

วิเคราะห์ระบบการบริหารจัดการเครือข่ายประชาสัมพันธ์
เพื่อใช้ในการพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น



วัชร น้อยชมภู
งานสื่อสาร กองสื่อสารองค์กร
สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มิถุนายน 2562

คำนำ

การที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นจะก้าวไปสู่มหาวิทยาลัยวิจัยระดับโลกนั้นจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้การสื่อสารทิศทางของมหาวิทยาลัยทั้งการสื่อสารภายนอกองค์และการสื่อสารมวลชนภายนอกองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเข้าใจในทิศทางเดียวกัน มหาวิทยาลัยจำเป็นต้องสร้างความเข้มแข็งและเปลี่ยนแปลงการทำงานของงานประชาสัมพันธ์ ปัจจุบัน พบว่า งานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีผู้ปฏิบัติงานทั้งหมดรวม 29 คน มีภารกิจหลากหลายด้าน ได้แก่การผลิตข่าวภายในมหาวิทยาลัย การเผยแพร่ข่าวตามสื่อต่าง ๆ (เช่น วิทยุ จดหมายข่าวและ KKU channel) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ การสร้างภาพพจน์ของมหาวิทยาลัยให้เป็นที่ประจักษ์ การจัดงานพิธีการและการร่วมพิธีการกับหน่วยงานภายนอก

ภารกิจที่มากดังกล่าว ผสมกับจำนวนเจ้าหน้าที่จำนวนน้อยทำให้การดำเนินโครงการต่าง ๆ เป็นไปในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก และไม่สามารถดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ที่วางไว้อย่างทันท่วงที การขอตำแหน่งเพิ่มเป็นแผนระยะยาวที่ดำเนินการได้ค่อนข้างยากและต้องผ่านการพิจารณาหลายขั้นตอน ดังนั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน กองสื่อสารองค์กรจึงจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ตามคณะต่าง ๆ และเครือข่ายนักศึกษา แต่การสร้างเครือข่ายดังกล่าวจำเป็นต้องมีความยั่งยืนและมีการทำงานร่วมของเครือข่ายที่ชัดเจน ตลอดจนมีแนวทางปฏิบัติร่วมที่เป็นที่เข้าใจระหว่างสมาชิกในเครือข่าย

ดังนั้น งานวิเคราะห์เล่มนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เมื่อสามารถสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งได้ก็จะไปสู่การสื่อสารองค์การที่มีประสิทธิภาพ และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่ตีงามสื่อสารถึงบุคคลภายนอกได้อย่างตรงเป้าหมาย

ผู้จัดทำ

วัชรรา น้อยชมภู

พฤษภาคม 2562

สารบัญ

หน้า

บทที่ 1 บทนำ

วิเคราะห์ระบบการบริหารจัดการเครือข่ายประชาสัมพันธ์เพื่อใช้ในการพัฒนา เครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น	1
--	---

ความสำคัญและที่มาของประเด็นการวิเคราะห์	1
---	---

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
---------------------------	---

คำจำกัดความเบื้องต้น	3
----------------------	---

บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิเคราะห์	4
------------------------------------	---

รูปแบบของเครือข่าย	4
--------------------	---

ขอบเขตการวิเคราะห์	4
--------------------	---

ผลที่คาดว่าจะได้รับ :	4
-----------------------	---

วิธีการดำเนินการวิเคราะห์	5
---------------------------	---

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระบบการบริหารจัดการเครือข่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้ในการพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น	6
---	---

บทที่ 5 สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	10
--------------------------------------	----

สรุปความคิดเห็น	10
-----------------	----

ข้อเสนอแนะ	10
------------	----

บรรณานุกรม	11
------------	----

บทที่ 1 บทนำ

วิเคราะห์ระบบการบริหารจัดการเครือข่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้ในการพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ความสำคัญและที่มาของประเด็นการวิเคราะห์ :

