับข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต การเข้าพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่ โดยเฉพาะเกษตรกรอย่างจริงจัง การรับฟังปัญหาต่าง ๆ ของประชาชนชาวเกษตรกรและนำมาเสนอเพื่อพิจารณาในการแก้ไขปัญหาพร้อมกันเหล่านี้ ถือเป็นการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ที่ได้ดำเนินการอยู่อย่างต่อเนื่อง และทันเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลาบุคลากรเองต้องมีความรับผิดชอบ กระตือรือร้นต่อหน้าที่การทำงานด้วยความรวดเร็ว และเข้าถึงแหล่งกระจายข่าวสารใหญ่ ๆ ได้อย่างทันท่วงที ทำให้ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดเป็นที่รู้จักกับประชาชนโดยทั่วไปได้อย่างรวดเร็วขึ้น หากมีข้อใดที่ต้องการแก้ไขปัญหาการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของศูนย์ จะขอคำปรึกษาจากวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญของหน่วยงานที่มาช่วยทำหน้าที่ให้กับศูนย์ ให้ได้ข้อคิด แลกเปลี่ยน และการดำเนินงานให้ศูนย์แห่งนี้สามารถดำเนินงานเพื่อพี่น้องประชาชนเกษตรกรอย่างแท้จริงต่อไป ดังนั้นการพัฒนาองค์กรและบุคลากร ของหน่วยงานคือ การพัฒนา คนทำงานต้องมีหัวใจในการทำงาน (หัวใจในการทำงานคือการส่งเสริมคุณค่าของคน ให้เกิดความกระตือรือร้น รักงานที่ทำ ทำจากหัวใจ) โดยการพัฒนาต้องพัฒนาควบคู่กันไปตลอดเวลา ปรับแก้ตัวให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายไม่ทิ้งหลักการที่สำคัญของหน่วยงานพัฒนาจากภายใน เหมือนระเบิดจากข้างใน ซึ่งศูนย์ในปัจจุบันยังมีการพัฒนาองค์กรและบุคลากรในการยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรมเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่น้อยกว่าทุก ๆ ด้าน เนื่องจากการดำเนินงานที่ขาดการอบรม เรียนรู้เพิ่มเติมที่หลากหลาย กว้างขวางในเรื่องการประชาสัมพันธ์และการทำสื่อ การอบรมเป็นไปตามสถานการณ์เท่านั้น ด้วยปัญหามูลค่านั้นมีอยู่จำกัด^{๑๒}

๓) ด้านการติดตามนโยบาย

ผู้บริหารจำเป็นต้องทำการติดตามนโยบายขององค์กรและหน่วยงานของตนเอง เพราะสามารถประเมินได้ว่า งานหรือโครงการที่ได้ปฏิบัติไปนั้น ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้มากน้อยเพียงใด โดยศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ได้สอบถามตนเองในฐานะบุคคลภายนอกองค์กร แต่มีส่วนร่วมและส่วนเกี่ยวข้องกับศูนย์อย่างต่อเนื่องในฐานะการดำเนินงานร่วมตามโครงการต่าง ๆ อยู่เสมอว่าการดำเนินงานของศูนย์ในเรื่องนั้น ๆ เป็นอย่างไรบ้าง ดังนั้น การซักถาม การเสนอแนะข้อคิดเห็น จึงเป็นส่วนหนึ่งของการติดตามนโยบายการทำงาน^{๑๓} เพื่อให้ทราบว่า กิจกรรมที่ได้ดำเนินงานไปของศูนย์นั้น มีความพึงพอใจหรือไม่ และมีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมให้กับทางศูนย์ฯ การติดตามนโยบายของศูนย์ คือ ความสามารถของศูนย์เป็นที่ประจักษ์และได้รับการตอบรับในความร่วมมือ ร่วมกันใน

^{๑๑} สัมภาษณ์ ธเนศ เจริญนันท์, ประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี, ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^{๑๒} สัมภาษณ์ ธีระ วงษ์เจริญ, ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด, ๙ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^{๑๓} สัมภาษณ์ มณฑิรา วานิชศรี, นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลพลับพลา, ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

การดำเนินงานตามโครงการอื่น ๆ^{๑๔} การพูดคุยถึงข้อบกพร่องในการดำเนินงาน และสิ่งที่เกิดเป็นผลดี และการขยายผลต่อไป โดยผู้บริหารศูนย์เอง เป็นผู้ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และจัดเก็บข้อมูล^{๑๕} นอกจากนี้การติดตามข่าว เพื่อรับทราบความเคลื่อนไหว และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ในเรื่องราวของเกษตรกร เรื่องราวของชาวสวน การเข้าร่วมเป็นวิทยากร ผู้ร่วมรายการต่าง ๆ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ในสื่อท้องถิ่นของจังหวัดจันทบุรี เช่น รายการสภากาแฟ รายการทางวิทยุชุมชน^{๑๖} ตามรายการต่าง ๆ ที่มีเวทีเสวนาศูนย์ฯ มีการติดตามนโยบายพูดคุย แลกเปลี่ยนการทำงานร่วมกันของบุคลากรในศูนย์ และนำเสนอปัญหา ข้อบกพร่อง ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกัน ทำให้เกิดการนำข้อบกพร่องมาใช้ในการแก้ไขปัญหานำมาสู่การทำโครงการใหม่ ๆ ให้มีประสิทธิภาพ และคุณภาพของการทำงานเพิ่มขึ้น^{๑๗} สามารถนำเสนอผลการดำเนินงานต่าง ๆ ให้ประชาชนโดยทั่วไปเข้าใจได้ ถึงผลการดำเนินงานของศูนย์จากเวทีเสวนาหลายแห่ง^{๑๘} ในส่วนของการติดตามนโยบายของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี มีการประเมินผลและวิเคราะห์ปัญหาข้อดีข้อเสียในแต่ละวันโดยใช้กระบวนการกลุ่มให้กำลังใจ และช่วยเหลือ แล้วมาปรับปรุงแก้ไขหลังจากเสร็จภารกิจ นอกจากนั้น การติดตามทางแบบสอบถาม สำหรับโครงการที่ทำร่วมกับเยาวชน หรือการทำโครงการกับหน่วยงานภายนอก ใช้เวลาในการดำเนินงานหลายวัน จำเป็นต้องมีร่องรอยในการประเมินและการติดตามอย่างจริงจัง ดังนั้นการทำงานที่ผ่านมา จึงเป็นไปตามธรรมชาติของงาน แต่ส่วนใหญ่เป็นแบบไม่เป็นทางการโดยมาก เพราะอาศัยการพูดคุย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ตลอดจน การวางแผนเพื่อแนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกัน เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจะร่วมกันคิด ทำแก้ไข เพราะบุคลากรมีน้อย ไม่ใช่องค์กรขนาดใหญ่ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ในการติดตามนโยบายของศูนย์นั้นมีการควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต่อเนื่อง ไม่เป็นระบบเท่าที่ควร การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างงบประมาณกับปริมาณประชาสัมพันธ์ยังไม่ต่อเนื่อง โดยมีการติดตามเฉพาะเมื่องานเสร็จแล้วเรียบร้อยแล้ว ซึ่งความจริง ควรมีการติดตามโครงการต่างๆ ตั้งแต่เริ่มโครงการ ระหว่างดำเนินงานตามโครงการ และหลังจากเสร็จในแต่ละโครงการหรือกิจกรรมนั้น ๆ ซึ่งทางศูนย์คงต้องปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องนี้ต่อไป^{๑๙}

๔) ด้านการควบคุมงบประมาณ

ศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี มีการดำเนินงานเพื่อสังคมโดยส่วนรวม สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมให้เยาวชน และประชาชนได้รับความรู้โดยการ

^{๑๔} สัมภาษณ์ นายอำนาจ ช่างฉ่ำ, ปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี, ๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^{๑๕} สัมภาษณ์ นายสมชาย กัลป์ยะกิติ, ผอ.กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต อบจ.จันทบุรี, ๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^{๑๖} สัมภาษณ์ นายทองทศ มหามนตรี, ผอ.สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จ.จันทบุรี, ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^{๑๗} สัมภาษณ์ นายธนศ เจริญนันท์, ประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี, ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^{๑๘} สัมภาษณ์ นายเอกอมร เปรมกมล, ผู้บริหารสถานีวิทยุ Centerpoint 101 จ.จันทบุรี, ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^{๑๙} สัมภาษณ์ นายธีระ วงษ์เจริญ, ผู้บริหารศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด, ๙ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

เข้าค่าย ผูกอบรม และการทำกิจกรรมเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น สื่อต่าง ๆ ย่อมต้องให้ความช่วยเหลือ ประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ยกเว้น สื่อประเภท สื่อถาวร สื่อสาธารณะตามโครงการ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ที่ต้องใช้งบประมาณในการจัดจ้างจัดทำ จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายที่แต่ละโครงการของศูนย์ต้องตั้งงบประมาณเตรียมไว้ ในฐานะของเทศบาลที่สนับสนุนงานของชุมชนท้องถิ่น สามารถช่วยสนับสนุนค่าใช้จ่ายบางส่วนได้ จะให้ทางศูนย์ขอรับงบประมาณ ตามโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสังคมและชุมชนกับงานพัฒนาชุมชนของเทศบาล โดยให้นำเสนอเป็นโครงการขึ้นมา และขอรับงบประมาณสนับสนุน^{๒๐} โดยแต่ละองค์กรต้องมีการจัดทำแผนงบประมาณส่วนหนึ่งเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยจัดสรรให้ครอบคลุม มีนโยบาย มีการจัดทำแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน เพื่อนำเสนอ ขอรับความร่วมมือ โดยทำแผนส่งขึ้นกับ องค์การบริหารส่วนจังหวัดในปีงบประมาณนั้น ๆ^{๒๑} การจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่งจึงได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรีเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจใน กสิกรรมธรรมชาติที่ถูกต้อง ได้แหล่งเรียนรู้ตามภูมิปัญญาตามแนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง โดย องค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี มีส่วนช่วยเหลือผลักดัน และสนับสนุนการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์^{๒๒} นอกจากนี้การลดค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ สามารถทำได้โดยวิธีการที่เรียกว่า สื่อมวลชนสัมพันธ์ คือการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน และได้รับความร่วมมือ ด้วยความเต็มใจในการผลิตสื่อ เผยแพร่กิจกรรมประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ^{๒๓} ยกเว้นการจัดทำการบันทึกเทป รายการต่าง ๆ ที่ หรือการถ่ายทอดสด จะมีค่าใช้จ่ายในเรื่องอุปกรณ์ และวัสดุที่ใช้จัดทำเช่น DVD VCD ค่าเช่าเวลาการออกอากาศ ค่าแรง เป็นต้น^{๒๔} ในส่วนของการควบคุมงบประมาณในการ ประชาสัมพันธ์ศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี มีลักษณะจำกัด การดำเนินงานของ ศูนย์ฯ เป็นการส่งเสริมให้เกษตรกร ประชาชน เยาวชนโดยทั่วไปมาเรียนรู้ที่ศูนย์ เป็นการทำงานช่วยเหลือในด้านของสังคม จึงทำให้ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงาน และสื่อมวลชน ที่ช่วย ประชาสัมพันธ์ให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ รวมไปถึง หนังสือพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ของส่วนราชการ เอกชน ในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่าย ในการประชาสัมพันธ์ จะใช้ตามที่มีอยู่ เรียบง่าย และพอเพียง ส่วนระเบียบการจ่ายค่าตอบแทนให้ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญภายนอก ยังไม่ชัดเจน เป็นไปตามธรรมชาติของงบประมาณรายได้ในแต่ละ โครงการ ไม่เป็นระบบเดียวกันทั้งหมด ต้องเป็นไปตามสถานการณ์ การกระตุ้นการปฏิบัติงานตาม กิจกรรมเป็นไปตามเป้าหมายของแผนงบประมาณประชาสัมพันธ์จึงมีน้อย เพราะต้องเฉลี่ยไปตาม สถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริง^{๒๕}

^{๒๐} สัมภาษณ์ นายมนต์เตียร วานิชศรี, นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลพลับพลา, ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^{๒๑} สัมภาษณ์ นายอำนาจ ช่วงฉ่ำ, ปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี, ๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^{๒๒} สัมภาษณ์ นายสมชาย กัลป์ยะกิติ, ผอ.กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต อบจ.จันทบุรี, ๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

