

131642

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์
ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

นางสาวทรงรัตน์ ทิพวงษ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
พ.ศ. 2565

สงวนลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



ใบอนุญาตวิทยานิพนธ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของ นางสาวทรงรัตน์ ทิพวงษ์ แล้ว
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ เมยไธสง)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ภักดี โพธิ์สิงห์)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุภาพร ยุภาพศ)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคนาภูมิ)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร)

คณบดีคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล วรคำ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย 2565

วันที่.....เดือน.....ปี.....

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
ผู้วิจัย : นางสาวทรงรัตน์ ทิพวงษ์
ปริญญา : รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์)
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคนาภูมิ
รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ โภศลกิตติอัมพร
ปีที่สำเร็จการศึกษา : 2565

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน และ (3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 140 คน โดยการใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า (1) ระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้แก่ ปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร ปัจจัยด้านรูปแบบรายการแบบพุดคุย ปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่าย ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .912 สามารถร่วมกันอธิบาย การผันแปร ได้ร้อยละ 83.20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ (3) ข้อเสนอแนะการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จัดเสวนา เพื่อรับฟังข้อคิดเห็น ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะจากประชาชน ชี้แจงแนวทางขอบเขต ขั้นตอนในการทำงานให้ประชาชน ได้รับทราบ ประชาสัมพันธ์การจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านวิชาชีพให้แก่ประชาชน จัดอบรม หลักสูตรที่เกี่ยวกับการสื่อสารในยุคดิจิทัล เป็นหลักสูตรฝึกอบรมของแต่ละหน่วยงานเพื่อความเป็นผู้นำ แห่งเทคโนโลยี ข้อมูล ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์โครงการสำคัญของหน่วยงานภาครัฐ นำเสนอเหตุการณ์ หรือสถานการณ์สำคัญ ๆ ของประเทศรูปแบบ ที่น่าสนใจ เช่น การถ่ายทอดสดผ่าน Facebook ให้ประชาชนได้เข้าถึงอย่างรวดเร็ว

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผล, ยุทธศาสตร์, กรมประชาสัมพันธ์



อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Title : Factors Affecting the Implementation of the Strategy of the Public Relations Department in the Upper Northeastern Region
Author : Miss Songrat Thippawong
Degree : Master of Public Administration (Public Administration)
Rajabhat Maha Sara Kham University
Advisor : Associate Professor Dr.Sanya Kenaphoom
Associate Professor Dr.Saowalak Kosonkittiumporn
Year : 2022

ABSTRACT

This research study The objectives were (1) to study the level of strategic implementation of the Public Relations Department in the upper Northeastern region, (2) to study the factors affecting the implementation of the Public Relations Department's strategy in the upper Northeastern region, and (3) to study the Recommend the implementation of the strategy of the Public Relations Department in the upper Northeastern region The sample consisted of 140 people using Taro Yamane's formula. The statistics used in the data analysis were percentage, mean, frequency, standard deviation. and multiple regression analysis

The results of the research showed that (1) the level of implementation of the strategy of the Public Relations Department in the upper Northeastern region, (2) Factors affecting the implementation of the strategy of the Public Relations Department in the upper northeastern region, namely personnel competency factors. Talk show format factor Cooperation factors of network partners Factors in Leadership Changes in Executives The multiple correlation coefficient of .912 can jointly explain the variation 83.20% with statistical significance at the .05 level and 3) Recommendations on the implementation of strategies of the Public Relations Department in the upper Northeastern region, held a forum to listen to opinions, problems, obstacles and suggestions from the people, to clarify the guidelines, scope, and procedures of work for the public. Publicize the organization of professional training programs for the people Organize training courses related to communication in the digital age It is a training course for each unit. For the leadership of technology, information, news, public relations important projects of government agencies present important events or situations of the country in interesting formats such as live broadcasts via Facebook for the public to access quickly.

Keywords: Factors Affecting, Strategy, Public Relations Department



Major Advisor

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคนาภูมิ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ เมย์ไธสง ประธานสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ภักดี โพธิ์สิงห์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.ยุภาพร ยุภาศ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ประชาสัมพันธ์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ที่กรุณาอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูล และบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ที่กรุณาให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ในการตอบแบบสอบถามการวิจัยในครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์จากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา ตลอดจนบูรพาจารย์และผู้มีพระคุณของผู้วิจัยทุกท่าน ที่เลี้ยงดู อบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชา และให้การศึกษาแก่ผู้วิจัย ส่งผลให้ผู้วิจัยประสบผลสำเร็จทางการศึกษา หน้าที่การงาน และการดำเนินชีวิต ในปัจจุบัน



นางสาวทรงรัตน์ ทิพวงษ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญ

หัวเรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์	7
2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์	17
2.3 บริบททั่วไป	26
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	36
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	38
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.4 การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	40
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	41
บทที่ 4 ผลการวิจัย	42
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิจัย	42
4.2 ลำดับการนำเสนอผลการวิจัย	43
4.3 ผลการวิจัย	43

หัวข้อเรื่อง	หน้า
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	64
5.1 สรุป	64
5.2 อภิปรายผล	67
5.3 ข้อเสนอแนะ	70
บรรณานุกรม	72
ภาคผนวก	76
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	77
ภาคผนวก ข ค่าความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย	88
ภาคผนวก ค ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย	91
การเผยแพร่ผลงานวิจัย	94
ประวัติการวิจัย	95



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	ตารางความสัมพันธ์แบบแมทริกส์ของปัจจัยเชิงกลยุทธ์ทั้งสองด้าน 12
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 37
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 43
4.2	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติ ตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน 45
4.3	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร จำแนกเป็นรายข้อ 46
4.4	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสมรรถนะ ของบุคลากร จำแนกเป็นรายข้อ 48
4.5	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดกิจกรรม เชิงพื้นที่ จำแนกเป็นรายข้อ 49
4.6	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความร่วมมือ ของภาคีเครือข่ายจำแนกเป็นรายข้อ 50
4.7	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบรายการ แบบพุดคุย จำแนกเป็นรายข้อ 51
4.8	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยรวมและจำแนก เป็นรายด้าน 52
4.9	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำแนกเป็นรายข้อ ด้านการรับฟังเสียงประชาชน ทุกภาคส่วนและชี้แนะประเด็นสำคัญ 53
4.10	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำแนกเป็นรายข้อ ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชน มีภูมิรู้ในการดำรงชีพ 54
4.11	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนจำแนกเป็นรายข้อ ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมุลดิจิทัล และเครือข่ายข้อมูล 55
4.12	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนจำแนกเป็นรายข้อ ด้านการเป็นองค์กร ที่มีประสิทธิภาพสูง 56

ตารางที่	หน้า
4.13 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างตัวแปรอิสระ 5 ตัวแปร	58
4.14 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	59
4.15 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	60
๗.1 ค่าความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย	89
๗.1 ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย	92



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	กรอบแนวคิดการวิจัย	36
4.1	การปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ..	63



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ยุทธศาสตร์ชาติมีเป้าหมายการพัฒนาให้ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” มุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนา ความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาค้นในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม เพื่อให้ประเทศไทยสามารถยกระดับการพัฒนาให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ ประเทศไทย มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” (ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี, 2563, น. 8)

กรมประชาสัมพันธ์ (กปส.) ในฐานะหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์ภาครัฐที่มีบทบาทในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐให้สามารถรองรับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ตลอดจนแผนระดับชาติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับบริบทแวดล้อม พฤติกรรมการบริโภคสื่อของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในแวดวงสื่อสารประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและในระดับสากล (แผนปฏิบัติราชการ กปส., 2563-2565, น. 1-2)

การกำหนดยุทธศาสตร์ระยะยาวของกรมประชาสัมพันธ์ จึงควรครอบคลุมเป้าหมาย กล่าวคือ ปรับปรุงและพัฒนาองค์กรและบุคลากร ให้ยืดหยุ่น ทันสมัย มีความเชื่อมโยง และประสานงานภายในสูง ลดความซ้ำซ้อนหรือแยกส่วน ตลอดจนออกแบบงานที่ส่งเสริมศักยภาพและพัฒนาบุคลากรให้มีความรอบรู้ มีความมั่นใจและมีความเหมาะสมกับภารกิจ เพื่อให้กรมประชาสัมพันธ์สามารถแสดงบทบาทนำ ในด้านงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ภาครัฐให้บรรลุได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้รับการยอมรับโดยทั่วกัน (แผนปฏิบัติราชการ กปส., 2563-2565, น. 60)

กรมประชาสัมพันธ์ จึงต้องส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนด้วยการรับฟังเสียงสะท้อน เหตุผลความจำเป็น ความคิดเห็น ความรู้สึก และข้อเสนอแนะของประชาชนและกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม ในบทบาทการเป็นสื่อกลางระหว่างภาครัฐและประชาชน โดยจัดให้มีกระบวนการรับฟังเสียงประชาชนอย่างสม่ำเสมอ ด้วยวิธีการอันเรียบง่าย เช่น โดยการสำรวจ การสัมภาษณ์ เวทีสัมมนาผ่านสื่อของกรมฯ การสอบถามผ่านระบบออนไลน์ฯ เพื่อ “ตรวจสอบอุณหภูมิสังคม” อย่างครอบคลุมและสม่ำเสมอ ในภาพรวมและรับข้อมูลรายละเอียดในประเด็นสำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนกำหนดนโยบายต่าง ๆ การรับฟังเสียงประชาชนด้วยวิธีการที่หลากหลายและสม่ำเสมอ ไม่เพียงทำให้กรมฯ สามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงจุดตรงประเด็นและสร้างความไว้วางใจแต่ยังจะทำให้กรมฯ มีข้อมูลที่จำเป็นเพื่อประกอบการกำหนดนโยบายและขึ้นาประเด็นสำคัญ (Agenda Setting) ต่อไปด้วยการขึ้นาประเด็นอย่างมีคุณภาพนี้ จะทำให้ภารกิจการประชาสัมพันธ์ในภาครัฐและเครือข่ายเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ (แผนปฏิบัติราชการ กปส., 2563-2565, น. 64)

เป้าหมายประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เชิงยุทธศาสตร์ภาครัฐ ควรเป็นไปเพื่อส่งเสริมภูมิรัฐของประชาชนให้มีความรู้ในสิ่งที่ถูกต้อง เป็นจริง ปลอดภัยจากข่าวลวงและข้อมูลที่เป็นภัย และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสาระบันเชิงที่เป็นประโยชน์ เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต การต่อยอดทางปัญญาและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีบทบาทเป็นผู้ดูแลให้มีการประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลาย และทั่วถึง โดยคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาสหรือผู้ที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสาระบันเชิง รวมทั้งให้ความสำคัญกับการนำเสนอความบันเทิงอย่างสร้างสรรค์ไปยังกลุ่มเป้าหมายด้วย เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและสาระบันเชิงในปัจจุบันมีความหลากหลายโดยผู้นำเสนอประเภทต่าง ๆ กรมนา อยู่ในฐานะที่จะให้ความร่วมมือ ส่งเสริม และเป็นผู้นำประเด็นการประชาสัมพันธ์ตามเป้าหมาย รวมทั้งเป็นผู้ดำเนินการเสนอข่าวสารเพื่อเป็นมาตรฐานที่ถูกต้องและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสาระบันเชิงสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย (แผนปฏิบัติการ ราชการ กปส., 2563-2565, น. 66)

ความสำเร็จในการดำเนินยุทธศาสตร์ชาติขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริหารและประสิทธิภาพการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ อีกทั้งในยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐยังให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพ โครงสร้างและวิธีบริหาร การขจัดคอร์รัปชัน และระบบอุปถัมภ์ในหน่วยงานภาครัฐ จึงกำหนดให้มีการปรับสมดุลและพัฒนาระบบบริหารเพื่อให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว หน่วยงานของรัฐทุกแห่งจึงต้องปรับเปลี่ยนเพื่อให้มีขนาดที่เหมาะสม แยกแยะบทบาทหน้าที่ที่มีธรรมาภิบาลปรับตัวพัฒนาธรรมาภิบาลการทำงาน ให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และประโยชน์ต่อส่วนรวม มีความคล่องตัวทันสมัยและพร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยเปิดกว้างให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในส่วนของกรมประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างองค์กรภายในการปรับวิธีการทำงาน และเสริมทักษะใหม่ให้คนในองค์กร เพื่อร่วมกันปฏิบัติการกิจได้อย่างไร้รอยต่อและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งนำศักยภาพของกรมนา มาใช้ให้เป็นประโยชน์สูงสุดต่อราชการ ประชาชน และประเทศชาติโดยรวมบรรลุตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติที่วางไว้ (แผนปฏิบัติการ ราชการ กปส., 2563-2565, น. 67)

สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ขอนแก่น (สพข.1) เป็นหน่วยงานราชการส่วนกลางที่ตั้งอยู่ในส่วนภูมิภาคเป็นองค์กรหนึ่งในกรมประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทกำกับดูแลการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จึงได้วิเคราะห์บริบทและสภาพแวดล้อมปรับเปลี่ยน บทบาทหน้าที่ มีธรรมาภิบาล ปรับพัฒนาธรรมาภิบาลการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และประโยชน์ต่อส่วนรวม มีความคล่องตัวทันสมัยและพร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกโดยเปิดกว้างให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างภายในองค์กรการปรับวิธีการทำงาน และเสริมทักษะใหม่ให้คนในองค์กรเพื่อให้ร่วมกันปฏิบัติการกิจได้อย่างไร้รอยต่อและอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งนำศักยภาพของกรมนา มาใช้ให้เป็นประโยชน์สูงสุดต่อส่วนราชการ ประชาชน ผู้รับบริการและประเทศชาติโดยรวมในส่วนของกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ได้ยึดยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์เป็นหลัก รวมทั้งคิดประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ขึ้นใหม่และนอกจากนั้นได้จัดทำโครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ภายใต้แผนปฏิบัติการ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ซึ่งในการดำเนินงานของหน่วยปฏิบัติ นั้น อาจไม่เป็นไปตามแผนการปฏิบัติการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกรมนา มากนัก ด้วยปัจจัยที่แตกต่างกันไปตามสภาพพื้นที่

(แผนการปฏิบัติราชการ สปข.1, 2563-2565, น. 1) ดังนั้น ผู้วิจัย ในฐานะที่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการกำหนดแผนการปฏิบัติราชการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยปฏิบัติ ได้ดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ จึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติ ตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

1.2.3 เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

1.3 สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สมรรถนะของบุคลากร การจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ ความร่วมมือของภาคีเครือข่าย และรูปแบบรายการแบบพุดคุย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 11 จังหวัด

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.4.2.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ ได้แก่

- 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร
- 2) สมรรถนะของบุคลากร
- 3) การจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่
- 4) ความร่วมมือของภาคีเครือข่าย
- 5) รูปแบบรายการ

1.4.2.2 ตัวแปรตาม คือ การปฏิบัติตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่

- 1) ด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้แนะประเด็นสำคัญ
- 2) ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพ
- 3) ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล
- 4) ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 11 จังหวัด ประกอบด้วย

- 1) ผู้บริหาร จำนวน 19 คน
 - 2) บุคลากร จำนวน 130 คน
 - 3) เครือข่ายของ สวท. จำนวน 65 คน
- รวม จำนวน 214 คน

1.4.3.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 11 จังหวัด จำนวน 140 คน ใช้วิธีการเปิดตาราง (Keasy Morgan) โดยใช้การหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553, น. 15-16) และใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับสลาก

1.4.5 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอยู่ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน 2565

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินงานในรูปแบบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กรและกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

1. ยุทธศาสตร์ด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชั้นนำประเด็นสำคัญเพื่อนำมาประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายภาครัฐ หมายถึง การดำเนินงานเกี่ยวกับการรับฟังเสียงประชาชนด้วยวิธีการที่หลากหลายและสม่ำเสมอ สามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงจุดตรงประเด็น และสร้างความไว้วางใจ เชื่อใจ ประกอบด้วย การสำรวจ ติดตามและรับฟังความต้องการของประชาชนทุกภาคส่วน ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ

2. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ หมายถึง การให้ความร่วมมือ ส่งเสริม และเป็นผู้นำประเด็นการประชาสัมพันธ์ตามเป้าหมาย รวมทั้งเป็นผู้นำในการเสนอข่าวสารเพื่อเป็นมาตรฐานที่ถูกต้องและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสาระบันเชิงสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

3. ยุทธศาสตร์ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล หมายถึง การออกแบบระบบวางระบบฐานข้อมูลและมีการสร้างช่องทางแบ่งปันข้อมูลที่มีความปลอดภัยและอยู่ในรูปแบบที่นำไปใช้ประมวลผลได้อย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำชุดข้อมูล (Datasets) จำนวนมากที่มีคุณค่าและมีระดับการพัฒนาที่งานเพื่อวางแผนและขับเคลื่อนงานระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่และการดำเนินงานแบบมีธรรมาภิบาลในข้อมูลภาครัฐ (PRD Data Governance)

4. ยุทธศาสตร์ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง หมายถึง การปรับสมดุลและพัฒนากระบวนการเพื่อให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ประกอบด้วย

การปรับโครงสร้างองค์กรและระบบบริหารจัดการภายในให้เป็นระบบดิจิทัล มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ หมายถึง สิ่งที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในรูปแบบต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนด ได้แก่

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร หมายถึง พลังหรือกึ่งที่ผู้นำซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลอื่น ประกอบด้วย การชี้แจงถึงกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ของหน่วยงาน เช่น ข้อบังคับด้านการบริหารงานบุคคล ทิศทางการพัฒนาคุณภาพ การบริหารงานของหน่วยงานให้บุคลากรทราบก่อนที่จะปฏิบัติหน้าที่ การกำกับ ดูแล หน่วยงานให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ของหน่วยงานโดยมีการปรับให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาคุณภาพการ การบริหารงาน และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น การเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ระดับหน่วยงาน และการนำสู่การปฏิบัติที่เป็นระบบชัดเจน เช่น มีการกำหนดตัวบ่งชี้คุณภาพ (KPI) ของงานที่ปฏิบัติ การมอบหมายอำนาจการตัดสินใจให้แก่ผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงานระดับถัดไปเพื่อความคล่องตัว

2. สมรรถนะของบุคลากร หมายถึง ความสามารถของบุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ พันธกิจของหน่วยงาน ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ของหน่วยงาน เช่น ข้อบังคับด้านการบริหารงานบุคคล ทิศทางการพัฒนาคุณภาพ การบริหารงานของหน่วยงานให้บุคลากรทราบก่อนที่จะปฏิบัติหน้าที่ การปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนกลยุทธ์ของหน่วยงานโดยมีการปรับให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาคุณภาพการ การบริหารงาน และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นการมีส่วนร่วมกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์พันธกิจ และกลยุทธ์ระดับหน่วยงาน และการนำสู่การปฏิบัติที่เป็นระบบชัดเจน เช่น มีการกำหนดตัวบ่งชี้คุณภาพ (KPI) ของงานที่ปฏิบัติ การปฏิบัติงานตามการมอบหมายอำนาจจากผู้บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ คุ่มค่า และมีความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้

3. การจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ หมายถึง การลงพื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงาน ทั้งในรูปแบบดำเนินการเองและบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย การจัดกิจกรรม/โครงการแบบบูรณาการ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือร่วมกับชุมชน การจัดกิจกรรมตามกระแสการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย กรมประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม “สโมสรรคนสื่อ” เพื่อรับฟังและซักถามประเด็นข่าวต่าง ๆ ในพื้นที่ การจัดกิจกรรมเพื่อเด็กและเยาวชน และจัดกิจกรรมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

4. ความร่วมมือของภาคีเครือข่าย หมายถึง การได้รับการสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย ทั้งในภาครัฐและเอกชน ไม่ว่าจะในรูปแบบของข้อมูลข่าวสาร บุคลากร หรือทรัพยากรด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ความร่วมมือในการส่งเสริมสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายในเชิงการบริหาร ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ สนับสนุนนักจัดรายการวิทยุ การสร้างเครือข่ายวิทยุชุมชน และเครือข่ายอปมช.

5. รูปแบบรายการแบบพุดคุย หมายถึง รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การจัดรายการของแต่ละหน่วยงาน ประกอบด้วย รายการแบบคุยข่าว เล่าประเด็น รายการโดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ฟัง รายการแบบสาระบันเทิง ศิลปะ วัฒนธรรม รายการแบบสาระธรรม และรายการแบบมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น แขกรับเชิญ ผู้ร่วมรายการ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาผลการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมฯ ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์กรมฯ ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมในแต่ละพื้นที่



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผู้วิจัย ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ไว้ตามลำดับดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์
2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับผลการสะท้อนกลับของยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์
3. บริบททั่วไป
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์

2.1.1 ความหมายของยุทธศาสตร์

อุทิศ ขาวเธียร (2546, น. 9) ยุทธศาสตร์ (Strategy) คือ เครื่องมือเพื่อช่วยชี้แนะ การบริหารขององค์กรที่เกิดจากกระบวนการระดมสมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมีส่วนร่วม โดยยึดหลักการวิเคราะห์ให้ทราบสภาพแวดล้อมให้ “รู้เขา รู้เรา” เพื่อชี้แนะเป้าประสงค์ (วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์หลักของแผน) และกลยุทธ์วิธีทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับสถานะแวดล้อม

เสรี พงศ์พิศ (2548, น. 120) ยุทธศาสตร์ (Strategy) เป็นแผนการดำเนินงานที่ร่างขึ้นมาอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีองค์ประกอบต่าง ๆ สัมพันธ์สอดคล้องกันเป็นแผนที่มีวิสัยทัศน์หรือภาพฝันที่วาดไว้เป็นการร่วมใจมีเป้าประสงค์อันแสดงถึงเจตจำนงร่วมของทุกฝ่าย ผนึกพลังใจของทุกฝ่ายเพื่อกระทำพันธกิจอันถือเป็นหน้าที่รับผิดชอบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เพื่อให้เกิดผลกระทบและได้ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์แผนยุทธศาสตร์ที่ดีมาจากการวิเคราะห์อดีต รู้ปัจจุบัน เพื่อไล่ให้ทันอนาคต วิเคราะห์สถานการณ์ที่ผ่านมาวิเคราะห์ทรัพยากรทุนต่าง ๆ อันเป็นศักยภาพหรือความสามารถที่ยังไม่ได้พัฒนาหรือยังไม่ได้พัฒนาเต็มที่หรือที่ยังซ่อนเร้นอยู่ แผนยุทธศาสตร์ที่ดีเป็นผลที่เกิดจากกระบวนการวางแผนที่ดีบริหารจัดการแผนอย่างมีประสิทธิภาพเกิดเป็นประสิทธิผลที่ปรากฏจริงเป็นแผนที่ม่เป้าประสงค์ดีก่อให้เกิดการร่วมใจ มีหลักการดีก่อให้เกิดการร่วมคิด มีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดการร่วมทำและมีการแบ่งบทบาทหน้าที่จัดการดีก่อให้เกิดการร่วมแรงในภาษาไทยก็พูดกันเป็นวลีว่า ร่วมแรงร่วมใจ ร่วมคิดร่วมทำ

Bryson (1995, p. 32) ยุทธศาสตร์ (Strategy) คือ รูปแบบของวัตถุประสงค์ นโยบาย โครงการ กิจกรรม การตัดสินใจ หรือการจัดสรรทรัพยากรที่เป็นปัจจัยกำหนดว่า องค์กร คือใคร ทำอะไร และทำไม ยุทธศาสตร์แตกต่างกันตามระดับของหน่วยงานและช่วงเวลา

Johnson and Scholes (1999, p. 10) ยุทธศาสตร์ (Strategy) คือ ทิศทางและขอบเขตขององค์กรในระยะยาวเพื่อให้บรรลุประโยชน์แก่องค์กรโดยผ่านการจัดสรรทรัพยากรภายใต้ภาวะ

แวดล้อมแห่งการเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

Hill and Jones (2009, p. 2) ยุทธศาสตร์ (Strategy) คือ ชุดของการปฏิบัติการซึ่งผู้บริหารเลือกนำมาใช้เพื่อเพิ่มสมรรถนะขององค์กรของตนเมื่อเทียบกับคู่แข่ง หากผลของการใช้ยุทธศาสตร์ทำให้องค์กรมีสมรรถนะที่เหนือกว่า สิ่งนี้หมายถึง การมีความสามารถในการแข่งขัน

Jonas (2000, p. 65) ยุทธศาสตร์ (Strategy) ไม่ใช่พันธกิจ (Mission) แต่ยุทธศาสตร์คือ แผน (Plan) ที่จะนำองค์การให้บรรลุพันธกิจที่กำหนด หากองค์การต้องการชัยชนะองค์การต้องเตรียมพร้อมสำหรับอนาคต และกำหนดยุทธศาสตร์ที่จะนำองค์การไปสู่อนาคตที่เตรียมพร้อมไว้

Hinde (n.d.) ยุทธศาสตร์ (Strategy) คือ กระบวนการซึ่งบุคคลลงองค์การตัดสินใจเลือกเกี่ยวกับทรัพยากรซึ่งมีอยู่อย่างจำกัดเพื่อสนองความต้องการบนห่วงเวลาเฉพาะภายใต้สภาวะแวดล้อมที่ไม่มีความแน่นอน

สรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์ หมายถึง เครื่องมือที่ช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามกระบวนการมีส่วนร่วมของทุก ๆ ฝ่าย โดยยึดหลักการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมและกลวิธีในการปฏิบัติให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมนั้น ๆ

1. ยุทธศาสตร์ คือ แผน (Strategy is a Plan = P1) กิจการทั้งหลายกำหนดยุทธศาสตร์ขึ้นเพื่อใช้เป็นสิ่งกำหนดทิศทาง (Direction) หรือเป็นแนวทางการดำเนินงานในอนาคต (A Quid or of Action Into the Future) หรือวิถีทางในการที่จะก้าวเดินจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง

2. ยุทธศาสตร์ คือ แบบแผนหรือรูปแบบ (Strategy is Pattern = P2) คือ แบบแผนพฤติกรรมในการปฏิบัติงานที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องในแต่ละช่วงเวลา (Consistency in Behavior Overtime)

3. ยุทธศาสตร์ คือ การกำหนดฐานะหรือตำแหน่ง (Strategy is Position = P3) ยุทธศาสตร์ในความหมายที่ 3 หรือ P3 เน้นไปที่ความสำคัญของฐานะหรือตำแหน่งของกิจการในสนามแข่งขัน ดังนั้น สินค้า หรือบริการที่เสนอออกไปจำเป็นต้องเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าหรือตลาด (The Determination of Particular Products in Particular Markets)

4. ยุทธศาสตร์ คือ ทัศนภาพ (Strategy is Preparative) ในความหมายที่ 4 หรือ P4 เน้นความสำคัญของการพิจารณาสภาพที่แท้จริงภายในองค์กร หรือคุณลักษณะ (Character) ที่น่าจะเป็นขององค์กรหรือ หมายถึง วิธีการดำเนินงานที่ต้องการให้คนในองค์กรยึดถือร่วมกัน (Organization's Way of Deign Things)

5. ยุทธศาสตร์ คือ กลวิธีในการเดินหมาก (Strategy is a Ploy) ในความหมายที่ 5 หรือ P5 เป็นความหมายที่เฉพาะเจาะจง กล่าวคือ ในสถานการณ์ที่มีการต่อสู้หรือแข่งขัน สิ่งที่ทุกคนต้องการคือ การเอาชนะ เพราะนั่นคือ เดิมพันที่สำคัญดังนั้นในความจำเป็นเช่นนั้น ทุกฝ่ายจึงต้องวางกลยุทธ์โดยคำนึงถึงการใช้อุบายในการดำเนินงาน หรือ เดินเกมเพื่อเอาชนะฝ่ายตรงข้ามให้ได้ (A Specific Maneuver Intended to Outwit an or Competitor)