การที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นจะก้าวไปสู่มหาวิทยาลัยวิจัยระดับโลกนั้นจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้การสื่อสารทิศทางของมหาวิทยาลัยทั้งการสื่อสารภายนอกองค์กรและการสื่อสารมวลชนภายนอกองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเข้าใจในทิศทางเดียวกัน มหาวิทยาลัยจำเป็นต้องสร้างความเข้มแข็งและเปลี่ยนแปลงการทำงานของงานประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันพบว่า กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีผู้ปฏิบัติงานทั้งหมดรวม 29 คน มีภารกิจหลากหลายด้าน ได้แก่การผลิตข่าวภายในมหาวิทยาลัย การเผยแพร่ข่าวตามสื่อต่าง ๆ (เช่น วิทยุ จดหมายข่าวและKKU channel) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ การสร้างภาพพจน์ของมหาวิทยาลัยให้เป็นที่ยอมรับ การจัดงานพิธีการและการร่วมพิธีการกับหน่วยงานภายนอก ภารกิจที่มากดังกล่าว ผสมกับจำนวนเจ้าหน้าที่ที่น้อยทำให้การดำเนินงานโครงการต่าง ๆ เป็นไปในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก และไม่สามารถดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ที่วางไว้อย่างทันทั่วถึง การขอตำแหน่งเพิ่มเป็นแผนระยะยาวที่ดำเนินการได้ค่อนข้างยากและต้องผ่านการพิจารณาหลายขั้นตอน ดังนั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน งานประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ตามคณะต่าง ๆ และเครือข่ายนักศึกษา แต่การสร้างเครือข่ายดังกล่าวจำเป็นต้องมีความยั่งยืนและมีการทำงานร่วมของเครือข่ายที่ชัดเจน ตลอดจนมีแนวทางปฏิบัติร่วมที่เป็นที่เข้าใจระหว่างสมาชิกในเครือข่าย ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นเมื่อสามารถสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งได้ก็จะไปสู่การสื่อสารองค์การที่มีประสิทธิภาพ และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่ดึงดูดสื่อสารถึงบุคคลภายนอกได้อย่างตรงเป้าหมาย

ความจำเป็นที่ต้องมีเครือข่าย

เครือข่ายในการพัฒนาจะไม่จำเป็น ถ้าคนหรือองค์กรมีการติดต่อสัมพันธ์กันกับคนหรือองค์กรในสาขาเดียวกัน ทั้งแนวดิ่งและแนวราบอยู่แล้วเป็นอย่างดี (เช่น มีการติดต่อกันระหว่างหน่วยงานวิจัย หน่วยงานพัฒนา หน่วยงานฝึกอบรม หน่วยงานส่งเสริม และหน่วยงานสนับสนุนโครงการพัฒนาชนบท) หรือองค์กรต่าง ๆ ทราบถึงสิ่งที่เป็นจริงเกี่ยวกับนโยบาย ผลการวิจัยและการดำเนินงานในที่ต่าง ๆ ทราบถึงแหล่งวิชาการ แนวทางการพัฒนาทางการบริหาร สังคม เศรษฐกิจต่าง ๆ ของประเทศ รวมทั้งข้อดีข้อเสียของแต่ละแหล่ง และแต่ละแนวทางการพัฒนา มีทรัพยากรที่จะดำเนินงานของตนเอง สามารถร่วมมือกับเพื่อนในวงการเดียวกันในหนทางที่องค์กรของตนจะได้รับประโยชน์ หรือทำให้รัฐบาล องค์กร และชุมชน รับฟังข้อเสนอแนะขององค์กรของตนได้อยู่แล้ว

แต่ในความเป็นจริงไม่ใช่เช่นนั้น หน่วยงานพัฒนาไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานพัฒนาเอกชน หรือหน่วยงานพัฒนาของรัฐ ต่างหน่วยต่างทำงานกันไปไม่เคยเกี่ยวข้องกับหน่วยงานที่ทำงานคล้ายคลึงกัน ยุ่งอยู่กับการแก้ปัญหาวันต่อวัน เพื่อให้หน่วยงานของตนอยู่รอด มีการทำงานซ้ำซ้อนกันในพื้นที่เดียวกัน แต่ละ