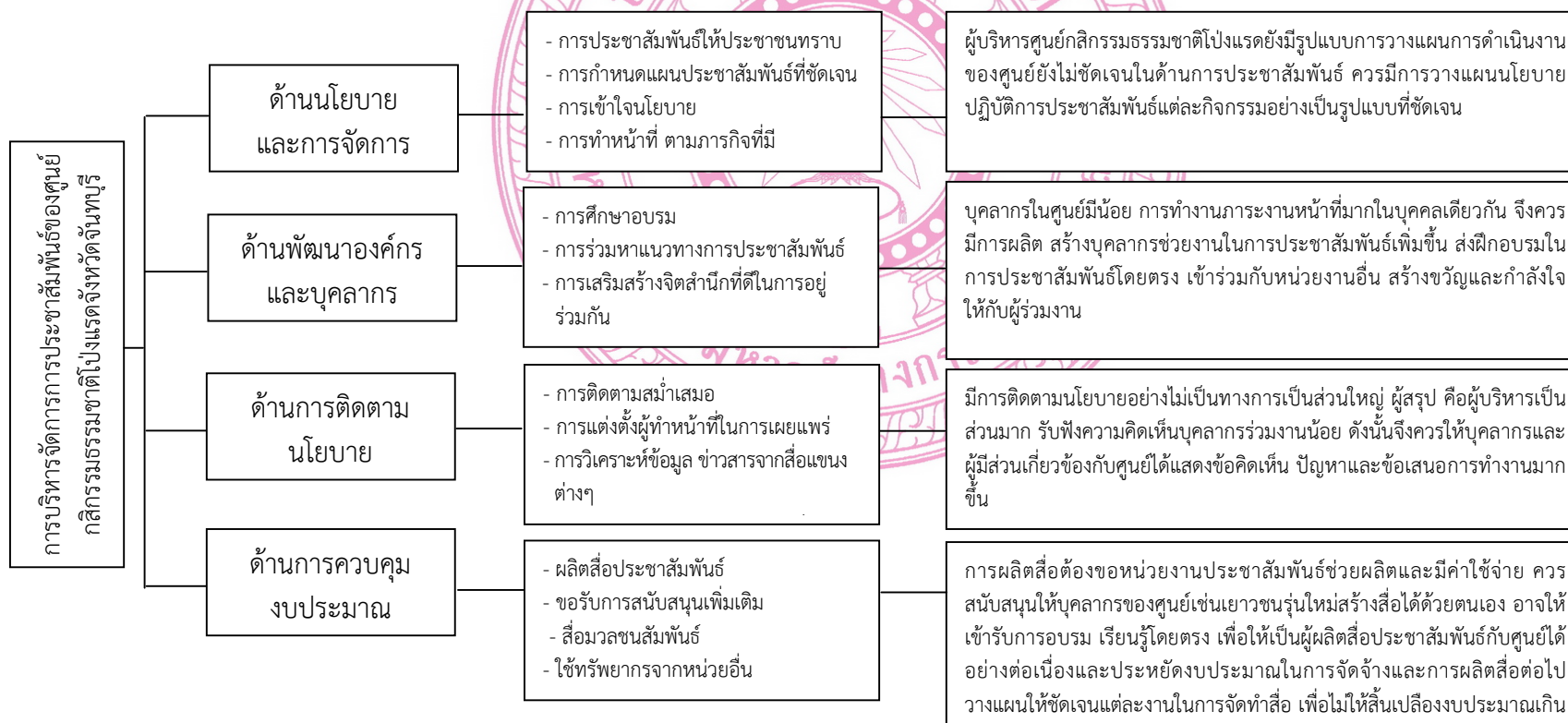
^{๒๓} สัมภาษณ์ นายทองทศ มหามนตรี, ผอ.สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จ.จันทบุรี, ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^{๒๔} สัมภาษณ์ นายธเนศ เจริญนันท์, ประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี, ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

^{๒๕} สัมภาษณ์ นายธีระ วงษ์เจริญ, ผู้บริหารศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด, ๙ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

๔.๖ สรุปองค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้รับองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ คือ ทำให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ตลอดจน ปัญหาอุปสรรค และ ข้อเสนอแนะ ซึ่งนำไปสู่แนวทางในการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อการส่งเสริมการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ในครั้งต่อไป ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแผนภาพองค์ความรู้ได้ ดังนี้



แผนภาพที่ ๔.๑ สรุปองค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา ซึ่งจะนำไปสู่การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ได้ดียิ่งขึ้น สรุปปัญหาและข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

๑) ด้านนโยบาย และการจัดการ

ด้านนโยบาย และการจัดการ คือ การดำเนินกิจกรรม หรือโครงการต่างๆ ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบว่า หน่วยงานกำลังทำอะไร มีแผนที่ชัดเจน ต้องเข้าใจองค์กร เข้าใจนโยบาย แล้วประชาสัมพันธ์ออกไป ผู้บริหาร และบุคลากรต้องเดินไปพร้อมๆ กัน ทำหน้าที่ตามภารกิจที่มีเป็นหลัก และสามารถที่จะช่วยเหลือผู้อื่นได้ด้วย

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ: ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดยังมีรูปแบบการวางแผนการดำเนินงานของศูนย์ยังไม่ชัดเจนในด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการวางแผนนโยบายปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แต่ละกิจกรรมอย่างเป็นรูปแบบที่ชัดเจน

๒) ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร

ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร คือ สามารถพัฒนาได้หลายแบบ พัฒนาตัวเอง พัฒนาโดยการสอนงานแนะนำ พัฒนาโดยการเพิ่มทักษะศึกษาอบรม และนำความรู้เหล่านั้นมาทำงานให้กับองค์กร นอกจากนี้ยังมีการประชุมการสัมมนาหาแนวทางการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับนโยบาย การเสริมสร้างจิตสำนึกที่ดีในการอยู่ร่วมกัน โดยพัฒนาจากภายใน

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ : บุคลากรในศูนย์มีน้อย การทำงานภาระงานหน้าที่มากในบุคคลเดียวกัน จึงควรมีการผลิต สร้างบุคลากรช่วยงานในการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ส่งฝึกอบรมในการประชาสัมพันธ์โดยตรง เข้าร่วมกับหน่วยงานอื่น สร้างขวัญและกำลังใจให้กับผู้ร่วมงาน

๓) ด้านการติดตามนโยบาย

ด้านการติดตามนโยบาย คือ มีการติดตามงานประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ โดยกำหนดทิศทางการพัฒนาด้านประชาสัมพันธ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องคือ แต่งตั้งพิธีกร/วิทยากร ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูล ข่าวสาร หรือชี้แจงข้อมูล รวมทั้งวิเคราะห์ข้อมูล ข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ จากสื่อทุกชนิด เพื่อใช้ในการชี้แจงข้อเท็จจริงมีการประเมินผลและวิเคราะห์ปัญหาข้อดีข้อเสียในแต่ละวัน แล้วมาปรับปรุงแก้ไข

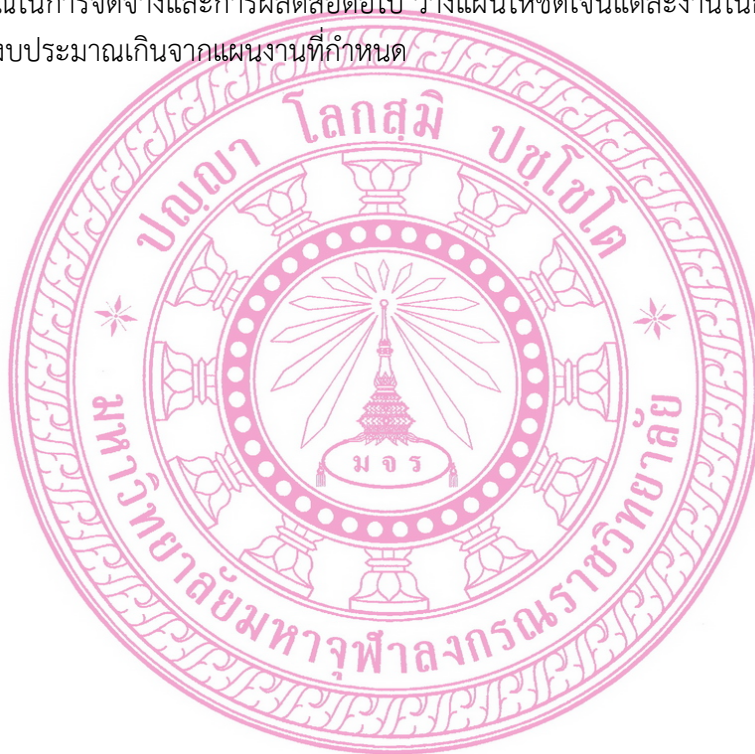
ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ : มีการติดตามนโยบายอย่างไม่เป็นทางการเป็นส่วนใหญ่ ผู้สรุป คือผู้บริหารเป็นส่วนมาก รับฟังความคิดเห็นบุคลากรร่วมงานน้อย ดังนั้นจึงควรให้บุคลากรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับศูนย์ได้แสดงข้อคิดเห็น ปัญหาและข้อเสนอการทำงานมากขึ้น

๔) ด้านการควบคุมงบประมาณ

ด้านการควบคุมงบประมาณ คือ มีการดำเนินงานโดยเน้นการส่งเสริมให้บุคลากรผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้ทรัพยากรการประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่แล้ว อาจมีการขอรับการสนับสนุน

เพิ่มเติม ในกรณีที่มีงบประมาณที่ได้รับจัดสรรไม่เพียงพอ นอกจากนี้ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ควรมีสัมพันธ์ที่ดีต่อสื่อมวลชน และยังสามารถใช้ทรัพยากรจากหน่วยอื่นโดยขอความร่วมมือสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ รวมไปถึงหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ของส่วนราชการเอกชน ในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์อีกด้วย

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ : การผลิตสื่อต้องขอหน่วยงานประชาสัมพันธ์ช่วยผลิตและมีค่าใช้จ่าย ควรสนับสนุนให้บุคลากรของศูนย์เช่นเยาวชนรุ่นใหม่สร้างสื่อได้ด้วยตนเอง อาจให้เข้ารับการอบรม เรียนรู้โดยตรง เพื่อให้เป็นผู้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์กับศูนย์ได้อย่างต่อเนื่องและประหยัดงบประมาณในการจัดจ้างและการผลิตสื่อต่อไป วางแผนให้ชัดเจนแต่ละงานในการจัดทำสื่อเพื่อไม่ให้สิ้นเปลืองงบประมาณเกินจากแผนงานที่กำหนด



บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ ๑) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ๒) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ๓) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mix Research) โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือประชาชนอายุ ๒๐ ปีขึ้นไป เป็นประชากรในการศึกษา โดยเลือกประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ประชากรในพื้นที่ตำบลพลับพลา อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ทั้ง ๑๐ หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่บ้านแถวคลอง หมู่บ้านทุ่งวานเหลียง หมู่บ้านตรอกกะทิ หมู่บ้านโป่งล่าง หมู่บ้านบ่อลึก หมู่บ้านเนินเห็ด หมู่บ้านพลับพลาหมู่ที่ ๗ หมู่บ้านพลับพลาหมู่ที่ ๘ หมู่บ้านพลับพลาหมู่ที่ ๙ และหมู่บ้านดาวเรือง เป็นประชากรในการศึกษา จำนวน ๕,๙๖๑ คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) จำแนกประชากรออกเป็นกลุ่มๆ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น ๑๐ หมู่บ้าน ในพื้นที่ตำบลพลับพลา อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น ๓๗๕ คน และได้กลุ่มตัวอย่างแต่ละหมู่บ้านทำการสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) โดยวิธีการจับฉลาก สำหรับการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสนับสนุนกิจกรรมและการดำเนินงานของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี จำนวน ๗ ท่าน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไป เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรที่ทำการศึกษามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยการใช้การทดสอบค่าที (t-test) กรณีตัวแปรต้นสองกลุ่ม และการทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) และใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

๕.๑.๑. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน ๑๙๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๑.๗ และเป็นเพศชาย มีจำนวน ๑๘๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๓ มีอายุอยู่ระหว่าง ๒๑ - ๓๐ ปี มีจำนวน ๑๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๓ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน ๙๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๖ ส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีจำนวน ๙๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๓ และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท มีจำนวน ๑๓๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๗

๕.๑.๒ การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี

ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ๓.๖๘ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปได้ ดังนี้

๑) ด้านนโยบาย และการจัดการ ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ๓.๗๑ เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ

๒) ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ๓.๖๔ เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ

๓) ด้านการติดตามนโยบาย ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ๓.๖๘ เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ

๔) ด้านการควบคุมงบประมาณ ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ๓.๖๘ เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ

๕.๑.๓ ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เพื่อนำไปสู่การตอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ ๑ ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน นั่นคือประชาชนทุกเพศมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ไม่เหมือนกัน