2.1.2 องค์ประกอบหลักของยุทธศาสตร์

อุทิศ ขาวเขียว (2546, น. 18) โดยหลักการแล้วยุทธศาสตร์จะประกอบด้วย 3 กลุ่ม ดังนี้

1. องค์ประกอบหลักด้าน “เป้าประสงค์ร่วม” เป็นส่วนกำหนดจุดมุ่งหมายที่แต่ละองค์กรต้องการไปให้ถึงและต้องชัดเจนเพียงพอที่จะประเมินสัญญาประชาคมที่องค์กรจะต้องดำเนินการให้บรรลุในแต่ละปีจุดมุ่งหมายร่วมกัน ควรเกิดจากการระดมสมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายเพื่อให้ได้เป้าประสงค์ที่เป็นเจตนาาร่วมกัน ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่ม โดยการระดมสมองอย่างเป็นอิสระ ซึ่งประกอบด้วยวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์หลัก นิยามขององค์กรประกอบย่อยทั้ง 3 มีดังนี้

1.1 วิสัยทัศน์ (Vision) ต้องเป็นวิสัยทัศน์ที่สมเหตุสมผลเป็นภาพแผนของความสำเร็จที่องค์กรคาดหวัง และวาดหวังว่าจะได้เห็นในอนาคต เมื่อองค์กรนั้นปฏิบัติตามแผนยุทธศาสตร์นี้ โดยปกติวิสัยทัศน์ควรระบุ ภาพหมายของผลสำเร็จ หรือผลกระทบที่ลูกค้ำ หรือประชาชนกลุ่มเป้าหมายจะได้รับและภาพผลผลิตจากการพัฒนาองค์กรในทิศทางที่จะเกิดสมรรถนะแก่การผลิตลากรบริการแก่กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มประชาชน) นั้น ๆ

1.2 พันธกิจ (Mission) เป็นสิ่งที่ต้องทำให้บรรลุวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้เป็นบทบาทหน้าที่ที่สำคัญที่องค์กรต้องยึดเป็นหลักในการดำรงอยู่ขององค์กร หากองค์กรไม่ทำพันธกิจแล้ววิสัยทัศน์ที่มุ่งหวังก็ไม่เกิด

1.3 วัตถุประสงค์หลัก (Goals) เป็นการแปลงวิสัยทัศน์มาเป็นเกณฑ์ที่จะต้องบรรลุวัตถุประสงค์หลักของการพัฒนาเป็นผลกระทบที่มุ่งหวังจะได้ (Outcomes) จากการพัฒนายุทธศาสตร์ ยุทธวิธีต่าง ๆ ของแผน โดยสามารถตรวจสอบได้จากการประเมินผลและหากประเมินได้ว่าการพัฒนาบรรลุเกณฑ์ที่กำหนดตามวัตถุประสงค์หลัก ก็อาจสรุปได้ว่า การพัฒนาเป็นไปในทิศทางที่วิสัยทัศน์ได้กำหนดไว้

2. องค์ประกอบหลักด้าน “ทางเลือกการดำเนินงาน” (ยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ที่เหมาะสม) เป็นกรอบความคิดที่ชี้แนวทางแก่การปฏิบัติการหลักของแผนยุทธศาสตร์ กรอบความคิดดังกล่าวนี้กำหนดตามการผนวกประเด็นสภาวะแวดล้อม (ที่มีลำดับความสำคัญ) ทั้งด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม จึงกล่าวได้ว่ายุทธศาสตร์เป็นทางเลือกที่เกิดจากการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมขององค์กร และการปฏิบัติพันธกิจขององค์กร จึงที่การชี้แนะเป็นยุทธศาสตร์หรือยุทธวิธีที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของสภาวะแวดล้อมที่มีอยู่จริงและจะลดความเสี่ยงและเพิ่มประสิทธิภาพตลอดจนความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ของการดำเนินการให้บรรลุเป้าประสงค์

3. องค์ประกอบหลักด้าน “เครื่องมือกลไกเร่งรัดการพัฒนา” เป็นการชี้แนะแนวทางการปรับโครงสร้างองค์กร ระเบียบ กฎการปฏิบัติงาน และวัฒนธรรมขององค์กร เพื่อการเพิ่มประสิทธิผลของกลยุทธ์ที่ได้กำหนด

สรุปได้ว่า องค์ประกอบหลักของยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย การกำหนดเป้าประสงค์ร่วมกัน เพื่อกำหนดจุดมุ่งหมายขององค์กร ผ่านการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร รวมถึงต้องมีกลยุทธ์ ยุทธวิธีในการกำหนดแผนงานสู่การปฏิบัติที่บรรลุตามวัตถุประสงค์หลักที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ต้องมีการปรับปรุง พัฒนา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรอยู่เสมอ

2.1.3 การสร้างยุทธศาสตร์

อุทิศ ขาวเขียว (2546, น. 23-26) กล่าวว่า การสร้างยุทธศาสตร์ของภาครัฐสามารถแบ่งตามบทบาทของแผนที่มีต่อการพัฒนาประเทศที่สำคัญได้ 4 ประเภทด้วยกัน โดยแต่ละประเภทมีจุดเน้นขององค์ประกอบทั้งด้านเป้าประสงค์นโยบายแนวทางยุทธศาสตร์การดำเนินงานและแนวทางการปรับกลไก เพื่อขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาในสัดส่วนที่ต่างกัน ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ระดับชาติ เป็นยุทธศาสตร์ชี้แนะทิศทางเพื่อการประสานการพัฒนาให้เป็นไปตามทิศทางที่กำหนดยุทธศาสตร์ในระดับนี้ อาทิ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งมีสาระเชิงนโยบาย โดยมุ่งเน้นองค์ประกอบในส่วน “เป้าประสงค์” (ที่ประกอบด้วยวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์หลัก) และ “แนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาลึก” แผนฯ ระดับนโยบายนี้จะเน้นประโยชน์การส่งเสริมการประสานงานและการขึ้นำทิศทางการพัฒนาประเทศ จึงจำเป็นต้องมีความชัดเจนของเป้าประสงค์ลำดับความสำคัญของยุทธศาสตร์หลักและแนวทางการพัฒนาระดับชาติ ตลอดจนการกำหนดบทบาทและการรับรองระดับชาติยุทธศาสตร์ระดับชาตินี้ ควรมีการชี้แนะให้เห็นถึงดัชนีที่จะระบุผลลัพธ์หรือผลกระทบการพัฒนาที่ต้องการ (Outcome Indicators) ที่การพัฒนาควรบรรลุด้วย

2. ยุทธศาสตร์ระดับประสานการปฏิบัติการปฏิบัติงานเป็นเครื่องมือของการบริหารของหน่วยงานระดับกระทรวง ทบวง กรม และรัฐวิสาหกิจ เพื่อแปลงเป้าประสงค์และยุทธศาสตร์หลักของชาติ เป็นเป้าประสงค์และยุทธศาสตร์เฉพาะสาขาการพัฒนา และ/หรือพื้นที่ระดับภาค อนุภาค และจังหวัด ยุทธศาสตร์ระดับนี้จะเน้นสาระในองค์ประกอบหลักทั้ง 3 ส่วน (เป้าประสงค์สาขายุทธศาสตร์สาขาและแนวทางการปรับปรุงกลไกบริหาร) นับได้ว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่มีคุณสมบัติด้านองค์ประกอบหลักของยุทธศาสตร์อย่างครบถ้วนทุกองค์ประกอบอย่างมีสัดส่วนทัดเทียมกันเป็นยุทธศาสตร์ที่แปลงแผนชาติเป็นแผนขึ้นำแนวทางดำเนินการที่ชัดเจน เหมาะสมกับสาขาและภูมิศาสตร์ของภาค โดยรายละเอียดของยุทธศาสตร์สาขาของแผนระดับนี้ จะกำหนดวิธีที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติที่ผู้เชี่ยวชาญการพัฒนาสาขานั้น ๆ ได้พิจารณาแล้ว

3. ยุทธศาสตร์ระดับปฏิบัติการภาคสนาม เป็นเครื่องมือการพัฒนาในระดับปฏิบัติและพื้นที่ หรือระดับท้องถิ่น ซึ่งหมายถึง กลยุทธ์ของการบริหารระดับท้องถิ่นต่าง ๆ ด้วยยุทธศาสตร์ระดับนี้เน้นความเป็นยุทธศาสตร์ที่เลือกสรรกลวิธีปฏิบัติที่ชัดเจนที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม และความต้องการของท้องถิ่น มีการกำหนดเครื่องมือในการเร่งรัดดำเนินการและขึ้นำแนวทางแผนยุทธศาสตร์ในระดับเหนือไปสู่การปฏิบัติ (เวลา ขอบเขต ขั้นตอนการดำเนินโครงการ แบบอาคาร เทคนิควิธีการที่เหมาะสม ตลอดจนประมาณการงบประมาณ การคัดเลือกกว่าจ้าง ฯลฯ) ตลอดจนทั้งการปรับปรุงและกำหนดอำนาจหน้าที่ขององค์กร กลไก และระเบียบของหน่วยปฏิบัติให้สามารถรับภาระได้อย่างเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้หน่วยงานที่มีแผนประสานงานที่ชัดเจนสามารถกำหนดรายละเอียดของแผนงานและโครงการเพื่อแนะแนวทางปฏิบัติ โดยอาจไม่ต้องเสียเวลาทำการวางแผนระดับท้องถิ่น แต่แผนงานและโครงการดังกล่าวจะต้องคำนึงถึงความต้องการและเงื่อนไขระดับท้องถิ่นอื่น ๆ เป็นข้อคำนึงหลักในการกำหนดแผนงานและโครงการของแผนประสานงานด้วย

4. ยุทธศาสตร์เฉพาะกิจ หน่วยงานอิสระภาครัฐจะอาศัยยุทธศาสตร์เฉพาะกิจที่เป็นยุทธศาสตร์ที่เกิดจากความต้องการ การประสานงานของภารกิจเฉพาะที่จะสำเร็จได้ต้องอาศัยการดำเนินงานของหน่วยงานอย่างมีเอกภาพและความคล่องตัว ยุทธศาสตร์ดังกล่าวมุ่งเน้นองค์ประกอบทั้งในส่วนการขึ้นำ

การประสานงานระดับนโยบายควบคู่กับยุทธศาสตร์ระดับปฏิบัติการและยังอาจต้องการเสนอแนะเครื่องมือในการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์หรือแผนงาน/โครงการ เพื่อการปฏิบัติระดับพื้นที่อีกด้วย อาจกล่าวได้ว่า ยุทธศาสตร์เฉพาะกิจมีองค์ประกอบและสัดส่วนขององค์ประกอบเช่นเดียวกับแผนประสานงาน ตัวอย่างของแผนยุทธศาสตร์เฉพาะกิจ อาทิ แผนการปราบปรามยาเสพติด แผนการป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบในวงราชการ

สรุปได้ว่า การสร้างยุทธศาสตร์ หมายถึง การกำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์กร มีตั้งแต่ระดับยุทธศาสตร์ชาติลงมาจนถึงยุทธศาสตร์หน่วยงาน ซึ่งแต่ละระดับจะมีความสอดคล้องกันเพื่อเป็นแนวทางการประสานการพัฒนาในด้านต่าง ๆ มีเป้าประสงค์หลัก มีแผนการปฏิบัติงาน มีโครงการ เพื่อรองรับการพัฒนาองค์กรตั้งแต่ระดับชาติจนถึงระดับหน่วยงาน มีขอบเขต เวลา ขั้นตอนที่ชัดเจน ทั้งนี้หมายรวมถึงยุทธศาสตร์เฉพาะกิจอีกด้วย

2.1.4 กระบวนการสร้างยุทธศาสตร์

นักวิชาการหลายท่าน ที่ได้นำเสนอเรื่องเกี่ยวกับการสร้างยุทธศาสตร์ ซึ่งจากการศึกษาพอสรุปได้ว่าในการสร้างยุทธศาสตร์มีขั้นตอนต่าง ๆ คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร การกำหนดทิศทางขององค์กร การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ รายละเอียด มีดังนี้

2.1.4.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร

การวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้จะเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีและสำคัญยิ่งต่อการเจริญเติบโตภายนอกองค์กร และสภาวะแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) ภาวะคุกคาม (Threats) ที่องค์กรต้องเผชิญ รวมทั้งช่วยในการค้นหาจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ขององค์กรเพื่อนำมาปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรจะประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อเป็นการประเมินโอกาส (Opportunities) ภาวะคุกคาม (Threats) หลักนิยมทั่วไปคือ ใช้หลักที่เรียกกันย่อ ๆ ว่า PEST Analysis มีดังต่อไปนี้ (ปกรณีย์ ปริยาภรณ์, 2547, น. 100)

1.1) การเมืองหรือนโยบาย (Political Component = P) เป็นการวิเคราะห์นโยบายและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของภาครัฐบาลทั้งระดับประเทศ กระทรวง จังหวัด และระดับหน่วยงานที่น่าจะมีผลทั้งเชิงบวกและลบต่อการดำเนินงาน

1.2) เศรษฐกิจ (Economic Component = E) เป็นการวิเคราะห์เศรษฐกิจระดับมหภาค เช่น ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ อัตราการว่างงาน ต้นทุนด้านที่ดินสิ่งก่อสร้าง ค่าวัสดุอุปกรณ์ เป็นต้น

1.3) สังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Component = S) เป็นการวิเคราะห์สภาวะทางสังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งโครงสร้างทางสังคมต่าง ๆ

1.4) เทคโนโลยี (Technological Component = T) เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่จะมีผลต่อการผลิตหรือบริการ

นอกจากนี้ ยังควรที่จะวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของงานเพื่อเป็นการทำความเข้าใจกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) เช่น กลุ่มผู้รับบริการ หรือลูกค้า และหน่วยงานควบคุมมาตรฐานต่าง ๆ

2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อประเมินจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weakness) ขององค์กร โดยใช้หลักการวิเคราะห์ทรัพยากรทางการบริหาร (4M) ได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และการบริหารจัดการ (Management)

3) การสรุปจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด

หลังจากดำเนินการวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอกและสถานการณ์ภายในจนทราบโอกาสและข้อจำกัดกับจุดแข็งและจุดอ่อนแล้ว ทำการประมวลข้อมูลทั้งสองเข้าด้วยกัน ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ตารางความสัมพันธ์แบบแมทริกซ์ของปัจจัยเชิงกลยุทธ์ทั้งสองด้าน

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strengths = S) ระบุนายการจุดแข็งภายใน จำนวน 5-10 ประเด็นในช่องนี้	จุดอ่อน (Weakness = W) ระบุนายการจุดอ่อนภายใน จำนวน 5-10 ประเด็นในช่องนี้
โอกาส (Opportunities = O) ระบุนายการโอกาสภายนอก จำนวน 5-10 ประเด็นในช่องนี้	SO Strategies กำหนดกลยุทธ์ในช่องนี้ โดยใช้จุดแข็งประสานกับ ความได้เปรียบในโอกาส	WO Strategies กำหนดกลยุทธ์ในช่องนี้ โดยใช้ความได้เปรียบในโอกาส มาปิดจุดอ่อน
ภาวะคุกคาม (Threats = T) ระบุนายการข้อจำกัดจากภายนอก จำนวน 5-10 ประเด็นในช่องนี้	ST Strategies กำหนดกลยุทธ์ในช่องนี้ โดยใช้ จุดแข็งหลบหลีกข้อจำกัด	WT Strategies กำหนดกลยุทธ์ในช่องนี้ โดยระมัดระวังจุดอ่อน และหลบหลีกข้อจำกัด

จากตารางที่ 2.1 จะได้ข้อสรุปที่ชัดเจนว่า การประมวล SWOT Matrix นำไปสู่การสร้างยุทธศาสตร์ 4 แนวทาง คือ

1. SO Strategies ถือเป็นความได้เปรียบอย่างยิ่ง ที่อาจเรียกว่า ยุทธศาสตร์เชิงรุก
2. WT Strategies ถือเป็นความเสียเปรียบอันสำคัญ ที่ถือเป็นยุทธศาสตร์เชิงถอย
3. WO Strategies ถือเป็นการเดินทางมากที่จะใช้ยุทธศาสตร์เชิงรุกมาปิดจุดอ่อน เรียกว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนา
4. ST Strategies ถือเป็นการเดินทางมากที่จะทำให้ ยุทธศาสตร์เชิงรุกมีความแข็งแกร่งมากขึ้น เรียกว่า ยุทธศาสตร์เชิงรับ

2.1.4.2 การกำหนดเป้าประสงค์การพัฒนา

การกำหนดเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ เป็นการตัดสินใจที่มีค่าต่อการกำหนดจุดหมายปลายทางในอนาคต เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์หลัก โดยทั่วไปแล้วการกำหนดเป้าประสงค์จะต้องอาศัยการระดมสมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างมีส่วนร่วม

รายละเอียดของการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) วิสัยทัศน์ คือ ภาพแผนของความสำเร็จที่องค์กรคาดหวังความปรารถนาที่สมเหตุสมผลที่อยากให้เกิดในอนาคตเมื่อมององค์กรดำเนินการตามแผนวิสัยทัศน์เป็นความสำคัญที่ยั่งยืนที่คาดจากการขยายจุดแข็งและโอกาสและเป็นความคาดหวังที่เกิดจากการกำจัดจุดอ่อนและข้อจำกัดได้แล้ว วิสัยทัศน์จะเป็นสัญญาประชาคม (Public Services Agreement) และจัดอ้างอิงของแผนยุทธศาสตร์ที่ช่วยจูงนำทิศทางประสานการพัฒนา

2) การกำหนดพันธกิจ (Mission) เป็นการกำหนดบทบาทและเงื่อนไขภารกิจที่สำคัญที่สุดที่องค์กรต้องทำเพื่อให้เกิดการพัฒนา การกำหนดพันธกิจจะพิจารณาจากภารกิจตามกฎหมายและสาระสำคัญจากการสรุป SWOT ที่ได้จินนาการไว้ในขั้นการยกร่างวิสัยทัศน์

3) การกำหนดวัตถุประสงค์หลัก เป็นการกำหนดเป้าหมายในอนาคตที่ตรวจวัดได้ ทั้งนี้ร่างวัตถุประสงค์หลักที่กำหนดในช่วงแรก ๆ ของการวางแผนยังไม่ชัดเจนและยังจะต้องได้รับการขัดเกลา โดยนำวัตถุประสงค์/เป้าประสงค์/เป้าหมายของยุทธศาสตร์และ/หรือผลผลิตของแผนงานและโครงการที่เกี่ยวข้องมาผนวกกันเป็นวัตถุประสงค์ของแผนได้

2.1.4.3 การกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategy Formation) เป็นขั้นตอนเกี่ยวกับการตัดสินใจที่มีค่ามากที่สุดต่อการเลือกเส้นทางหรือวิธีการ (Means) ที่เป็นไปได้มากที่สุด โดยพิจารณาจากการประเมินสถานะแวดล้อม SWOT และก่อนที่จะกำหนดยุทธศาสตร์ควรตอบคำถามเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Question) ต่อไปนี้ให้ชัดเจน ถ้าไม่ชัดเจนต้องกลับไปวิเคราะห์ใหม่

- 1) เราเป็นใคร (Who are You?)
- 2) ใครคือลูกค้าของเรา (Who Are Our Customers and Suppliers?)
- 3) ใครคือคู่แข่ง (Who are Our Competitors?)
- 4) เราจะไปไหน (Where are You Going?)
- 5) เรากำลังอยู่ที่ไหน (Where are You Standing?)
- 6) เราจะไปที่นั่นได้อย่างไร (How do We Get There?)
- 7) เราจะต้องใช้จ่ายเท่าไร (How Much do We Have to Pay?)
- 8) เราารู้ได้อย่างไรว่าเราอยู่บนลู่วางนั้น (How do You Know If We are on

Track?)

- 9) แบบแผนที่จะปฏิบัติของพวกเราคืออะไร (What is Blueprint for Action?)

ข้อคำนึงที่สำคัญมากในการกำหนดยุทธศาสตร์จะต้องแน่ใจว่า ได้ทุ่มเทความนึกคิดที่จะกำหนดแนวทางการดำเนินการที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีกว่าต่อการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงขององค์กรได้อย่างแท้จริง โดยจะต้องพยายามดึงประเด็นการชี้แนวทางการพัฒนาจากสถานะใหม่ ๆ และแนวคิดใหม่ ๆ ให้ได้โดยทั้งไปองค์กรสามารถยกร่างยุทธศาสตร์จากความสัมพันธ์ของสถานะแวดล้อม 4 รูปแบบด้วยกัน (อุทิศ ชาวเชียร, 2546, น. 89) ได้แก่ สถานะที่องค์กรมีจุดแข็งและโอกาส ยุทธศาสตร์ภายใต้สถานะนี้เป็น “เชิงรุก” (SO Strategies) สถานะที่องค์กรอยู่ภายใต้จุดอ่อน และภาวะคุกคาม เป็นภาวะไม่พร้อมแข่งขันต้องรับและหลบเลี่ยงยุทธศาสตร์ภายใต้สถานะนี้เป็น “เชิงถอย” (WT Strategies) สถานะที่องค์กรมีจุดอ่อนแต่ภาวะภายนอกยังมีโอกาสเป็นภาวะที่ “ควรปรับ-ควรเสี่ยง” ยุทธศาสตร์ภายใต้สถานะนี้เป็น “เชิงพัฒนา” (WO Strategies)

และสภาวะที่องค์กรมีจุดแข็งต้องเผชิญภาวะการแข่งขันที่รุนแรงที่มีภาวะคุกคาม ยุทธศาสตร์ภายใต้ ภาวณี้เป็น “เชิงรับ” (ST Strategies)

สรุปได้ว่า กระบวนการสร้างยุทธศาสตร์ มีขั้นตอน ดังนี้ 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร ตั้งแต่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอก แล้วนำมาสรุปจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด เพื่อนำไปพัฒนาองค์กร ต่อไป 2) การกำหนดเป้าประสงค์การพัฒนา ที่ประกอบด้วย การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์หลัก 3) การกำหนดยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร ทั้งนี้ทุกอย่างที่กล่าวมาต้องมีการประเมินผลอยู่เสมอเพื่อการพัฒนาองค์กรที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ประสิทธิภาพที่คุ้มค่างาน

2.1.5 ตัวแบบพื้นฐานของการวางแผนยุทธศาสตร์

ในการวิเคราะห์ตัวแบบพื้นฐานของการวางแผนยุทธศาสตร์ การประเมินสภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกเป็นอีกเทคนิคการดำเนินงาน โดยการใช้เทคนิค SWOT model (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats)

2.1.5.1 SWOT Model ซึ่งเป็นแนวคิดของนักวิชาการในสังกัด ฮาเวด บิวซิเนส

Harvard Business School หัวใจสำคัญของตัวแบบนี้ คือ กลยุทธ์กำหนดชั้นจากการพิจารณาโอกาส และข้อจำกัดของสภาพแวดล้อมภายนอกที่น่าจะมีผลต่อองค์กร โดยถือเป็นหลักแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors: KSF) และการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนภายในเพื่อถ่วงดุลสมรรถนะที่โดดเด่นขององค์กร โอกาสภายนอกจะเก็บมาเป็นความได้เปรียบ โดยอาศัยจุดแข็งภายใน และข้อจำกัดที่ถือเป็นภาวะคุกคามจะถือเป็นสิ่งที่ต้องหลบหนี หลีกเลียง ขณะเดียวกันจุดอ่อนต่าง ๆ ก็จะไปปิดหรือแก้ไขให้ได้ ขั้นตอนของตัวแบบการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ของ Harvard Business School หรือ SWOT Model เป็นดังนี้ (Mintzberg, 1994) (ปกรณั ปรียาภรณ์, 2547, น. 83-86)

- 1) กำหนดจุดมุ่งหมาย/วัตถุประสงค์
- 2) วิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก
- 3) วิเคราะห์สถานการณ์ภายใน
- 4) กำหนดยุทธศาสตร์
- 5) ประเมินความเป็นไปได้และเลือกยุทธศาสตร์
- 6) นำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

2.1.5.2 Sun Tzu เป็นนักปราชญ์ชาวจีน ที่เสนอตำราพิชัยสงครามไว้เมื่อ

ประมาณ 2,400 ปีมาแล้ว ซุนวู พิจารณาว่าในการต่อสู้หรือการทำสงคราม “การวางแผน คือ การสร้างชัยชนะ ยิ่งวางแผนมาก ก็ยิ่งมีโอกาสที่จะชนะมาก ถ้าวางน้อยก็ย่อมมีโอกาสน้อย การต่อสู้ที่ปราศจากการวางแผน คือ ความหายนะ” ซุนวูเห็นว่า ผู้บริหาร คือ ผู้นำเชิงกลยุทธ์ เขากล่าวว่า “ผู้นำที่ชาญฉลาดจะวางแผนอย่างแยบยล และขุนพลที่มีความสามารถจะนำแผนไปปฏิบัติอย่างสุดฝีมือ” และปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญของการต่อสู้ ได้แก่ ผู้เพื่อคุณธรรม ทรัพยากรแวดล้อม ทรัพยากรกำลัง รู้จักการนำ และสร้างระบบการจัดการ หลักการสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์สถานการณ์ “รู้เขารู้เรา” ซึ่งประเด็นนี้ ถือเป็นแนวคิดที่มีการกล่าวขานกันมากที่สุดในหมู่นักโดยทั่วไป ได้แก่ “ในการต่อสู้ นั้นบ่อยครั้ง หากเรารู้จักตนเองและรู้จักศัตรูของเรา เราจะไม่มีความพ่ายแพ้ หากรู้แต่เพียงเราโดยไม่รู้จักศัตรูของเรา โอกาสที่จะชนะหรือแพ้มีเท่ากันและถ้าไม่รู้จักตนเองและไม่รู้จักศัตรูย่อมตกอยู่ในกับดัก

ของภยันตราย” ซึ่งถ้อยคำสำนวนดังกล่าวนี้ มาเรียกขานกันอย่างง่าย ๆ ว่า “รู้เขา รู้เรา รบร้อยครั้ง ชนะร้อยครั้ง” (Sun Tzu) (ปกรณ์ ปริยาภรณ์, 2547, น. 86-89)

สรุปขั้นตอนของตัวแบบการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ของ ชุนวู เป็นดังนี้

- 1) กำหนดจุดมุ่งหมายและภารกิจของการรบ
- 2) ประเมินความเข้มแข็งและความพร้อมของสรรพกำลัง
- 3) ประเมินสถานการณ์ของคู่ต่อสู้
- 4) กำหนดวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ต่าง ๆ
- 5) ตัดสินใจเลือกกลยุทธ์และนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ

จากการเปรียบเทียบขั้นตอนของตัวแบบการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ของสวอทโมเดล (SWOT Model) และขั้นตอนของตัวแบบการวิเคราะห์ของชุนวู จะเห็นได้ว่า ตัวแบบทั้งสองมีความคล้ายคลึงกันเป็นอย่างมาก