หน่วยงานก็มีการส่งข่าวสารข้อมูลไหลเวียนกันอยู่ภายในหน่วยงานของตน และข้อมูลข่าวสารมีค่อนข้างจำกัด การทำงานใช้กรอบความคิดหรือหลักการเฉพาะที่เคยใช้อย่างใดอย่างหนึ่ง พัฒนาในสาขาแคบ ๆ และเป็นไปตามนโยบายขององค์กร หรือแม้แต่องค์กรชุมชนในหมู่บ้านเดียวกันก็ต่างกลุ่มต่างทำงานของตนไปไม่เคยติดต่อช่วยเหลือกิจการของกันและกัน ไม่เคยให้คำปรึกษาหารือซึ่งกันและกันก็มีอยู่มากมาย

เมื่อเป็นเช่นนี้ ในยามที่ต้องการเครื่องมือในการพัฒนา ซึ่งอาจเป็นปัจจัยนำเข้า เทคโนโลยี การฝึกอบรม แนวความคิดในการวิจัย ข้อเสนอโครงการ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมการพัฒนา บุคคลหรือองค์กรก็จะใช้สิ่งต่าง ๆ ที่พอจะหาได้ใกล้มือ และอาจมีการออกแบบใหม่ หรือสร้างขึ้นใหม่ถ้า จำเป็น ซึ่งต้องเสียเวลาค้นหายาวนาน

เครือข่ายสามารถช่วยแก้ปัญหาข้างต้นได้ ด้วยการเปิดโอกาสให้บุคคลและองค์กรได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งบทเรียนและประสบการณ์กับบุคคลหรือองค์กรที่อยู่นอกหน่วยงานหรือองค์กรของตน และให้ความร่วมมือซึ่งกันและกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์เฉพาะหน้าของเครือข่ายเห็นได้จากผลงานที่สมาชิกดำเนินการ ซึ่งพอจะรวบรวมได้ดังนี้

1. เครือข่ายช่วยให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทักษะ ความรู้ ประสบการณ์ เครื่องมือ และสื่อ ผ่านการประชุม การทดลองปฏิบัติการ การประชาสัมพันธ์ และการให้ความร่วมมือกันในการดำเนินโครงการ การแบ่งปันทักษะและประสบการณ์ให้แก่กัน เป็นการเสริมความสมบูรณ์ให้กับสมาชิกเครือข่ายทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือองค์กร การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการประสานงานในเครือข่าย ช่วยลดการทำงาน และการใช้ทรัพยากรซ้ำซ้อน ทำให้การพัฒนาสามารถดำเนินไปได้ก้าวหน้า รวดเร็ว และส่งผลต่อสังคมในวงกว้างยิ่งขึ้น

2. เครือข่ายสามารถเชื่อมโยงคนที่อยู่ในระดับต่างกัน มีวิธีการทำงาน การจัดองค์กร และมีภูมิหลังต่างกันไปไม่มีโอกาสต่อกัน เข้าด้วยกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเข้าใจกันมากขึ้น นำไปสู่การทำงานร่วมกัน เพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย

3. เครือข่ายสามารถทำให้คนและองค์กรที่ไม่มีความสัมพันธ์กันได้ทราบว่ามีบุคคล หรือหน่วยงานอื่นอีกมากที่สนใจทำงานในเรื่องเดียวกัน และเผชิญปัญหาเหมือนกัน

4. เครือข่ายสามารถทำให้ความต้องการของประชาชนได้รับการสนองตอบจากรัฐ

5. เครือข่ายช่วยชี้ให้เห็นปัญหาและประเด็นการพัฒนาที่ซับซ้อนและท่วมท้นในหมู่บ้าน

6. เครือข่ายช่วยเชื่อมหน่วยงานวิชาการและแหล่งทุนกับผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ

7. เครือข่ายทำให้คนและองค์กรได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อน ได้รับกำลังใจ การจูงใจ และการยอมรับ ซึ่งมีความสำคัญต่อหน่วยเล็ก ๆ ที่อยู่นอกกระบวนการ

8. สามารถสื่อสารภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพทันต่อเหตุการณ์

9. สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์งานสื่อสารได้ในเชิงรุกตามยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

คำจำกัดความเบื้องต้น

เครือข่าย คือ กลุ่มของคนหรือองค์กรที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดรูปหรือจัดระเบียบโครงสร้างที่คนหรือองค์กรสมาชิกยังคงมีความเป็นอิสระ ในความหมายนี้ สารสำคัญ คือ ความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่ายต้องเป็นไปโดยสมัครใจ กิจกรรมที่ทำในเครือข่ายต้องมีลักษณะเท่าเทียมหรือแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน และการเป็นสมาชิก เครือข่ายไม่มีผลกระทบต่อความเป็นอิสระหรือความเป็นตัวของตัวเองของคนหรือองค์กรนั้น ๆ