สมมติฐานที่ ๒ ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน นั่นคือประชาชนทุกวัยมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ไม่เหมือนกัน

สมมติฐานที่ ๓ ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน นั่นคือประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ไม่เหมือนกัน

สมมติฐานที่ ๔ ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี จันทบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคืออาชีพที่ประชาชนประกอบส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรีเหมือนกัน

สมมติฐานที่ ๕ ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือรายได้ของประชาชนแต่ละคน มีผลต่อความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์เหมือนกัน

๕.๑.๔ สรุปข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม ซึ่งจำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านนโยบาย และการจัดการ

ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ยังมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจน้อย ไม่หลากหลาย และยังไม่กระจายครอบคลุมสื่อประชาสัมพันธ์ในทุกรูปแบบ โดยเฉพาะสื่อท้องถิ่น สื่อส่วนกลาง ที่มีประชาชนให้ความสนใจในการติดตามมากที่สุด

ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร

ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ยังมีการพัฒนาองค์กรและบุคลากรในการยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรมเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่น้อยกกว่าทุก ๆ ด้าน เนื่องจากการดำเนินงานที่ขาดการอบรม เรียนรู้เพิ่มเติม และสร้างความเข้าใจอันดีต่อจรรยาบรรณวิชาชีพ และจริยธรรมของบุคลากรร่วมกันนั้นมีอยู่จำกัด ทำให้เป็นที่ยอมรับของประชาชนในด้านนี้น้อยกว่าด้านอื่น ๆ

ด้านการติดตามนโยบาย

ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีการควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต่อเนื่อง ไม่เป็นระบบเท่าที่ควร การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างงบประมาณกับปริมาณประชาสัมพันธ์ยังไม่ต่อเนื่อง ขาดความเหมาะสมต่อการการประเมินค่าตอบแทน การประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม

ด้านการควบคุมงบประมาณ

ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีระเบียบการจ่ายค่าตอบแทนให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญภายนอก ยังไม่ชัดเจน เป็นไปตามธรรมชาติของงบประมาณรายได้ในแต่โครงการ ซึ่งทำให้ไม่เป็นระบบเดียวกันทั้งหมด ต้องเป็นไปตามสถานการณ์ การกระตุ้นให้ปฏิบัติงานให้ปฏิบัติกิจกรรมเป็นไปตามเป้าหมายของแผนงบประมาณประชาสัมพันธ์จึงมีน้อย เพราะต้องเฉลี่ยไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริง

๕.๑.๕ ข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) เกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงข้อเสนอแนะ ซึ่งจำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา ซึ่งจะนำไปสู่การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ได้ดียิ่งขึ้น สรุปปัญหาและข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

๑) ด้านนโยบาย และการจัดการ

ด้านนโยบาย และการจัดการ คือ การดำเนินกิจกรรม หรือโครงการต่างๆ ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบว่า หน่วยงานกำลังทำอะไร มีแผนที่ชัดเจน ต้องเข้าใจองค์กร เข้าใจนโยบาย แล้วประชาสัมพันธ์ออกไป ผู้บริหาร และบุคลากรต้องเดินไปพร้อมๆ กัน ทำหน้าที่ตามภารกิจที่มีเป็นหลัก และสามารถที่จะช่วยเหลือผู้อื่นได้ด้วย

ปัญหาและข้อเสนอแนะ: ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดยังมีรูปแบบการวางแผนการดำเนินงานของศูนย์ยังไม่ชัดเจนในด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการวางแผนนโยบายปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แต่ละกิจกรรมอย่างเป็นรูปแบบที่ชัดเจน

๒) ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร คือสามารถพัฒนาได้หลายแบบ พัฒนาตัวเอง พัฒนาโดยการสอนงานแนะนำ พัฒนาโดยการเพิ่มทักษะศึกษาอบรม และนำความรู้เหล่านั้นมาทำงานให้กับองค์กร นอกจากนี้ยังมีการประชุมการสัมมนาหาแนวทางการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับนโยบาย การเสริมสร้างจิตสำนึกที่ดีในการอยู่ร่วมกัน โดยพัฒนาจากภายใน

ปัญหาและข้อเสนอแนะ : บุคลากรในศูนย์มีน้อย การทำงานภาระงานหน้าที่มากในบุคคลเดียวกัน จึงควรมีการผลิต สร้างบุคลากรช่วยงานในการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ส่งฝึกอบรมในการประชาสัมพันธ์โดยตรง เข้าร่วมกับหน่วยงานอื่น สร้างขวัญและกำลังใจให้กับผู้ร่วมงาน

๓) ด้านการติดตามนโยบาย คือมีการติดตามงานประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ โดยกำหนดทิศทางการพัฒนาด้านประชาสัมพันธ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องคือ แต่งตั้งพิธีกร/วิทยากร ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูล ข่าวสาร หรือชี้แจงข้อมูล รวมทั้งวิเคราะห์ข้อมูล ข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ จากสื่อทุกชนิด เพื่อใช้ในการชี้แจงข้อเท็จจริงมีการประเมินผลและวิเคราะห์ปัญหาข้อดีข้อเสียในแต่ละวัน แล้วมาปรับปรุงแก้ไข

ปัญหาและข้อเสนอแนะ : มีการติดตามนโยบายอย่างไม่เป็นทางการเป็นส่วนใหญ่ ผู้สรุป คือผู้บริหารเป็นส่วนมาก รับฟังความคิดเห็นบุคลากรร่วมงานน้อย ดังนั้นจึงควรให้บุคลากรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับศูนย์ได้แสดงความคิดเห็น ปัญหาและข้อเสนอการทำงานมากขึ้น

๔) ด้านการควบคุมงบประมาณ คือ มีการดำเนินงานโดยเน้นการส่งเสริมให้บุคลากรผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้ทรัพยากรการประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่แล้ว อาจมีการขอรับการสนับสนุนเพิ่มเติม ในกรณีที่งบประมาณที่ได้รับจัดสรรไม่เพียงพอ นอกจากนี้ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ควรมีสัมพันธ์ที่ดีต่อสื่อมวลชน และยังสามารถใช้ทรัพยากรจากหน่วยงานอื่นโดยขอความร่วมมือสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ รวมไปถึงหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ของส่วนราชการเอกชนในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์อีกด้วย

ปัญหาและข้อเสนอแนะ : การผลิตสื่อต้องขอหน่วยงานประชาสัมพันธ์ช่วยผลิตและมีความใช้จ่าย ควรสนับสนุนให้บุคลากรของศูนย์เช่นเยาวชนรุ่นใหม่สร้างสื่อได้ด้วยตนเอง อาจให้เข้ารับการอบรม เรียนรู้โดยตรง เพื่อให้เป็นผู้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์กับศูนย์ได้อย่างต่อเนื่องและประหยัดงบประมาณในการจัดจ้างและการผลิตสื่อต่อไป วางแผนให้ชัดเจนแต่ละงานในการจัดทำสื่อ เพื่อไม่ให้สิ้นเปลืองงบประมาณเกินจากแผนงานที่กำหนด

๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาค้นคว้าข้อมูล การวิจัยเรื่องการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี มีประเด็นการอภิปรายผล ดังนี้

๕.๒.๑ จากผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปได้ดังนี้คือ

ด้านนโยบาย และการจัดการ ประชาชนมีความคิดเห็นต่อ ในด้าน นโยบายและการจัดการ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งจากการวิจัยรายชื่อ ยังพบว่า ประชาชนคิดเห็นต่อผู้บริหารของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ได้กำหนดนโยบายให้ความสำคัญ ผลิตรายการเพื่อประชาสัมพันธ์ อย่างสร้างสรรค์เป็นอันดับ ที่มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด นอกจากนั้นจากผลการสัมภาษณ์ ยังพบว่า ผู้บริหารศูนย์กิจกรรม ธรรมชาติโป่งแรดยังมีรูปแบบการวางแผนการดำเนินงานของศูนย์ยังไม่ชัดเจนในด้านการ ประชาสัมพันธ์ ควรมีการวางแผนนโยบายปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แต่ละกิจกรรมอย่างเป็นรูปแบบ ที่ชัดเจน ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่า ประชาชนได้เรียนรู้ เข้าใจ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติ โป่งแรด จังหวัดจันทบุรี เพราะการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญกับหน่วยงาน เป็นอย่างยิ่ง ดังที่ บงกชรัตน์ ม่วงใหญ่^๑ ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารลักษณะหนึ่งที่แตกต่างกันไปจาก การเผยแพร่ และการโฆษณา โดยการเผยแพร่เป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจ ในกิจกรรมต่างๆ แก่ ประชาชนโดยผ่านสื่อมวลชน หรือสิ่งที่สถาบันผลิตขึ้นมา สอดคล้องกับงานวิจัย อธิศา รัตนภูมิ^๒ ได้ทำการวิจัยแนวทางการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพื่อส่งเสริมการบริหารการศึกษา ของโรงเรียนราชินี ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของครูและผู้บริหารนักเรียนเกี่ยวกับสภาพที่เป็นจริงของ การ ประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก

ด้านการพัฒนาองค์กร และบุคลากร ประชาชนมีความคิดเห็นต่อ ด้านการพัฒนาองค์กรและ บุคลากร ในการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับ มาก และผลการสัมภาษณ์ยังพบว่า บุคลากรในศูนย์มีน้อย การทำงานภาระงานหนักในบุคคล เดียวกัน จึงควรมีการผลิต สร้างบุคลากรช่วยงานในการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ส่งฝึกอบรมในการ ประชาสัมพันธ์โดยตรง เข้าร่วมกับหน่วยงานอื่น สร้างขวัญและกำลังใจให้กับผู้ร่วมงาน จึงสอดคล้อง กับงานวิจัยของ รุ่งนภา งามจบ^๓ ได้ทำการวิจัยการพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาสุรินทร์เขต ๒ พบว่ากลยุทธ์การพัฒนา ๒ วิธีคือการฝึก อบรม และการศึกษาดูงาน ใน การสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกเขตพื้นที่การศึกษา เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความ เข้าใจต่อการให้บริการในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นอย่างเหมาะสมโดยการท้าวารสาร ประชาสัมพันธ์ มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ส่วนในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อ สาธารณชน เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความรู้ ความเข้าใจ ตระหนักถึงความสำคัญของการ ประชาสัมพันธ์ มีการดำเนินการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารให้ทุกฝ่าย ได้รับทราบอย่าง ถูกต้อง ท่วงถึงและรวดเร็วทันเหตุการณ์โดยวิธีการติดประกาศ จัดทำวารสารการประชาสัมพันธ์ และ

^๑บงกชรัตน์ ม่วงใหญ่, “กลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดเทศบาลนคร นครปฐม”, วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, ๒๕๕๓).

^๒อธิศา รัตนภูมิ, แนวทางการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพื่อส่งเสริมการบริหารการศึกษาของโรงเรียน ราชินี, วิทยานิพนธ์การบริหารการศึกษามหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, ๒๕๕๐).

^๓รุ่งนภา งามจบ, การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา สุรินทร์ เขต ๒, วิทยานิพนธ์การบริหารการศึกษามหาบัณฑิต, (มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๒๕๕๘).

สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในเรื่องงานบริการด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่าเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สามารถให้บริการข้อมูลข่าวสาร สามารถดำเนินการติดตามการปฏิบัติงาน ปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่องด้วยวิธีที่เหมาะสม

ด้านการติดตามนโยบาย ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนั้นจากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นพบว่า ศูนย์ฯ ยังมีการติดตามนโยบายอย่างไม่เป็นทางการเป็นส่วนใหญ่ ผู้สรุป คือผู้บริหารเป็นส่วนมาก รับฟังความคิดเห็นบุคลากรร่วมงานน้อย ดังนั้นจึงควรให้บุคลากรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับศูนย์ได้แสดงข้อคิดเห็น ปัญหาและข้อเสนอการทำงานมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิติกานต์ ศรีวิชัย^๕ ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร ผลการวิจัยพบว่า มีการสำรวจประชาคมเพื่อประเมินการประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมา และเป็นแนวทางการแก้ไขในอนาคตควรมีการวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัทภูมิ ตีวิจารณ์^๖ ได้ทำการศึกษาแนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย พบว่า แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทยในอนาคตควรมีการวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทยในอนาคต

ด้านการควบคุมงบประมาณ ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการควบคุมงบประมาณ ในการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี พบว่า อยู่ในระดับมาก จากข้อเสนอแนะพบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการควบคุมงบประมาณควรดำเนินการให้มีผลิตภัณฑ์ตราสินค้าของศูนย์สำหรับจำหน่าย สร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานการศึกษา และหน่วยงานองค์การปกครองท้องถิ่น ส่งเสริมจัดกิจกรรมฝึกอบรมโดยขอรับงบประมาณจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผลจากการสัมภาษณ์พบว่า การผลิตสื่อต้องขอหน่วยงานประชาสัมพันธ์ช่วยผลิตและมีค่าใช้จ่าย ควรสนับสนุนให้บุคลากรของศูนย์เช่นเยาวชนรุ่นใหม่สร้างสื่อได้ด้วยตนเอง อาจให้เข้ารับการอบรม เรียนรู้โดยตรง เพื่อให้เป็นผู้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์กับศูนย์ได้อย่างต่อเนื่องและประหยัดงบประมาณในการจัดจ้างและการผลิตสื่อต่อไป วางแผนให้ชัดเจนแต่ละงานในการจัดทำสื่อ เพื่อไม่ให้สิ้นเปลืองงบประมาณเกินจากแผนงานที่กำหนด ทั้งนี้เพราะการบริหารองค์กรใด จำเป็นต้องอาศัยงบประมาณ การควบคุมค่าใช้จ่ายให้รอบคอบ และรัดกุมรวมถึงการจัดสรรงบประมาณ การทำบัญชีการบริหารงบประมาณ ผู้บริหารมีภารกิจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงบประมาณ มีภารกิจหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติ ๒ ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรก ได้แก่ การจัดทำงบประมาณ ซึ่งเป็นการวางแผนล่วงหน้าในการขอเงินเพื่อจัดซื้อหรือจัดจ้างหรือค่าใช้จ่าย และขั้นตอนที่สอง ได้แก่

^๕กิติกานต์ ศรีวิชัย, “การพัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร”, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร), ๒๕๕๑.

^๖สัทภูมิ ตีวิจารณ์, “แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย”, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๕).

การดำเนินการใช้เงินเพื่อจัดซื้อหรือจัดจ้างตามงบประมาณที่ได้รับนั้น^๖ ที่สำคัญการกำหนดนโยบายให้กับประชาชนเป็นหลักและชัดเจน ยังคงมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของหน่วยงานในด้านอื่น ๆ อีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของงบประมาณ^๗ ดังนั้นงบประมาณในการประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ จรัส เล็กเกาะหวด ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ผลการวิจัยพบว่า การใช้งบประมาณที่เหมาะสมกับกิจกรรมและบรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยมีการรายงานผลต่อสาธารณชนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพระศรีอาริยะปิยสีโล ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงที่เหมาะสมในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา” ผลการวิจัยพบว่าในการดำเนินงานบริหารจัดการวิทยุชุมชนเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของ วัดสามพรานพบว่า มีปัญหาด้านงบประมาณ ในการดำเนินการจัดรายการ อันมีผลต่อกระบวนการผลิตรายการเผยแผ่ธรรมะของวัดสามพรานแก่กลุ่มเยาวชน

๕.๒.๒ ผลการเปรียบเทียบการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยจำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล จากการศึกษาเปรียบเทียบบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยจำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน โดยภาพรวมประชาชนมีความคิดเห็นแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย มีเพียงประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน และประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ เมื่อพิจารณาในแต่ละส่วนมีประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปราย ดังนี้

๑) ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก การประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่าง ๆ เป็นไปตามแนวทางและเป้าหมายที่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ **วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มพูนความดี** กล่าวถึง การประชาสัมพันธ์ คือการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรและกลุ่มประชาชนโดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้อง ในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือ ตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดีซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ บรรลุเป้าหมาย นอกจากนั้น องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ตามแนวความคิดของ**ปณฺณภูง จันทบุณฺญะ**เรื่อง^๘ ได้กล่าวถึงองค์ประกอบหนึ่งของการกระบวนการติดต่อสื่อสาร กล่าวว่า ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชน ซึ่งคำว่า ประชาชน มีความหมายกว้างไกล

^๖ Gulick Luther and Lyndall Urwick, *Paperson the Science of Administration*, (New York : Columbia University, 1973), p.13

^๗ กองวิทยาการ กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ. **องค์ประกอบพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการประชาสัมพันธ์**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.navy.mi.th/sctr/km/> [๒๘ ต.ค.๒๕๕๕].

^๘ วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มพูนความดี, **การประชาสัมพันธ์**, หน้า ๔.

^๙ ปณฺณภูง จันทบุณฺญะเรื่อง, **เอกสารคำสอนรายวิชาสื่อประชาสัมพันธ์**, หน้า ๓๑-๓๓.

ครอบคลุมถึงสมาชิกทุกคนของสังคม และมีความหลากหลายแตกต่างกันทั้งอายุ เพศ ฐานะทางเศรษฐกิจ/สังคม ภูมิสำเนา ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลได้ว่า ประชาชนที่มีเพศอายุและระดับการศึกษาต่างกัน จึงความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกชรัตน์ ม่วงใหญ่^{๑๑} ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดเทศบาลนครนครปฐม” ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารและครูผู้สอนที่มีสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ ตำแหน่งหน้าที่ และการปฏิบัติงาน ในสถานศึกษาที่จัดการศึกษาในระดับต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา ช่างไม้^{๑๒} ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความเชื่อถือและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นของประชาชนเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนเมืองพัทยาเชื่อถือและพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น ด้านวิทยุกระจายเสียงอยู่ในระดับสูง ประชาชนเมืองพัทยาที่มีเพศต่างกัน เชื่อถือและพึงพอใจ ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นไม่แตกต่างกัน

๒) ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาและรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก ประชาชนส่วนใหญ่ที่ มีการศึกษาและรายได้ต่างกัน แต่ความคิดเห็นการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ไม่แตกต่างกัน เพราะเห็นการดำเนินการ การบริหารที่เป็นไปตาม นโยบาย และการจัดการ การพัฒนาองค์กรและบุคลากร ตลอดจนการติดตามนโยบาย การควบคุมงบประมาณ ที่อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากได้รับข้อมูลข่าวสาร โครงสร้างการบริหารงานที่เป็นรูปธรรม มีฐานข้อมูลศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ได้นำเสนอรูปธรรม ความชัดเจนของโครงสร้างการบริหารของศูนย์ ตลอดจนแนวทางการดำเนินงานให้เป็นไปตามร่างพระราชบัญญัติสภาเกษตรกรแห่งชาติ โดยมีการประชาสัมพันธ์รูปแบบการบริหารที่ชัดเจน ทั้งนี้ผู้ที่มีการศึกษาต่างกัน มีรายได้ต่างกัน จึงมีความคิดต่อการบริหารจัดการ ตามการประชาสัมพันธ์ที่ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรีได้วางแนวทางไว้ สอดคล้องกับงานวิจัย รุ่งนภา ช่างไม้^{๑๒} ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความเชื่อถือและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นของประชาชนเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนเมืองพัทยาเชื่อถือและพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น ด้านวิทยุกระจายเสียงอยู่ในระดับสูง ประชาชนเมืองพัทยาที่มีเพศต่างกัน เชื่อถือและพึงพอใจ ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นไม่แตกต่างกัน

^{๑๑} บงกชรัตน์ ม่วงใหญ่, “กลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดเทศบาลนครนครปฐม”, วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต.

^{๑๒} รุ่งนภา ช่างไม้, “ความเชื่อถือและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นของประชาชนเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี”, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.

^{๑๓} เรื่องเดียวกัน.

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นที่ควรกำหนดเป็นนโยบายเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ดังต่อไปนี้

๑) ควรส่งเสริมการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านนโยบายและการจัดการ โดยการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจ อยู่เสมอ มีแผนบริบทขององค์กรที่ชัดเจนในการประชาสัมพันธ์

๒) ควรส่งเสริมการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านพัฒนาองค์กรและบุคลากร ในการให้ความรู้ และเลือกบุคลากรที่มีความสามารถ เฉพาะด้านเป็นที่ยอมรับในการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ โดยเป็นผู้มีความรู้ คุณธรรม จริยธรรม พร้อมทั้งจะพัฒนาตนเอง เพื่อเป็นผู้ที่ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานได้

๓) ควรส่งเสริมการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการติดตามนโยบาย ในการควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายและปรับปรุงให้เหมาะสมตามสถานการณ์ปัจจุบัน

๔) ควรส่งเสริมการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ด้านการควบคุมงบประมาณ ให้มีระเบียบการจ่ายค่าตอบแทนให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ภายนอกอย่างเหมาะสม และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจน การขอความร่วมมือ กับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายตามความจำเป็นต่อไป

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

๑) ด้านนโยบายและการจัดการ ผู้บริหาร และบุคลากรของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ดำเนินการพัฒนาแบบการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ ให้มีความน่าสนใจ อยู่เสมอ มีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน และส่งเสริมถึงนโยบายและการบริหารของศูนย์ฯ ได้ครอบคลุม ตามหน้าที่และภารกิจของศูนย์

๒) ด้านพัฒนาองค์กรและบุคลากร ผู้บริหารและบุคลากรของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ได้รับการส่งเสริมความรู้ ความสามารถคุณธรรม จริยธรรม และทักษะที่จำเป็นในการประชาสัมพันธ์

๓) ด้านการติดตามนโยบาย ผู้บริหารและบุคลากรของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี มีการควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงให้เหมาะสมตามสถานการณ์ปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม

๔) ด้านการควบคุมงบประมาณ ผู้บริหารและบุคลากรของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี ดำเนินการตามระเบียบการจ่ายค่าตอบแทนให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญภายนอกได้อย่างเหมาะสม ดำเนินการใช้และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และใช้

หน่วยงานประชาสัมพันธ์จากภายนอกเพื่อประหยัดงบประมาณมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างทั่วถึง

๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยขอเสนอให้ผู้สนใจ ได้นำไปศึกษาวิจัยครั้งต่อไปในประเด็นดังต่อไปนี้

- ๑) ควรทำการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี
- ๒) ควรทำการศึกษาวิจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี
- ๓) ควรทำการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี



บรรณานุกรม

(๑) หนังสือ :

จันทร์ธานี สงวนนาม. เอกสารประกอบการสอนบรรยายหลักสูตรผู้บริหารสถานศึกษาระดับสูง.
ม.ท.ป., ๒๕๔๕.

จุฑา เทียนไทย. การจัดการมุมมองนักบริหาร. กรุงเทพมหานคร : แมคกรอฮิล, ๒๕๔๘.

จุฑามาศ กิจเจริญ. การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์ตำรา, ๒๕๔๐.

จุมพล หนิมพานิช. การบริหารจัดการภาครัฐใหม่: หลักการ แนวคิด และกรณีตัวอย่างของไทย.

พิมพ์ครั้งที่ ๒. นนทบุรี : ฝ่ายตำรา สำนักวิชาการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,
๒๕๕๐.

ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. ความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐในการบริหารจัดการระบบงบประมาณ
แบบมุ่งเน้นผลงานตามยุทธศาสตร์ชาติ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๖.

ชุตี ระบอบ และคณะ. ระเบียบวิธีวิจัย. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,
๒๕๕๒.

ชูศรี วงศ์รัตน์. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ ๗. กรุงเทพมหานคร : เทพเนรมิต,
๒๕๔๑.

เดชวิทย์ นิลวรรณ. การบริหารทรัพยากรมนุษย์. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เชียงใหม่. หจก. ธนุพรินตัง, ๒๕๔๘.

ดิน ปรัชญพฤทธิ. หลักการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๐.

เดือนจิตต์ จิตต์อารี. การวิจัยการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการ
การศึกษาแห่งชาติ, ๒๕๔๐.

ธงชัย สันติวงษ์. องค์การและการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ ๑๑. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช,
๒๕๔๓.

ธานินทร์ศิลป์จารุ. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS. พิมพ์ครั้งที่ ๙. กรุงเทพมหานคร:
บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี, ๒๕๕๑.

ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. คอลัมน์. คลื่นความคิด. มติชนรายวัน. (๒๕ กรกฎาคม ๒๕๔๙) : ๒.

ประยูร ธรรมจิตโต. พุทธวิธีในการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราช
วิทยาลัย, ๒๕๔๙.

ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์ ส.ส.ท. (สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)), ๒๕๔๓.

ปฐกฏา จันทรบุญเรือง. เอกสารคำสอนรายวิชาสื่อประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย,
๒๕๔๗.

พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. ภาพพจน์สำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์ประกายประกาย, ๒๕๔๐.

บรรณานุกรม (ต่อ)

พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต). พุทธวิธีบริหาร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๙.

พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต). การสื่อสารเพื่อเข้าถึงสังคม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมสภา, ๒๕๔๘.

พระมหาบุญมี มาลาวชิโร. พุทธบริหาร : สู่มุขยอนักบริหารผู้ทรงภูมิ ที่ลูกน้องรักและเทิดทูนอย่างจริงใจ. กรุงเทพมหานคร : ธิงค์บียอนด์ บุ๊คส์, ๒๕๕๓.

พระราชวรมนิ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต). คุณธรรมสำหรับนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิพุทธธรรม, ๒๕๔๑.

พะยอม วงศ์สารศรี. การบริหารทรัพยากรมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพมหานคร : คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, ๒๕๔๐.

พิทยา บวรวัฒนา. การบริหารเชิงบูรณาการ. นนทบุรี: สำนักงานข้าราชการพลเรือน, ๒๕๔๖.

พีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์ และศุภวัฒนากรวงศ์ธนวุธ. การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ขอนแก่น : โรงพิมพ์พระธรรมจันทร์, ๒๕๔๖.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๓. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๔๐.

รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์. นโยบายและการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยนเรศวร, ๒๕๕๔.

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๖.

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐.

เรืองกิตติ์ เหลืองสกุลทอง. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์. นครราชสีมา : พิมพ์ลักษณ์, ๒๕๔๓.

วรพจน์ พรหมสัถยพรด. ผศ. การบริหารงานสาธารณสุขท้องถิ่น. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์บริษัท ธนาเพรส จำกัด, ๒๕๕๐.

วิจิตร อาวะกุล. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๑.

วิจิตร อาวะกุล. การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๐.

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี . การประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ของรัฐและธุรกิจ.

กรุงเทพมหานคร : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์, ๒๕๔๓.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. การพัฒนาเมืองและชนบทประยุกต์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ฟอร์เพช, ๒๕๔๙.
- วิรัช อภิรัตน์กุล. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๑๒. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๓.
- วิรัช อภิรัตน์กุล. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๙. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๔.
- ศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา. รศ. แนวความคิดและทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ ๒. เชียงใหม่: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ธนุขพรินต์, ๒๕๕๑.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. รศ.และคณะ. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : ไดมอนด์ อิน บิสสิเนสเวิร์ล, ๒๕๕๕.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. ทฤษฎีองค์การ : ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร, ๒๕๔๕.
- สมชาย หิรัญกิตติ. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์มและโซเทกซ์, ๒๕๔๒.
- สมเดช สีแสง. คู่มือการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ. ชัยนาท : อมรการพิมพ์, ๒๕๔๔.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. การบัญชีต้นทุน ๒. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพฯ : แมคกรอ-ฮิล อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล, ๒๕๔๗.
- สิน พันธุ์พินิจ. เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : บริษัทจูนพับลิชชิงจำกัด, ๒๕๔๗.
- สุทิน นพเกตุ. สิทธิมนุษยชนศึกษายุทธศาสตร์สู่การสร้างวัฒนธรรม-วิถีชีวิตสิทธิมนุษยชนและสุจริตชน. กรุงเทพมหานคร : คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ, ๒๕๔๙.
- สุพาดา สิริกุดตา. การบัญชีบริหาร. กรุงเทพมหานคร : ธนรัชการพิมพ์, ๒๕๔๕.
- เสนาะ ตีเยาว์. หลักการบริหาร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๓.
- อาภรณ์ แก้วสลัศรี. ระบบงบประมาณ : จากแบบแสดงรายการสู่แบบมุ่งเน้นผลงาน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยทักษิณ, ๒๕๕๒.
- อำนวยการ แสงสว่าง. การจัดการทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพมหานคร : อักษราพัฒนา, ๒๕๔๐.
- (๒) วิทยานิพนธ์ :
- กฤตยา โอวาท. “การศึกษาการบริหารจัดการที่ก่อให้เกิดการทุจริตในสหกรณ์ภาคการเกษตร”. รายงานการวิจัย. กรมส่งเสริมสหกรณ์, ๒๕๔๗.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- กิตติกานต์ ศรีวิชัย. “การพัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร”. **วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, ๒๕๕๑.
- จรัส เล็กเกาะทวด “การศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา”. **วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๕.
- จรัส เล็กเกาะทวด. “การศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา”. **วิทยานิพนธ์บัณฑิตศึกษา**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๖.
- จินดา ธนศิลป์. “สภาพและปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสิงห์บุรี”. **วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, ๒๕๕๘.
- จิราภรณ์ พรหมมหา. “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร”. **การศึกษาค้นคว้าอิสระ**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๐.
- ชนาธิป สวัสดิ์. “พัฒนาการมีส่วนร่วมของแกนนำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอวิภาวดี จังหวัดสุราษฎร์ธานี”. **วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, ๒๕๕๓.
- ณัฐพงษ์ วิยะรัตน์. “ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองช้างคอก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี”. **วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศรีปทุม, ๒๕๕๘.
- นายสาคร ศรีระวรรณ . “การบริหารจัดการการศาสนศึกษาของสำนักศาสนศึกษาวิเวกธรรมประสิทธิ์วิทยา วัดธาตุ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔.
- บงกชรัตน์ ม่วงใหญ่. “กลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดเทศบาลนครนครปฐม”. **วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, ๒๕๕๓.
- ประจวบ อองกุลนะ. “การดำเนินงานประชาสัมพันธ์งานการศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตพื้นที่การศึกษาอุตรดิตถ์ เขต ๒”. **วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๘.
- พรพิมล ก่อวงศ์. “การศึกษาหลักการประชาสัมพันธ์ตามแนวพุทธกับหลักการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พระครูจิตรธรรมธัช (จิรธมฺโม/ศรีหังษทอง). "ศึกษาการประยุกต์หลักพุทธธรรมที่ใช้ในการบริหารจัดการวณตรียมอลำคณะเสียงอีสาน นกน้อย อุไรพร". **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓.
- พระครูนิยมนันทโพธิ์ (โพธิ์ศรี จนทสาโร). "การประยุกต์ใช้วาจาสุภาษิตในมงคลสูตรกับสังคมไทยปัจจุบัน". **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓.
- พระครูพิศาลธีรธรรม (ปัญญาวิโร). "ประสิทธิภาพการบริหารจัดการวัดของเจ้าอาวาสในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร". **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓.
- พระพิรพงศ์ พิรสโก (ศรีฟ้า). "รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์". **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓.
- พระมนัส ธมมโร (มีมณี). "ศึกษาวิธีสร้างแรงจูงใจจากพุทธวิธีการสอน ผลการศึกษาทฤษฎีและแนวคิด". **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔.
- พระมหารุ่งโรจน์ (ศิริพันธ์). "การศึกษาวิเคราะห์หลักภาวะผู้นำในพระพุทธศาสนาเถรวาท". **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๑.
- พระรุ่งโรจน์ ชยานันโท (เทวินบุรานวงศ์). "กลยุทธ์การบริหารจัดการสำนักปฏิบัติธรรม : กรณีศึกษาสำนักปฏิบัติวิปัสสนา กรรมฐานวัดมเหยงคณ์ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา". **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖.
- พระวชิราวุธ เตชธมฺโม (ศรีสัมพันธ์). "การศึกษาวิเคราะห์ภาวะผู้นำของอนาถบิณฑิกอุบาสก". **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔.
- พระศรีอารียะ ปิยสีโล. "การบริหารและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงที่เหมาะสมในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา". **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๘.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พัชรภรณ์ เขียวซ่า. “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการตราสินค้าไทย ของกรมส่งเสริมการส่งออก”. **วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๖.
- พีระชัย พิศชนชม. “การรับสื่อภาคเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่”. **วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๔.
- รุ่งนภา ช่างไม้. “ความเชื่อถือและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นของประชาชนเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี”. **วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, ๒๕๔๗.
- รุ่งนภา งามจบ. การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา สุรินทร์เขต ๒. **วิทยานิพนธ์การบริหารการศึกษามหาบัณฑิต**. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๒๕๔๘.
- เรืองพจน์ ธารานาถ. “สถานภาพและความต้องการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของนักวิชาการเผยแพร่สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร”. **วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๓.
- วรรณมณี เณตระการ. “ความพึงพอใจและประโยชน์ต่อการรับสื่อด้านการเกษตรกรใน อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด”. **วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๕.
- สมนิตย์ เหล็กอุ้นวงษ์. “สภาพปัญหาและความต้องการการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในงานส่งเสริมการเกษตร จังหวัดนครราชสีมา”. **รายงานวิจัย**. สำนักงานเกษตรจังหวัดนครราชสีมา, ๒๕๔๗.
- สีหภูมิ ดีวิจารณ์. “แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ขอการทางพิเศษแห่งประเทศไทย”. **วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๕.
- สุนิสา อธิวงศ์กนวัฒน์. “การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ของเกษตรตำบลในภาคตะวันออกในงานส่งเสริมการเกษตร”. **วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๓.
- สุพจน์ พันธุ์เพชร. การศึกษากระบวนการบริหารงานของผู้อำนวยการสามัญศึกษาจังหวัด. **วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๐.
- สุมุกดา ม่วงศิริ. “การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและครู-อาจารย์ เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน”. **วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๑.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อริสา รัตนภูมิ. แนวทางการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพื่อส่งเสริมการบริหารการศึกษาของโรงเรียน
ราชินี. **วิทยานิพนธ์การบริหารการศึกษามหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย :
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, ๒๕๕๐.
- อรพรรณ สีนประสงค. การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิช
ยกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร. **วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต**.
กรุงเทพมหานคร : สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2542.
- อิสริย์ ฉัตรพิทักษ์กุล. การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนชุมชนบ้าน ทับสวาย
อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา. **วิทยานิพนธ์การบริหารการศึกษา
มหาบัณฑิต**. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๒๕๔๘.
- อุบล ธนาลัย. การพัฒนาการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ศูนย์การศึกษาพิเศษ ประจำจังหวัดร้อยเอ็ด.
วิทยานิพนธ์การบริหารการศึกษามหาบัณฑิต. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม, 2547.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒน์ไฉย. “วิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ ในประเทศไทย”. **วิทยานิพนธ์
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๓.
- (๓) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ :
กรมประชาสัมพันธ์. หลักการและกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์.
http://yeawya.prd.go.th/view_ebook.php?id=5 (วันที่สืบค้นข้อมูล ๑
กรกฎาคม ๒๕๕๕)
- กองวิทยาการ กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ : การประชาสัมพันธ์. อ้างถึงใน สมควร กวียะ
<http://www.navy.mi.th/sctr/km/> (เดือนสืบค้นข้อมูล ตุลาคม ๒๕๕๕)
- กองวิทยาการ กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ. องค์ประกอบพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการ
ประชาสัมพันธ์. <http://www.navy.mi.th/sctr/km/> (วันที่สืบค้นข้อมูล ๒๘
ตุลาคม ๒๕๕๕)
- กัลยาณี สูงสมบัติ. เทคนิคการจัดการสมัยใหม่.
<http://uhost.rmutp.ac.th/kanlayanee.so/L5/5-2-2.html> (วันที่สืบค้นข้อมูล
๑ ก.ค.๒๕๕๕)
- ความรู้ทั่วไป นาย chaime. กระบวนการบริหารงานตามแนวของเดมมิง. www.chaime.net.
(วันที่สืบค้นข้อมูล ๑ กันยายน ๒๕๕๖)
- ธนิดา กมลวิทย์. การติดตามและประเมินนโยบาย. <http://www.nubkk.nu.ac.th/acad/MPA/>
(วันที่สืบค้นข้อมูล ๑กรกฎาคม ๒๕๕๕)

บรรณานุกรม (ต่อ)

พระราชวาลย์ วราสโก (แย้มประโคน). ธรรมเนียมและการประชาสัมพันธ์.

<http://chawan.igetweb.com> (วันที่สืบค้นข้อมูล ๑ กรกฎาคม ๒๕๕๕)

พลับพลา. สภาพทั่วไปเทศบาลพลับพลา. <http://www.plubpla.go.th> (วันที่สืบค้นข้อมูล ๑ ก.ย.๒๕๕๖)

มูลนิธิสิทธกรรมธรรมชาติ. ๙ ฐานเรียนรู้. <http://www.agrinature.or.th> (วันที่สืบค้นข้อมูล ๒๕ สิงหาคม ๒๕๕๖)

ศูนย์สิทธกรรมธรรมชาติโป่งแรด (ศปร.). ประวัติศูนย์สิทธกรรมธรรมชาติโป่งแรด(ศปร.).