2.1.6 ยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ มีพันธกิจหลักในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน ประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศและสะท้อนความคิดเห็นจากประชาชนสู่รัฐ อีกทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ประเด็นความคิดสำคัญอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริหารจัดการสื่อ เครือข่าย และอุปกรณ์ ทั้งปวงที่จำเป็นในการปฏิบัติภารกิจ เป็นองค์การหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารทั้งปวง ในงานสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชาติ และพัฒนาสังคมได้และเป็นที่ยอมรับหลักด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน โดยกรมประชาสัมพันธ์ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อการดำเนินงาน ไว้ดังนี้ (แผนปฏิบัติราชการ กปส., 2563-2565, น. 60)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้แนะประเด็นสำคัญเพื่อนำมาประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ชาติมุ่งการพัฒนาให้ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” มุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนา ความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทหลักในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ กรมฯ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนได้ด้วยการรับฟังเสียงสะท้อน เหตุผลความจำเป็น ความคิดเห็น ความรู้สึก และข้อเสนอแนะของประชาชนและกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะรับบทบาทการเป็นสื่อกลางระหว่างภาครัฐและประชาชน โดยจัดให้มีกระบวนการรับฟังเสียงประชาชนอย่างสม่ำเสมอด้วยวิธีการอันเรียบง่าย เช่น โดยการสำรวจ การสัมภาษณ์ เวทีสัมมนาผ่านสื่อของกรมฯ การสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ฯลฯ เพื่อ “ตรวจสอบอุณหภูมิสังคม” อย่างครอบคลุมและสม่ำเสมอ ในภาพรวมและรับข้อมูลรายละเอียดในประเด็นสำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนกำหนดนโยบายต่าง ๆ การรับฟังเสียงประชาชนด้วยวิธีการที่หลากหลายและสม่ำเสมอไม่เพียงทำให้กรมฯ สามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงจุดตรงประเด็นและสร้างความไว้วางใจ แต่ยังคงทำให้กรมฯ มีข้อมูลที่จำเป็นเพื่อประกอบการกำหนดนโยบายและชี้แนะประเด็นสำคัญ (Agenda Setting) ต่อไป

ด้วยการชั้นนำประเด็นอย่างมีคุณภาพนี้จะทำให้ภารกิจการประชาสัมพันธ์ในภาครัฐและเครือข่าย เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ

อนึ่ง ความเข้าใจอย่างแท้จริงถึงความคิด ความต้องการ และพฤติกรรมการบริโภคข้อมูล ข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายนี้ ยังเป็นพื้นฐานหนึ่งที่จะสร้างความมั่นใจและความไว้วางใจผู้รับข่าวสาร ตลอดจนส่วนราชการทั้งหลายที่เป็นลูกค้าของกรมฯ อย่างไรก็ตามการสร้าง ความมั่นใจและความไว้วางใจ ยังรวมถึงความสามารถทางวิชาชีพ ความรู้เชิงวิชาการ การติดตามทิศทางข่าวสารในสถานการณ์ปัจจุบัน และเข้าใจถึงผลกระทบ ซึ่งกรมฯ ควรต้องเสริมสร้างขีดความสามารถไปพร้อมกัน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

เป้าหมายประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เชิงยุทธศาสตร์ภาครัฐ ควรเป็นไปเพื่อส่งเสริม ภูมิรู้ของประชาชนให้มีความรู้ในสิ่งที่ถูกต้อง เป็นจริง ปลอดภัยจากข่าวลวงและข้อมูลที่เป็นภัย และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสาระบันเทิงที่เป็นประโยชน์ เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตการต่อยอด ทางปัญญาและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

กรมประชาสัมพันธ์ควรมีบทบาทเป็นผู้ดูแลให้มีการประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลาย และทั่วถึง โดยคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาสหรือผู้ที่มีข้อจำกัด ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสาระบันเทิง รวมทั้งให้ความสำคัญกับการนำเสนอความบันเทิง อย่างสร้างสรรค์ไปยังกลุ่มเป้าหมายด้วย

เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและสาระบันเทิงในปัจจุบัน มีความหลากหลาย โดยผู้นำเสนอประเภทต่าง ๆ กรมฯ อยู่ในฐานะที่จะให้ความร่วมมือ ส่งเสริม และเป็นผู้นำประเด็น การประชาสัมพันธ์ตามเป้าหมาย รวมทั้งเป็นผู้ดำเนินการเสนอข่าวสารเพื่อเป็นมาตรฐานที่ถูกต้อง และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสาระบันเทิงสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

ฐานของยุทธศาสตร์ชาติ ทั้ง 6 ด้าน คือ ระบบข้อมูล ดังคำพูดว่า “Data is the New Oil” ทรัพยากรที่มีค่าที่สุดในปัจจุบัน คือ ข้อมูล ไม่ใช่ น้ำมัน ข้อมูล คือ วัตถุดิบเพื่อไปขับเคลื่อนการออกแบบ การวางแผนและกิจกรรมสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมเกือบทั้งหมด รวมทั้งจะนำไปใช้รองรับ Internet of Things ในการสื่อสารยุค 5G ด้วย

กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ผลิตข้อมูลอันทรงคุณค่าที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย แต่การสร้างคุณค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการออกแบบระบบ วางระบบฐานข้อมูล และมีการสร้างช่องทางการแบ่งปันข้อมูลที่มีความปลอดภัยและอยู่ในรูปแบบที่นำไปใช้ ประมวลผล ได้อย่างกว้างขวาง

บุคลากรของกรมฯ อยู่ในฐานะผู้ผลิตเชิงข่าวและข้อเท็จจริงได้อย่างครอบคลุมทั้งประเทศอยู่แล้ว อันเป็นผลจากการปฏิบัติภารกิจประจำของกรมฯ จึงเหมาะสมที่จะเป็นหน่วยงานภาครัฐผู้นำด้านข้อมูล ดิจิทัล และเครือข่ายข้อมูล เนื่องจากเป็นยุทธศาสตร์ที่นำจุดแข็งที่กรมฯ มีอยู่แล้วมาใช้ในการเติมเต็ม ความต้องการทรัพยากรข้อมูลเพื่อพัฒนาสังคมไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

ความสำเร็จในการดำเนินยุทธศาสตร์ชาติขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริหารและประสิทธิภาพ การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ อีกทั้งในยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบ การบริหารจัดการภาครัฐยังให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพ โครงสร้างและวิธีบริหาร การขจัดคอร์ปชั่น และระบบอุปถัมภ์ในหน่วยงานภาครัฐ จึงกำหนดให้มีการปรับสมดุลและพัฒนาระบบบริหารเพื่อให้บริการ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว

หน่วยงานภาครัฐทุกแห่ง จึงต้องปรับเปลี่ยนเพื่อให้มีขนาดที่เหมาะสม แยกแยะบทบาท หน้าที่ มีธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และประโยชน์ต่อส่วนรวม มีความคล่องตัว ทันสมัยและพร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยเปิดกว้างให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม

ดังนั้น กรมฯ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างภายในองค์กรการปรับวิธี ทำงานและเสริมทักษะใหม่ให้คนในองค์กร เพื่อให้ร่วมกันปฏิบัติการกิจได้อย่างไร้รอยต่อและอย่างมี ประสิทธิภาพ อีกทั้งนำศักยภาพของกรมฯ มาใช้ให้เป็นประโยชน์สูงสุดต่อส่วนราชการประชาชนผู้รับบริการ และประเทศชาติโดยรวม

2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะหน่วยงานหลักด้านการประชาสัมพันธ์ภาครัฐเป็นองค์กรที่ได้รับ ความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ มีบทบาทนำในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ และประชาชน ประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศและสะท้อน ความคิดเห็นจากประชาชนสู่รัฐ อีกทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ประเด็น ความคิดสำคัญอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริหารจัดการสื่อ เครือข่าย และอุปกรณ์ทั้งปวงที่จำเป็นในการ ปฏิบัติภารกิจนี้เป็นองค์การหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารทั้งปวงในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชาติและพัฒนาสังคมได้และเป็นที่ปรึกษา หลักด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน

จากบทบาทภารกิจกรมประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องมีการกำหนดยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการ และกิจกรรมต่างๆ ซึ่งการดำเนินงานให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์นั้น อาจมีปัจจัยบางประการที่ส่งผล ให้การดำเนินงานบรรลุเป้าประสงค์หลักที่กำหนดไว้ หรือเกิดปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานทั้งภายใน และภายนอกองค์กร อาทิ ผู้นำ/ผู้บริหาร บุคลากร ผู้รับบริการ หรืออื่น ๆ อีกมากมาย

2.2.1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร

2.2.1.1 ความหมายของภาวะผู้นำ

หน่วยงานหรือองค์กรใดจะดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับ ภาวะผู้นำของผู้บริหารเป็นสำคัญ ซึ่งได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่าภาวะผู้นำ ไว้ดังนี้

พรนพ พุกกะพันธ์ (2547, น. 17) ให้ความหมายไว้ว่า “ภาวะผู้นำ” คือ ผู้ที่สามารถ ดำเนินงานให้สำเร็จด้วยความร่วมมือจากผู้อื่น นับว่าเป็นหัวใจของการบริหาร โดยเฉพาะเรื่องจัดการ

เพราะฝ่ายจัดการมีหน้าที่ที่จะเข้าไปใกล้ชิดกับลูกน้องและดูแลคนงานให้อยู่ในสภาพที่ปฏิบัติงานให้ได้ผลผลิตอย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ

ทองใบ สุคนธา (2549, น. 2) กล่าวว่า ภาวะผู้นำมีจัดรวมที่สำคัญ คือ ภาวะผู้นำเป็นเรื่องของกระบวนการมากกว่าความเป็นตัวของผู้นำ ภาวะผู้นำ จึงหมายถึง กระบวนการที่บุคคลใช้อำนาจหรืออิทธิพลต่อผู้อื่นเพื่อให้บุคคลหรือกลุ่มยอมปฏิบัติตามความต้องการของตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ปรีชา ทศน์ละไม (2549, น. 21) กล่าวว่า ภาวะผู้นำ คือ การสร้างสรรค์หรือปลูกฝัง ศรัทธา ความกลมเกลียว ความร่วมมือร่วมใจให้เกิดขึ้นในระหว่างผู้ร่วมงาน ผู้ตาม ทั้งนี้เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางที่ผู้นำหรือผู้บริหารต้องการอันเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร

สรุปได้ว่า ภาวะผู้นำ คือ ความสามารถในการใช้กระบวนการในการบริหารงานใช้อำนาจที่มีอยู่ในตนเอง เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รับผิดชอบในหน้าที่ช่วยเหลือส่งเสริมผู้ร่วมงาน มีความอดทน กล้าตัดสินใจ ภาวะผู้นำเป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้และสามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายตามที่วางไว้

2.2.1.2 ความหมายของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

กระทรวงศึกษาธิการ (2550, น. 7) ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไว้ว่าเป็นการให้ความสำคัญของผู้ร่วมงานและผู้ตาม ให้มองเห็นงานในแง่มุมใหม่โดยมีการสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา หรือการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล โดยผู้นำจะยกระดับวุฒิภาวะและอุดมการณ์ของผู้ตาม กระตุ้น ชี้นำ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาความสามารถของผู้ตามและผู้ร่วมงานไปสู่ระดับความสามารถที่สูงขึ้นมีศักยภาพมากขึ้นนำไปสู่การบรรลุถึงผลงานที่สูงขึ้น

Bass (1998, p. 11) กล่าวถึง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงว่าสามารถเห็นได้จากผู้นำที่มีลักษณะ ดังนี้ มีการกระตุ้นให้เกิดความสนใจในระหว่างผู้ร่วมงานและผู้ตาม ให้มองเห็นงานของพวกเขาในแง่มุมใหม่ ๆ ทำให้เกิดการตระหนักรู้ในภารกิจ (Mission) และวิสัยทัศน์ (Vision) ของทีมและองค์กร จะมีการพัฒนาความสามารถของผู้ร่วมงานและผู้ตามไปสู่ระดับความสามารถที่สูงขึ้น มีศักยภาพมากขึ้น ชักนำให้ผู้ร่วมงานและผู้ตามมองให้ไกลเกินกว่าความสามารถของพวกเขาเองไปสู่สิ่งที่จะทำ ให้กลุ่มได้ประโยชน์ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะชักนำผู้อื่นให้ทำมากกว่าที่พวกเขาตั้งใจแต่ต้นและบ่อยครั้งมากกว่าที่พวกเขาคิดว่ามันจะเป็นไปได้ ผู้นำจะมีการท้าทายความคาดหวังและมักจะนำไปสู่ถึงผลงานที่สูงขึ้น

สรุปได้ว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริหารแสดงให้เห็นผู้ใต้บังคับบัญชาเห็นในการบริหารหรือการปฏิบัติงานเป็นกระบวนการที่ผู้บริหารกระตุ้นให้ผู้ใต้บังคับบัญชา มีความต้องการและมีความพึงพอใจมากกว่าที่มีอยู่ โดยจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชามองให้ไกลเกินกว่าความสนใจของตนเองไปสู่ประโยชน์ขององค์กรเกิดเป็นความภูมิใจในตนเองทำให้มีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการปฏิบัติงานตามภารกิจ กล้าเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง สร้างเจตคติที่ดีในการปฏิบัติงาน มีการส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาแสดงความคิดเห็นอย่างหลากหลายและสร้างสรรค์ สามารถวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้เหตุผลและข้อมูลหลักฐาน มีความสามารถในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลและมีเทคนิคการมอบหมายที่ดี

2.2.2 สมรรถนะของบุคลากร

2.2.2.1 ความหมายของสมรรถนะ

สมรรถนะ หมายถึง กลุ่มของคุณลักษณะใด ๆ ที่อยู่ภายในบุคคลอันมีผลต่อการแสดงออกในสถานการณ์ต่าง ๆ ส่งผลต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จดีขึ้นได้ตั้งมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สมรรถนะ(Competency) เป็นคำศัพท์ร่วมสมัยเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์ที่ได้รับ ความสนใจนับตั้งแต่ต้นทศวรรษ 1970 โดยเฉพาะจากงานริเริ่มของ McClland (1973) ศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัย Harvard ที่เน้นย้ำให้วงการประเมินบุคคลหันมาให้ความสำคัญกับสมรรถนะมากกว่าสติปัญญา

สมรรถนะ (Competency) ของบุคลากรในองค์กร การบริหารจัดการทรัพยากร มนุษย์เป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากการดำเนินกิจการต่าง ๆ ล้วนต้องอาศัยบุคลากรในองค์กร เป็นหลักแม้จะมีการใช้อุปกรณ์ เครื่องจักร เทคโนโลยีต่าง ๆ มาช่วยในการทำงานแล้วก็ตามการมีบุคลากร ที่มีความรู้ ความสามารถ อุปนิสัยที่ดี

สมรรถนะของบุคลากรในองค์กร การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นเรื่อง ที่ต้องให้ความสำคัญเนื่องจากการดำเนินกิจการต่าง ๆ ล้วนต้องอาศัยบุคลากรในองค์กรเป็นหลัก แม้จะมีการใช้อุปกรณ์ เครื่องจักร เทคโนโลยีต่าง ๆ มาช่วยในการทำงานแล้วก็ตามการมีบุคลากร ที่มีความรู้ ความสามารถ อุปนิสัยที่ดี และนำคุณสมบัติดังกล่าวมาสร้างสรรค์งานให้เกิดความสำเร็จ และผลิตผลที่ดี ตอบสนองเป้าหมายขององค์กร สร้างความสำเร็จโดยรวมให้กับทั้งตัวเองและหน่วยงาน ที่ทำงานอยู่เป็นสิ่งที่ผู้บริหารของทุกองค์กรต่างมุ่งหวัง

2.2.2.2 องค์ประกอบของสมรรถนะ

องค์ประกอบของสมรรถนะ ประกอบด้วย ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และ ความสามารถ (Ability) ซึ่งถือเป็นสมรรถนะที่ “Hard” เป็นส่วนยอดของภูเขาน้ำแข็งที่มีความชัดเจน ใ่อต่อการสังเกต การพัฒนาและการประเมินมีความเกี่ยวข้องกับงานและบุคคล นอกจากนี้คุณลักษณะอื่น ๆ (Others-O) ที่เป็นลักษณะเฉพาะบุคคลส่วนของภูเขาน้ำแข็งที่จมอยู่ใต้น้ำทะเล อาทิ เช่น ลักษณะนิสัย แรงจูงใจ ความสนใจ เจตคติ ความเชื่อ ค่านิยม ภาพพจน์ของตน ซึ่งถือเป็นสมรรถนะที่ “Soft” ที่แปรผัน ยากแก่การวัด การฝึกฝนพัฒนา

2.2.2.3 สมรรถนะของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์

สมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ความสามารถ ทักษะ และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้บุคลากรสร้างผลงานได้โดดเด่นในองค์กร โดยสำนักงาน ก.พ. ได้จัดทำ พจนานุกรม สมรรถนะ ซึ่งบรรยายคุณลักษณะพฤติกรรมในการปฏิบัติงานตามระดับที่คาดหวัง และกำหนดมาตรฐานระดับสมรรถนะในแต่ละระดับตำแหน่ง

1) การประเมินสมรรถนะ หมายถึง การประเมินคุณลักษณะเชิงพฤติกรรม การประเมินพฤติกรรมมีกระบวนการขั้นตอนที่แตกต่างจากการประเมินด้วยแบบทดสอบอื่น ๆ เพราะ การประเมินพฤติกรรมที่ตรงไปตรงมามากที่สุด คือ การสังเกตแล้วกรอกแบบประเมินซึ่งน่าจะเป็นวิธี ที่เหมาะสมที่สุดในการประเมินสำหรับการบริหารผลงานเพราะเป้าหมายของการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ในการบริหารผลงาน คือ การทำให้ผู้รับการประเมินทราบถึงผลงานและพฤติกรรมในการทำงานของตนเอง เพื่อที่จะได้ให้รางวัล (ด้วยการจ่าย ค่าตอบแทน) ให้สอดคล้องกันกับผลการปฏิบัติงานที่ได้

2) ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้มีความซื่อสัตย์สุจริตไม่แสวงหาประโยชน์ ที่มีใครได้โดยมิชอบด้วยกฎหมายสำหรับตนเองหรือผู้อื่นและปฏิบัติงานอย่างโปร่งใสพร้อมรับการตรวจสอบ ดังนี้

2.1) ไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่หรืออิทธิพลของตนกดดันต่อการตัดสินใจ เพื่อผลประโยชน์
ในรูปแบบใด ๆ

2.2) หลีกเลี่ยงการปฏิบัติที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทับซ้อนและสามารถตรวจสอบ
การปฏิบัติงานได้

2.3) ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย ระเบียบ และวินัยข้าราชการโดยเคร่งครัด
2.4) ดำเนินการให้ประชาชนรับรู้หลักเกณฑ์ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ผู้รับผิดชอบ
และระยะเวลาในการปฏิบัติด้วยความถูกต้อง และสะดวกรวดเร็ว มีจิตบริการ (Service Mind) และยื่นหยัด
ในสิ่งถูกต้อง

3) ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องมีจิตสำนึกที่ดีในการบริการแก่ประชาชน
ด้วยอัธยาศัยไมตรีและก่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้รับบริการ ดังนี้

3.1) อุทิศตนในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม
และประเทศชาติ

3.2) ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถโดยชอบด้วยกฎหมาย กฎเกณฑ์
และเหตุผลอันชอบธรรม รวมทั้งกล้ายืนหยัดในสิ่งที่ถูกต้อง

3.3) ให้บริการประชาชนด้วยความสุภาพ จริงใจ เสมอต้นเสมอปลาย
และไม่เลือกปฏิบัติ

3.4) มีความเป็นอิสระทางวิชาชีพมุ่งปฏิบัติหน้าที่เพื่อสาธารณชนโดยไม่ยอม
ให้อิทธิพลทางการเมืองหรือผลประโยชน์อื่นใดมาครอบงำ ความคิดเห็นหรือให้ตนเองหรือบุคคลใดได้รับสิทธิ
พิเศษหรือประโยชน์ใด ๆ

3.5) ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ยึดมั่นระบบคุณธรรม

4) ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องยึดมั่นในระบบคุณธรรมตามหลักศาสนา
และขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม ดังนี้

4.1) ไม่กระทำการใดเพื่อเป็นการช่วยเหลือหรืออุปถัมภ์ต่อบางบุคคล
เพื่อผลประโยชน์บางอย่างโดยมีผลประโยชน์ตอบแทน

4.2) พิจารณาความดีความชอบอย่างเป็นธรรมและเสมอภาคตามผลงาน
ที่ประจักษ์

4.3) ปฏิบัติตนให้อยู่ในระเบียบวินัยและศีลธรรมอันดี
4.4) มีความรับผิดชอบและปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถโดยคำนึงถึง
ประโยชน์ของทางราชการ

4.5) ไม่มุ่งหวังหรือแสวงหาประโยชน์อันมิควรได้จากการปฏิบัติงาน รวมทั้งไม่ใช้เวลาราชการและอุปกรณ์เครื่องมือของราชการไปทำงานภายนอกเพื่อผลประโยชน์ของตนเองอย่างมีอหิชาและทำงานเป็นทีมโดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน

5) ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความมุ่งมั่น เต็มศักยภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลแก่ประชาชน ดังนี้

5.1) ทำงานโดยยึดผลลัพธ์ของงานเป็นหลักเพื่อมุ่งประสิทธิภาพประสิทธิผลของงานและความคุ้มค่าต่อองค์กร

5.2) ยึดหลักการปฏิบัติงานแบบมีส่วนร่วมและรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน ผู้รับบริการ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำงานแบบบูรณาการ

5.3) พัฒนากระบวนการทำงาน วิธีการทำงาน และกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อผลสัมฤทธิ์ของงานอย่างต่อเนื่อง

5.4) พัฒนาตนเองให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและความชำนาญในการปฏิบัติงานจนเป็นที่ยอมรับเพื่อสร้างสิ่งใหม่ ๆ ให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

5.5) ปฏิบัติงานอย่างมีเป้าหมาย โดยยึดนโยบายรัฐบาล ระเบียบ กฎหมาย หลักวิชาการ และจรรยาวิชาชีพเป็นหลักในการพัฒนางาน มีความเป็นธรรมและเสมอภาค

6) ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสมอภาค ถูกต้อง เป็นธรรมและปราศจากอคติ ดังนี้

6.1) ปฏิบัติหน้าที่โดยยึดมั่นความถูกต้อง เป็นธรรม และไม่เอินเอียงฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด

6.2) ถือปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และเหตุผลอันชอบธรรม

6.3) ถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ เพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพให้ผู้รับบริการได้อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์และทั่วถึง

2.2.2.4 ค่านิยมหลักอันพึงประสงค์ ของกรมประชาสัมพันธ์ (STEP L)

คุณลักษณะอันพึงประสงค์อย่างหนึ่งที่กรมประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญในการนำมาพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย

1) จิตสำนึกการให้บริการ (Service Mind) คือ เข้าใจ เข้าถึงความต้องการของผู้รับ บริการ การยึดประโยชน์ส่วนรวมก่อนประโยชน์ส่วนตน จริงใจ เต็มใจให้บริการ

2) ทำงานเป็นทีม (Teamwork) คือ สนับสนุนและร่วมปฏิบัติงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของทีมงาน

3) มีคุณธรรม จริยธรรม (Ethic) คือ ซื่อสัตย์ สุจริตและโปร่งใส ยุติธรรม และปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างเท่าเทียม

4) ทำงานอย่างมืออาชีพ (Professional) คือ วางแผน ปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ ปฏิบัติงานอย่างเชี่ยวชาญ ด้วยความรู้เชิงวิชาการ ปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตรงเวลา

5) องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) คือ ใฝ่เรียนรู้และพัฒนาศักยภาพตนเอง และเปลี่ยนความรู้ทั้งภายนอกและภายใน ก้าวทันเทคโนโลยีและนวัตกรรม

2.2.3 การจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่

การจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ หมายถึง การลงพื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานทั้งในรูปแบบดำเนินการเอง และบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย การจัดกิจกรรม/โครงการแบบบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือร่วมกับชุมชน การจัดกิจกรรมตามกระแสการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย กรมประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม “สโมสรรคนสื่อ” เพื่อรับฟังและซักถามประเด็นข่าวต่าง ๆ ในพื้นที่ การจัดกิจกรรมเพื่อเด็กและเยาวชน และจัดกิจกรรมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

การเปิดช่องสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อการสร้างความรู้ ความเข้าใจและการเกื้อกูลกันในกลุ่มเป้าหมาย เช่น การจัดกิจกรรมชุมชน ร่วมกับผู้นำชุมชน หรือส่วนราชการอื่น การชักชวน ให้มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ตลอดเป็นสื่อกลางให้กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ หรือที่เรียกกิจกรรมเชิงพื้นที่นี้ว่า On Ground

2.2.4 ความร่วมมือของภาคีเครือข่าย

สนธยา พลศรี (2550, น. 264-265) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของเครือข่าย ไว้ดังนี้

- 1) มีแกนนำและสมาชิกที่เข้มแข็งสามารถดำเนินงาน และขยายกิจการของเครือข่ายได้ และมีประสิทธิภาพ
- 2) มีองค์ความรู้ของเครือข่ายที่อาจจะเกิดจากสมาชิก หรือจากการบูรณาการภูมิปัญญาทั้งสองได้อย่างเหมาะสมกับเครือข่าย 3) มีสัมพันธ์ภาพที่ดีเครือข่ายมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกและภายนอกทำให้การดำเนินงานของเครือข่ายเป็นที่ยอมรับและประสบความสำเร็จ 4) การเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกเครือข่ายมีช่องทางให้สมาชิกได้มีเวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวกทำให้สมาชิกได้รับความรู้ และประสบการณ์ตลอดเวลา 5) การทำกิจกรรมและความต่อเนื่อง เครือข่ายสามารถคิด และดำเนินกิจกรรมได้ด้วยตนเองสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ไม่ขาดตอนไม่ต้องพึ่งพาจากภายนอก 6) ทรัพยากรและการแบ่งปัน เครือข่ายมีทรัพยากรในการดำเนินงานอย่างเพียงพออาจจะโดยการจัดหาของเครือข่ายเองหรือการแบ่งปันกับองค์กรและเครือข่ายอื่น ๆ ทำให้เครือข่ายสามารถดำเนินกิจกรรมได้และมีประสิทธิภาพ 7) การเรียนรู้และนวัตกรรมสมาชิกของเครือข่ายมีการเรียนรู้ผ่านกระบวนการต่าง ๆ สามารถสร้างนวัตกรรม ทั้งที่เป็นความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ประโยชน์ได้ 8) การสื่อสาร เครือข่ายสามารถสื่อสารระหว่างเครือข่ายกับสมาชิกได้ง่ายสะดวกและรวดเร็วทำให้สมาชิกได้ทราบข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย และเป็นประโยชน์ 9) การบริหารจัดการที่ดี เครือข่ายมีการบริหารจัดการที่ดี เหมาะสมกับการดำเนินงานของเครือข่ายทำให้เครือข่ายดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล 10) ระบบการติดตามและประเมินงาน เครือข่ายมีระบบการติดตาม และประเมินงานที่มีประสิทธิภาพ มีฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายอย่างเพียงพอสามารถให้การสนับสนุนช่วยเหลือสมาชิกได้ทันเวลาและเหมาะสม

เมตต์ เมตต์การุญจิต (2553, น. 71) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การเปิดโอกาสให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม ไม่ว่าจะผ่านทางตรงหรือทางอ้อมในลักษณะการรับรู้ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจ ร่วมติดตามผลการเปิดโอกาสให้เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับประโยชน์ ในด้านกรนำเอาความรู้ความสามารถ (Talent) และทักษะ (Skill) ของคนในองค์กรหรือท้องถิ่นแล้วแต่กรณี มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม สำนักงาน ก.พ.ร. (2552) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า กระบวนการที่ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกภาคมาเป็นองค์ประกอบในการแสวงหา

ทางเลือกตัดสินใจและกำหนดแนวทางหรือนโยบายสาธารณะที่ภาครัฐจะดำเนินการที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับร่วมกัน

จอมพงศ์ มงคลวนิช (2554, น. 53) ได้กล่าวถึง การมีส่วนร่วมไว้ว่า การเปิดโอกาสให้บุคลากรมีความเชื่อมโยงใกล้ชิดกับการดำเนินงานเกิดผลดีต่อการขับเคลื่อนองค์กรหรือเครือข่าย เพราะมีผลในทางจิตวิทยาเป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือ ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมย่อมเกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร ความคิดเห็นถูกรับฟังและนำไปปฏิบัติ เพื่อการพัฒนาและที่สำคัญผู้มีส่วนร่วมจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการหรือองค์การความรู้สึกเป็นของจะเป็นพลังในการขับเคลื่อนองค์กรและหน่วยงานดีที่สุด

Whang (1981, p. 114) ให้ความหมายการมีส่วนร่วมว่า เป็นการชี้ให้เห็นถึงความสนใจของบุคคล หรือกลุ่มที่ต้องการจะให้การสนับสนุน ช่วยเหลือด้านแรงงาน หรือทรัพยากรต่อสถาบัน เพราะเล็งเห็นว่า การเข้าไปมีส่วนร่วมนั้นเกี่ยวข้องกับชีวิตของพวกเขาด้วยจากที่กล่าวมา

Elliot (2007) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมในเครือข่าย (Network Participation) จะช่วยให้องค์กรมีช่องทางในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างองค์กร เช่น ข้อมูลทางด้านราคา ข้อมูลทางด้านผลิตภัณฑ์ ข้อมูลทางด้านกระบวนการสร้างข้อมูลทางด้านเทคนิควิธีการใหม่ ๆ ที่ได้พัฒนาไป เป็นต้น โดยรวมแล้วการกระจายข้อมูลข่าวสารนี้จะสร้างให้เกิดการพัฒนา กับคุณภาพขององค์กร

ความร่วมมือของภาคีเครือข่าย หมายถึง การได้รับการสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย ทั้งในภาครัฐและเอกชน ไม่ว่าจะในรูปแบบของข้อมูลข่าวสาร บุคลากร หรือทรัพยากรด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ความร่วมมือในการส่งเสริมสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายในเชิงการบริหาร ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ สนับสนุนนักจัดรายการวิทยุ การสร้างเครือข่ายวิทยุชุมชน และเครือข่ายอปมช.