การสร้างเครือข่าย หมายถึง การทำให้มีการติดต่อและการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ ในทัศนะของ Starkey การสร้างเครือข่ายควรสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์อันที่เพื่อนที่ต่างก็มีความเป็นอิสระ มากกว่าทำให้เกิดการคับคั่งสมาคมแบบฟุ้งฟิง นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายต้องไม่ใช่การสร้างระบบติดต่อเผยแพร่ข่าวสารแบบทางเดียว เช่น การถ่ายทอดข่าวสารทางสื่อสารมวลชน การส่งนิตยสารจดหมายข่าวให้กับสมาชิก เหล่านี้ไม่ใช่เครือข่าย เครื่องมือของการสื่อสารมวลชนอาจนำมาใช้ในเครือข่ายได้ แต่การใช้ เครื่องมือเหล่านี้เพียงอย่างเดียวไม่สามารถเรียกว่าเป็นการสร้างเครือข่าย

ดังนั้น เครือข่ายจึงไม่ใช่การส่งจดหมายข่าวไปให้สมาชิกตามรายชื่อเท่านั้น แต่ต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิเคราะห์

ชนัญญา กาญจนรังษิณนธ์ (2002) กล่าวว่า คำว่า "เครือข่าย" ก็มีความสำคัญมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ ผู้คนพูดถึงเครือข่ายของหน่วยงานการพัฒนา วิจัย ธุรกิจ เครือข่ายประชาสังคม เครือข่ายภาครัฐ และในสาขาวิชาชีพต่าง ๆ คนบางกลุ่มมอง "เครือข่าย" ว่าเป็นเพียงคำที่รู้จักเฉพาะในวงการหนึ่ง แต่ปัจจุบันมีองค์กรจำนวนมากตระหนักว่า "เครือข่าย" เป็นเครื่องมือที่มีคุณค่าในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกันขององค์กรที่มีวัตถุประสงค์คล้ายคลึงกัน หรือเกี่ยวข้องกันให้ได้ประโยชน์สูงสุดภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด

รูปแบบของเครือข่าย

เครือข่ายมีรูปแบบมากมาย และมีบางคนพยายามจำแนกโดยใช้คุณลักษณะของสมาชิก พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ กิจกรรมหลัก วัตถุประสงค์ และโครงสร้างของเครือข่าย เป็นเกณฑ์

คุณลักษณะของสมาชิก เครือข่ายอาจจำแนกตามประเภทของสมาชิก เช่น ขาวนา นักวิจัย หรือวิศวกร

พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ เป็นการจำแนกเป็นเครือข่ายที่ดำเนินงานในพื้นที่หนึ่ง บางแห่งก็เป็นเครือข่ายระดับประเทศ บางแห่งเป็นเครือข่ายระดับภูมิภาค บางเครือข่ายก็เป็นเครือข่ายระดับชุมชนลุ่มน้ำ เช่น เครือข่ายเกษตรกรภาคเหนือ

วัตถุประสงค์ของเครือข่าย เครือข่ายจำนวนมากตั้งขึ้นเพื่อปรับปรุงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิก และการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารเป็นวัตถุประสงค์หลักของเครือข่าย บางเครือข่ายตั้งขึ้นเพื่อความร่วมมือในการวิจัยศึกษา ฝึกอบรม หรือตลาด เป็นต้น

การจัดการเครือข่าย บางเครือข่ายมีรูปแบบเป็นทางการและรวบอำนาจ โดยมีการส่งข่าวถึงกันผ่านองค์กรแกนที่เป็นศูนย์กลาง เครือข่ายที่มีความเข้มแข็ง แต่บางแห่งก็รวมเป็นเครือข่ายแบบไม่เป็นทางการ และกระจายอำนาจ โดยเน้นการติดต่อกันโดยตรงระหว่างสมาชิก เครือข่ายไม่เป็นทางการมักจะเกิดขึ้นจากระดับรากหญ้า หรือในองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจขององค์กรระดับล่าง แต่ก็มีแนวโน้มที่พัฒนาเป็นเครือข่ายที่รวมศูนย์มากขึ้น