<http://ponggrad.blogspot.com> (วันที่สืบค้นข้อมูล ๒๕ สิงหาคม ๒๕๕๖)

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดแพร่ ระบบ เอฟ.เอ็ม ความถี่ ๙๑ MHz. ๒๘.

<http://region๓.prd.go.th/phrae/data/pro๑.html> (เดือนที่สืบค้น ต.ค. ๒๕๕๕)

สถาบันเศรษฐกิจพอเพียง. ความเป็นมาของสถาบัน. <http://www.ise.in.th/ise.php>. (วันที่สืบค้น ข้อมูล ๒๙ ตุลาคม ๒๕๕๕)

สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดแพร่. การประชาสัมพันธ์. <http://region๓.prd.go.th/phrae/data/pro๑.html> (วันที่สืบค้นข้อมูล ๑ พ.ย.๒๕๕๕)

สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดแพร่. ทฤษฎีปัญญาแห่งจิตวิญญาณ. <http://region๓.prd.go.th/phrae/data/pro๑.html> (วันที่สืบค้นข้อมูล ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๕)

อัญญา ณ ระนอง. เอกสารการบรรยายวิชาการจัดการปฏิบัติการสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

http://www.geocities.com/dol_nida/Strategic_07_1.htm (วันที่สืบค้น ข้อมูล ๑กรกฎาคม ๒๕๕๖)

(๔) บทสัมภาษณ์ :

สัมภาษณ์ นายทองทศ มหามนตรี. ผอ.สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จ.จันทบุรี. ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

สัมภาษณ์ นายธเนศ เขียวนันท์. ประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี. ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

สัมภาษณ์ นายธีระ วงษ์เจริญ. ผู้บริหารศูนย์สิทธกรรมธรรมชาติโป่งแรด. ๙ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

สัมภาษณ์ นายมณฑิร วานิชศรี. นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลพลับพลา. ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

สัมภาษณ์ นายสมชาย กัลป์ยะกิติ. ผอ.กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต อบจ.จันทบุรี. ๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

สัมภาษณ์ นายอำนาจ ช่วงฉ่ำ. ปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี. ๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

สัมภาษณ์ นายเอกอมร เปรมกมล. ผู้บริหารสถานีวิทยุ Centerpoint 101 จ.จันทบุรี. ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

บรรณานุกรม (ต่อ)

(๕) เอกสารที่ไม่ได้พิมพ์เผยแพร่ :

ผศ. อภิชาต พุกสวัสดิ์. “วิจัย นักบริหารกับการประชาสัมพันธ์”. วารสารเซนต์จอห์น, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๖ มกราคม ๒๕๕๖.

๒. ภาษาอังกฤษ :

Dale Yoder. **Personnel Principles and Policies**. fourth printing. Englewood. Cliffs : New jersey Prentice- Hall. Lnc., 1956.

Dale. **Management : Theory and practice**. New York : Mc Grow – Hill, 1965.

Don Hellriegel, **Management**. third edition. Addison - Wesley Publishing Company.lnc., 1982.

Druck, Peter F. **Management : Tasks responsibility practice**. New York:Harper – Row, 1974.

E.N. Chapman. **Supervisor Survival Kit**. second edition. California : dienceResearch Associates Inc., 1995.

Gary Dessler. **Human Resources Management**. 7th ed. Upper Saddle River.New Jersey:Prentice-Hall,1997.

Gulick Luther and LyndallUrwick. **Paperson the Science of Administration**. New York : Columbia University, 1973.

Mondy R.Wayne., Robert M. Noe and Shane R. Premeaux. **Human Resource Management**. ixth Edition. N.J. : Prentice - Hall., 1996.

Robbins, S.P. & Coulter. **Management**. New Jersey : Prentice – Hall, 2003.

Robbins, Stephen P.and Coulter.M. **Management**. 7th ed. New Jersey : prentice Hall International.Lnc, 2002.

Simon, Herbert A. **Administrative Behavior**. New York : The Macmillan Company, 1947.

William B., Werther. JP. And Keith David. **Human Resources and Personnel Management**. New York : McGraw – Hill.inc., 1993.







บันทึกข้อความ

ส่วนงาน ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ โทร.,โทรสาร ๐ - ๒๔๓๔ - ๒๑๒๓ (ภายใน ๒๑๓๐)

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๒/๒๘๕

วันที่ ๑๑ สิงหาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์

นมัสการ อาจารย์ พระครูสังฆรักษ์เกียรติศักดิ์ กิตติปัญโญ,ดร

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ พิจารณาแล้วเห็นว่าพระคุณท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออาราธนาพระคุณท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ ดังที่ได้แนบมาพร้อมแล้วนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากพระคุณท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงนมัสการมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธพล สุขะพรหม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

๓๓๑๑ เครื่องมือทางวิจัยเรียบร้อยแล้ว

(พระครูสังฆรักษ์เกียรติศักดิ์ กิตติปัญโญ,ดร.)

๓ ก.ย. ๕๖



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ โทร.,โทรสาร ๐ - ๒๔๓๔ - ๒๑๒๓ (ภายใน ๒๑๓๐)

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๒/๒๘๕

วันที่ ๑๑ สิงหาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์

นมัสการ อาจารย์ พระมหาสม กลยาโณ,ดร

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ พิจารณาแล้วเห็นว่าพระคุณท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออาราธนาพระคุณท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ ดังที่ได้แนบมาพร้อมแล้วนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากพระคุณท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงนมัสการมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุธะพรหม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

๑๙/๐๘/๖๓



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ โทร.,โทรสาร ๐ - ๒๕๓๔ - ๒๑๒๓ (ภายใน ๒๑๓๐)

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๒/๒๘๕

วันที่ ๑๑ สิงหาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน อาจารย์ ธิติภูมิ หมั่นมี

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ ดังที่ได้แนบมาพร้อมแล้วนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุธะพรหม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

ตรงต่อ
๑๗.๘.๕๖



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ โทร.โทรสาร ๐ - ๒๔๓๔ - ๒๑๒๓ (ภายใน ๒๑๓๐)

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๒/๒๘๕

วันที่ ๑๑ สิงหาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน อาจารย์ ดร. บุษกร วัฒนบุตร

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ ดังที่ได้แนบมาพร้อมแล้วนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุธะพรหม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

ความเห็นของนักวิจัยเรียบร้อยแล้ว

อ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร

11 / 09 / 2556

2556



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ โทร.โทรสาร ๐ - ๒๔๓๔ - ๒๑๒๓ (ภายใน ๒๑๓๐)

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๒/๒๘๕

วันที่ ๑๑ สิงหาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผศ.ดร. ประยูร สุขะใจ

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ ดังที่ได้แนบมาพร้อมแล้วนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุขะพรหม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

ดร.วิไลวรรณ
 ๑๓/๘/๕๖
 (๑๓/๘/๕๖-๕๖.๕๖)
 ๑๓/๘/๕๖



คำดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เพื่อการวิจัย

เรื่อง

การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรดจังหวัดจันทบุรี

ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๑	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๒	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๓	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๔	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๕		
ข้อ ๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๔	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๕	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๖	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๗	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๘	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๙	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๑๐	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๑๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๑๒	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๑๓	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๑๔	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๑๕	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๑๖	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๑๗	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๑๘	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๑๙	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒๐	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้

ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๑	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๒	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๓	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๔	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๕		
ข้อ ๒๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒๒	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒๓	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒๔	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒๕	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒๖	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒๗	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒๘	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒๙	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓๐	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓๒	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓๓	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓๔	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓๕	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓๖	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓๗	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓๘	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓๙	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๔๐	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐๐	ใช้ได้



ภาคผนวก ค.

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๒/๖๓๔



ศูนย์บัณฑิตศึกษา

สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ และสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กรุงเทพมหานคร : อาคารเรียนศูนย์วัดศรีสุดาราม แขวงบางขุนนนท์

เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐

อยุธยา : ๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอรังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐

โทร. ๐๒-๘๘๖๒-๓๑๕๕ ต่อ ๒๑๓๐, ๒๑๓๗, ๒๑๓๘

๒๐ กันยายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม
เรียน หัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไป องค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี
สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กลางสิทธิตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากพนักงาน เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานของท่าน จึงขออนุญาตจากท่านเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและสนับสนุนข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัย ซึ่งจะประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุธะพรหม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์

โทร/โทรสาร ๐-๒๔๓๔-๒๑๒๓ ภายใน ๒๑๓๐

๑.๖. ๑

(มนต์ชัย จันทโร)

เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ๖๖ รักษาการในตำแหน่ง

หัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไป

๒๑ ก.ค. ๕๖



ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Try out)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
นโยบายให้ความสำคัญ ผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์ ฯ	134.73	141.857	.335	.910
ชักจูงใจให้บุคลากรประชาสัมพันธ์มีความรับผิดชอบ	134.93	137.375	.544	.908
วางแผนการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยการมีส่วนร่วม	134.90	140.093	.369	.910
การติดต่อประสานงานมีความคล่องตัว	134.93	137.995	.551	.908
เป็นที่รู้จักของประชาชน และท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง	135.00	138.276	.491	.908
เข้าร่วมกิจกรรมท้องถิ่น และจังหวัดอย่างต่อเนื่อง	134.97	138.792	.498	.908
นำเสนอข่าวสารทางสื่อมวลชนมีความน่าสนใจ	134.93	134.547	.632	.906
ส่งข่าวสารให้สื่อมวลชนสม่ำเสมอ	135.10	137.748	.602	.907
มีกิจกรรมแนะนำอย่างต่อเนื่อง	134.77	139.564	.412	.909
มีการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจ	135.10	138.852	.434	.909
ผู้ปฏิบัติงานมีค่านิยมที่ดีร่วมกันตั้งใจจริงและรักอาชีพ	134.80	140.993	.390	.910
ผู้ปฏิบัติงานยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรม	134.77	137.220	.565	.907
ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้านเป็นที่ยอมรับ	134.90	142.369	.280	.911
ผู้ปฏิบัติงานมีความชำนาญในด้านเทคนิคงานประชาสัมพันธ์	134.83	138.006	.505	.908
มีการอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรอยู่เสมอ	134.90	140.507	.419	.909
บุคลากรมีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	134.73	137.168	.576	.907
บุคลากรมีความกระตือรือร้นและทันต่อเหตุการณ์	135.00	141.655	.303	.911
บุคลากรมีความอดทน ในการปฏิบัติงาน	134.93	147.030	-.060	.915
บุคลากรได้รับการปฏิบัติอย่างความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน	134.97	136.654	.549	.908
บุคลากรมีความสามารถในการทำวิจัยเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์	135.17	141.868	.367	.910
มีนโยบายให้นักประชาสัมพันธ์ติดตามประเมินผลตามแผน	134.90	137.334	.596	.907
กำหนดเกณฑ์ที่เหมาะสม ในการวัดผลความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์	135.03	142.654	.268	.911
มีคณะกรรมการประเมินผลค่าตอบแทนการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม	134.93	136.547	.553	.907
วิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างงบประมาณกับปริมาณประชาสัมพันธ์ต่อเนื่อง	134.80	142.234	.296	.911
มีการควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	134.83	140.351	.390	.910
สามารถรับฟังความคิดเห็นของผู้ได้บังคับบัญชาได้	135.10	137.128	.503	.908
ให้แต่ละหน่วยงานรายงานผลการปฏิบัติงานในภาพรวมตอนสิ้นปี	135.17	142.557	.268	.911
ให้บุคลากรเข้าทำงานที่สอดคล้องกับศักยภาพของผู้ปฏิบัติงาน	134.77	138.875	.457	.909
มีระบบประเมินบุคลากรที่เหมาะสม	135.13	140.602	.363	.910

ผู้บริหารทำความเข้าใจและช่วยบุคลากรในการแก้ไขปัญหาอยู่เสมอ	134.93	140.409	.428	.909
ควบคุมงบประมาณให้เป็นไปตามแผนหรือใกล้เคียงกับแผน	134.90	140.507	.419	.909
การกระตุ้นให้ปฏิบัติกิจกรรมเป็นไปตามเป้าหมายของแผนงบประมาณ	135.07	141.995	.260	.911
งบประมาณมีความสอดคล้องกับขนาด และภารกิจของศูนย์ฯ	135.03	143.137	.231	.911
ส่งเสริมบุคลากรผลิตสื่อโดยใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยี	134.90	136.852	.577	.907
ให้หน่วยงานใช้ทรัพยากรร่วมกัน	135.00	139.034	.442	.909
คาดการณ์การเปลี่ยนแปลงมาประกอบการตัดสินใจบริหารงบประมาณ	134.90	136.990	.568	.907
มีงบประมาณสำรองจ่ายกรณีเกิดภาวะวิกฤติ	135.00	140.690	.370	.910
จัดสรรงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน	134.83	140.626	.338	.910
จัดสรรงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ในชุมชน	135.03	139.757	.400	.910
จ่ายค่าตอบแทนให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญภายนอกอย่างเหมาะสม	134.97	137.413	.594	.907

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 40

Alpha = .911





ภาคผนวก จ.