2.2.5 รูปแบบรายการแบบพูดคุย (Talking Model)

รูปแบบรายการแบบพูดคุย หมายถึง รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การจัดรายการของแต่ละหน่วยงาน ประกอบด้วย รายการแบบคุยข่าว เล่าประเด็น รายการโดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ฟัง รายการแบบสาระบันเทิง ศิลปะ วัฒนธรรม รายการแบบสาระธรรม และรายการแบบมีส่วนร่วม กับหน่วยงานภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น แขกรับเชิญ ผู้ร่วมรายการ

2.2.5.1 รูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง ประกอบด้วย

1) รายการพูดคุยกับผู้ฟัง (Straight Talk Programme) “Straight Talk” ก็คือ การพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง (คือ รายการที่มีผู้พูดเพียงคนเดียวพูดให้ผู้ฟังฟังโดยตรงนั่นเองไม่ใช่เป็นการพูดคุยกับคนอื่นให้ผู้ฟังฟัง) แต่การพูดคุยนั้นในการจัดทำรายการทางวิทยุกระจายเสียงนั้น จำเป็นต้องมีบท (Script) Straight Talk Programme จึงมิใช่ลักษณะการอ่านบทแต่เป็นการพูดตามบทที่ได้เตรียมมาให้ เป็นธรรมชาติ ซึ่งจะนำฟังและดึงดูดความสนใจได้มากกว่า ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับลักษณะการพูดของผู้พูด (Speaker) ด้วย ยิ่งพูดเป็นธรรมชาติมากเท่าใดยิ่งได้รับความสนใจมากขึ้นเท่านั้น

2) รายการสนทนา (Conversational Programme) เป็นรายการทำนองพูดคุย แต่การพูดคุยมิได้พูดคุยโดยตรงกับผู้ฟัง หากแต่เป็นการสนทนากันระหว่างผู้ร่วมรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยมีคนใดคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินการสนทนาหรือดำเนินรายการทำหน้าที่ เป็นผู้คอยควบคุมให้การสนทนา เป็นไปตามแนวอยู่ในขอบเขตและคอยนำการสนทนาจากเรื่องหนึ่งไปอีกเรื่องหนึ่ง จากหัวข้อหนึ่งไปสู่

อีกหัวข้อหนึ่งอย่างมีระเบียบและเป็นขั้นตอนไม่ทำให้สับสนวุ่นและผู้ดำเนินการสนทนาอาจร่วมออกความคิดเห็นร่วมสนทนาไปกับผู้ชมรายการด้วย นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เชื่อมโยงการสนทนาและพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรงด้วย เช่น การขึ้นต้น การสรุปข้อความการสนทนา เป็นต้น

3) รายการสัมภาษณ์ (Interview Programme) รายการซึ่งมีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาซักถามเรื่องราวปัญหา ข้อข้องใจให้ผู้ฟังฟัง โดยมีผู้สัมภาษณ์ (interviewer) 1 คน เป็นผู้ถาม ส่วนผู้ให้คำสัมภาษณ์ซึ่งเป็นผู้ตอบคำถามหรือผู้ตอบคำถามหรือผู้ถูกสัมภาษณ์ (interviewee) จะมีกี่คนก็ได้สุดแล้วแต่ความเหมาะสมของเวลาในรายการและเนื้อหาที่จะสัมภาษณ์ว่าควรจะให้ใคร มาสัมภาษณ์บ้าง ซึ่งอาจแบ่งลักษณะการสัมภาษณ์ ได้ดังนี้

3.1) การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ (Formal Interview) เช่น การเชิญบุคคลสำคัญหรือผู้มีชื่อเสียงมาสัมภาษณ์ โดยมีการนัดแนะวันเวลาและสถานที่ที่สัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ และมีจุดประสงค์ที่แน่นอน

3.2) การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) เช่น สัมภาษณ์คนเดินถนน มักเป็นการถามคำถามโดยไม่ได้เตรียมมาก่อน ถามปัญหาเฉพาะหน้า ถามความคิดเห็น ถามความรู้สึก อารมณ์หรือสัมภาษณ์ผู้พบเห็นเหตุการณ์นำต้นต้น เป็นต้น

4. รายการอภิปราย (Discussion Programme) เป็นรายการพูดคุยอีกลักษณะหนึ่ง คือ ไม่ใช่การพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรงแต่เป็นการพูดคุยออกความคิดเห็นกันในห้องข้อใดหัวข้อหนึ่งหรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แต่ผู้มาร่วมอภิปรายนั้นต่างความคิดเห็นต่างทรรศนะกัน จึงมาร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแสดงความคิดเห็นจะเป็นไปทีละคนอย่างมีระเบียบ โดยมีผู้ดำเนินการอภิปรายเป็นผู้ควบคุมให้รายการดำเนินไปตามแนวและขอบเขตที่วางไว้ผู้ดำเนินการอภิปรายจะทำหน้าที่เพียงผู้นำการอภิปรายและเน้นหรือสรุปความคิดเห็นของผู้ร่วมอภิปรายและเน้นหรือสรุปความคิดเห็นของผู้ร่วมอภิปรายในโอกาสอันควรเท่านั้น

5. รายการสารคดี (Documentary Feature Programme) เป็นรายการที่เสนอข้อเท็จจริง เพียงเรื่องเดียวโดยให้รายละเอียดอย่างลึกซึ้ง รายการสารคดีเป็นลักษณะรูปแบบรายการที่ให้สาระความรู้ลึกลงไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (One Subject หรือ One Topic) แต่การนำเสนอรายการสารคดีนั้นอาจทำได้หลายลักษณะ เพื่อไม่ให้ผู้ฟังเบื่อและดึงดูดความสนใจผู้ฟังให้มากที่สุดด้วย ดังนั้นรายการสารคดีจึงต้องมีทั้งความหลากหลาย (Variety) และต้องมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันหรือเอกภาพ (Unity) ด้วยเพื่อเกี่ยวหรือโยงความหลากนั้นไว้ให้เป็นรายการเดียวกัน

6. รายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine Program Me) คำว่า “Magazine” ที่เป็นสิ่งพิมพ์ใช้คำว่า “นิตยสาร” เพราะเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีเรื่องราวหลายเรื่องหลายรส หลายรูปแบบ รวมกันอยู่ในเล่มเดียวกัน เมื่อเป็นรายการวิทยุกระจายเสียง เรียกว่า “นิตยสารทางอากาศ” จึงหมายความว่า รายการที่มีหลายรส หลายเรื่อง หลายรูปแบบรวมกันอยู่ในรายการเดียวกัน

7. รายการข่าว (News Programmed) หมายถึง รายการที่จัดทำขึ้นเพื่อรายงานเหตุการณ์สำคัญ ๆ ที่เกิดขึ้นแล้วในวันหนึ่ง ๆ เพื่อให้ผู้ฟังได้รู้ว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำอะไร และอย่างไร รายการข่าวทางวิทยุกระจายเสียงควรมีลักษณะสั้น ๆ ชัดเจน เข้าใจง่ายมีหัวข้อข่าวทำให้รู้ว่าเป็นเรื่องอะไร และมีรายละเอียดครอบคลุมให้ชัดเจนว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร และอย่างไร

รายการข่าวอาจแยกย่อยลงได้หลายประเภท เช่น ข่าวการเมือง ข่าวอาชญากรรม ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวกีฬา ข่าวการศึกษา และข่าวบันเทิง เป็นต้น

8. รายการบรรยายเหตุการณ์ (Commentary) เป็นการรายงานเหตุการณ์อีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งต่างจากการรายงานข่าว คือ เป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและรายงานในขณะที่เหตุการณ์นั้นกำลังเกิดขึ้นหรือเหตุการณ์นั้นกำลังดำเนินอยู่แล้วผู้บรรยายถ่ายทอดเหตุการณ์นั้นเป็นผู้บรรยายหรือเล่าถ่ายทอดให้ฟัง โดยอาจมีเสียงประกอบจริงจากสถานที่เกิดเหตุขึ้นด้วยเป็นการบรรยายสิ่งที่เห็นและบางครั้งมีการวิจารณ์เพื่อให้ผู้ฟังพลอยเห็นภาพตามไปด้วย

9. รายการตอบปัญหา (Quiz Programme) รายการรูปแบบนี้อาจทำได้หลายลักษณะ คือ เชิญผู้ตอบมาร่วมรายการ โดยตอบปัญหาในห้องส่งในลักษณะแข่งขันกันหรือเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีโอกาสร่วมรายการ (Audience-Participation) โดยถามปัญหาแล้วเปิดโอกาสให้ผู้ฟังตอบปัญหากลับทางโทรศัพท์เป็นการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงสื่อสารกัน 2 ทาง (Two Way Communication) ทำให้รู้ผลสะท้อนกลับได้ทันทีทันใดรายการตอบปัญหานี้ มักเป็นรายการประเภทความรู้ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความรู้ ซึ่งเป็นการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงที่ให้ประโยชน์อย่างยิ่ง

10. รายการเพลง (Music Programme) รายการเพลงเป็นรายการที่มีความสำคัญและได้รับความสนใจ จากผู้ฟังอย่างมากซึ่งความสนใจและความนิยมได้มีมานานแล้วเพราะรายการเพลงเป็นรายการที่มุ่งให้ความบันเทิงอย่างแท้จริงในสมัยก่อนนี้สถานีวิทยุกระจายเสียงหลายสถานีออกอากาศรายการเพลงเป็นส่วนใหญ่ โดยมีข่าวประกอบบ้างเล็กน้อยแม้ปัจจุบันนี้มีสถานีส่วนใหญ่ก็ออกอากาศรายการเพลงในอัตราส่วนที่มากกว่ารายการประเภทอื่นอยู่เป็นจำนวนมาก

11. รายการละครวิทยุ (Radio Drama หรือ Radio Play) เป็นการเสนอรายการในรูปแบบของการแสดงบทบาทที่สมมติขึ้น โดยสอดแทรกเนื้อหาวิชาความรู้และความบันเทิงด้วยศิลปะต่าง ๆ ของการใช้เสียงเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจ เกิดอารมณ์ ความรู้สึกคล้อยตาม โดยอาศัยบทเจรจา (Dialogue) และการบรรยาย (Narrator) รวมทั้งเพลงและเสียงประกอบ (Sound Effects) เป็นองค์ประกอบสำคัญเพื่อให้รายการทั้งหมดฟังแล้วสมจริงสมจัง

12. รายการปิกนิก (Variety) เป็นรายการที่ประสมรายการหลายรูปแบบรวมอยู่ในรายการเดียวกันที่เรียกว่า “Combination” เป็นเพียงการเสนอเนื้อหาและรูปแบบหลาย ๆ รูปแบบมาผสมปนเปกัน มีแต่ความหลากหลายแต่ไม่ มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวหรือเอกภาพ รายการพวกนี้ส่วนใหญ่จะเน้นความบันเทิงอาจจะมีเนื้อหาทางความรู้หรือให้ข่าวสารบ้างผสมปนเปกันเป็นจำพวกสัพเพเหระ จึงมักเรียกเป็นรายการปิกนิก เช่น รายการประเภทเกมโชว์ รายการตลก แข่งขันทายปัญหา และรีวิว เป็นต้น

13. รายการสาระละคร (Docu-Drama) เป็นรูปแบบรายการที่นิยมทำกันเพื่อมุ่งให้ความรู้และความบันเทิงพร้อม ๆ กัน เป็นรายการที่ใช้รูปแบบของละครวิทยุผสมกับรูปแบบสารคดี โดยช่วงแรกจะเสนอรายการด้วยรูปแบบของละครในเนื้อหาของละครอาจจะยกประเด็นปัญหา มาโต้ตอบกันด้วยเทคนิคของละครวิทยุ โดยการผูกเรื่องให้ผู้ฟังตระหนักว่าสิ่งนั้น คือ ปัญหา สาเหตุของปัญหาเป็นอย่างไร รายการสาระละครที่ดีควรจะแสดงประเด็นปัญหาให้เด่นชัดและเปิดทางให้ผู้ฟังรู้สึกว่ามีวิธีแก้ปัญหานั้นได้หลายวิธี ต่อจากนั้นก็จะเป็นช่วงของการแก้ปัญหาโดยการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ

หลาย ๆ คน มาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหานั้น ซึ่งอาจทำได้หลายรูปแบบ เช่น การเสนอสาระเชิงวิชาการ การบรรยาย การสรุป การวิจารณ์ หรือการอภิปรายประกอบ

2.3 บริบททั่วไป

กรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์กรที่ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ เริ่มก่อตั้งเมื่อ 3 พฤษภาคม 2476 ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง จากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชมาเป็นระบอบประชาธิปไตย มีรัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ โดยมีชื่อในระยะเริ่มแรกว่า “กองโฆษณาการ” และได้เปลี่ยนชื่อเป็น “สำนักงานโฆษณาการ” เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2476 และได้มีการพัฒนาผลงานมาเป็นลำดับโดยมีการปรับปรุงและขยายความรับผิดชอบเพิ่มขึ้นทุก ๆ ระยะเวลา ตามความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ สภาพของสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ตลอดจน นโยบายของรัฐบาลในแต่ละสมัยและเปลี่ยนชื่อมาเป็น “กรมโฆษณาการ” เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2483 หลังจากนั้น 12 ปี ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “กรมประชาสัมพันธ์” เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2495 โดยพระราชบัญญัติ จัดตั้งกระทรวงและกรม มีฐานะเป็นกรมอิสระขึ้นตรงต่อคณะรัฐมนตรี มีฐานะเป็นกรม หัวหน้าสำนักงาน เทียบเท่าอธิบดี แบ่งส่วนราชการเป็น 3 กอง คือ สำนักงาน เลขาธิการกรม กองเผยแพร่ความรู้ และกองหนังสือพิมพ์ โดยทำหน้าที่หลัก 3 ประการ คือ ให้ข่าวและความรู้แก่ประชาชนเพื่อป้องกันความเข้าใจผิดเกี่ยวกับรัฐบาลและประเทศโดยรวม

พ.ศ. 2503 ได้มีการติดตั้ง “กองประชาสัมพันธ์เขต” ขึ้นที่จังหวัดขอนแก่น ลำปาง และสงขลา เพื่อเป็นหน่วยงานสาขาของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ตอนล่าง วันที่ 7 สิงหาคม 2529 มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ออกเป็นราชการบริหารส่วนกลาง (20 หน่วยงาน) และราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด) โดยเพิ่มหน่วยงานใหม่ คือ กองงานคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต, วิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11

วันที่ 26 มีนาคม 2540 มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งเป็นราชการบริหารส่วนกลาง 22 หน่วยงาน และราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด 76 จังหวัด)

กรมประชาสัมพันธ์ ได้จัดทำจรรยาข้าราชการขึ้นจากกรอบแนวคิดพื้นฐานของมาตรฐานคุณธรรมจริยธรรม รวมทั้งจากวัฒนธรรมองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์ที่ข้าราชการยึดถือมาโดยตลอด โดยมีเจตนารมณ์เพื่อให้ข้าราชการของกรมประชาสัมพันธ์เป็นข้าราชการของประชาชนปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ยึดมั่นในหลักคุณธรรม จริยธรรม มุ่งมั่นในการรักษามาตรฐานตามหลักวิชาการและวิชาชีพ โดยยึดถือประโยชน์ของสาธารณชนเป็นที่ตั้งเพื่อการบรรลุภารกิจอันสำคัญ ทั้งงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนตามพันธกิจอันเป็นวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

โดยมีวิสัยทัศน์ให้ประชาชนชาวไทยและสื่อมวลชนในประเทศไทย เห็นว่ากรมประชาสัมพันธ์ได้นำเสนอ ข่าวสารที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ และมีเนื้อหาตรงกับความต้องการใช้ประโยชน์ กลุ่มเป้าหมาย ผู้รับสารจากกรมประชาสัมพันธ์ได้ใช้ประโยชน์จากสารดังกล่าวเพื่อพัฒนาความรู้ การประกอบอาชีพ

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมสังคม การผ่อนคลาย อารมณ์ การดูแลสุขภาพของตนเอง และครอบครัว รวมทั้งการเป็นพลเมืองที่มีคุณค่า ข้อมูล และข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ครอบคลุมในหัวข้อต่าง ๆ เพียงพอต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและเผยแพร่ในรูปแบบและช่องทางต่าง ๆ ครบถ้วนทุกช่องทาง จึงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายและเอื้อต่อการนำไปใช้อ้างอิงและพัฒนาต่อยอดรวมทั้งกลุ่มเป้าหมายที่รับสารจากกรมประชาสัมพันธ์เกิดความรู้สึกเชิงบวกต่อประเทศไทย

กรมประชาสัมพันธ์ มีพันธกิจหลักในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน ประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนความคิดเห็นจากประชาชนสู่รัฐ อีกทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ประเด็นความคิดสำคัญอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริหารจัดการสื่อ เครือข่าย และอุปกรณ์ทั้งปวงที่จำเป็นในการปฏิบัติการกิจเป็นองค์การหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารทั้งปวงในงานสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชาติ และพัฒนาสังคมได้ และเป็นที่ยอมรับหลักด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานภาครัฐเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน

โดยที่กรมประชาสัมพันธ์มีภารกิจหลักในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารมวลชนเพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติเป็นไปอย่างมีระบบด้วยการประชาสัมพันธ์ เสริมสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนและประชาคมโลกในยุทธศาสตร์และนโยบายสำคัญของรัฐบาล ซึ่งจะต้องทำงานเชิงรุก ทั้งเรื่องการวางแผนประสานงาน ติดตาม ประเมินผล การบริหารจัดการข่าวสารอย่างเป็นระบบเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เป็นกลางถูกต้อง เพิ่มบทบาทในการเป็นที่ปรึกษา ด้านวิชาการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานต่าง ๆ

กรมประชาสัมพันธ์ ยังมี สำนัก ประชาสัมพันธ์เขต (สปข.) อีก 8 สำนัก ได้แก่ สปข. 1 ขอนแก่น, สปข. 2 อุบลราชธานี, สปข.3 เชียงใหม่, สปข. 4 พิษณุโลก, สปข. 5 สุราษฎร์ธานี, สปข. 6 สงขลา, สปข. 7 จันทบุรี และ สปข. 8 กาญจนบุรี เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้เข้าถึงประชาชน ในส่วนภูมิภาค ขณะเดียวกันกรมประชาสัมพันธ์ยังมีสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด ซึ่งเป็นหน่วยงาน ในส่วนภูมิภาค ครอบคลุมจังหวัด

สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ขอนแก่น รับผิดชอบพื้นที่ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ปัจจุบันประกอบด้วย 11 จังหวัด ดังนี้ จังหวัดกาฬสินธุ์, ขอนแก่น, ชัยภูมิ, นครราชสีมา, บึงกาฬ, มหาสารคาม, เลย, สกลนคร, หนองคาย, หนองบัวลำภู และอุดรธานี โดยมีสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. หรือ NBT) จำนวน 1 แห่ง คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดขอนแก่น (สทท.ขอนแก่น หรือ NBT11 ที่วีไอสาน) และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จำนวน 13 แห่ง ดังนี้

1. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดกาฬสินธุ์
2. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดขอนแก่น
3. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดชัยภูมิ
4. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา
5. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดบึงกาฬ
6. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดมหาสารคาม
7. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเลย

8. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย
9. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดสกลนคร
10. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดหนองคาย
11. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดหนองบัวลำภู
12. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดอุดรธานี
13. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา จังหวัดขอนแก่น

ซึ่งสถานีวิทยุโทรทัศน์ และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยทุกแห่ง ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลหน่วยงานของรัฐกับประชาชน ตลอดจนระหว่างประชาชนด้วยกัน โดยวิธีการให้ข่าวสาร ความรู้ ข้อเท็จจริง และรับฟังความคิดเห็นของประชาชน เพื่อเสนอรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังทำหน้าที่โน้มน้าว ชักจูง ประชาชนเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือแก่รัฐบาลและหน่วยราชการต่าง ๆ ตามแนวทางที่ถูกที่ควรในระบอบประชาธิปไตย โดยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านการประชาสัมพันธ์ และยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารที่จะนำมาเป็นภูมิรู้ในการดำรงชีพ เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 งานวิจัยในประเทศ

ณรงค์ศักดิ์ โภคัลวัฒน์ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความต้องการของประชาชนเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การให้บริการของเทศบาลเมืองพิบูลมังสาหาร การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์สามประการ คือ 1) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการ 2) เพื่อศึกษาความต้องการของประชาชนด้านการให้บริการ และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนายุทธศาสตร์การให้บริการประชาชน โดยมีขอบเขตของการศึกษาเฉพาะกองช่าง งานพัฒนาปรับปรุงระบบการจราจร และกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม งานกำจัดขยะมูลฝอยของเทศบาลเมืองพิบูลมังสาหาร การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ตัวแทนครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองพิบูลมังสาหาร จำนวน 359 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน ใช้เครื่องมือรวบรวมข้อมูล คือ แบบทดสอบทำการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ และค่าเฉลี่ย ผลการวิจัย พบว่า 1) จากการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการ 4 ด้าน คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านผลงานโดยรวม พบว่า 1) ความพึงพอใจต่อการให้บริการของกองช่าง งานพัฒนาปรับปรุงระบบการจราจร ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก และ 2) ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม งานกำจัดขยะมูลฝอย ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก เช่นกัน 2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการให้บริการ พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างต้องการให้กองช่าง งานพัฒนาปรับปรุงระบบการจราจร ปรับปรุงการให้บริการด้านซ่อมแซมและติดตั้งสัญญาณไปจรา การให้บริการทั่วไป และบุคลากร ตามลำดับ และ 2) ต้องการให้กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม งานกำจัดขยะมูลฝอย ปรับปรุงการให้บริการด้านการเพิ่มถังขยะ และอุปกรณ์จัดเก็บขยะ การให้บริการ

จัดเก็บขยะและบุคลากร ตามลำดับ 3) การเสนอแนวทางในการพัฒนายุทธศาสตร์การให้บริการประชาชน ผู้วิจัยเสนอให้ 1) กองช่าง งานพัฒนาปรับปรุงระบบการจราจร พัฒนายุทธศาสตร์การให้บริการ ใน 3 ด้าน ได้แก่ การปรับปรุงและติดตั้งสัญญาณไฟจราจร กระบวนการให้บริการ และการพัฒนา การให้บริการของบุคลากร 2) กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม งานกำจัดขยะมูลฝอย พัฒนายุทธศาสตร์ การให้บริการ 3 ด้าน ได้แก่ การเพิ่มถังขยะและอุปกรณ์จัดเก็บขยะ การให้บริการการจัดเก็บขยะ และการพัฒนาการให้บริการของบุคลากร โดยเสนอให้ทั้งสองกองดำเนินการให้บริการอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ โดยเฉพาะเขตที่ 2 และ เขตที่ 3 และที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแถว/อาคารพาณิชย์ บ้านพัก สวีตติการ และแฟลต/คอนโด นอกจากนี้ผู้วิจัยเสนอให้มีการพัฒนายุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ 4) มีข้อเสนอ และที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ 1) ในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์กองช่างควรปรับปรุงการให้บริการ เพิ่มเติม ได้แก่ การบำรุงรักษาท่อระบายน้ำ ขุดลอกคลอง ส่วนกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำไปใช้การศึกษาแนวทางการให้บริการของกองงานอื่น ๆ ภายในเทศบาลเมืองพิบูลมั่งสาหาร หรือการให้บริการในหน่วยงานที่คล้ายคลึงกันได้แต่ควรปรับปรุงตัวแปรอิสระด้านความพึงพอใจให้เหมาะสม กับการให้บริการของหน่วยงานนั้น ๆ ให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

สมชาย ศรีดำแดง (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสร้างยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมของ ประชาชนในการป้องกันอาชญากรรมในชุมชนหมู่บ้านนาเจียง ตำบลโดกกงาม อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม ในชุมชนบ้านนาเจียง หมู่ 3 ตำบลโดกกงาม อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย 2) เพื่อสร้างยุทธศาสตร์ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรมในชุมชนบ้านนาเจียง หมู่ที่ 3 ตำบลโดกกงาม อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ใน 3 ด้าน ไว้แก่ ด้านความผิดเกี่ยวกับทรัพย์สิน ด้านความผิดเกี่ยวกับการประทุพร้ายต่อชีวิต ร่างกาย และเพศ และด้านความผิดเกี่ยวกับการก่อความไม่สงบเรียบร้อย ยาเสพติด และอบายมุข วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสำรวจชุมชน จำนวน 249 ครัวเรือน และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้มีหน้าที่ในการป้องกันอาชญากรรมในชุมชน จำนวน 5 คน รวมทั้งการจัดประชุมระดมความคิด A-I-C (Appreciation Influence Control) จำนวน 30 คน และจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนโดยใช้เทคนิค SWOT จำนวน 60 คน พร้อมจัดเวทีวิพากษ์เพื่อฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะพิจารณาความเหมาะสม ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ผลการศึกษาสภาพปัญหาอาชญากรรมในชุมชนบ้านนาเจียง ตำบลโดกกงาม อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย พบว่า ปัญหาอาชญากรรมในชุมชน ด้านปัญหาอาชญากรรมเกี่ยวกับทรัพย์สิน ได้แก่ การลักทรัพย์ (เครื่องยนต์คู่โบต้า) ร้อยละ 91.57 รองลงมา คือ การลักทรัพย์ (ปลา) ร้อยละ 91.16 และการลักทรัพย์ (ไก่) ร้อยละ 89.16 ส่วนด้านปัญหาอาชญากรรมเกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ ได้แก่ การทะเลาะวิวาท ร้อยละ 93.97 รองลงมา คือ ร่างกาย ร้อยละ 93.1 7 และปัญหาอาชญากรรมด้านการก่อความไม่สงบ เรียบร้อย ยาเสพติดและอบายมุข ได้แก่ การเสพยาเสพติด ร้อยละ 93.97 รองลงมา คือ มีอาวุธปืนไว้ในความครอบครอง (ปืนแก๊ป) คิดเป็นร้อยละ 91.97 และเล่นการพนัน (ไพ่) ร้อยละ 89.56 เมื่อพิจารณา ระดับความรุนแรงของปัญหาแต่ละด้าน พบว่า ปัญหาที่มีระดับความรุนแรงมากเป็นสัดส่วนสูงที่สุด คือ ปัญหาค่านอาชญากรรมเกี่ยวกับชีวิตร่างกายและเพศ ร้อยละ 46.19 ส่วนปัญหาที่มีระดับความรุนแรง น้อย เป็นสัดส่วนมากที่สุดคือปัญหาค่านอาชญากรรมเกี่ยวกับการก่อความไม่สงบเรียบร้อย ยาเสพติด และอบายมุข ร้อยละ 30.93 2) ผลการศึกษาประชุมระดมความคิด A-I-C ผลการศึกษาสภาพปัญหา