ขอบเขตการวิเคราะห์

การสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์คณะต่าง และหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผลที่คาดว่าจะได้รับ :

1. สามารถสื่อสารภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพทันต่อเหตุการณ์
2. สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์งานสื่อสารได้ในเชิงรุกตามยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

วิธีการดำเนินการวิเคราะห์

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เป็นการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ แนวคิดและหลักการในการสร้างเครือข่าย รูปแบบเครือข่าย การส่งเสริมและสนับสนุนเครือข่าย งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. สัมภาษณ์

เป็นการสัมภาษณ์บุคคล ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และ เครือข่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบเครือข่าย

3. การสำรวจความคิดเห็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานร่วมกับเครือข่าย

ในขั้นนี้เป็นสำรวจความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ประจำคณะต่าง ๆ ที่จะเข้ามาร่วมเครือข่ายจำนวน 70 คน

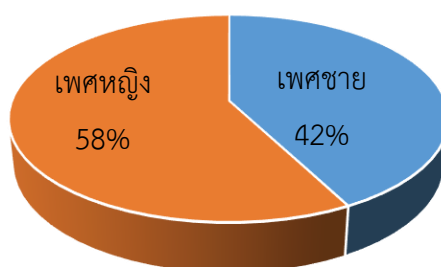
บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ระบบการบริหารจัดการเครือข่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้ในการพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

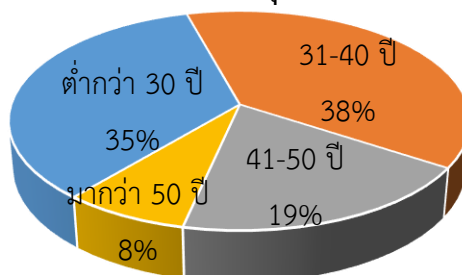
จากการสำรวจสอบถามเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ที่เข้าร่วมโครงการ “อบรมเพิ่มประสิทธิภาพการเขียนข่าวเพื่อการสื่อสารยุค 4.0” ณ ค่ายลูกเสือพันธุวิชาสิษฐ์ บ้านหนองหลุบ ต.แดงใหญ่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น วันที่ 18 กันยายน 2561 มีผลดังต่อไปนี้

แผนภูมิแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมโครงการฯ

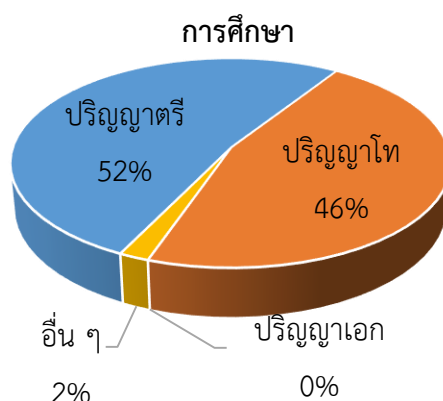
แผนภูมิที่ 1 กลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามเพศ



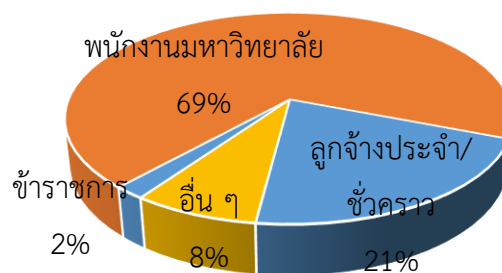
แผนภูมิที่ 2 กลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามช่วงอายุ



แผนภูมิที่ 3 กลุ่มตัวอย่าง แบ่งตาม วุฒิ



แผนภูมิที่ 4 กลุ่มตัวอย่าง แบ่งตาม
สถานภาพการทำงาน



จากแผนภูมิ มีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 52 คน แบ่งตามเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้
แบ่งตามเพศ

1. เพศหญิงจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 58
2. เพศชายจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 42

แบ่งตามอายุ 4 ช่วงอายุ ได้แก่

1. อายุ 31 - 40 ปี มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 38
2. อายุต่ำกว่า 30 ปี มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 35
3. อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 19
4. อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 4 คิดเป็นร้อยละ 8