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๒/๕๒๑



ศูนย์บัณฑิตศึกษา

สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ และสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
กรุงเทพมหานคร : อาคารเรียนศูนย์วัดศรีสุดาราม แขวงบางขุนนนท์
เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐
อยุธยา : ๗๔ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอรังนกน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทร. ๐๒-๘๘๒-๓๑๕๕ ต่อ ๒๑๓๐, ๒๑๓๗, ๒๑๓๘

๑๕ กันยายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้บริหารศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากพนักงาน เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานของท่าน จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและสนับสนุนข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัย ซึ่งจะประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุษะพรหม)
ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

(นางสุระ รอดเมือง)
ผู้บริหาร สอ. จันทบุรี

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
โทร/โทรสาร ๐-๒๔๓๔-๒๑๒๓ ภายใน ๒๑๓๐

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๒/๕๒๑



ศูนย์บัณฑิตศึกษา

สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ และสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กรุงเทพมหานคร : อาคารเรียนศูนย์วัดศรีสุทธาราม แขวงบางขุนนนท์

เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐

อยู่ชยา : ๗๔ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอรังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐

โทร. ๐๒-๘๘๒-๓๑๕๔ ต่อ ๒๑๓๐, ๒๑๓๗, ๒๑๓๘

๑๕ กันยายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ท่านตำบลพลับพลา อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิติ ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากพนักงาน เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานของท่าน จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและสนับสนุนข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุษะพรหม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

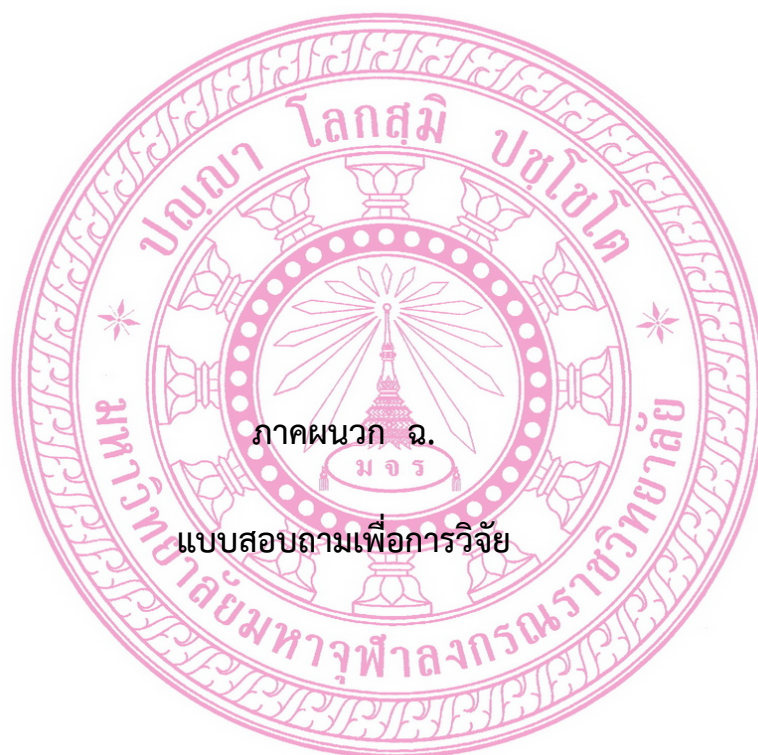
(นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง)

กักหัด. พล.ม.พ.๑

๙ พ.ย. ๕๖

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์

โทร/โทรสาร ๐-๒๕๓๔-๒๑๓๓ ภายใน ๒๑๓๐



ภาคผนวก ฉ.

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัด
จันทบุรี

คำชี้แจง :

๑. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของ
กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี แบบสอบถามประกอบด้วย ๔ ตอนคือ

๒. แบบสอบถามมีทั้งหมด ๓ ตอนคือ

ตอนที่ ๑ แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่จำเป็นต่อการบริหารจัดการการ
ประชาสัมพันธ์ของกิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค

ตอนที่ ๔ แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร และผู้เกี่ยวข้อง

ขอให้ท่านพิจารณาว่า ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี มีการบริหาร
จัดการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับใด พร้อมทั้งข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย และข้อมูลที่ได้รับรวบรวมได้จะ
นำไปวิเคราะห์ ตลอดจนนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น ดังนั้น ผู้วิจัยไคร่ของความอนุเคราะห์จากท่านได้
กรุณาตอบคำถามตามสภาพความเป็นจริง หรือตามความรู้สึกของท่านทุกข้อคำถาม ทั้งนี้ ข้อมูลและ
คำตอบท่านผู้วิจัยถือเป็นความลับ และจะไม่มีการนำไปเผยแพร่แต่ประการใด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาให้ความ
อนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นางสาวพิมพ์ใจ รอดเมือง

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตอนที่ ๑

แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

๑. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

๒. อายุ

☐ น้อยกว่า ๒๐ ปี

☐ ๒๑ - ๓๐ ปี

☐ ๓๑ - ๔๐ ปี

☐ ๔๑ - ๕๐ ปี

☐ ๕๑ - ๖๐ ปี

☐ ๖๑ ปีขึ้นไป

๓. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย

☐ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

๔. อาชีพ

☐ เกษตรกร

☐ ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

☐ รับจ้างทั่วไป

☐ รับราชการ

☐ รัฐวิสาหกิจ

☐ อื่นๆ

๕. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ น้อยกว่า ๕,๐๐๑ บาท

☐ ๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท

☐ ๑๐,๐๐๑ - ๑๕,๐๐๐ บาท

☐ ๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท

☐ ๒๐,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท

☐ มากกว่า ๒๕,๐๐๐ บาท

ตอนที่ ๒

แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรม
ธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

๕ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด

๔ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก

๓ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง

๒ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยน้อย

๑ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยน้อยที่สุด

๑. ด้านนโยบาย และการจัดการ

ข้อที่	การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติ โป่งแรด จังหวัดจันทบุรี	ระดับความคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
๑.๑	ผู้บริหาร กำหนดนโยบายให้ความสำคัญ ผลិតสื่อเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ อย่างสร้างสรรค์					
๑.๒	ผู้บริหาร มีวิธีการชักจูงใจให้บุคลากรประชาสัมพันธ์มีความรับผิดชอบ และปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ					
๑.๓	มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคลากร ทุกระดับ					
๑.๔	การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายใน และภายนอก มีความคล่องตัว					
๑.๕	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด เป็นที่รู้จักของประชาชน และท้องถิ่น อย่างกว้างขวาง					
๑.๖	ผู้บริหารและบุคลากรของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด เข้าร่วม กิจกรรมท้องถิ่น และจังหวัดอย่างต่อเนื่อง					
๑.๗	การนำเสนอข่าวสารทางสื่อมวลชนมีความน่าสนใจและสอดคล้องกับ ความต้องการ					
๑.๘	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ส่งข่าวสารให้สื่อมวลชนสม่ำเสมอ					
๑.๙	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีกิจกรรมแนะนำอย่างต่อเนื่อง					
๑.๑๐	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ ให้มีความน่าสนใจอยู่เสมอ					

๒. ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร

ข้อที่	การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติ โป่งแรด จังหวัดจันทบุรี	ระดับคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
๒.๑	ผู้ปฏิบัติงานมีค่านิยมที่ตรงกันตั้งใจจริงและรักอาชีพประชาสัมพันธ์					
๒.๒	ผู้ปฏิบัติงานยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรมเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน					
๒.๓	ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้านเป็นที่ยอมรับ					
๒.๔	ผู้ปฏิบัติงานมีความชำนาญในด้านเทคนิคที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์					
๒.๕	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีการอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรอยู่เสมอ					
๒.๖	บุคลากรมีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
๒.๗	บุคลากรมีความกระตือรือร้นและทันต่อเหตุการณ์					
๒.๘	บุคลากรมีความอดทน ในการปฏิบัติงาน					
๒.๙	บุคลากรได้รับการดูแลและปฏิบัติอย่างความเสมอภาคและเท่าเทียม กันกับบุคลากรทุกระดับ					
๒.๑๐	บุคลากรมีความสามารถในการทำวิจัยเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์					

๓. ด้านการติดตามนโยบาย

ข้อที่	การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติ โป่งแรด จังหวัดจันทบุรี	ระดับคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
๓.๑	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีนโยบายให้กับประชาสัมพันธ์มีการ ควบคุม ติดตามประเมินผลตามแผนอย่างเหมาะสม					
๓.๒	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรดกำหนดเกณฑ์ที่เหมาะสม ในการวัดผล ความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์					
๓.๓	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีคณะกรรมการประเมินผล ค่าตอบแทนการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม					
๓.๔	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่าง งบประมาณกับปริมาณประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
๓.๕	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีการควบคุมและประเมินผลการ ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง					
๓.๖	ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์สามารถรับฟังความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชา					
๓.๗	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีนโยบายให้แต่ละหน่วยงานรายงาน ผลการปฏิบัติงานในภาพรวมตอนสิ้นปีให้ผู้บริหารทราบ					
๓.๘	ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรเข้าทำงานที่สอดคล้องกับ ศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานแต่ละด้านอย่างเหมาะสม					

๓. ด้านการติดตามนโยบาย (ต่อ)

ข้อที่	การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติ โป่งแรด จังหวัดจันทบุรี	ระดับคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
๓.๙	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีระบบประเมินบุคลากรที่เหมาะสม					
๓.๑๐	ผู้บริหารให้ความสนใจและช่วยบุคลากรในการแก้ไขปัญหาอยู่เสมอ					

๔. ด้านการควบคุมงบประมาณ

ข้อที่	การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติ โป่งแรด จังหวัดจันทบุรี	ระดับคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
๔.๑	ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีความรู้ ความเข้าใจในการควบคุมการบริหาร งบประมาณให้เป็นไปตามแผนหรือใกล้เคียงกับแผนงบประมาณ					
๔.๒	ผู้บริหารงานมีการกระตุ้นผู้ปฏิบัติงานให้ปฏิบัติตามกิจกรรม เป็นไปตาม เป้าหมายของแผนงบประมาณประชาสัมพันธ์					
๔.๓	งบประมาณมีความสอดคล้องกับขนาด และภารกิจของศูนย์ฯ					
๔.๔	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ส่งเสริมให้บุคลากรผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์โดยใช้อุปกรณ์และเทคนิค ในการปฏิบัติงานได้					
๔.๕	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด ให้งานใช้ทรัพยากรร่วมกัน					
๔.๖	ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์สามารถคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงใน อนาคตเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการบริหารงบประมาณ					
๔.๗	มีงบประมาณสำรองจ่ายกรณีเกิดภาวะวิกฤติ					
๔.๘	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด มีการจัดสรรงบประมาณในการส่งเสริม การประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนอย่างเหมาะสม					
๔.๙	มีการจัดสรรงบประมาณในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในชุมชน อย่างเหมาะสม					
๔.๑๐	มีระเบียบการจ่ายค่าตอบแทนให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญภายนอก อย่างเหมาะสม					

ตอนที่ ๓ แบบสอบถามปลายเปิด

แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขการบริหารจัดการการ
ประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี

๑. ด้านนโยบาย และการจัดการ

ปัญหาอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไข

.....

.....

.....

๒. ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร

ปัญหาอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไข

.....

.....

.....

๓. ด้านการติดตามนโยบาย

ปัญหาอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไข

.....

.....

.....

๔. ด้านการควบคุมงบประมาณ

ปัญหาอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไข

.....

.....

.....





สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ และสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
กรุงเทพมหานคร : อาคารเรียนศูนย์วัดศรีสุธรรม แขวงบางขุนนนท์
เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐
อยุธยา : ๗๗ หมู่ ๓ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๓๗๐
โทร. ๐๒-๘๕๒๒-๐๓๕๕ ต่อ ๒๒๑๑, ๒๒๑๒, ๒๒๑๓

๑๕ กันยายน ๒๕๕๖

สภท.11 จันทบุรี
 เลขที่รับ 558
 วันที่ 11 / 11 / 56
 ๐๙.๐๐ น.