ความต้องการและแนวทางแก้ไขปัญหาของชุมชน โดยเทคนิคการประชมระคมความคิดได้แนวทางการพัฒนาโดยการดำเนินการโครงการต่าง ๆ จำนวน 3 โครงการ สามารถจำแนก ได้ดังนี้ โครงการที่รับผิดชอบโดยชุมชนสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง จำนวน 1 โครงการ โครงการที่ชุมชนร่วมมือกับหน่วยงานอื่น จำนวน 2 โครงการ 3) ผลการศึกษากการสร้างยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรมในชุมชนได้วิสัยทัศน์ คือ “เป็นหมู่บ้านสีขาว ชุมชนเข้มแข็ง ปลอดภัย” มีพันธกิจและยุทธศาสตร์ ทั้งหมด 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การเฝ้าระวังป้องกันอาชญากรรม ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การสร้างองค์ความรู้และเสริมสร้างคุณธรรม ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การจัดสภาพแวดล้อมเพื่อป้องกันอาชญากรรมและยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการชุมชนในการป้องกันอาชญากรรม

อนุทิน วาริขันธ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนารูปแบบรายการ โทรทัศน์สำหรับเด็กชนบทในเขตจังหวัดสกลนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ปัญหาและความต้องการ รูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กชนบท ในเขตจังหวัดสกลนคร จำแนกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านรายการประเภทข่าว ด้านรายการประเภทบันเทิง ด้านรายการประเภทความรู้ ด้านรายการประเภทโฆษณา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เด็กชนบทในเขตจังหวัดสกลนคร เพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 10-14 ปี จำนวน 398 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทั่วไปของเด็กชนบทในเขตจังหวัดสกลนคร ปรากฏผล ดังนี้ 1.1) เครื่องรับโทรทัศน์สามารถรับสัญญาณภาพและสัญญาณเสียงของสถานีโทรทัศน์ช่องที่รับได้ชัดเจนที่สุด คือ ช่อง 3 ส่วน เครื่องรับโทรทัศน์รับสัญญาณโดยวิธีใช้เสาอากาศมากที่สุด สำหรับช่วงเวลารับชมรายการโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์ มากที่สุดในช่วงเวลา 17.01-19.00 น. ในวันเสาร์-อาทิตย์ มากที่สุดในช่วงเวลา 09.01-11.00 น. 1.2) ความถี่ของการรับชมโทรทัศน์มากที่สุด คือ รับชมโทรทัศน์ทุกวัน และชอบดูรายการละครหลังข่าวมากที่สุด 1.3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพการเปิดรับสื่อโทรทัศน์รายการประเภทข่าว พบว่า รับชมรายการข่าวจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มากที่สุดในเวลาช่วงเช้าช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ชมรายการข่าวมากที่สุด และช่วงข่าวเที่ยงรับชมในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด และรับชมรายการข่าวทุกวัน ส่วนข่าวภาคค่ำรับชมทุกวัน ประเภทข่าวที่ชอบ พบว่า ชอบข่าวบันเทิงชอบมากที่สุด 1.4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพการเปิดรับสื่อโทรทัศน์รายการประเภทบันเทิง พบว่า รับชมรายการบันเทิงจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มากที่สุด โดยช่วงที่รับชม คือ รับชมทุกวัน สำหรับรายการบันเทิงที่ชื่นชอบ ได้แก่รายการละครหลังข่าว 1.5) สภาพการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ประเภทความรู้ พบว่า รายการประเภทความรู้จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และช่อง 11 มากที่สุด โดยรับชมรายการประเภทความรู้ทุกวัน และชื่นชอบรายการความรู้ประเภทสารคดี และรายการอาหาร อยู่ในระดับมาก 1.6) สภาพการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ประเภทโฆษณา พบว่า เด็กจังหวัดสกลนคร รับชมรายการประเภทโฆษณาจากสถานีโทรทัศน์ ในระดับมาก คือ ช่อง 7 และช่อง 9 โดยรับชมรายการโฆษณาที่ชื่นชอบมาก คือ อาหาร-เครื่องดื่ม 2) ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ปัญหาในการรับชมรายการ โทรทัศน์สำหรับเด็กชนบทในเขตจังหวัดสกลนคร รายการประเภทข่าว มีปัญหามากที่สุด คือ ไม่เข้าใจเนื้อหาของข่าว การใช้ภาษาของผู้ประกาศข่าว และการจัดฉากในการเสนอข่าวส่วนปัญหาในการรับชมรายการโทรทัศน์ รายการประเภทบันเทิง

มีระดับปัญหามากที่สุด คือ เนื้อหาละครไม่เหมาะสมในประเด็นปัญหาในการรับชมรายการโทรทัศน์ รายการประเภทความรู้ มีปัญหาในระดับมาก คือ เนื้อหาสาระกว้างเกินไปไม่รัดกุม รายการประเภทโฆษณา มีปัญหามากที่สุด คือ การโฆษณาเกินความเป็นจริง 3) ผลการวิเคราะห์ความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า รายการประเภทข่าวที่ชอบมากที่สุด คือ ข่าวบันเทิง ส่วนข่าวกีฬาชอบมากที่สุด คือ ฟุตบอล รายการประเภทบันเทิงต้องการรับชมละครทีวีมากที่สุดในช่วงละครหลังข่าว และต้องการรับชมรายการภาพยนตร์มากที่สุด คือ ภาพยนตร์ไทยประเด็นรายการที่ต้องการรับชม ได้แก่ ต้องการรับชมรายการภาพยนตร์การ์ตูนมากที่สุด รายการประเภทความรู้พบว่าต้องการมากที่สุด คือ รายการสารคดีที่อึ้งทึ่งผจญภัยและรายการประเภทโฆษณา พบว่า ต้องการรับชมรายการโฆษณาสินค้ามากที่สุด คือ ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม

พนิชฐา แก้วนารี (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของหัวหน้าส่วนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าส่วนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา และด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ด้านการพัฒนาองค์กร ด้านประสิทธิผลตามแผนพัฒนาองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น ด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติราชการ ผลการศึกษาคุณลักษณะทั่วไปของหัวหน้าส่วนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์การทำงาน พบว่า ความแตกต่างของ เพศ และอายุ ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสำหรับความแตกต่างของระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์การทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผล การปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ทั้ง 4 ด้าน ของหัวหน้าส่วนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และมีความสัมพันธ์กันในทางบวก

ณัฐวัฒน์ คุณนุช (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การนำนโยบายค่านิยมการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติศึกษาบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทนักประชาสัมพันธ์ในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ รวมทั้งศึกษาปัญหาอุปสรรคในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ข้าราชการ พนักงานราชการ ถูกจ้างประจำ ลูกจ้าง ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ จำนวน 146 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามและวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์จำแนกหมู่ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัย พบว่า บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในการนำนโยบายค่านิยมการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยมีบทบาทในการเสริมสร้างภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์สูงสุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กรมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ ในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของนักประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ สำหรับปัญหาอุปสรรคในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติมากที่สุด ได้แก่ มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองการปกครองบ่อยครั้ง จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่า นักประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ รอบด้าน และต้องปฏิบัติภารกิจให้ตรงกับภารกิจหลักของกรมประชาสัมพันธ์ เพราะหัวใจหลักของการประชาสัมพันธ์ คือ นักประชาสัมพันธ์ เพราะฉะนั้นการปฏิบัติหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมีหัวใจเป็นนักบริการ มีความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่แล้วยังต้องควบคู่กับคุณธรรมจริยธรรม พร้อมยึดมั่นในจรรยาบรรณในการปฏิบัติหน้าที่

จรีมาศ เทพมณฑา (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง นโยบาย แผน และกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมป่าไม้ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) ศึกษา นโยบาย แผน และกลยุทธ์ ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมป่าไม้ 2) เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกรมป่าไม้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมป่าไม้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยแบบผสม คือ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) บุคลากรในส่วนประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ กรมป่าไม้ และการศึกษาจากเอกสารและสื่อประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Documentary) และวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการเก็บแบบสอบถาม จำนวน 400 คน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มบุคลากรที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับทรัพยากรป่าไม้ ได้แก่ บุคลากรภายในกรมป่าไม้ จำนวน 100 คน และบุคลากร ภายในกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จำนวน 100 คน กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 ได้แก่ กลุ่ม ประชาชนทั่วไป จำนวน 200 คน ผลการวิจัย โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า 1) การกำหนดนโยบาย แผน และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของกรมป่าไม้ในระดับ ยุทธศาสตร์พบว่า กรมป่าไม้มีพันธกิจการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1.1) การประชาสัมพันธ์ จะเข้ามามีบทบาทในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ นโยบาย กิจกรรม การดำเนินงานต่าง ๆ ของกรมป่าไม้ 1.2) กรมป่าไม้จะดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้มากขึ้น ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนจากรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ในอดีตซึ่งเป็นเชิงรับ 2.3) กรมป่าไม้จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อเน้นสร้างภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กร 2.4) กรมป่าไม้มีการประเมินผลของการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์กรมป่าไม้ (www.Forest.go.th) 2) การกำหนดนโยบาย แผน และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของกรมป่าไม้ในระดับปฏิบัติการ พบว่า ส่วนประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ กรมป่าไม้ จะใช้แผนงานเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์สาระสำคัญในแผนจะเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ อย่างมีแบบแผนและต่อเนื่อง เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ นโยบาย การดำเนินงานต่าง ๆ ของกรมป่าไม้กับประชาชน 3) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมป่าไม้ โดยกรมป่าไม้ใช้กลยุทธ์การใช้สื่อ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ผลการศึกษา โดยการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า 1) กลุ่มบุคลากรที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับทรัพยากรป่าไม้มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 25-31 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ พนักงานราชการ และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1-5 ปี สำหรับกลุ่มประชาชนทั่วไปมีลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง

25-31 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ส่วนตัว/เดือน 15,001-25,000 บาท 2) การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร กลุ่มบุคลากรที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับทรัพยากรป่าไม้ และกลุ่มประชาชนทั่วไปมีสัดส่วนของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ แตกต่างกัน ดังนี้ กลุ่มบุคลากรที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับทรัพยากรป่าไม้เปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมาก จากป้ายประชาสัมพันธ์ (0.91) เว็บไซต์กรมป่าไม้ (0.88) โทรทัศน์ (0.83) บุคลากรกรมป่าไม้ (0.82) นิตยสาร (0.82) และโปสเตอร์ (0.69) และเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับน้อยกว่าวิทยุ (0.25) แผ่นปลิว (0.32) และสื่อมวลชนสัญจร (0.32) นอกเหนือจากนั้นเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากอธิบดีกรมป่าไม้ เฟซบุ๊ก กรมป่าไม้หนังสือพิมพ์ จดหมายข่าวกรมป่าไม้ เอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ แผ่นพับ งานแถลงข่าว และกิจกรรมพิเศษในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มประชาชนทั่วไปเปิดรับข้อมูล ข่าวสารในระดับมาก จากโทรทัศน์ (0.79) และเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับน้อยกว่าวิทยุ (0.27) บุคลากรของกรมป่าไม้ (0.29) และครอบครัว/ญาติ 0.31 นอกเหนือจากนั้นเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก คนรู้จัก เว็บไซต์กรมป่าไม้ เว็บไซต์อื่น ๆ และหนังสือพิมพ์ในระดับปานกลาง (3) การรับรู้ภาพลักษณ์ในการบริหารจัดการทรัพยากรป่าไม้ของกลุ่มบุคลากรที่มี ภารกิจเกี่ยวข้องกับทรัพยากรป่าไม้ และกลุ่มประชาชนทั่วไป พบว่า มีการรับรู้ภาพลักษณ์ในการบริหารจัดการทรัพยากรป่าไม้ การตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญ ของทรัพยากรป่าไม้ สร้างจิตสำนึกในการดูแลและรักษาทรัพยากรป่าไม้อย่างยั่งยืน รับทราบข้อมูลข่าวสาร การดำเนินงานของกรมป่าไม้จากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ของส่วนประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ กรมป่าไม้ ผลการทดสอบสมมติฐานการเปิดรับและการรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมป่าไม้ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า 1) กลุ่มบุคลากรที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับทรัพยากรป่าไม้ที่มี อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกรมป่าไม้แตกต่างกัน ในขณะที่กลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัว/เดือน แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกรมป่าไม้ไม่แตกต่างกัน (2) กลุ่มบุคลากรที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับทรัพยากร ป่าไม้ที่มี เพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมป่าไม้แตกต่างกัน เช่นเดียวกับกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มี อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ส่วนตัว/เดือน แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมป่าไม้แตกต่างกัน (3) สำหรับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกรมป่าไม้ ทั้งกลุ่มบุคลากรที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับทรัพยากรป่าไม้ และกลุ่มประชาชนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ ภาพลักษณ์ของกรมป่าไม้ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก

อาลี ปรียากอร์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการผลิตรายการกระจายเสียง เพื่อเผยแพร่ผ่านรูปแบบรายการพอดแคสต์ในประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า สามารถแบ่งแนวทางการผลิตรายการพอดแคสต์ ได้ออกเป็น 3 ด้าน ตามกระบวนการการผลิตรายการ ได้แก่ 1) ด้านกระบวนการเตรียมการผลิต ก่อนการผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการจะมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำรายการกระจายเสียงผ่านช่องทางพอดแคสต์ การเตรียมการผลิตรายการและการออกแบบเนื้อหาหารายการ และการเตรียมการจัดการด้านเทคนิคก่อนการผลิตรายการ 2) ด้านการผลิตรายการพอดแคสต์ ผู้ผลิตรายการมีการกำหนดรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในรายการพอดแคสต์ และการจัดการด้านเทคนิคในการจัดรายการพอดแคสต์ในการผลิตรายการ 3) ด้านการเผยแพร่รายการพอดแคสต์ ผู้ผลิตรายการในประเทศไทยจะมีการคัดเลือกช่องทางสำหรับเผยแพร่รายการ การคัดเลือกช่องทางในการประชาสัมพันธ์ รายการ โดยมีการสำรวจความนิยมและมีการคิดโมเดลสร้างรายได้จากการผลิตรายการ ซึ่งในด้านนี้

ผู้ผลิตรายการจะมีการประเมินผลรายการด้านต่าง ๆ และมีการสำรวจผลตอบรับจากผู้ฟังรายการ เพื่อนำไปพัฒนาการนำเสนอเนื้อหา หรือรูปแบบรายการต่อไปในอนาคต

ชัยวุฒิ เทโพธิ์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมสมรรถนะที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผลการวิจัย พบว่า มุ่งองค์ประกอบของสมรรถนะ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคล การฝึกอบรม การรับรู้แรงจูงใจ ขององค์กร การบริหารตนเอง และการสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน การพัฒนาความสามารถ ทางการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้บริหารท้องถิ่นและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำเป็นต้องพัฒนาความสามารถในการบริหารขององค์กร อย่างน้อย 4 ด้าน ประกอบด้วย ความสามารถ ด้านการพัฒนาท้องถิ่น ความสามารถด้านพัฒนาองค์กร ความสามารถด้านการบริหารการเงินการคลัง และความสามารถในการบริหารการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งมีมิติทั้ง 4 ด้านนี้ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยง ซึ่งกันและกันและถือเป็นหัวใจของการบริหารจัดการองค์กรปกครองท้องถิ่นยุคใหม่

พชรวิภา ประภัสสร (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์ดิจิทัล เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุไทย ผลการวิจัย พบว่า เนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ควรเป็นรายการที่ให้ข้อมูล ข่าวสาร และควรมีลักษณะสนุกสนานเชิงสร้างสรรค์ด้านความพึงพอใจ รายการโทรทัศน์และมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการโทรทัศน์ดิจิทัลของผู้สูงอายุไทย ที่ระดับนัยสำคัญ .01 มีข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ของผู้สูงอายุไทย ควรเป็นรายการประเภทข่าวสารด้านสุขภาพ มีวิธีการนำเสนอแบบวาไรตี้ มีลักษณะ สาระบันเทิง ออกอากาศในช่วงเช้า และมีความยาวประมาณ 30-45 นาที เพื่อความเหมาะสมในการรับรู้ ของผู้สูงอายุตามนโยบายของแต่ละสถานีโทรทัศน์

2.4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Steyn (2009) ได้ทำการวิจัยเรื่อง บทบาทเชิงกลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์เป็นเชิงกลยุทธ์ การสะท้อนกลับ: กระแสการวิจัยของแอฟริกาใต้ บทความนี้แนะนำสตรีมการวิจัยของแอฟริกาใต้ (SA) เกี่ยวกับบทบาทเชิงกลยุทธ์ของประชาสัมพันธ์ (PR) 1) บทบาทนักยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์ ได้รับการกำหนดแนวความคิดและได้รับการตรวจสอบใน SA ร่วมกับผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ (กำหนดใหม่) และบทบาทช่างเทคนิค 2) การวิเคราะห์เปรียบเทียบบทบาทเหล่านี้และสามในสี่ของ European Body of Knowledge (EBOK) บทบาท (สะท้อนแสงการจัดการและการปฏิบัติงาน) บ่งบอกถึงความคล้ายคลึงกันของแนวคิด (c) ดัชนีบทบาทนักยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ถูกขยาย กว้างขึ้น เพื่อรวมบทบาทสะท้อนแสงของ EBOK และบทบาทใหม่ของ EBOK (นักการศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์) ได้รับการกำหนดแนวความคิดและดำเนินการในฐานะบทบาทด้านการศึกษา และการให้คำปรึกษาบทบาทของ EBOK ทั้งสี่ถูกวัดและตรวจสอบใน Company X ใน SA 3) เครื่องมือ ที่ได้รับการขุดเกลานี้ใช้ในการศึกษาอื่น เพื่อวัดบทบาทของนักยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ผู้จัดการ และช่างเทคนิคในแอฟริกาใต้และตะวันออก สองบทบาท คือ ได้รับการตรวจสอบแล้วนักกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ (รวมถึงมิติสะท้อนแสง) และบทบาทผู้จัดการ/ช่างเทคนิครวม จากการค้นพบ ของการศึกษาเหล่านี้ นักยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์ได้รับการเรียกอีกชื่อหนึ่งว่านักยุทธศาสตร์ สะท้อนแสงซึ่งเป็นบทบาทใหม่ที่สำคัญในแอฟริกาใต้ (และตะวันออก) ซึ่งมีศูนย์กลางอยู่ที่การสะท้อน แสงเชิงกลยุทธ์

Dottori (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความสามารถระดับโลกในการประชาสัมพันธ์ งานวิจัยนี้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความคิดริเริ่มระดับโลกของแคนาดา เพื่อระบุความสามารถในการประชาสัมพันธ์และการจัดการการสื่อสาร โครงการ Global Capabilities มีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงความสามารถหลักที่จำเป็นและสะท้อนให้เห็นในระเบียบวินัยด้านการประชาสัมพันธ์ บทความนี้ อธิบายการค้นพบจากแคนาดาในระยะเวลาหนึ่งของโครงการนี้ ผลการวิจัย ระบุว่า นักวิชาการผู้ปฏิบัติงานและนายจ้างดูเหมือนจะมีข้อตกลงร่วมกันในส่วนกลาง ลักษณะของความสามารถ 2 ประการ คือ การวางแผนการสื่อสารให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์และความสามารถในการใช้การคิดเชิงวิเคราะห์และการแก้ปัญหา กับปัญหาขององค์กร

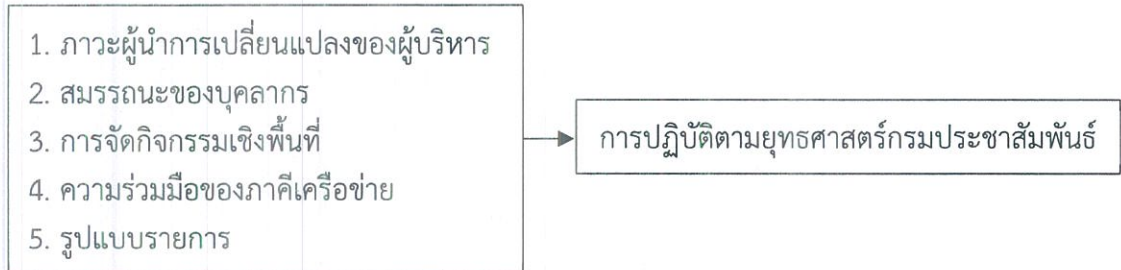
Fawkes (2019) ได้ทำการวิจัยเรื่อง วิวัฒนาการของการวิจัยประชาสัมพันธ์ภาพรวมสาขาการประชาสัมพันธ์มักเข้าใจผิดเนื่องจากความหลากหลายความซับซ้อนและมุมมองที่แข่งขันกันในสาขาทุนการศึกษาเรียงความนี้ซึ่งมีพื้นฐานมาจากการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางกับวรรณกรรมที่ดำเนินการสอนและค้นคว้าเรื่องนี้มานานหลายทศวรรษ โดยสรุปโรงเรียนหลักแห่งความคิดภายในสาขาวิชาสิ่งเหล่านี้ สรุปเป็น 1) ความเป็นเลิศ 2) การสนับสนุน 3) บทสนทนา และ 4) แนวทางเชิงวิพากษ์และวัฒนธรรมแต่ละมุมมองสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างในความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของการประชาสัมพันธ์ในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติตั้งแต่แนวความคิดเชิงอุดมคติของผู้ปฏิบัติงานไปจนถึงมุมมองที่เป็นปศุศาสตร์ของการปฏิบัติ โดยอ้างถึงทัศนคติที่แตกต่างกันเกี่ยวกับจริยธรรมที่พบในโรงเรียนเหล่านี้ เนื่องจากแนวทางของจริยธรรมให้ความเข้าใจในบทบาทของการประชาสัมพันธ์ในสังคมขั้นนี้สรุปด้วยการสะท้อนถึงการมีส่วนร่วมที่เพิ่มมากขึ้นกับวัฒนธรรมการส่งเสริมการขายและทิศทางการวิจัยที่เกิดขึ้นใหม่

Ngondo (2019) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาเชิงสำรวจ: การใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียล โดยการประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ในซิมบับเว การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินว่าผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ในซิมบับเว กำลังใช้โซเชียลและเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่อื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามสองร้อยสี่สิบแปดคนรับแบบสำรวจออนไลน์ที่ดัดแปลงมาจาก Wright and Hinson's (2015, 2017) ระยะเวลา 10 และ 12 ปี การศึกษาเกี่ยวกับการใช้โซเชียลมีเดียและสื่อที่เกิดขึ้นใหม่โดยรวมมีความเห็นตรงกันว่า การเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดียและสื่อใหม่อื่น ๆ ได้เปลี่ยนวิธีการประชาสัมพันธ์ของซิมบับเว ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและจัดการการสื่อสารภายนอกและภายในทั้งหมด ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาในการทำงานกับบล็อกและโซเชียลมีเดียอื่น ๆ และ 52% ของผู้ปฏิบัติงานรายงานว่าใช้เวลากับสื่อดิจิทัลมากกว่าครั้ง Facebook กลายเป็นแพลตฟอร์มที่ใช้บ่อยที่สุดตามด้วย YouTube, Twitter, LinkedIn และ Instagram ครั้งแรกในแอฟริกาการศึกษาเพิ่มการสนทนาทั่วโลกเกี่ยวกับวิธีการที่ดิจิทัลและสังคมสื่อกำลังเปลี่ยนแปลงและกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ในซิมบับเวและทั่วโลก

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า การกำหนดยุทธศาสตร์ในทุกด้าน จะต้องได้รับความร่วมมือความเห็นชอบจากทุกส่วน/ฝ่ายขององค์กร มีการสะท้อนบทบาทต่อกัน มีการวางแผนร่วมกันและต้องศึกษาสิ่งใหม่ ๆ เพื่อนำไปพัฒนา เช่น โซเชียลมีเดีย ที่กำลังเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการกำหนดยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ในแพลตฟอร์มที่หลากหลาย อีกทั้งต้องคำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม

ทัศนคติที่ดีของบทบาทนักประชาสัมพันธ์ในสังคมนั้น ๆ ที่จะนำเอายุทธศาสตร์ไปดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการในพื้นที่อีกด้วย

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดการวิจัย



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและกำหนดแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ตามขั้นตอนและวิธีการดำเนินการ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร ได้แก่ บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 11 จังหวัด ประกอบด้วย

- 3.1.1.1 ผู้บริหาร จำนวน 19 คน
- 3.1.1.2 บุคลากร จำนวน 130 คน
- 3.1.1.3 เครือข่ายของ สวท. จำนวน 65 คน
รวม จำนวน 214 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 11 จังหวัด จำนวน 140 คน ใช้วิธีการเปิดตารางของ Krejcie and Morgan (1970) โดยใช้การหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553, น. 15-16) และใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับสลาก ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประเภท	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ผู้บริหาร	19	12
บุคลากร	130	85
เครือข่ายของ สวท.	65	43
รวม	214	140

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 ลักษณะเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยข้อคำถามได้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามปลายปิดเป็นประเภทสอบถามรายการ (Check List) เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับผลการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์ด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชั้นนำประเด็นสำคัญเพื่อนำมาประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายภาครัฐ 2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ 3) ยุทธศาสตร์ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล 4) ยุทธศาสตร์ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร สมรรถนะของบุคลากร การจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ ความร่วมมือของภาคีเครือข่าย และรูปแบบรายการแบบพุดคุย เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอในการพัฒนาการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ 11 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.2.1 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์

3.2.2.2 กำหนดขอบเขตคำถามให้ครอบคลุมกรอบคิด วัตถุประสงค์ และองค์ประกอบที่ทำให้ทราบถึงผลการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ แล้วนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม ทั้งแบบสอบถามปลายปิดและแบบสอบถามปลายเปิด

3.2.2.3 นำร่างแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจแก้ไข และเสนอแนะปรับปรุงเพื่อความเหมาะสมและถูกต้องของแบบสอบถาม

3.2.3 การหาคุณภาพของแบบสอบถาม

3.2.3.1 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้สูตร IOC (Index of Item Objective Congruence) ตามวิธีของ Rovinelli and Hambleton (1997, อ้างถึงใน สมนึก ภัททิยธนี, 2544, น. 219-233) เกณฑ์การให้คะแนน มีดังนี้

ให้คะแนน + 1 เมื่อผู้เชี่ยวชาญแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน 0 เมื่อผู้เชี่ยวชาญไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน - 1 เมื่อผู้เชี่ยวชาญไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์
แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร

$$IOC = \frac{\sum X}{N} \quad (3-1)$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum X$ แทน ผลคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์ 1. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.66-1.00 มีค่าความเที่ยงตรงสูง ใช้ได้

2. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.66 ต้องปรับปรุงยังใช้ไม่ได้

3.2.3.2 การตรวจสอบครอบคลุมความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความถูกต้อง ความเที่ยงตรง เชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ความถูกต้องของรูปแบบแบบสอบถามและการใช้ภาษาเพื่อให้ถูกต้องตามหลักวิชาและเพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถามโดย ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่

1) รองศาสตราจารย์ ดร. วาริช ราชศรี วุฒิการศึกษา รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต (รป.ด.) สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ตำแหน่ง อาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตรวจสอบ ด้านการวิจัย