แบ่งตามวุฒิการศึกษา 4 ระดับ ได้แก่

1. ระดับปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 52
2. ระดับปริญญาโท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 46
3. อื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2
4. ไม่มีกลุ่มตัวอย่างในระดับปริญญาเอก

แบ่งตามสถานภาพการทำงาน 4 กลุ่ม ได้แก่

1. พนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 69
2. ลูกจ้างประจำและชั่วคราว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 21
3. อื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8
4. ข้าราชการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ตารางแสดงค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการจากแบบประเมิน

รายการ	คะแนนเฉลี่ย	ร้อยละ
ก.ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการจัดโครงการ		
1. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ	4.35	86.92
2. ช่วงเวลา/ระยะเวลาในการจัดโครงการ	4.25	85.00
3. ความเหมาะสมของรูปแบบการจัดโครงการ	4.40	88.08
4. กิจกรรมในแต่ละฐานมีประโยชน์สามารถนำไปใช้ในการทำงาน	4.38	87.69
ข. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้จัดโครงการ		
5. การได้รับการอธิบาย ชี้แจง แนะนำที่ดีจากบุคลากรที่จัดโครงการ	4.50	90.00
6. การอำนวยความสะดวกของผู้จัดโครงการ	4.48	89.62
7. ความรวดเร็วและคล่องตัวในการปฏิบัติงานของจัดโครงการ	4.44	88.85
8. ผู้จัดโครงการมีกริยามารยาท และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.77	95.38
9. วิทยากรอธิบายได้ชัดเจน สื่อความหมายได้เหมาะสม	4.65	93.08
10. วิทยากรเปิดโอกาสให้ผู้ฟังซักถามหรือมีส่วนร่วม	4.75	95.00
ค. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก		
11. ความเหมาะสมและความพร้อมของสถานที่จัดโครงการ	4.02	80.38
12. เอกสารประกอบ/วัสดุอุปกรณ์ มีเพียงพอต่อความต้องการ	4.20	82.31
13. เอกสารประกอบครอบคลุมเนื้อหาของโครงการ	4.15	83.08
14. โสตทัศนูปกรณ์มีความพร้อมและเพียงพอต่อความต้องการ	4.15	83.08
15. ความเหมาะสม/เพียงพอของอาหาร/อาหารว่าง	4.56	91.15
ง. ด้านเทคนิคการบรรยายและการปฏิบัติ		
16. ความพร้อมของวิทยากรในการให้ความรู้	4.75	95.00
17. วิทยากรมีเทคนิคในการบรรยาย/การใช้สื่อ/ภาษาเข้าใจง่าย เหมาะสม	4.67	93.46
18. วิทยากรมีความสามารถถ่ายทอดความรู้ตามลำดับขั้นตอนและชัดเจน	4.65	93.08
19. วิทยากรดูแลเอาใจใส่ผู้เข้าฝึกอบรมอย่างทั่วถึง	4.65	93.08

รายการ	คะแนนเฉลี่ย	ร้อยละ
จ. ด้านคุณภาพในการจัดโครงการ		
20. ประโยชน์และความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการ	4.62	92.31
21. ความรู้ที่ได้รับก่อนเข้าร่วมโครงการ	3.90	78.08
22. ความรู้ที่ได้รับหลังเข้าร่วมโครงการ	4.62	92.31
ฉ. ด้านการนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้ไปประยุกต์ใช้		
23. สามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง	4.52	90.38
24. กิจกรรมทำให้รู้จัก เครือข่ายฯ สานสัมพันธ์ระหว่างกันได้ดีขึ้น	4.65	93.08

เกณฑ์ในการประเมิน

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด	= 5 คะแนน
ระดับความพึงพอใจมาก	= 4 คะแนน
ระดับความพึงพอใจปานกลาง	= 3 คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อย	= 2 คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด	= 1 คะแนน