เขียน นายทองทศ มหามนตรี ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี
 สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน ๑ ชุด

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากท่าน จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้ฉันได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาลงกรณ์
ราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณในความ
เอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

เรียน ผอ.สทท.จันทบุรี

□ เพื่อโปรดทราบ

☒ เพื่อโปรดพิจารณา

- $\text{Minkowski } H^1, \text{ Lipschitz}$ -

๑๕ มีนาคม ๒๕๖๓

ବିଜ୍ଞାନ ସିଦ୍ଧାନ୍ତ.

492A

11 H. 256.

17. निष्कर्ष

San Dimas

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุธะพรหม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาปรัชญาประวัติศาสตร์

- 1911. 12. 52

ภาควิชาวิจัยศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์

โทร/โทรสาร ๐-๒๔๓๔-๒๑๒๓ ภายใน ๒๑๓๐

(นายทองทัต มหามนตรี)

ผอ.สทท. จันทบุรี

ที่ ศธ ๖๓๐๕.๒/๕๒๒



ศูนย์บัณฑิตศึกษา

สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ และสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
กรุงเทพมหานคร : อาคารเรียนศูนย์วัดศรีสุธาราม แขวงบางขุนนนท์
เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐
อยุธยา : หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๓๓๑๗๐
โทร. ๐๒-๘๘๒-๓๑๕๔ ต่อ ๒๑๓๐, ๒๑๓๗, ๒๑๓๘

๑๕ กันยายน ๒๕๖๖

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี
วันที่ 18/9/2566
เวลาที่ 14.25 น.

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เรียน นายเนศ เอียร์นันท์ ประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารการจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากท่าน จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุธะพรหม)
ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
โทร/โทรสาร ๐-๒๔๓๔-๒๑๒๓ ภายใน ๒๑๓๐

- อนุมัติให้ทำวิจัย - ตามแบบวัดเทศบาล

(นายเนศ เอียร์นันท์)
ประชาสัมพันธ์จังหวัดจันทบุรี

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๒/๕๒๒



ศูนย์บัณฑิตศึกษา

สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ และสาขาวิชาปรัชญาศาสนศาสตร์

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กรุงเทพมหานคร : อาคารเรียนศูนย์วัดศรีสุทธาราม แขวงบางขุนนนท์

เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐

อยุธยา : ๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอรังนกน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐

โทร. ๐๒-๘๘๒-๓๑๕๔ ต่อ ๒๑๓๐, ๒๑๓๗, ๒๑๓๘

๑๕ กันยายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้บริหารศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิติ ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาปรัชญาศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กสิกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากท่าน จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาปรัชญาศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุธะพรหม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาปรัชญาศาสนศาสตร์

(นางสาว พิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง) -
ผู้ศึกษา ๑๐๗๐๐๒๒๒

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
โทร/โทรสาร ๐-๒๔๓๔-๒๑๒๓ ภายใน ๒๑๓๐

พ.
๒๕๖

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๒/๕๒๒



ศูนย์บัณฑิตศึกษา

สาขาวิชาการจัดการเชิงพื้นที่ และสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

กรุงเทพมหานคร : อาคารเรียนศูนย์วัดศรีสุทธาราม แขวงบางขุนนนท์

เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐

อยุธยา : ๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐

โทร. ๐๒-๘๘๒-๓๑๕๔ ต่อ ๒๑๓๐, ๒๑๓๗, ๒๑๓๘

๑๕ กันยายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่ข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิติ ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อภิไกรธรรมชาตินิโปนธ์ จังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากท่าน จึงขออนุญาตจากท่านเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณในควาเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

เรียน นายกเทศมนตรีตำบลลพบุรี

- เพื่อโปรดทราบ

๑. ศ.ดร.วิมลทิพย์ อัครกุล

๒. สุภาวดี ประทีปวิทย์ ๑๖.๑๐๓๗.

๓. อภินันท์ กิ่งทอง ๑๖.๑๐๓๗.

๔. "กมลในพรวิมลทิพย์" ๑๖.๑๐๓๗.

๕. อภินันท์ กิ่งทอง ๑๖.๑๐๓๗.

๖. อภินันท์ กิ่งทอง ๑๖.๑๐๓๗.

๗. อภินันท์ กิ่งทอง ๑๖.๑๐๓๗.

๘. อภินันท์ กิ่งทอง ๑๖.๑๐๓๗.

- ๑๖.๑๐๓๗.

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์

โทร./โทรสาร ๐-๒๕๓๔-๒๑๓๐ ภายใน ๒๑๓๐

(นางสาวรุ่งฤทัย เกียรติธรรม)

เจ้าหน้าที่งานธุรการ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพจน์ สุยะพรหม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

(นางชวนรัตน์ นิธิลัทธินิเทศ)

หัวหน้าสำนักปลัด

๑๖.๑๐๓๗.

(นายมนต์ชัย วานิชศรี)

นายกเทศมนตรีตำบลลพบุรี

(นางสาวเพ็ญทิพย์ สมศรี)
ปลัดเทศบาลตำบลลพบุรี

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๒/๕๒๒



ศูนย์บัณฑิตศึกษา

สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ และสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กรุงเทพมหานคร : อาคารเรียนศูนย์วัดศรีสุธรรม แขวงบางขุนนนท์

เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐

อยู่ระยะ : ๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐

โทร. ๐๒-๘๘๒-๓๑๕๕ ต่อ ๒๑๑๑ โทรสาร ๐๒-๘๘๒-๓๑๕๕

๑๕ กันยายน ๒๕๕๖

กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต	
เลขที่รับ.....	๗๖/๕๒๒
วันที่.....	๗๗/๗๗/๕๒๒
เวลา.....	๗๐.๗๐ น.

เรื่อง ขออนุญาตขอเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการกองส่งเสริมคุณภาพชีวิต องค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากท่าน จึงขออนุญาตขอเก็บข้อมูลจากท่านเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

เรียน ผู้อำนวยการกองส่งเสริมคุณภาพชีวิต

ขอแสดงความนับถือ

อ.น.ส.พิมพ์ใจ รอดเมือง

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุธะพรหม)

วิจัยและพัฒนา

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์

จำแนก

(สงวนลิขสิทธิ์ จิตต์สงวน)

แจ้งที่บริหารงานทั่วไป ๕ รักษาการในตำแหน่ง

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

โทร/โทรสาร ๐-๒๕๓๔-๒๑๒๓ ภายใน ๒๑๓๐

- หรณ

- นรพวิทย์ ๗๕๖ ๒๗ ๕๕๖๗

(นายสมชาย กัลละกิต)

๕๕๖๕๕

ผู้อำนวยการกองส่งเสริมคุณภาพชีวิต

ที่ ศธ ๖๑๐๕.๒/๕๒๒



ศูนย์บัณฑิตศึกษา

สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ และสาขาวิชาปรัชญาประศาสนศาสตร์

ภาควิชาปรัชญา ศณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กรุงเทพมหานคร : อาคารเรียนศูนย์วัดศรีสุธรรม แขวงบางขุนนนท์

เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐

อยู่ยาว : ๗๔ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอลำไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๓๐

โทร. ๐๒-๘๘๒-๓๑๕๕ ต่อ ๒๑๓๐, ๒๑๓๗, ๒๑๓๘

๑๕ กันยายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นายอำนาจ ช่างฉ่ำ ปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาปรัชญาประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากท่าน จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาปรัชญาประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

เรียน พล.ต.อ. นพ. จ.น.

- ด้วย น.ส. พิมพ์ใจ รอดเมือง นิสิตปริญญาโท ขอแสดงความนับถือ

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ขอความอนุเคราะห์

เก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ของ

ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จ.จันทบุรี โดยคุณครู

และคณะที่ปรึกษาที่ปรึกษาที่ ๑๓ พ.ศ. ๒๕๕๖

- เพื่อประโยชน์ในการ

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาปรัชญาประศาสนศาสตร์

ภาควิชาปรัชญา ศณะสังคมศาสตร์

โทร/โทรสาร ๐-๒๔๓๕-๒๑๒๓ ภายใน ๒๑๓๐

- นร

- นร

(นายอำนาจ ช่างฉ่ำ)

ปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี

๑๑ พ.ย. ๒๕๕๕

ที่ ศธ ๒๑๐๕.๒/๕๒๒



ศูนย์บัณฑิตศึกษา

สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ และสาขาวิชาปรัชญาประศาสนศาสตร์

ภาควิชาปรัชญา ศณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กรุงเทพมหานคร : อาคารเรียนศูนย์วัดศรีสุธรรม แขวงบางขุนนนท์

เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐

อยู่ระยะ : ๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอลำไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๓๓๑๗๐

โทร. ๐๒-๘๘๒-๓๑๕๔ ต่อ ๒๑๓๐, ๒๑๓๗, ๒๑๓๘

๑๕ กันยายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นายเอกมร เปรมกมล ผู้บริหารสถานีวิทยุ Centerpoint FM 101 MHz จังหวัดบุรี

รัมย์ ที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวพิมพ์ใจ นามสกุล รอดเมือง รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๔๐๔๐๕๗ นิสิตปริญญาโทหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาปรัชญาประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากท่าน จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาปรัชญาประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพจน์ สุธะพรหม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาปรัชญาประศาสนศาสตร์

(เอกมร เปรมกมล)

ผู้บริหารสถานีวิทยุ Centerpoint 101 FM จังหวัดบุรีรัมย์

12 ม.ย. 56

ภาควิชาปรัชญา ศณะสังคมศาสตร์

โทร/โทรสาร ๐-๒๕๓๔-๒๑๒๓ ภายใน ๒๑๓๐



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติโป่งแรด จังหวัดจันทบุรี

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์.....อายุ.....ปี ตำแหน่ง.....
 วันที่สัมภาษณ์..... เวลา..... สถานที่.....
 วิธีการสัมภาษณ์ ☐ จดบันทึก ☐ บันทึกเสียง ☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ ๒ ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

๑. ด้านนโยบาย และการจัดการ
๒. ด้านพัฒนาองค์กร และบุคลากร
๓. ด้านการติดตามนโยบาย
๔. ด้านการควบคุมงบประมาณ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหารทุกท่านในความกรุณาสำหรับการสัมภาษณ์ในครั้งนี้

นางสาวพิมพ์ใจ รอดเมือง
 นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ประวัติผู้วิจัย



- ชื่อ - นามสกุล : นางสาวพิมพ์ใจ รอดเมือง
- วัน/เดือน/ปีเกิด : วันศุกร์ที่ ๒๘ เดือน สิงหาคม พุทธศักราช ๒๕๒๔
- ตำแหน่งหน้าที่ : DJ&VJ
- สถานที่ทำงาน : บริษัทเคเบิล CTV จันทบุรี
- การศึกษา : ปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี สาขานิเทศศาสตร์
เอกการประชาสัมพันธ์ เกียรตินิยม อันดับ ๑ พุทธศักราช ๒๕๕๒
- ประวัติการทำงาน : นักจัดรายการวิทยุ FM ๙๗.๒๕ MHz จังหวัดจันทบุรี
พิธีกรรายการ TV ในเครือของบริษัทเคเบิล CTV จังหวัดจันทบุรี
นักจัดรายการวิทยุเสียงธรรม FM ๙๕.๐๐ MHz วัดไผ่ล้อม
(พระอารามหลวง) จังหวัดจันทบุรี
ผู้ช่วยนักวิชาการ ประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนจังหวัด
จันทบุรี
- ผลงาน/ประกาศเกียรติคุณ: วางแผน และประสานพันธ์กิจกรรมงานบุญจังหวัดจันทบุรี
: วางแผน และประสานพันธ์โครงการ ๘๔ พรรชามหาราชฯ น้อมนำ
ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กิจกรรม ๗ วัน ๗ คืน ณ องค์การ
บริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี
- : สถานีวิทยุเพื่อการศึกษาแห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี วิทยากร
DJ ประชาธิปไตยกับวัยทีน หัวข้อ IN TREND อย่างสร้างสรรค์
จินตนาการสู่วัยทีน
- : ประกาศนียบัตรสำนักพระพุทธศาสนา และกระทรวงวัฒนธรรม
ประชาสัมพันธ์ การฉลองพุทธชยันตี ๒๖๐๐ ปีแห่งการตรัสรู้ของ
พระพุทธเจ้า ถวายเป็นพุทธบูชา เฉลิมพระเกียรติ ๘๔ พรรษา
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ประจำปี ๒๕๕๔
- ที่อยู่ปัจจุบัน : ๑๓๔/๖ ถนนราชกิจ ตำบลท่าใหม่ อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี
๒๒๑๒๐ โทร. ๐๘๙-๗๕๔๘๘๐๙ ,
E-mail: pimjaishop@hotmail.com