2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัลยา กุลสุวรรณ วุฒิการศึกษา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาภาษาไทย ตำแหน่ง อาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตรวจสอบด้านภาษา

3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รังสรรค์ สิงห์เลิศ วุฒิการศึกษา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาประชากรศาสตร์ ตำแหน่ง อาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตรวจสอบด้านสถิติสำหรับการวิจัย

3.2.3.3 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 42 คน แล้วนำแบบสอบถามหาค่าอำนาจจำแนกโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์อย่างง่ายระหว่างรายข้อกับรวมทุกข้อ (Item-Total Correlation) ได้ค่าระหว่าง .213-.746 และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าเท่ากับ .890

3.2.3.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญเสนออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยอีกครั้งหนึ่ง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนทุกด้าน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.3.1 นำหนังสือจากคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ถึงผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ขอนแก่น เพื่อประสานข้อมูลการเก็บข้อมูล
- 3.3.2 นำหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3.3 ให้มีผู้ช่วยผู้วิจัยในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนผู้วิจัย
- 3.3.4 เก็บข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง
- 3.3.5 การใช้ Google Form ในการเก็บข้อมูล

3.4 การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ในการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการดังนี้

- 3.4.1 นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง
- 3.4.2 นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้ว ลงรหัสตามแบบ (Coding Form)
- 3.4.3 นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วให้คะแนนแต่ละข้อมากำหนดเกณฑ์ของการให้คะแนน ดังนี้

3.4.3.1 การจัดการคะแนนระดับเพื่อศึกษาผลการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ 11 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยแบ่งเป็นมาตราส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ ลิลเคิร์ต (Lilert's Scale) มี 5 ระดับ ได้แก่

มากที่สุด	กำหนดให้ 5 คะแนน
มาก	กำหนดให้ 4 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้ 3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้ 1 คะแนน

จากนั้น นำคะแนนมาวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จากนั้นนำมาเทียบกับเกณฑ์การให้ความหมายค่าเฉลี่ย (รังสรรค์ สิงห์เลิศ, 2551, น. 186) ตามสูตร ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้นของเกณฑ์}} \quad (3-2)$$

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์คะแนนระดับการปฏิบัติงาน 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ระดับคะแนน 1.81-2.60 หมายถึง น้อย

ระดับคะแนน 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง

ระดับคะแนน 3.41-4.20 หมายถึง มาก

ระดับคะแนน 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.5.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ผู้วิจัยใช้สถิติ คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

3.5.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผลการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.3 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ใช้การวิเคราะห์พหุคูณถดถอยเชิงเส้น (Multiple Linear Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

3.5.4 การวิเคราะห์ ข้อเสนอแนะของการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอในเชิงพรรณนาความด้วยการแจกแจงความถี่

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาเสนอข้อมูลด้วยตารางประกอบการอธิบายตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาตามขั้นตอน ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิจัย
2. ลำดับการนำเสนอผลการวิจัย
3. ผลการวิจัย

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิจัย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิจัย เพื่อแปลความหมาย มีดังนี้

n	แทน	จำนวนหน่วยตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
R	แทน	สัมประสิทธิ์สัมพันธ์พหุคูณ
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที
X_1	แทน	ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร
X_2	แทน	ปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร
X_3	แทน	ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่
X_4	แทน	ปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่าย
X_5	แทน	ปัจจัยด้านรูปแบบรายการแบบพุดคุย
Y	แทน	การปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
\hat{Y}	แทน	ค่าคะแนนปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้จากการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
\hat{Z}	แทน	ค่าคะแนนปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้จากการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
*	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 ลำดับการนำเสนอผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

4.3 ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.	เพศ		
1.1	ชาย	78	55.7
1.2	หญิง	62	44.3
	รวม	140	100.0
2.	อายุ		
2.1	20-30 ปี	20	14.3
2.2	31-40 ปี	51	36.4
2.3	41-50 ปี	42	30.0
2.4	51-60 ปี	27	19.3
	รวม	140	100.0
3.	ระดับการศึกษา		
3.1	อนุปริญญา	31	22.1
3.2	ปริญญาตรี	94	67.1
3.3	สูงกว่าปริญญาตรี	15	10.7
	รวม	140	100.0

(ต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อ	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4.	รายได้		
4.1	10,001–15,000 บาท	16	11.4
4.2	15,001–20,000 บาท	21	15.0
4.3	20,001–25,000 บาท	28	20.0
4.4	25,001–30,000 บาท	43	30.7
4.5	30,001 ขึ้นไป	32	22.9
	รวม	140	100.0

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 140 คน จำแนกได้ดังนี้

1. ด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 และเพศหญิง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3

2. ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 31–40 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมา อายุ 41–50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 30 อายุ 51–60 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 อายุ 20–30 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

3. ด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 67.1 รองลงมา อนุปริญญา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7

4. ด้านรายได้ พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 25,001–30,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมา รายได้ 30,001 ขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 รายได้ 20,001–25,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รายได้ 15,001–20,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และรายได้ 10,001–15,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

2.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ข้อ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	ระดับความคิดเห็น			
		\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับที่
1.	ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร	3.87	0.80	มาก	4
2.	ปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร	3.81	0.71	มาก	5
3.	ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่	3.98	0.79	มาก	3
4.	ปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่าย	4.01	0.78	มาก	2
5.	ปัจจัยด้านรูปแบบรายการแบบพุดคุย	4.02	0.67	มาก	1
โดยรวม		3.94	0.75	มาก	-

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านรูปแบบรายการแบบพุดคุย ($\bar{X} = 4.02$) ปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่าย ($\bar{X} = 4.01$) ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ ($\bar{X} = 3.98$) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ($\bar{X} = 3.87$) ปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร ($\bar{X} = 3.81$)

2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน จำแนกเป็นรายด้านและรายข้อ

2.2.1 ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร จำแนกเป็นรายข้อ

ข้อ	ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.	ผู้บริหารได้ชี้แจงถึงกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ของหน่วยงาน เช่น ข้อบังคับด้านการบริหารงานบุคคล ทิศทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารงานของหน่วยงานให้บุคลากรทราบก่อนที่จะปฏิบัติหน้าที่	4.08	0.86	มาก
2.	ผู้บริหารได้กำกับดูแลหน่วยงานให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ของหน่วยงาน โดยมีการปรับให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารงาน และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น	3.92	0.78	มาก
3.	ผู้บริหารเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์พันธกิจ และกลยุทธ์ระดับหน่วยงาน และการนำสู่การปฏิบัติที่เป็นระบบชัดเจน เช่น มีการกำหนดตัวบ่งชี้คุณภาพ (KPI) ของงานที่ปฏิบัติ	3.96	0.99	มาก
4.	ผู้บริหารมอบหมายอำนาจการตัดสินใจให้แก่ผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงานระดับถัดไปเพื่อความคล่องตัว โดยมีการกำกับและตรวจสอบเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพประสิทธิผล คุ่มค่า และมีความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้	3.68	0.59	มาก
5.	ผู้บริหารส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจต่อบุคลากร อย่างต่อเนื่อง เช่น การยกย่องบุคลากรดีเด่น รางวัลคุณภาพ	4.10	0.78	มาก
6.	ผู้บริหารถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ร่วมงานเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การสอนงานที่หน้างาน การจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานฯ	3.58	0.74	มาก
7.	ผู้บริหารได้ชี้แจงถึงกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ของหน่วยงาน เช่น ข้อบังคับด้านการบริหารงานบุคคลทิศทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารงานของหน่วยงานให้บุคลากรทราบก่อนที่จะปฏิบัติหน้าที่			
โดยรวม		3.87	0.80	มาก

จากตารางที่ 4.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร จำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ผู้บริหารส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจต่อบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เช่น การยกย่องบุคลากรดีเด่น รางวัลคุณภาพ ($\bar{x} = 4.10$) ผู้บริหารได้ชี้แจงถึงกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ของหน่วยงาน เช่น ข้อบังคับด้านการบริหารงานบุคคลทิศทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารงาน ของหน่วยงานให้บุคลากรทราบก่อนที่จะปฏิบัติหน้าที่ ($\bar{x} = 4.08$) ผู้บริหารเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ระดับหน่วยงาน และการนำสู่การปฏิบัติ ที่เป็นระบบชัดเจน เช่น มีการกำหนดตัวบ่งชี้คุณภาพ (KPI) ของงานที่ปฏิบัติ ($\bar{x} = 3.96$) ผู้บริหาร ได้กำกับ ดูแลหน่วยงานให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ของหน่วยงาน โดยมีการปรับให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารงานและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ($\bar{x} = 3.92$) ผู้บริหารดำเนินการ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล โดยเฉพาะในประเด็นการปกป้อง ผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเรื่อง คุณภาพการให้บริการจากทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน ($\bar{x} = 3.76$) ผู้บริหารมอบหมาย อำนาจการตัดสินใจให้แก่ผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงานระดับถัดไป เพื่อความคล่องตัวโดยมีการกำกับ และตรวจสอบเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพประสิทธิผล คุ่มค่า และมีความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้ ($\bar{x} = 3.68$) ผู้บริหารถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ร่วมงานเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การสอนงานที่หน้างาน การจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานฯ ($\bar{x} = 3.58$)

2.2.2 ปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร จำแนกเป็นรายชื่อ

ข้อ	ปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.	บุคลากรในหน่วยงาน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ของหน่วยงาน เช่น ข้อบังคับด้านการบริหารงานบุคคลทิศทางการพัฒนาคุณภาพ การบริหารงานของหน่วยงาน ให้บุคลากรทราบก่อนที่จะปฏิบัติหน้าที่	3.75	0.48	มาก
2.	บุคลากรในหน่วยงานปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนกลยุทธ์ของหน่วยงาน โดยมีการปรับให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารงาน และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น	3.99	0.86	มาก
3.	บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ระดับหน่วยงานและการนำสู่การปฏิบัติที่เป็นระบบชัดเจน เช่น มีการกำหนดตัวบ่งชี้คุณภาพ (KPI) ของงานที่ปฏิบัติ	3.86	0.74	มาก
4.	บุคลากรในหน่วยงานปฏิบัติงานตามการมอบหมายอำนาจจากผู้บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล คุ่มค่า และมีความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้	4.07	0.68	มาก
5.	บุคลากรในหน่วยงานมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจต่อบุคลากรอย่างต่อเนื่อง	3.68	0.85	มาก
6.	บุคลากรในหน่วยงานมีการถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ร่วมงานเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลังความสามารถ	3.57	0.59	มาก
7.	บุคลากรในหน่วยงานปฏิบัติหน้าที่ภายใต้หลักธรรมาภิบาล โดยเฉพาะในประเด็นการปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเรื่องคุณภาพการให้บริการจากทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน	3.75	0.76	มาก
โดยรวม		3.81	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร จำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ บุคลากรในหน่วยงานปฏิบัติงานตามการมอบหมายอำนาจจากผู้บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล คุ่มค่า และมีความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้ ($\bar{X} = 4.07$) บุคลากรในหน่วยงานปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนกลยุทธ์ของหน่วยงาน โดยมีการปรับให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารงาน และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ($\bar{X} = 3.99$) บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์

พันธกิจ และกลยุทธ์ระดับหน่วยงาน และการนำสู่การปฏิบัติที่เป็นระบบชัดเจน เช่น มีการกำหนดตัวบ่งชี้คุณภาพ (KPI) ของงานที่ปฏิบัติ ($\bar{x} = 3.74$) บุคลากรในหน่วยงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ของหน่วยงาน เช่น ข้อบังคับด้านการบริหารงานบุคคล ทิศทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารงานของหน่วยงานให้บุคลากรทราบก่อนที่จะปฏิบัติหน้าที่ ($\bar{x} = 3.75$) บุคลากรในหน่วยงานปฏิบัติหน้าที่ภายใต้หลักธรรมาภิบาล โดยเฉพาะในประเด็นการปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเรื่องคุณภาพการให้บริการจากทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน ($\bar{x} = 3.75$) บุคลากรในหน่วยงานมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจต่อบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ($\bar{x} = 3.68$) บุคลากรในหน่วยงานมีการถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ร่วมงาน เพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลังความสามารถ ($\bar{x} = 3.57$)

2.2.3 ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ จำแนกเป็นรายชื่อ

ข้อ	ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{x}	S.D.	แปลผล
1.	หน่วยงาน มีการจัดกิจกรรม/โครงการแบบบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือร่วมกับชุมชน	4.00	0.78	มาก
2.	หน่วยงาน มีการจัดกิจกรรมตามกระแสการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย กรมประชาสัมพันธ์	4.09	0.84	มาก
3.	หน่วยงาน มีการจัดกิจกรรม “สโมสรคนสื่อ” เพื่อรับฟังและซักถามประเด็นข่าวต่าง ๆ ในพื้นที่	3.93	0.86	มาก
4.	หน่วยงาน มีการจัดกิจกรรมเพื่อเด็กและเยาวชน	4.23	0.76	มาก
5.	หน่วยงาน มีการจัดกิจกรรมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง	3.67	0.69	มาก
	โดยรวม	3.98	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ จำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ หน่วยงานมีการจัดกิจกรรมเพื่อเด็กและเยาวชน ($\bar{x} = 4.23$) หน่วยงานมีการจัดกิจกรรมตามกระแสการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย กรมประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.09$) หน่วยงานมีการจัดกิจกรรม/โครงการแบบบูรณาการ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือร่วมกับชุมชน ($\bar{x} = 4.00$) หน่วยงานมีการจัดกิจกรรม “สโมสรคนสื่อ” เพื่อรับฟังและซักถามประเด็นข่าวต่าง ๆ ในพื้นที่ ($\bar{x} = 3.93$) และหน่วยงานมีการจัดกิจกรรมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ($\bar{x} = 3.67$)

2.2.4 ปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่าย

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่ายจำแนกเป็นรายชื่อ

ข้อ	ปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่าย	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.	หน่วยงานได้รับความร่วมมือในการส่งเสริมสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายในเชิงการบริหาร	4.12	0.78	มาก
2.	หน่วยงานได้รับความร่วมมือในการสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ จากภาคีเครือข่าย	3.99	0.86	มาก
3.	หน่วยงานได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายในการสนับสนุนบุคลากรในด้านต่าง ๆ เช่น นักจัดรายการวิทยุ	3.98	0.84	มาก
4.	หน่วยงานมีเครือข่ายวิทยุชุมชน	3.98	0.75	มาก
5.	หน่วยงานมีเครือข่าย อปมช.	3.97	0.68	มาก
โดยรวม		4.01	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่ายจำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ หน่วยงานได้รับความร่วมมือในการส่งเสริมสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายในเชิงการบริหาร ($\bar{X} = 4.12$) หน่วยงานได้รับความร่วมมือในการสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ จากภาคีเครือข่าย ($\bar{X} = 3.99$) หน่วยงานได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายในการสนับสนุนบุคลากรในด้านต่าง ๆ เช่น นักจัดรายการวิทยุ ($\bar{X} = 3.98$) หน่วยงานมีเครือข่ายวิทยุชุมชน ($\bar{X} = 3.98$) หน่วยงานมีเครือข่าย อปมช. ($\bar{X} = 3.97$)

2.2.5 ปัจจัยด้านรูปแบบรายการแบบพุดคุย

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบรายการแบบพุดคุย จำแนกเป็นรายชื่อ

ข้อ	ปัจจัยด้านรูปแบบรายการแบบพุดคุย	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.	หน่วยงานมีการจัดรายการแบบคุยข้าว เล่าประเด็น	4.15	0.48	มาก
2.	หน่วยงานมีการจัดรายการโดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ฟัง	4.21	0.75	มากที่สุด
3.	หน่วยงานมีการจัดรายการแบบสาระบันเทิง ศิลปะ วัฒนธรรม	3.69	0.58	มาก
4.	หน่วยงานมีการจัดรายการแบบสาระธรรม	4.04	0.69	มาก
5.	หน่วยงานมีการจัดรายการแบบมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่าย ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น แกร็บเชิญ ผู้ร่วมรายการ	4.02	0.84	มาก
โดยรวม		4.02	0.67	มาก

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบรายการแบบพุดคุย จำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ หน่วยงานมีการจัดรายการโดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ฟัง ($\bar{X} = 4.21$) หน่วยงานมีการจัดรายการแบบคุยข้าว เล่าประเด็น ($\bar{X} = 4.15$) หน่วยงานมีการจัดรายการแบบสาระธรรม ($\bar{X} = 4.04$) หน่วยงานมีการจัดรายการแบบมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น แกร็บเชิญ ผู้ร่วมรายการ ($\bar{X} = 4.02$) หน่วยงานมีการจัดรายการแบบสาระบันเทิง ศิลปะ วัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.69$)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

3.1 ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ข้อ	ปัจจัยที่ส่งต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	ระดับความคิดเห็น			
		\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับที่
1.	ด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้้นำประเด็นสำคัญ	3.47	0.68	มาก	4
2.	ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพ	3.61	0.66	มาก	2
3.	ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล	3.67	0.72	มาก	1
4.	ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง	3.54	0.78	มาก	3
โดยรวม		3.57	0.71	มาก	-

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล ($\bar{X} = 3.67$) ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพ ($\bar{X} = 3.61$) ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง ($\bar{X} = 3.54$) และด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้้นำประเด็นสำคัญ ($\bar{X} = 3.47$)

3.1.1 ด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้แนะประเด็นสำคัญ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำแนกเป็นรายข้อ ด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้แนะประเด็นสำคัญ

ข้อ	ด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้แนะประเด็นสำคัญ	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.	หน่วยงานมีการสำรวจ ติดตามและรับฟังความต้องการของประชาชนทุกภาคส่วน ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาประมวลและวิเคราะห์ผล	3.44	0.45	มาก
2.	หน่วยงานมีการกำหนดประเด็นสำคัญเพื่อกำหนดนโยบายภาครัฐและให้เครือข่ายและสื่อเข้าไปนำเสนอและขยายผล	3.50	0.56	มาก
3.	หน่วยงานมีการจัดกิจกรรมติดตามกระแสการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย กรม ประชาสัมพันธ์	3.51	0.75	มาก
4.	หน่วยงานมีการเสนอประเด็นและแนวทางการประชาสัมพันธ์ตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ	3.44	0.57	มาก
5.	หน่วยงานมีการเพื่อเพิ่มเวทีสื่อให้แก่ประชาชน	3.47	0.59	มาก
โดยรวม		3.47	0.68	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำแนกเป็นรายข้อ ด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้แนะประเด็นสำคัญ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ หน่วยงานมีการจัดกิจกรรมติดตามกระแสการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย กรม ประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.51$) หน่วยงานมีการกำหนดประเด็นสำคัญเพื่อกำหนดนโยบายภาครัฐและให้เครือข่ายและสื่อเข้าไปนำเสนอและขยายผล ($\bar{X} = 3.50$) หน่วยงานมีการเพื่อเพิ่มเวทีสื่อให้แก่ประชาชน ($\bar{X} = 3.47$) หน่วยงานมีการสำรวจ ติดตามและรับฟังความต้องการของประชาชนทุก ภาคส่วน ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาประมวลและวิเคราะห์ผล ($\bar{X} = 3.44$) หน่วยงานมีการเสนอประเด็นและแนวทางการประชาสัมพันธ์ตามนโยบาย และแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ($\bar{X} = 3.44$)

3.1.2 ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำแนกเป็นรายข้อ ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพ

ข้อ	ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพ	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.	หน่วยงานผลิตและจัดหาสื่อ/รายการเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณชน และกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มเป้าหมายที่ขาดโอกาส เข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสื่อบันเทิงที่หลากหลาย รวมทั้งผู้ที่มีความเสี่ยงจะตกเป็นเหยื่อข้อมูลข่าวสารอันเป็นเท็จ	3.61	0.49	มาก
2.	หน่วยงานขยายความร่วมมือกับองค์กร/หน่วยงานและเครือข่ายต่าง ๆ ของกรมฯ เพื่อขอความร่วมมือสนับสนุนงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมฯ อย่างมีเอกภาพและคุณภาพ	3.66	0.61	มาก
3.	หน่วยงานมีการยกระดับมาตรฐาน วิชาชีพและพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ	3.76	0.35	มาก
4.	หน่วยงานการบริหารเครือข่ายการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ของประชาชน	3.50	0.84	มาก
5.	หน่วยงานมีความร่วมมือด้านประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนกับต่างประเทศ	3.51	0.97	มาก
โดยรวม		3.61	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำแนกเป็นรายข้อ ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ หน่วยงานมีการยกระดับมาตรฐาน วิชาชีพและพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ และสื่อสาร มวลชนของประเทศ ($\bar{X} = 3.76$) หน่วยงานขยายความร่วมมือกับองค์กร/หน่วยงาน และเครือข่ายต่าง ๆ ของกรมฯ เพื่อขอความร่วมมือสนับสนุนงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมฯ อย่างมีเอกภาพและคุณภาพ ($\bar{X} = 3.66$) หน่วยงานผลิตและจัดหาสื่อ/รายการเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณชน และกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มเป้าหมายที่ขาด โอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสื่อบันเทิงที่หลากหลาย รวมทั้งผู้ที่มีความเสี่ยงจะตกเป็นเหยื่อข้อมูลข่าวสารอันเป็นเท็จ ($\bar{X} = 3.61$) หน่วยงานมีความร่วมมือด้านประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนกับต่างประเทศ ($\bar{X} = 3.51$) หน่วยงานการบริหารเครือข่ายการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ของประชาชน ($\bar{X} = 3.51$)

3.1.3 ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำแนกเป็นรายชื่อ ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

ข้อ	ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.	หน่วยงานสร้างธรรมาภิบาลให้แก่ข้อมูลภาครัฐ รวมทั้งสร้างทีมบุคลากรที่สามารถดำเนินงานด้านระบบฐานข้อมูลได้ด้วยความเข้าใจ	3.61	0.84	มาก
2.	หน่วยงานมีการสร้างระบบฐานข้อมูลข่าวสารและงานประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ของกรมฯ	3.70	0.86	มาก
3.	หน่วยงานมีการจัดทำชุดข้อมูล (Datasets) จำนวนมากที่มีคุณค่า และมีระดับการเปิดเผยสูงเพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนได้ใช้งาน เพื่อสร้าง ความรับรู้ว่าการประชาสัมพันธ์มีบริการด้านชุดข้อมูลดิจิทัล ที่มีคุณภาพเป็นพื้นฐานสำหรับการพัฒนาระบบสมาชิก เพื่อเข้าถึงใช้ประโยชน์จากข้อมูล และเป็นแหล่งรายได้ให้แก่กรมฯ ต่อไปในอนาคต	3.69	0.95	มาก
4.	หน่วยงานมีการพัฒนาทีมงานเพื่อวางแผนและขับเคลื่อนงานระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (รวมถึงข้อมูลข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์)	3.45	0.75	มาก
5.	หน่วยงานมีการดำเนินงานแบบมีธรรมาภิบาลในข้อมูลภาครัฐ (PRD Data Governance)	3.71	0.28	มาก
โดยรวม		3.67	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำแนกเป็นรายชื่อ ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ หน่วยงานมีการดำเนินงานแบบมีธรรมาภิบาลในข้อมูลภาครัฐ (PRD Data Governance) ($\bar{X} = 3.71$) หน่วยงานมีการสร้างระบบฐานข้อมูลข่าวสารและงานประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ของกรมฯ ($\bar{X} = 3.70$) หน่วยงานมีการจัดทำชุดข้อมูล (Datasets) จำนวนมากที่มีคุณค่า และมีระดับการเปิดเผยสูงเพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนได้ใช้งาน เพื่อสร้างความรับรู้ว่าการประชาสัมพันธ์มีบริการด้านชุดข้อมูลดิจิทัลที่มีคุณภาพเป็นพื้นฐานสำหรับการพัฒนาระบบสมาชิกเพื่อเข้าถึงใช้ประโยชน์จากข้อมูลและเป็นแหล่งรายได้ให้แก่กรมฯ ต่อไปในอนาคต ($\bar{X} = 3.69$) หน่วยงานสร้างธรรมาภิบาลให้แก่ข้อมูลภาครัฐ รวมทั้งสร้างทีมบุคลากรที่สามารถดำเนินงานด้านระบบฐานข้อมูลได้ด้วยความเข้าใจ ($\bar{X} = 3.61$) หน่วยงานมีการพัฒนาทีมงานเพื่อวางแผนและขับเคลื่อนงานระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (รวมถึงข้อมูลข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์) ($\bar{X} = 3.45$)

3.1.4 ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำแนกเป็นรายชื่อ ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

ข้อ	ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.	หน่วยงานมีการปรับโครงสร้างองค์กรและระบบบริหารจัดการภายในให้เป็นระบบดิจิทัล มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	3.50	0.84	มาก
2.	หน่วยงานมีการปรับระบบบริหารทรัพยากรบุคคลตลอดจนระบบกำลังคนให้สอดคล้องสนับสนุนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนยุทธศาสตร์ของกรมฯ ที่ได้ปรับเปลี่ยนไป	3.50	0.67	มาก
3.	หน่วยงานมีการปรับระบบพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องสนับสนุนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน	3.66	0.95	มาก
4.	หน่วยงานมีการกำหนดความรู้ ทักษะ และสมรรถนะประจำตำแหน่งงานให้สอดคล้องวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน	3.56	0.48	มาก
5.	หน่วยงานมีการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายภาครัฐในการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล	3.59	0.57	มาก
โดยรวม		3.54	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำแนกเป็นรายชื่อ ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ หน่วยงานมีการปรับระบบพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้อง สนับสนุนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน ($\bar{X} = 3.66$) หน่วยงานมีการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนนโยบายภาครัฐในการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล ($\bar{X} = 3.59$) หน่วยงานมีการกำหนดความรู้ ทักษะ และสมรรถนะประจำตำแหน่งงานให้สอดคล้องวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน ($\bar{X} = 3.56$) หน่วยงานมีการปรับโครงสร้างองค์กร และระบบบริหารจัดการภายในให้เป็นระบบดิจิทัล มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ($\bar{X} = 3.50$) หน่วยงานมีการปรับระบบบริหารทรัพยากรบุคคลตลอดจนระบบกำลังคนให้สอดคล้องสนับสนุน วิสัยทัศน์ พันธกิจ และ แผนยุทธศาสตร์ของกรมฯ ที่ได้ปรับเปลี่ยนไป ($\bar{X} = 3.50$)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัย จำนวน 5 ตัวแปร และนำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงและสร้างสมการทำนายพยากรณ์ตัวแปรตาม คือ การปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามและระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน เป็นการหาระดับความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง ที่เรียกว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าเป็นบวก (+) หมายความว่า ข้อมูลสองชุดเปลี่ยนแปลงตามกัน กล่าวคือ ถ้าค่าของตัวแปรหนึ่งสูง ค่าของอีกตัวแปรหนึ่งจะสูงไปด้วยและถ้าค่าของตัวแปรหนึ่งต่ำค่าของตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะต่ำด้วย สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าเป็นลบ (-) หมายความว่าข้อมูลสองชุดเปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้ามหรือกลับกัน กล่าวคือ ถ้าค่าของตัวแปรหนึ่งสูงค่าของอีกตัวแปรหนึ่งจะต่ำและถ้าค่าของตัวแปรหนึ่งต่ำค่าของตัวแปรอีกตัวแปรหนึ่งจะสูง ค่าระดับความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากค่า (Correlation Coefficient (r)) มีเกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์ (Hinkle, 1988, p. 118) ดังนี้

r มีค่า .90–1.00 เท่ากับ มีความสัมพันธ์กันสูงมาก

r มีค่า .70–.90 เท่ากับ มีความสัมพันธ์กันระดับสูง

r มีค่า .50–.70 เท่ากับ มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง

r มีค่า .30–.50 เท่ากับ มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ

r มีค่า .00–.30 เท่ากับ มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน ควรมีค่าไม่เกิน 0.80 เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการเกิด (Multicollinearity) ซึ่งหมายถึง ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูงมากเกินไปจนไม่เหมาะที่จะนำตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงเข้าไปในสมการทั้งสองตัว