จากตารางพบว่า

หัวข้อที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้จัดโครงการ ในข้อ ผู้จัดโครงการฯ มีกิจกรรมายาและมิมนุชย์สัมพันธ์ที่ดี มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.77 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 95.38 รองลงมาคือ ในข้อ วิทยากรเปิดโอกาสให้ผู้ฟังซักถามหรือมีส่วนร่วม มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.75 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 95.00 และ ด้านเทคนิคการบรรยายและการปฏิบัติ ในข้อ ความพร้อมของวิทยากรในการให้ความรู้ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.75 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 95.00 เช่นเดียวกัน

หัวข้อที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านคุณภาพในการจัดโครงการ ในข้อ ความรู้ที่ได้รับก่อนเข้าร่วมโครงการ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.90 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 78.08 รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในข้อ ความเหมาะสมและความพร้อมของสถานที่จัดโครงการมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.02 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 80.38 และในข้อเอกสารประกอบและวัสดุอุปกรณ์เพียงพอต่อความต้องการ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 82.31

จากตารางแสดงค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการจากแบบประเมินดังกล่าว จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพอใจในระดับมาก ยกเว้น หัวข้อ ความรู้ที่ได้รับก่อนเข้าร่วมโครงการ ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

บทที่ 5

สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

สรุปความคิดเห็น

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 52 คน แบ่งเป็นเพศหญิงจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 58 และเพศชายจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 42 อยู่ในช่วงอายุ 31- 40 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 38 อายุต่ำกว่า 30 ปี มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 35 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ซึ่งแบ่งตามวุฒิการศึกษา 4 ระดับ ได้แก่ ระดับปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ระดับปริญญาโท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ในระดับอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างในระดับปริญญาเอก

กลุ่มตัวอย่างแบ่งตามสถานภาพการทำงาน 4 กลุ่ม ได้แก่ พนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 69 ลูกจ้างประจำและชั่วคราว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 21 อยู่ในกลุ่มอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และข้าราชการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด ในด้านเจ้าหน้าที่ผู้จัดโครงการ มีกิจกรรมหลากหลายและมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี มีค่าคะแนนคิดเป็นร้อยละ 95.38 ความพึงพอใจในระดับรองลงมาคือ หัวข้อ วิทยาการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังซักถามหรือมีส่วนร่วม คิดเป็นร้อยละ 95.00 เท่ากันกับ ด้านเทคนิคการบรรยายและการปฏิบัติ ในข้อความพร้อมของวิทยาการในการให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 95.00 เช่นเดียวกัน

หัวข้อที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านคุณภาพในการจัดโครงการ ในข้อ ความรู้ที่ได้รับก่อนเข้าร่วมโครงการ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.90 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 78.08 รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในข้อ ความเหมาะสมและความพร้อมของสถานที่จัดโครงการมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.02 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 80.38 และในข้อ เอกสารประกอบและวัสดุอุปกรณ์ เพียงพอต่อความต้องการ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 82.31

ข้อเสนอแนะ

แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ คำกล่าวชม และข้อเสนอแนะ

ในคำกล่าวชม มีดังนี้

1. โครงการนี้เป็นโครงการที่ดี ทำให้ได้รู้จักสมาชิกในเครือข่ายฯ
2. ช่วยเพิ่มทักษะในการประชาสัมพันธ์
3. ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้และความสนุกสนาน

สำหรับข้อเสนอแนะ มีดังนี้

1. ในแต่ละปีควรจัดโครงการมากกว่าหนึ่งครั้ง
2. สถานที่จัดโครงการไม่เอื้ออำนวย การเดินทางมีความลำบาก
3. สภาพอากาศบริเวณที่จัดโครงการร้อนอบอ้าว
4. สัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียร
5. ระยะเวลาไม่เหมาะสมกับกิจกรรม
6. ควรเพิ่มระยะเวลาและกิจกรรมให้มากขึ้นและเพิ่มรายละเอียดของแต่ละกิจกรรมให้มากขึ้น และควรเพิ่มแนวคิดตามหลักของการทำงานสื่อสารมวลชน

บรรณานุกรม

ชนัญฐา กาญจนรังษีนนท์ 2002 แปลจาก Adam Adam Burke, Social Development Division Department for International Development. Communications & Development : a practical guide. (1999) Email : sdd@dfid.gov.uk DFID homepage : <http://www.dfid.gov.uk> Page 76 - 79 part 3 : Using Different Media (www.northphc.org/doc/net.doc)