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรอิสระด้วยกัน จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่

X₁ แทน ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร

X₂ แทน ปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร

X₃ แทน ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่

X₄ แทน ปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่าย

X₅ แทน ปัจจัยด้านรูปแบบรายการแบบพุดคุย

ตารางที่ 4.13 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างตัวแปรอิสระ 5 ตัวแปร

ตัวแปรอิสระ	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	Y
X ₁	1	.666**	.533**	.631**	.351**	.652**
X ₂	-	1	.627**	.687**	.582**	.556**
X ₃	-	-	1	.707**	.684**	.534**
X ₄	-	-	-	1	.696**	.651**
X ₅	-	-	-	-	1	.546**
Y	-	-	-	-	-	1

หมายเหตุ. * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.13 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 5 ตัวแปร พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .351-.707 ไม่มีคู่ใดที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เกิน .80 ที่จะก่อให้เกิดปัญหา มีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) เมื่อนำไปวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

4.2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regressions)

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงมีลักษณะที่สำคัญ คือ การวิเคราะห์หาผลหรืออิทธิพลของตัวแปรอิสระหลาย ๆ ตัวที่มีต่อตัวแปรตามหนึ่งตัว โดยมีข้อสมมติฐานว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linear Relationship) เพื่อที่จะทำให้สามารถนำผลของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีผลต่อตัวแปรตามมารวมกันได้ (Additivity) กล่าวคือ ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีผลต่อตัวแปรตามหรือไม่และตัวแปรอิสระทุกตัวรวมกันมีผลต่อตัวแปรตามมากน้อยเพียงใด ก่อนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบดูว่าตัวแปรอิสระสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระจากกัน และไม่มีปัญหาเกี่ยวกับ (Multicollinearity) ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regressions) ตามขั้นตอน ดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression Analysis)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน ใช้การวิเคราะห์ด้วย (Multiple Linear Regression Analysis) โดยวิธี Enter Method ตัวแปรอิสระ จำนวน 5 ปัจจัย คือ

- X₁ แทน ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร
- X₂ แทน ปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร
- X₃ แทน ปัจจัยด้านศาสตร์และศิลป์ของบุคลากรการท่องเที่ยว
- X₄ แทน ปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่าย
- X₅ แทน ปัจจัยด้านรูปแบบรายการแบบพุดคุย

ตัวแปรตาม คือ การปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน Y ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ข้อ	ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	Beta	t	Sig.
a	ค่าคงที่ (Constant)	.842	.124	-	6.779	.000
1.	ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร (X ₁)	.167	.063	.119	2.668	.008*
2.	ปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร (X ₂)	.721	.062	.613	11.646	.000*
3.	ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ (X ₃)	.078	.073	.065	1.072	.284
4.	ปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่าย (X ₄)	.212	.097	.166	2.188	.029*
5.	ปัจจัยด้านรูปแบบรายการแบบพุดคุย (X ₅)	.702	.062	.561	11.302	.000*

R = .912, R² = .832

หมายเหตุ. * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนโดยวิธี Enter Method ดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (Y) เท่ากับ 0.912 (R = .912) แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร รวมกันมีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (Y) ในระดับสูง

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (Y) เท่ากับ .832 (R² = .832) แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวแปร สามารถอธิบายการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (Y) ได้ร้อยละ 83.20

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 ตัวแปร เรียงลำดับจากตัวแปรที่มีผลต่อการผันแปรในตัวแปรตามในแบบคะแนนมาตรฐานจากมากที่สุดไปหาน้อย ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร (X₂) (β = .613)

3.2 ปัจจัยด้านรูปแบบรายการแบบพุดคุย (X₅) (β = .561)

3.3 ปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่าย (X₄) (β = .166)

3.4 ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร (X₁) (β = .119)

ดังนั้น เมื่อทราบค่าคงที่ (Constant) เท่ากับ .842 ทราบค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนดิบ (B) และทราบน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) จึงสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ คือ $\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$

แทนค่าในสูตร $\hat{Y} = .842 + 0.721 (X_2) + 0.702 (X_5) + 0.212 (X_4) + 0.167 (X_1)$

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ $Z = B_1z_1 + B_2z_2 + \dots + B_nz_n$

แทนค่าในสูตร $\hat{Z} = 0.613 (X_2) + 0.561 (X_5) + 0.166 (X_4) + 0.119 (X_1)$

เมื่อ \hat{Y} และ \hat{Z} = ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนส่วนตัวแปรอิสระที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ (X_3)

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ตารางที่ 4.15 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ข้อ	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	ความถี่
1.	ด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้แนะประเด็นสำคัญ	
1.1	จัดเสวนา เพื่อรับฟังข้อคิดเห็น ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะจากประชาชน ชี้แจงแนวทาง ขอบเขต ขั้นตอนในการทำงานให้ประชาชนได้รับทราบ	32
1.2	การสร้างเครือข่ายการภาคประชาชน มีการสร้างกลุ่มไลน์ในการติดต่อประสานงานในการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์	26
1.3	คัดเลือกผู้แทนจากกลุ่มเป้าหมายหลัก ให้ตรงกับหัวข้อในการเสวนา เพื่อจัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะที่ปรึกษาและคณะทำงานผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น อย่างเป็นลายลักษณ์ อักษร	21
2.	ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพ	
2.1	ประชาสัมพันธ์การจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านวิชาชีพให้แก่ประชาชน เป็นหลักสูตรระยะสั้นให้ประชาชนได้นำองค์ความรู้ไปต่อยอดในการประกอบอาชีพ	25
2.2	จัดรายการเรื่องที่มีผลกระทบต่อดำรงชีวิตของคน เรื่องที่เป็นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของมนุษย์ เช่น การค้นพบสิ่งใหม่ ๆ เรื่องราวที่เกี่ยวกับบุคคลสำคัญ หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับความสำเร็จของบุคคล	18
2.3	จัดรายการวิทยุในการแสดงพระธรรมเทศนาในทุกวันพระให้ประชาชนธรรมะไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	16
3.	ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล	
3.1	จัดอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวกับการสื่อสารในยุคดิจิทัล เป็นหลักสูตรฝึกอบรมของแต่ละหน่วยงาน เพื่อความเป็นผู้นำแห่งเทคโนโลยี ข้อมูล ข่าวสาร	31
3.2	ประชาสัมพันธ์โครงการสำคัญของหน่วยงานภาครัฐ เป็นสื่อกลางเปิดพื้นที่ในการชี้แจงข้อเท็จจริงและรับฟังปัญหา ข้อเสนอแนะจากประชาชนในพื้นที่นั้น ๆ ในทุกช่องทางอินโฟกราฟิก เผยแพร่ทางเว็บไซต์ และขยายผลทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นได้ทันที	28

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ข้อ	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	ความถี่
3.3	ประชาสัมพันธ์การพัฒนาด้านการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ส่งเสริมศักยภาพคนตามช่วงวัย เผยแพร่ผ่าน สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อดิจิทัล	20
4.	ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง	
4.1	นำเสนอเหตุการณ์หรือสถานการณ์สำคัญ ๆ ของประเทศรูปแบบที่น่าสนใจ เช่น การถ่ายทอดสดผ่าน Facebook ให้ประชาชนได้เข้าถึงอย่างรวดเร็ว	28
4.2	ควรมีการจัดสรรเวลาให้หน่วยงานภาครัฐและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการผลิตเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภค	20
4.3	จัดโครงการพัฒนาบุคลากร เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และสมรรถนะบุคลากร ทั้งข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้าง ให้ครอบคลุมทุกสายงานให้มีองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการในการปฏิบัติงานให้เท่าทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง	12

ตารางที่ 4.15 สรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ดังนี้

1. ด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้แนะประเด็นสำคัญ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ จัดเสวนาเพื่อรับฟังข้อคิดเห็น ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะจากประชาชน ชี้แจงแนวทาง ขอบเขต ขั้นตอนในการทำงานให้ประชาชนได้รับทราบการสร้างเครือข่ายการภาคประชาชนมีการสร้างกลุ่มไลน์ในการติดต่อประสานงานในการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ คัดเลือกผู้แทนจากกลุ่มเป้าหมายหลักให้ตรงกับหัวข้อในการเสวนา เพื่อจัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะที่ปรึกษาและคณะทำงานผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร

2. ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ประชาสัมพันธ์การจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านวิชาชีพให้แก่ประชาชนเป็นหลักสูตรระยะสั้นให้ประชาชนได้นำองค์ความรู้ไปต่อยอดในการประกอบอาชีพ จัดรายการเรื่องที่มีผลกระทบต่อดำรงชีวิตของคน เรื่องที่เป็นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของมนุษย์ เช่น การค้นพบสิ่งใหม่ ๆ เรื่องราวที่เกี่ยวกับบุคคลสำคัญหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับความสำเร็จของบุคคล จัดรายการวิทยุในการแสดงพระธรรมเทศนา ในทุกวันพระให้ประชาชนธรรมะไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

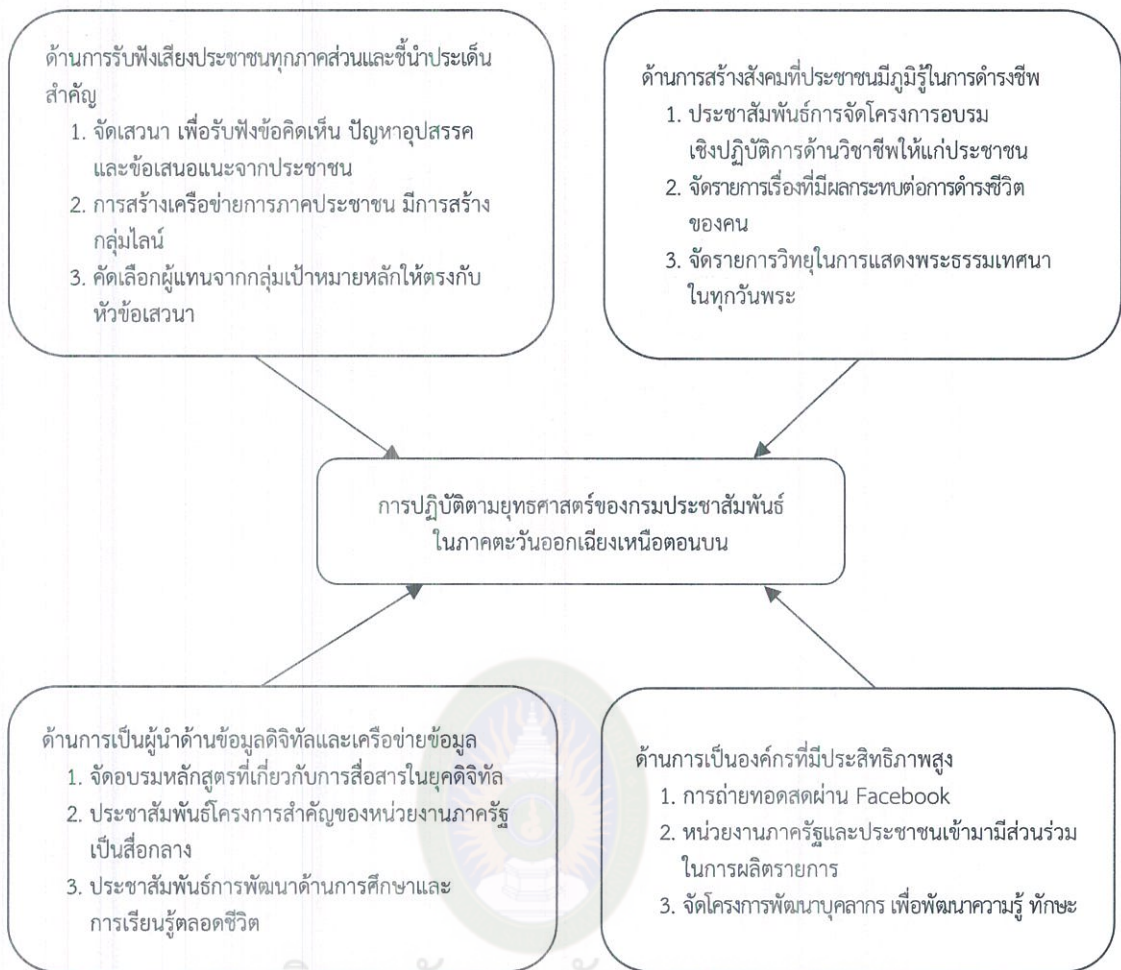
3. ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ จัดอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวกับการสื่อสารในยุคดิจิทัล เป็นหลักสูตรฝึกอบรมของแต่ละหน่วยงานเพื่อความเป็นผู้นำแห่งเทคโนโลยี ข้อมูล ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์โครงการสำคัญของหน่วยงานภาครัฐเป็นสื่อกลางเปิดพื้นที่ในการชี้แจงข้อเท็จจริงและรับฟังปัญหา ข้อเสนอแนะจากประชาชนในพื้นที่นั้น ๆ ในทุกช่องทางอินโฟกราฟิก เผยแพร่ทางเว็บไซต์ และขยายผลทาง สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นได้ทันที

ประชาสัมพันธ์การพัฒนาทางการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ส่งเสริมศักยภาพคนตามช่วงวัย เผยแพร่ผ่าน สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อดิจิทัล

4. ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ นำเสนอเหตุการณ์หรือสถานการณ์สำคัญ ๆ ของประเทศรูปแบบที่น่าสนใจ เช่น การถ่ายทอดสดผ่าน Facebook ให้ประชาชนได้เข้าถึงอย่างรวดเร็ว ควรมีการจัดสรรช่วงเวลาให้หน่วยงานภาครัฐและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการผลิตเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภค จัดโครงการพัฒนาบุคลากร เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และสมรรถนะบุคลากรทั้งข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้าง ให้ครอบคลุมทุกสายงานให้มีองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยน รูปแบบวิธีการในการปฏิบัติงานให้เท่าทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ผู้วิจัยสรุปได้ดังภาพที่ 4.1



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาพที่ 4.1 การปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผู้วิจัย ได้ทำการสรุป อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะ ไว้ตามลำดับต่อไปนี้

1. สรุป
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 140 คน จำแนกได้ดังนี้

5.1.1.1 ด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 และเพศหญิง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3

5.1.1.2 ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมา อายุ 41-50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 30 อายุ 51-60 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 อายุ 20-30 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

5.1.1.3 ด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 67.1 รองลงมา อนุปริญญา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7

5.1.1.4 ด้านรายได้ พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมา รายได้ 30,001 ขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 รายได้ 20,001-25,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

5.1.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านรูปแบบรายการแบบพุดคุย ($\bar{x} = 4.02$) ปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่าย ($\bar{x} = 4.01$) ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ ($\bar{x} = 3.98$) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ($\bar{x} = 3.87$) และปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร ($\bar{x} = 3.81$)

5.1.3 ระดับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล ($\bar{X} = 3.67$) ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพ ($\bar{X} = 3.61$) ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง ($\bar{X} = 3.54$) และด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้แนะประเด็นสำคัญ ($\bar{X} = 3.47$)

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนโดยวิธี Enter Method ดังนี้

5.1.4.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (Y) เท่ากับ 0.912 ($R = .912$) แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร รวมกันมีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (Y) ในระดับสูง

5.1.4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (Y) เท่ากับ .832 ($R^2 = .832$) แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวแปร สามารถอธิบายการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (Y) ได้ร้อยละ 83.20

5.1.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 ตัวแปร เรียงลำดับจากตัวแปรที่มีผลต่อการผันแปรในตัวแปรตามในแบบคะแนนมาตรฐานจากมากที่สุดไปหาน้อย ดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านสมรรถนะของบุคลากร (X_2) ($\beta = .613$)
- 2) ปัจจัยด้านรูปแบบรายการ (X_5) ($\beta = .561$)
- 3) ปัจจัยด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่าย (X_4) ($\beta = .166$)
- 4) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร (X_1) ($\beta = .119$)

ดังนั้น เมื่อทราบค่าคงที่ (Constant) เท่ากับ .842 ทราบค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนดิบ (B) และทราบน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) จึงสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ คือ } \hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

$$\text{แทนค่าในสูตร } \hat{Y} = .842 + 0.721 (X_2) + 0.702 (X_5) + 0.212 (X_4) + 0.167 (X_1)$$

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ } Z = B_1z_1 + B_2z_2 + \dots + B_nz_n$$

$$\text{แทนค่าในสูตร } \hat{Z} = 0.613 (X_2) + 0.561 (X_5) + 0.166 (X_4) + 0.199 (X_1)$$

เมื่อ \hat{Y} และ \hat{Z} = ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ส่วนตัวแปรอิสระที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ (X_3)

5.1.5 สรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ดังนี้

5.1.5.1 ด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชั้นนำประเด็นสำคัญ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ จัดเสวนา เพื่อรับฟังข้อคิดเห็น ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะจากประชาชน ชี้แจงแนวทาง ขอบเขต ขั้นตอนในการทำงานให้ประชาชนได้รับทราบ การสร้างเครือข่ายการภาคประชาชนมีการสร้าง กลุ่มไลน์ในการติดต่อประสานงานในการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ คัดเลือกผู้แทนจากกลุ่มเป้าหมายหลัก ให้ตรงกับหัวข้อในการเสวนา เพื่อจัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะที่ปรึกษาและคณะทำงานผลิตรายการวิทยุ ท้องถิ่นอย่างเป็นทางการ

5.1.5.2 ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ประชาสัมพันธ์การจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านวิชาชีพให้แก่ประชาชนเป็นหลักสูตรระยะสั้น ให้ประชาชนได้นำองค์ความรู้ไปต่อยอดในการประกอบอาชีพ จัดรายการเรื่องที่มีผลกระทบต่อ การดำรงชีวิตของคน เรื่องที่เป็นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของมนุษย์ เช่น การค้นพบสิ่งใหม่ ๆ เรื่องราว ที่เกี่ยวกับบุคคลสำคัญหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับความสำเร็จของบุคคล จัดรายการวิทยุในการแสดง พระธรรมเทศนาในทุกวันพระให้ประชาชนธรรมะไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

5.1.5.3 ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ จัดอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวกับการสื่อสารในยุคดิจิทัลเป็นหลักสูตรฝึกอบรมของแต่ละหน่วยงานเพื่อความเป็นผู้นำ แห่งเทคโนโลยี ข้อมูล ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์โครงการสำคัญของหน่วยงานภาครัฐ เป็นสื่อกลางเปิดพื้นที่ ในการชี้แจงข้อเท็จจริงและรับฟังปัญหา ข้อเสนอแนะจากประชาชนในพื้นที่นั้น ๆ ในทุกช่องทางอินโฟ กราฟิก เผยแพร่ทางเว็บไซต์ และขยายผลทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็น ได้ทันที ประชาสัมพันธ์การพัฒนาด้านการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ส่งเสริมศักยภาพคนตามช่วงวัย เผยแพร่ผ่าน สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อดิจิทัล

5.1.5.4 ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ นำเสนอเหตุการณ์ หรือสถานการณ์สำคัญ ๆ ของประเทศรูปแบบที่น่าสนใจ เช่น การถ่ายทอดสดผ่าน Facebook ให้ประชาชนได้เข้าถึงอย่างรวดเร็ว ควรมีการจัดสรรช่วงเวลาให้หน่วยงานภาครัฐและประชาชนเข้ามา มีส่วนร่วมในการผลิตรายการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการผลิตเนื้อหาที่ตอบสนองความ ต้องการต่อผู้บริโภค จัดโครงการพัฒนาบุคลากร เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และสมรรถนะบุคลากร ทั้งข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้าง ให้ครอบคลุมทุกสายงาน ให้มีองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อใช้ ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการในการปฏิบัติงานให้เท่าทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 สมมติฐานการวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สมรรถนะของบุคลากร การจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ ความร่วมมือของภาคีเครือข่าย และรูปแบบรายการ ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร สมรรถนะของบุคลากร ความร่วมมือของภาคีเครือข่าย และรูปแบบรายการแบบ ผู้วิจัยอภิปรายผล ดังนี้

5.2.1.1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารองค์กรที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สามารถถ่ายทอดวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรได้อย่างเข้าใจ และชัดเจน ชี้แจงแนวทางการปฏิบัติงานอย่างละเอียด เป็นบุคคลที่สามารถการกระตุ้นให้ลูกน้องได้แสดงศักยภาพในการทำงานออกมาได้อย่างเต็มที่ พุดคุยกับผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างเป็นกันเอง มีการช่วยเหลือ หรือแนะนำในการแก้ไขปัญหาระหว่างปฏิบัติงานจะส่งผลให้การปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จเกิดประสิทธิภาพได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศน์ ไชยจิตร (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนในอำเภอน้ำยืนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 5 ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในอำเภอน้ำยืน โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนในอำเภอน้ำยืน โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารกับประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนในอำเภอน้ำยืน พบว่า ทุกด้านมีความสัมพันธ์กันในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิษฐา แก้วนารี (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของหัวหน้าส่วนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าส่วนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา และด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ทั้ง 4 ด้าน ของหัวหน้าส่วนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และมีความสัมพันธ์กันในทางบวกและสอดคล้องกับแนวคิดของ Bass and Avolio (1994, p. 2) กล่าวว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงทำให้เกิดการตระหนักรู้ในเรื่องภารกิจ (Mission) และวิสัยทัศน์ (Vision) ของทีมและขององค์กร มีการพัฒนาความสามารถของผู้ร่วมงานและผู้ตามไปสู่ระดับความสามารถที่สูงขึ้น มีศักยภาพมากขึ้น ชักนำให้ผู้ร่วมงาน และผู้ตามมองเห็นโอกาสเกินกว่าความสนใจของพวกเขาเองไปสู่สิ่งที่จะทำให้กลุ่มได้ประโยชน์ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะชักนำผู้อื่นให้ทำมากกว่าที่พวกเขาตั้งใจตั้งแต่ต้น มีการท้าทายความคาดหวังและมักจะนำไปสู่การบรรลุถึงผลงานที่สูงขึ้น

5.2.1.2 สมรรถนะของบุคลากร ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า บุคคลที่มีคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมในด้านการปฏิบัติงานของกรมประชาสัมพันธ์ที่เกิดจากความรู้อัปเดตทักษะความสามารถหรือทักษะอื่น ๆ ที่ได้สั่งสมเรียนรู้ ปฏิบัติจนเกิดความชำนาญ มีทัศนคติที่ดีต่อหน้าที่ และมีความมั่นคงในจรรยาบรรณวิชาชีพ มีจิตบริการทำให้สามารถปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายนโยบายกรมประชาสัมพันธ์ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ เจริญสุข (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง สมรรถนะในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการทหาร: กรณีศึกษา กองบัญชาการหน่วยบัญชาการทหารพัฒนา กองบัญชาการกองทัพไทย ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยสมรรถนะในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการทหาร: กรณีศึกษา กองบัญชาการ หน่วยบัญชาการทหารพัฒนา กองบัญชาการกองทัพไทย คือ ด้านจรรยาบรรณ ด้านเจตคติ ด้านทักษะทางวิชาชีพ ด้านคุณค่าทางวิชาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีอำนาจการพยากรณ์ ร้อยละ 73.4 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยวุฒิ เทโพธิ์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมสมรรถนะที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผลการวิจัย พบว่า มีองค์ประกอบของสมรรถนะที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคล การฝึกอบรม การรับรู้แรงจูงใจขององค์กร การบริหารตนเอง และการสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน การพัฒนาความสามารถทางการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้บริหารท้องถิ่นและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำเป็นต้องพัฒนาความสามารถในการบริหารขององค์กรอย่างน้อย 4 ด้าน ประกอบด้วย ความสามารถด้านการพัฒนาท้องถิ่น ความสามารถด้านพัฒนาองค์กร ความสามารถด้านการบริหารการเงินการคลัง และความสามารถในการบริหารการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งมีมติทั้ง 4 ด้านนี้ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน และถือเป็นหัวใจของการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยุคใหม่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จอมภัก จันทะคีต (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยสมรรถนะที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของอาจารย์สถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยสมรรถนะหลักและปัจจัยสมรรถนะประจำหน้าที่ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของอาจารย์ประจำในสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดนครราชสีมาในเชิงบวก ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5.2.1.3 ความร่วมมือของภาคีเครือข่ายส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การสร้างเครือข่ายทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายจากหลายสาขาอาชีพสามารถสะท้อนข้อเท็จจริงจากประชาชนไปสู่รัฐบาลทำให้ดำเนินการจัดรายได้หลายรูปแบบเกิดประสิทธิภาพประชาชนได้รับประโยชน์ สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการราชการของกรมประชาสัมพันธ์ (กรมประชาสัมพันธ์, 2563) มีพันธกิจหลักในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน ประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศและสะท้อนความคิดเห็นจากประชาชนสู่รัฐ อีกทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ประเด็นความคิดสำคัญอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริหารจัดการสื่อ เครือข่าย เป็นองค์การหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารทั้งปวง ในงานสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชาติและพัฒนาสังคมได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Elliot (2007) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมในเครือข่าย (Network Participation) จะช่วยให้องค์การมีช่องทางในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ระหว่าง

องค์การ เช่น ข้อมูลทางด้านราคา ข้อมูลทางด้านผลิตภัณฑ์ ข้อมูลทางด้านกระบวนการสร้างข้อมูลทางด้านเทคนิควิธีการใหม่ ๆ ที่ได้พัฒนาไป เป็นต้น โดยรวมแล้วการกระจายข้อมูลข่าวสารนี้จะสร้างให้เกิดการพัฒนาคุณภาพขององค์การ สอดคล้องกับแนวคิดของ สนธยา พลศรี (2550, น. 264-265) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของเครือข่าย ไว้ดังนี้ 1) มีแกนนำและสมาชิกที่เข้มแข็งสามารถดำเนินงานและขยายกิจการของเครือข่ายได้ และมีประสิทธิภาพ 2) มีองค์ความรู้ของเครือข่ายที่อาจจะเกิดจากสมาชิกหรือจากการบูรณาการ ภูมิปัญญาทั้งสองได้อย่างเหมาะสมกับเครือข่าย 3) มีสัมพันธภาพที่ดี เครือข่ายมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิก และภายนอกทำให้การดำเนินงานของเครือข่ายเป็นที่ยอมรับและประสบความสำเร็จ 4) การเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิก เครือข่ายมีช่องทางให้สมาชิกได้มีเวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวกทำให้สมาชิกได้รับความรู้และประสบการณ์ตลอดเวลา 5) การทำกิจกรรมและความต่อเนื่องเครือข่ายสามารถคิด และดำเนินกิจกรรมได้ด้วยตนเองสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ไม่ขาดตอน ไม่ต้องพึ่งพาจากภายนอก 6) ทรัพยากรและการแบ่งปัน เครือข่ายมีทรัพยากรในการดำเนินงานอย่างเพียงพออาจจะโดยการจัดหาของเครือข่ายเองหรือการแบ่งปันกับองค์การ และเครือข่ายอื่นๆ ทำให้เครือข่ายสามารถดำเนินกิจกรรมได้ และมีประสิทธิภาพ 7) การเรียนรู้และนวัตกรรม สมาชิกของเครือข่ายมีการเรียนรู้ผ่านกระบวนการต่าง ๆ สามารถสร้างนวัตกรรม ทั้งที่เป็นความรู้ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ประโยชน์ได้ 8) การสื่อสาร เครือข่ายสามารถสื่อสารระหว่างเครือข่ายกับสมาชิกได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ทำให้สมาชิกได้ทราบข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย และเป็นประโยชน์ 9) การบริหารจัดการที่ดี เครือข่ายมีการบริหารจัดการที่ดีเหมาะสมกับการดำเนินงานของเครือข่ายทำให้เครือข่ายดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล 10) ระบบการติดตามและประเมินงาน เครือข่ายมีระบบการติดตาม และประเมินงานที่มีประสิทธิภาพ มีฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายอย่างเพียงพอสามารถให้การสนับสนุนช่วยเหลือสมาชิกได้ทันเวลา และเหมาะสม

5.2.1.4 รูปแบบรายการ ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า รูปแบบและเนื้อหาการนำเสนอของรายการมีความเหมาะสมกับผู้ชมแตกต่างกันออกไป ดังนั้นควรมีการศึกษาความต้องการในช่วงวัยของบุคคล และช่วงเวลาออกอากาศอย่างรอบคอบจะทำให้เกิดความสนใจและติดตามจากกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น สามารถการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พุร่าไพ ประภัสสร (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์ดิจิทัล เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุไทย ผลการวิจัย พบว่า เนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ควรเป็นรายการที่ให้ข้อมูล ข่าวสาร และควรมีลักษณะสนุกสนานเชิงสร้างสรรค์ด้านความพึงพอใจ รายการโทรทัศน์ และมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการโทรทัศน์ดิจิทัลของผู้สูงอายุไทย ที่ระดับนัยสำคัญ .01 มีข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุไทย ควรเป็นรายการประเภทข่าวสารด้านสุขภาพ มีวิธีการนำเสนอแบบวาไรตี้ มีลักษณะสาระบันเทิง ออกอากาศในช่วงเช้า และมีความยาวประมาณ 30-45 นาที เพื่อความเหมาะสมในการรับรู้ของผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาลี ปรียากร (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการผลิตรายการกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ผ่านรูปแบบรายการพอดแคสต์ ในประเทศไทย ผลการวิจัยสามารถแบ่งแนวทางการผลิตรายการพอดแคสต์ ได้ออกเป็น 3 ด้าน ตามกระบวนการการผลิตรายการ

ได้แก่ 1) ด้านกระบวนการเตรียมการผลิตก่อนการผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการจะมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทนายรายการกระจายเสียงผ่านช่องทางพอดแคสต์, การเตรียมการผลิตรายการและการออกแบบเนื้อหารายการ และการเตรียมการจัดการด้านเทคนิคก่อนการผลิตรายการ 2) ด้านการผลิตรายการพอดแคสต์ ผู้ผลิตรายการมีการกำหนดรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในรายการพอดแคสต์ และการจัดการด้านเทคนิคในการจัดรายการพอดแคสต์ในการผลิตรายการ 3) ด้านการเผยแพร่รายการพอดแคสต์ ผู้ผลิตรายการในประเทศไทยจะมีการคัดเลือกช่องทางสำหรับเผยแพร่รายการ การคัดเลือกช่องทางในการประชาสัมพันธ์รายการ โดยมีการสำรวจความนิยม และมีการคิดโมเดลสร้างรายได้จากการผลิตรายการ ซึ่งในด้านนี้ผู้ผลิตรายการจะมีการประเมินผลรายการด้านต่าง ๆ และมีการสำรวจผลตอบรับจากผู้ฟังรายการเพื่อนำไปพัฒนา การนำเสนอเนื้อหา หรือรูปแบบรายการต่อไปในอนาคต

5.2.1.5 การจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ ไม่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ในปัจจุบันมีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทำให้รูปแบบการจัดกิจกรรมกลางแจ้งไม่ค่อยเป็นที่นิยม เนื่องจากพฤติกรรมประชาชนมีความกลัวกับความเสี่ยที่จะติดโรคต้องเว้นระยะห่างเพื่อความปลอดภัยประกอบกับการพัฒนาของเทคโนโลยี การนำเสนอของสื่อมีช่องทางที่หลากหลายขึ้น เช่น YouTube, Facebook Live, Clubhouse ฯลฯ ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการนำเสนอของสื่อได้อย่างรวดเร็ว สื่อจะต้องพัฒนาไปสู่ดิจิทัลให้มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนากร ธนาเกียรติภิญโญ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การปรับตัวขององค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยในยุค Digital Transformation และ COVID-19 ผลการวิจัยพบว่า กรรมการนโยบาย และผู้บริหาร เห็นถึงความจำเป็นในการปรับตัวเมื่อเกิด Digital Disruption โดยแบ่งกลยุทธ์ในการปรับตัวออกเป็น 3 ด้าน คือ กลยุทธ์ด้านนโยบาย กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการและกลยุทธ์ด้านเนื้อหา ซึ่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 เป็นตัวเร่งให้ Digital Transformation เกิดเร็วขึ้นกว่าเดิมด้านช่องทางออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้นทำให้บุคลากรทุกระดับจำเป็นต้องปรับตัวใช้เทคโนโลยีในการทำงานและต้องมีทักษะที่หลากหลายรับกับการเปลี่ยนแปลงในภาวะวิกฤต โดยเฉพาะ Mindset ของบุคลากรที่ต้องคิดในแบบ Digital First

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.3.1.1 ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารควรมีการกำหนดกิจกรรมการจัดการความรู้ในองค์กร (KM) ให้สมาชิกที่มีความรู้แต่ละด้านได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์แก่ผู้ร่วมงาน เพื่อเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานให้สูงขึ้นอย่าง

5.3.1.2 ด้านสมรรถนะของบุคลากร บุคลากรในหน่วยควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เป็นทีมสร้างวัฒนธรรมการทำงานแบบครอบครัว มีการจัดทำคู่มือในการปฏิบัติงานที่ทันสมัยในแต่ละด้าน ในรูปแบบคลิป VDO ผ่านช่องทาง YouTube ให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าไปเรียนรู้ได้ตลอดเวลา

5.3.1.3 ด้านการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่ หน่วยงานในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ ควรมีการกำหนดกิจกรรมในการออกพื้นที่เพื่อสร้างการรับรู้ ภารกิจของหน่วยงาน และการบริการประชาชน

เชิงรุกร่วมกับกิจกรรมของจังหวัด เช่น โครงการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่บำบัดทุกข์ บำรุงสุขของแต่ละจังหวัด และมีการเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ของจังหวัดอย่างในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

5.3.1.4 ด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่าย ควรสร้างเครือข่ายนักจัดรายการวิทยุชุมชนขึ้น และสร้างช่องทางการสื่อสารกลุ่ม Line พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ได้เสนอแนะ ข้อคิดเห็นในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบของงานและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ระหว่างสื่อท้องถิ่น วิทยุ และสื่อประชาชน Facebook, Live ให้สามารถนำเสนอข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว และมีคุณภาพแก่ประชาชนได้

5.3.1.5 ด้านรูปแบบรายการ ควรกำหนดรายการให้มีหลากหลายรูปแบบเหมาะสม ด้านประเภทรายการ กลุ่มเป้าหมาย และเวลาออกอากาศ ควรเพิ่มการจัดรายการแบบสาระบันเทิง ศิลปะ วัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ ของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

5.3.2.2 ควรศึกษาการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของ กรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงการดำเนินงาน ในแต่ละประเภทในพื้นที่นั้น ๆ เพื่อกระจายข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- กรมประชาสัมพันธ์สำนักนายกรัฐมนตรี. (2563-2565). *แผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2563-2580 และระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563-2565)*. กรุงเทพฯ: กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2550). *หลักสูตรพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง เพื่อรองรับการกระจายอำนาจ สำหรับผู้บริหารการศึกษาและผู้บริหารสถานศึกษา*. นครปฐม: สถาบันพัฒนาครูคณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). *การวิเคราะห์เชิงปริมาณ*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร จำกัด.
- ชนิษฐา แก้วนารี. (2557). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผล การปฏิบัติงานของหัวหน้าส่วนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดลำปาง (วิทยานิพนธ์ปริญญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- จรีมาศ เทพมณฑา. (2559). *นโยบาย แผน และกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ ของกรมป่าไม้ (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- จอมพงศ์ มงคลวนิช. (2554). *การศึกษาคู่การพัฒนาที่ยั่งยืน: การบริหารองค์การและบุคลากรทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีสยาม.
- ชัยวุฒิ เทโพธิ์. (2563). *อิทธิพลของสมรรถนะพนักงานจ้างตามภารกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 (วิทยานิพนธ์ปริญญา รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต)*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณรงค์ศักดิ์ โกศลวัฒน์. (2550). *ความต้องการของประชาชนเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การใช้บริการ ของเทศบาลเมืองพิบูลมังสาหาร (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต)*. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ณัฐวัฒน์ คุณนุช. (2558). *การนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ ศึกษาบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์. วารสารสหวิทยาการวิจัย, 4(3), 164-174.*
- ทองใบ สุดขารี. (2549). *การวิจัยธุรกิจ: ปฏิบัติการวิจัยนอกเหนือตำรา*. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุบลราชธานี.
- ปกรณ ปรียากกร. (2547). *การวางแผนกลยุทธ์: แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์ (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- ปรีชา ทัดน์ละไม. (2549). *ความสัมพันธ์ระหว่างแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนและประสิทธิผล ของโรงเรียน สังกัดสถานงานเขตพื้นที่การศึกษาชัยภูมิ เขต 1-3 (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร มหาบัณฑิต)*. เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- พจุมไพ ประภัสสร. (2564). *การพัฒนาารูปแบบรายการโทรทัศน์ดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ของผู้สูงอายุไทย. วารสารวิชาการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก, 7(1), 507-526.*
- รังสรรค์ สิงห์เลิศ. (2551). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สนธยา พลศรี. (2550). *เครือข่ายการเรียนรู้ในงานพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

- สมนึก ภัททิยธนี. (2544). *การวัดผลการศึกษา*. กาฬสินธุ์: ประสานการพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2552). *การจัดระดับการกำกับ ดูแลองค์กรภาครัฐ ตามหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.
- เสรี พงศ์พิศ. (2548). *เครือข่าย: ยุทธวิธีเพื่อประชาคมเข้มแข็งชุมชนเข้มแข็ง*. กรุงเทพฯ: โครงการมหาวิทยาลัยชีวิตสถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน.
- อนุทิน วาริษฐ์. (2550). *ยุทธศาสตร์การพัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กชนบท ในเขตจังหวัดสกลนคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- อาลี ปรียากร. (2560). *การศึกษาแนวทางการผลิตรายการกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ผ่านรูปแบบรายการพอดแคสต์ในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อุทิศ ขาวเขียว. (2546). *การวางแผนกลยุทธ์*. บั๊กโปรโมชั่นแอนด์เซอร์วิส จำกัด.
- อุทิศ เขียวขาว. (2546). *การวางแผนกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bass, B.M. (1998). *Transformational Leadership: Industrial, Military, and Educational Impact*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bryson, J.M. (1995). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organization: A Guide to Strengthening Organization Achievement*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Charles, W.L.H. and Jones, G.R. (2009). *Strategic Management An Integrated Approach*. Boston, Mass: McGraw-Hill/Irwin.
- Elliot, S. (2007). *Electronic Commerce, Section N of Stikeman Elliott's Doing Business in Canada*. Retrieved from <http://www.stikeman.com>.
- Henry, M. (1994). *The Rise and Fall of Strategic Planning*. Great Britain: Prentice Hall Europe.
- Johnson, G. and Scholes, K. (1999). *Exploring Corporate Strategy, Texts and Cases*. (5thed.). Hemel Hempstead: Prentice Hall.
- Jonas, D. (2000). Information giving can be painless. *Journal of Child Health Care*, 4(2), 55-58.
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- McClelland, D.C. (1973). Testing for competence rather than intelligence. *American Psychologist*, 28(1), 1-14.
- Rovinelli, R.J. and Hambleton, R. K. (1997). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.

Whang, In-Joung. (1981). *Management of Rural Change in Korea: The Saemaeul Undong*.
Seoul: Seoul National University Press.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ตอนบน

คำชี้แจง

เอกสารชุดนี้ เป็นแบบสอบถามเพื่อการวิจัยตามหลักสูตรการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา
รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติ
ตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านให้ข้อมูลและแสดงความคิดเห็น
ตามแบบสอบถามนี้ การตอบคำถามในแบบสอบถามครั้งนี้จะถูกนำมาใช้ในการศึกษาวิจัย ซึ่งจะเป็น
ประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านได้ให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม
ตรงไปตรงมาตามข้อเท็จจริง และตามความรู้สึกรู้สึกนึก คิดของตัวท่านเองหวังว่าจะได้รับความกรุณา
จากท่านเป็นอย่างดีและขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์
ในพื้นที่ 11 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับผลการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ 11
จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ตอนที่ 4 ข้อเสนอในการพัฒนาการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่
11 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

นางสาวทรงรัตน์ ทิพงษ์

นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1.1 ชาย

1.2 หญิง

2. อายุ

2.1 20-30 ปี

2.2 31-40 ปี

2.3 41-50 ปี

2.4 51-60 ปี

3. ระดับการศึกษา

3.1 อนุปริญญา

3.2 ปริญญาตรี

3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้

4.1 10,001-15,000 บาท

4.2 15,001-20,000 บาท

4.3 20,001-25,000 บาท

4.4 25,001-30,000 บาท

4.5 30,001 ขึ้นไป



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์
ในพื้นที่ 11 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบ ดังนี้

5 หมายถึง มากที่สุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด

ข้อ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติตาม ของยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร					
1.1	ผู้บริหารของท่านได้ชี้แจงถึงกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ของหน่วยงาน เช่น ข้อบังคับด้านการบริหารงานบุคคล ทิศทางการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงาน ของหน่วยงานให้บุคลากรทราบก่อน ที่จะปฏิบัติหน้าที่					
1.2	ผู้บริหารของท่านได้กำกับดูแลหน่วยงาน ให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ของหน่วยงาน โดยมีการปรับให้สอดคล้องกับทิศทางการ พัฒนาคุณภาพการดำเนินงาน และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น					
1.3	ผู้บริหารของท่านเปิดโอกาสให้บุคลากร มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ พันธกิจ และกลยุทธ์ระดับหน่วยงาน และการนำสู่การปฏิบัติที่เป็นระบบ ชัดเจน เช่น มีการกำหนดตัวบ่งชี้คุณภาพ (KPI) ของงานที่ปฏิบัติ					
1.4	บริหารของท่านมอบหมายอำนาจ การตัดสินใจให้แก่ผู้บริหารหรือ ผู้ปฏิบัติงานระดับถัดไปเพื่อความ คล่องตัว โดยมีการกำกับและตรวจสอบ เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล คุ่มค่า และมีความเสี่ยง ในระดับที่ยอมรับได้					

ข้อ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.5	ผู้บริหารของท่านส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจต่อบุคลากร อย่างต่อเนื่อง เช่น การยกย่องบุคลากรดีเด่น รางวัลคุณภาพ					
1.6	ผู้บริหารของท่านถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ร่วมงานเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การสอนงานที่หน้างาน การจัดทำคู่มือ การปฏิบัติงานฯ					
1.7	ผู้บริหารของท่านดำเนินการภายใต้หลักธรรมาภิบาล โดยเฉพาะในประเด็นการปกป้อง ผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเรื่องคุณภาพการให้บริการจากทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน					
2.	สมรรถนะของบุคลากร					
2.1	บุคลากรในหน่วยงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ของหน่วยงาน เช่น ข้อบังคับด้านการบริหารงานบุคคลทิศทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารงานของหน่วยงาน ให้บุคลากรทราบก่อนที่จะปฏิบัติหน้าที่					
2.2	บุคลากรในหน่วยงานปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนกลยุทธ์ของหน่วยงาน โดยมีการปรับให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารงาน และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น					
2.3	บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์พันธกิจ และกลยุทธ์ระดับหน่วยงาน และการนำสู่การปฏิบัติที่เป็นระบบชัดเจน เช่น มีการกำหนดตัวบ่งชี้คุณภาพ (KPI) ของงานที่ปฏิบัติ					

ข้อ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติตาม ของยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.4	บุคลากรในหน่วยงานปฏิบัติงานตาม การมอบหมายอำนาจจากผู้บริหาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผลคุ้มค่า และมีความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้					
2.5	บุคลากรในหน่วยงานมีส่วนร่วมสนับสนุน กิจกรรมที่เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจ ต่อบุคลากรอย่างต่อเนื่อง					
2.6	บุคลากรในหน่วยงานมีการถ่ายทอด ความรู้แก่ผู้ร่วมงานเพิ่มทักษะในการ ปฏิบัติงานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย อย่างเต็มกำลังความสามารถ					
2.7	บุคลากรในหน่วยงานปฏิบัติหน้าที่ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล โดยเฉพาะ ในประเด็นการปกป้อง ผลประโยชน์ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเรื่องคุณภาพ การให้บริการจากทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการดำเนินงาน					
3.	การจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่					
3.1	หน่วยงานของท่าน มีการจัดกิจกรรม/ โครงการแบบบูรณาการร่วมกับหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องหรือร่วมกับชุมชน					
3.2	หน่วยงานของท่าน มีการจัดกิจกรรม ตามกระแสการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย กรมประชาสัมพันธ์					
3.3	หน่วยงานของท่าน มีการจัดกิจกรรม “สโมสรคนสื่อ” เพื่อรับฟังและซักถาม ประเด็นข่าวต่าง ๆ ในพื้นที่					
3.4	หน่วยงานของท่าน มีการจัดกิจกรรม เพื่อเด็กและเยาวชน					
3.5	หน่วยงานของท่าน มีการจัดกิจกรรม ในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง					

ข้อ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติตาม ของยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.	ความร่วมมือของภาคีเครือข่าย					
4.1	หน่วยงานของท่าน ได้รับความร่วมมือ ในการส่งเสริมสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย ในเชิงการบริหาร					
4.2	หน่วยงานของท่าน ได้รับความมือ ในการสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ จากภาคีเครือข่าย					
4.3	หน่วยงานของท่าน ได้รับความร่วมมือ จากเครือข่ายในการสนับสนุนบุคลากร ในด้านต่าง ๆ เช่น นักจัดรายการวิทยุ					
4.4	หน่วยงานของท่าน มีเครือข่ายวิทยุชุมชน					
4.5	หน่วยงานของท่าน มีเครือข่าย อปมช.					
5.	รูปแบบรายการ					
5.1	หน่วยงานของท่าน มีการจัดรายการ แบบคุยข่าว เล่าประเด็น					
5.2	หน่วยงานของท่าน มีการจัดรายการ โดยมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ฟัง					
5.3	หน่วยงานของท่าน มีการจัดรายการ แบบสาระบันเทิง ศิลปะ วัฒนธรรม					
5.4	หน่วยงานของท่าน มีการจัดรายการ แบบสาระธรรม					
5.5	หน่วยงานของท่าน มีการจัดรายการ แบบมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่าย ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น แกร็บเชิญ ผู้ร่วมรายการ					

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับผลการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ 11 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบ ดังนี้

5 หมายถึง มากที่สุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด

ข้อ	ผลการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	ยุทธศาสตร์ด้านการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้แนะประเด็นสำคัญเพื่อนำมาประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายภาครัฐ					
1.1	หน่วยงานของท่าน มีการสำรวจ ติดตาม และรับฟังความต้องการของประชาชนทุกภาคส่วน ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำมาประมวลและวิเคราะห์ผล					
1.2	หน่วยงานของท่าน มีการกำหนดประเด็นสำคัญเพื่อกำหนดนโยบายภาครัฐ และให้เครือข่ายและสื่อเข้าไปนำเสนอและขยายผล					
1.3	หน่วยงานของท่าน มีการจัดกิจกรรมติดตามกระแสการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย กรมประชาสัมพันธ์					
1.4	หน่วยงานของท่าน มีการเสนอประเด็นและแนวทางการประชาสัมพันธ์ตามนโยบาย และแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ					
1.5	หน่วยงานของท่าน มีการเพื่อเพิ่มเวทีสื่อให้แก่ประชาชน					

ข้อ	ผลการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.	ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ					
2.1	หน่วยงานของท่าน ผลิตและจัดหาสื่อ /รายการเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณชน และกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มเป้าหมายที่ขาดโอกาสเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารและสื่อบันเทิงที่หลากหลาย รวมทั้งผู้ที่มีความเสี่ยงจะตกเป็นเหยื่อ ข้อมูลข่าวสารอันเป็นเท็จ					
2.2	หน่วยงานของท่าน ขยายความร่วมมือ กับองค์กร/หน่วยงาน และเครือข่าย ต่าง ๆ ของกรมฯ เพื่อขอความร่วมมือ สนับสนุนงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ของกรมฯ อย่างมีเอกภาพและคุณภาพ					
2.3	หน่วยงานของท่าน มีการยกระดับ มาตรฐาน วิชาชีพและพัฒนาบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสาร มวลชนของประเทศ					
2.4	หน่วยงานของท่าน การบริหารเครือข่าย การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้าง การรับรู้ของประชาชน					
2.5	หน่วยงานของท่าน มีความร่วมมือ ด้านประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน กับต่างประเทศ					
3.	ยุทธศาสตร์ด้านการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล					
3.1	หน่วยงานของท่าน สร้างธรรมาภิบาล ให้แก่ข้อมูลภาครัฐ รวมทั้งสร้างทีม บุคลากรที่สามารถดำเนินงานด้านระบบ ฐานข้อมูลได้ด้วยความเข้าใจ					

ข้อ	ผลการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.2	หน่วยงานของท่าน มีการสร้างระบบฐานข้อมูลข่าวสารและงานประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ของกรมฯ					
3.3	หน่วยงานของท่าน มีการจัดทำชุดข้อมูล (Datasets) จำนวนมากที่มีคุณค่าและมีระดับ การเปิดเผยสูงเพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนได้ใช้งาน เพื่อสร้างความรับรู้ ว่ากรมประชาสัมพันธ์มีบริการด้านชุดข้อมูลดิจิทัลที่มีคุณภาพเป็นพื้นฐาน สำหรับการพัฒนาระบบสมาชิก เพื่อเข้าถึงใช้ประโยชน์จากข้อมูล และเป็นแหล่งรายได้ให้แก่กรมฯ ต่อไป ในภายหน้า					
3.4	หน่วยงานของท่าน มีการพัฒนาทีมงาน เพื่อวางแผนและขับเคลื่อนงานระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (รวมถึงข้อมูลข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์)					
3.5	หน่วยงานของท่าน มีการดำเนินงานแบบมีธรรมาภิบาลในข้อมูลภาครัฐ (PRD Data Governance)					
4.	ยุทธศาสตร์ด้านการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง					
4.1	หน่วยงานของท่าน มีการปรับโครงสร้างองค์กรและระบบบริหารจัดการภายใน ให้เป็นระบบดิจิทัล มีความคล่องตัว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น					
4.2	หน่วยงานของท่าน มีการปรับระบบบริหาร ทรัพยากรบุคคลตลอดจนระบบกำลังคนให้สอดคล้องสนับสนุนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนยุทธศาสตร์ของกรมฯ ที่ได้ปรับเปลี่ยนไป					

ข้อ	ผลการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.3	หน่วยงานของท่าน มีการปรับระบบ พัฒนาทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้อง สนับสนุน วิสัยทัศน์ พันธกิจ และ แผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน					
4.4	หน่วยงานของท่าน มีการกำหนดความรู้ ทักษะ และสมรรถนะประจำตำแหน่ง งาน ให้สอดคล้องวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน					
4.6	หน่วยงานของท่าน มีการพัฒนาทักษะ ด้านดิจิทัลของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนนโยบายภาครัฐในการ ปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอในการพัฒนาการปฏิบัติตามของยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ 11 จังหวัด
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร

.....
.....

2. สมรรถนะของบุคลากร

.....
.....

3. การจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่

.....
.....

4. ความร่วมมือของภาคีเครือข่าย

.....
.....

5. รูปแบบรายการ

.....
.....

ขอบพระคุณอย่างสูงที่สละเวลาให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้...



ภาคผนวก ข

ค่าความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ ข.1 ค่าความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

คำถามข้อ	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่าเฉลี่ย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
X1	+1	+1	+1	3	1
X2	+1	+1	+1	3	1
X3	+1	+1	+1	3	1
X4	+1	+1	+1	3	1
X5	+1	+1	+1	3	1
X6	+1	+1	+1	3	1
X7	+1	+1	+1	3	1
X8	+1	+1	+1	3	1
X9	+1	+1	+1	3	1
X10	+1	+1	+1	3	1
X11	+1	+1	+1	3	1
X12	+1	+1	+1	3	1
X13	+1	+1	+1	3	1
X14	+1	+1	+1	3	1
X15	+1	+1	+1	3	1
X16	+1	+1	+1	3	1
X17	+1	+1	+1	3	1
X18	+1	+1	+1	3	1
X19	+1	+1	+1	3	1
X20	+1	+1	+1	3	1
X21	+1	+1	+1	3	1
X22	+1	+1	+1	3	1
X23	+1	+1	+1	3	1
X24	+1	+1	+1	3	1
X25	+1	+1	+1	3	1
X26	+1	+1	+1	3	1
X27	+1	+1	+1	3	1
X28	+1	+1	+1	3	1
X29	+1	+1	+1	3	1
Y1	+1	+1	+1	3	1
Y2	+1	+1	+1	3	1

(ต่อ)

ตารางที่ ข.1 (ต่อ)

คำถามข้อ	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่าเฉลี่ย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
Y3	+1	+1	+1	3	1
Y4	+1	+1	+1	3	1
Y5	+1	+1	+1	3	1
Y6	+1	+1	+1	3	1
Y7	+1	+1	+1	3	1
Y8	+1	+1	+1	3	1
Y9	+1	+1	+1	3	1
Y10	+1	+1	+1	3	1
Y11	+1	+1	+1	3	1
Y12	+1	+1	+1	3	1
Y13	+1	+1	+1	3	1
Y14	+1	+1	+1	3	1
Y15	+1	+1	+1	3	1



ภาคผนวก ค

คำอธิบายจำแนกของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ ค.1 ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย
X1	0.583
X2	0.325
X3	0.378
X4	0.259
X5	0.746
X6	0.355
X7	0.459
X8	0.535
X9	0.568
X10	0.493
X11	0.372
X12	0.438
X13	0.592
X14	0.431
X15	0.583
X16	0.467
X17	0.514
X18	0.534
X19	0.746
X20	0.583
X21	0.325
X22	0.583
X23	0.325
X24	0.378
X25	0.231
X26	0.372
X27	0.438
X28	0.592
X29	0.431
Y1	0.746

(ต่อ)

ตารางที่ ค.1 (ต่อ)

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย
Y2	0.355
Y3	0.459
Y4	0.535
Y5	0.568
Y6	0.568
Y7	0.493
Y8	0.372
Y9	0.438
Y10	0.592
Y11	0.431
Y12	0.583
Y13	0.467
Y14	0.514
Y15	0.534

หมายเหตุ: Reliability Coefficients, N of Cases = 42, N of Items = 44, Alpha = .896

การเผยแพร่ผลงานวิจัย

ทรงรัตน์ ทิพวงษ์, สัจญญา เคนาภูมิ และเสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4 “ศาสตร์พระราชากับการพัฒนาอย่างยั่งยืนในสังคมวิถีใหม่สู่อนาคต” 20 พฤษภาคม 2565 (น. 748-757). ร้อยเอ็ด: มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวทรงรัตน์ ทิพวงษ์
วันเกิด	20 พฤษภาคม 2528
สถานที่เกิด	เลขที่ 57 หมู่ที่ 4 ตำบลม่วงนา อำเภอคอนจัน จังหวัดกาฬสินธุ์ 46000
ที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 57 หมู่ที่ 4 ตำบลม่วงนา อำเภอคอนจัน จังหวัดกาฬสินธุ์ 46000
สถานที่ทำงาน	สำนักงานประชาสัมพันธ์ เขต 1 ขอนแก่น กรมประชาสัมพันธ์
ตำแหน่ง	นักประชาสัมพันธ์
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2551	ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2565	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รป.ม.) สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY