

รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด

Public Relation Format for Tourism of Roi Et Science and Cultural Centre for Education

สุภัทรศักดิ์ คำสามารถ, ภัทร์ศศิ์ หิตจันทร์, พกษา แก้วสาร, ธนกร จรุงนิมมาน,
กฤษณ์ พานสัมฤทธิ์, จักรพงษ์ สุระ

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด, ศึกษาปัจจัยทั่วไปเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด, เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด และเพื่อศึกษารูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่าง คือ คณาจารย์ บุคลากร และประชาชนทั่วไป จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ด้านสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41 - 50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ประกอบอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ เป็นหัวหน้าครัวเรือน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และอาศัยอยู่ในพื้นที่ มากกว่า 30 ปี

ด้านการเดินทางมาท่องเที่ยวและนำเสนอข้อมูลที่ได้ในรูปแบบตาราง จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั่วไปเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการบอกกล่าวหรือเผยแพร่ และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการสำรวจประชามติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการและด้านการมีส่วนร่วมตามลำดับ

ปัจจัยที่เป็นรูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด จากผลการศึกษาในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 หากมองแต่ละด้านปัจจัยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ปัจจัยด้านการศึกษาระบบประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์, ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม, การท่องเที่ยว

Abstract

The purposes of this research are to study about general state of Roi Et Science and Cultural Centre for Education, to study Roi Et Science and Cultural Centre for Education tourism general factors, and to study Roi Et Science and Cultural Centre for Education public relation management format. The samples are teachers, officers, and 400 people. The data collection tool is questionnaire. The statistics used in this research are percentage, average, and standard deviation.

bachelor degrees or higher education degrees. Most of them are government officers or state enterprise officers. They carry the main role in family, and have 20,001 – 30,000 Baht salary averagely. They also live in the areas for more than 30 years. The research result presents the visiting data in schedule format. The research result shows that the general factor of Roi Et Science and Cultural Centre for Education public relation is at medium level which average is 3.25 The highest average factor is noticing and publishing. The lowest average factor is referendum survey with 3.14 averages.

The highest average Roi Et Science and Cultural Centre for Education tourism factor is process factor with 3.46 average which considered as very high. The second, the third, and the fourth highest average factor is an area, management, and participation respectively. From the study, Roi Et Science and Cultural Centre for Education management format factor is at very high level with 4.35 average. In conclusion, the highest average factor is public relation operation factor, and the lowest average factor is public relation system study factor with 3.12 averages.

Keywords: Public relation, Science and Cultural Centre for Education, tourism

บทนำ

การบริหารงานประชาสัมพันธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ การสร้างความเข้าใจอันดีให้กับบุคลากรในหน่วยงาน องค์กร และชุมชน ให้เล็งเห็นความสำคัญของการจัดการศึกษาร่วมกัน การให้การสนับสนุนทรัพยากรบริหารร่วมกัน งานความสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษากับชุมชนจึงเป็นงานที่สนับสนุนงานของสถานศึกษาซึ่งถือว่าเป็นภารกิจหลัก โดยเฉพาะงานการประชาสัมพันธ์

ของสถานศึกษาซึ่งเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสถานศึกษากับชุมชน เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีเกิดความเชื่อถือศรัทธา ให้การสนับสนุน ให้ความร่วมมือในการจัดการศึกษา และก่อให้เกิดความคล่องตัวอันจะช่วยให้สถานศึกษาปฏิบัติงานได้สะดวกยิ่งขึ้น ส่งผลถึงประสิทธิผลการบริหาร สำหรับการทำงานประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปในประเทศไทยจากการศึกษาพบว่า มีปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ

กล่าวคือ มีปัญหาและอุปสรรคด้านบุคลากร คือ บุคลากรไม่เพียงพอกับภาระงานปัญหาและอุปสรรคด้านงบประมาณ คือ งบประมาณที่ได้รับมามีจำนวนน้อยประกอบกับค่าของเงินที่มีการเปลี่ยนแปลงทำให้งบประมาณที่มีอยู่เปลี่ยนแปลงไปตามค่าของเงิน ปัญหาและอุปสรรคด้านวัสดุอุปกรณ์ คือ วัสดุอุปกรณ์ที่ได้รับมาในการสนับสนุนไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ และปัญหาและอุปสรรคอย่างสุดท้ายคือ ปัญหาและอุปสรรค ด้านการบริหาร คือ หน่วยงานไม่สามารถกลั่นกรองงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีบุคลากร ไม่เพียงพอกับภาระงานประกอบกับมีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลา (บุญช่วย จงกุล สติชัย, 2553)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะผู้ปฏิบัติงานในศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด จึงสนใจศึกษา “รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด” ในฐานะที่เป็นสถานศึกษา และเป็นแหล่งการเรียนรู้แห่งใหม่ ที่มีนิทรรศการหลากหลายให้ศึกษาหาความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ดาราศาสตร์ วัฒนธรรม และเป็นแหล่งการท่องเที่ยวประเภท MICE เช่น นิทรรศการวิทยาศาสตร์ พื้นฐาน นิทรรศการโลกล้านปี นิทรรศการดาราศาสตร์ และ อวกาศ นิทรรศการเทคโนโลยีชีวภาพ และนิทรรศการท่องเที่ยวแดนเอกภพ เป็นต้น พร้อมทั้งมีกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของผู้ที่มาศึกษามากมาย รวมถึงรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ดว่าควรเป็น

อย่างไร ในเรื่องของการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ อันเป็นประโยชน์ ที่สำคัญยิ่ง อีกทั้งผู้วิจัยยังต้องการที่จะพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ดังกล่าว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ปฏิบัติงาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลให้เกิดการบริหารงานประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานที่ดีมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ในอนาคตอันใกล้ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด จะมีศักยภาพในการเป็นจุดรวมของการให้บริการทางด้านการศึกษาแห่งภูมิภาคอาเซียนและยังเป็นแหล่งค้นคว้าศาสตร์วิชาผสมผสานระหว่างวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทั่วไปเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด
4. เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด

ทบทวนวรรณกรรม

กรูนิคและฮันท์ (James E. Grunig and Todd Hunt) ให้คำนิยามของการประชาสัมพันธ์ว่าการประชาสัมพันธ์ คือ การ

จัดการการสื่อสารระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

คัทลิปและเซ็นเตอร์ (Cutlip & Center) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์มาจากคำ 2 คำคือ performance ซึ่งหมายถึง การกระทำและ recognition ซึ่งหมายถึง การยอมรับ

จากองค์ประกอบของคำว่า การประชาสัมพันธ์ข้างต้น แสดงให้เห็นพื้นฐานความหมายที่ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มุ่งในด้านการพัฒนาและดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์ที่ดี จึงต้องมีรากฐานอยู่ที่การกระทำดีต่อประชาชน และให้ประชาชนได้รู้เห็นในพฤติกรรมและเกิดความยอมรับดังกล่าว และในขณะเดียวกัน ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรับผิดชอบต่อประชาชนในทิศทางเดียวกันคือ ทำหน้าที่อธิบายถึงมติของสาธารณชนให้ฝ่ายบริหารทราบและอธิบายมติของฝ่ายบริหารให้กลุ่มประชาชนทราบเช่นเดียวกัน

ฮาร์โลว์ (Harlow cited in Wilcox, Ault and Agee) นักวิชาการผู้บุกเบิกศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์ได้ให้ความหมายของคำว่า การประชาสัมพันธ์ไว้ในรายละเอียด 5 ประการดังนี้

1. การปฏิบัติดีซึ่งจะทำให้สาธารณชนชื่นชมศรัทธา (good performance, publicly appreciated)
2. การหมั่นปฏิบัติอย่างจริงจังจนทำให้สาธารณชนยอมรับ (public relations stands for Performance and then recognition)
3. การกระทำแต่ในสิ่งที่ดีจนได้รับความเชื่อถือจากผลแห่งการกระทำนั้น (doing good and getting credit for it)

4. การลงมือกระทำโดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน (actions taken to promote and favorable)

5. ความพยายามขององค์การในอันที่จะชนะใจกลุ่มบุคคลหลากหลายกลุ่ม (an organization's efforts to win the organization of groups of people)

วิรัช ลภีรัตนกุล ได้เสนอหลักสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไว้ 10 ประการ ดังนี้

1. ต้องมุ่งประโยชน์ส่วนรวมเป็นใหญ่
2. ต้องรู้จักจิตใจของกลุ่มคนต่างๆ ทั้งทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา
3. ต้องรู้นโยบายขององค์การที่ตนเองเป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อย่างซาบซึ้ง
4. ต้องรู้เทคนิคของเครื่องมือสื่อสารต่างๆ
5. ต้องยึดหลักความจริง ความซื่อสัตย์
6. ต้องปฏิบัติติดต่อกันและสม่ำเสมอ
7. ต้องเปิดเผยไม่มีเงื่อนงำ
8. อุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณภาพสูง
9. การประชาสัมพันธ์ต้องควบคู่ไปกับการทูต โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับต่างประเทศ

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์เป็นการนำเอาหลักการและความรู้ที่ได้ศึกษา ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์รวมทั้งความเชี่ยวชาญและบุคลิกภาพส่วนตัวของผู้ที่ทำงานในหน้าที่นี้ด้วย

ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์

1. ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์สร้างความปรองดองของคนในชาติ มุ่งสร้างความรู้ความเข้าใจและรับรู้เป้าหมายของการพัฒนาชาติ มองเห็นหลักชัยหรือจุดหมายปลายทางของประเทศร่วมกัน ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง คิดอย่างมีเหตุผล ยึดหลักประโยชน์ของชาติเป็นสำคัญ โดยวิธีการสันติหลีกเลี่ยงการใช้ความรุนแรง รวมทั้งฟื้นฟูระเบียบสังคมและเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ตลอดจนสนับสนุนองค์การตามรัฐธรรมนูญให้มีส่วนร่วมในการสร้างความปรองดอง สมานฉันท์ ภายใต้กรอบของบทบาทอำนาจหน้าที่ขององค์กร

2. ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์นโยบายแห่งรัฐ มุ่งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการบริหารประเทศ ตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ รวมทั้งเรื่องที่เป็นวาระแห่งชาติ โดยแสวงหาความร่วมมือจากสื่อมวลชน ภาคธุรกิจ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างและพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ทุกระดับ ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือในการพัฒนาประเทศร่วมกัน

3. ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต มุ่งเตรียมประชาชนให้พร้อมรับการเผชิญกับวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ทั้งทางด้านสาธารณสุข ภัยจากธรรมชาติ ภัยจากการก่อการร้าย การก่อวินาศกรรม เป็นต้น โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ประชาชนมีความเท่าทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น หรืออารมณ์ที่อาจสะท้อนสถานการณ์จริง รวมทั้งมุ่งการพัฒนาและเสริมสร้างการบริหารจัดการข้อมูล

ข่าวสารของหน่วยงานรัฐในห้วงสถานการณ์ฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤตได้อย่างมีเอกภาพ

4. ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศสู่ประชาคมโลก มุ่งส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยสู่ประชาคมโลก โดยเน้นการสร้างความเป็นมิตรกับทุกประเทศเสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน โดยให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างข่าวสารที่ถูกต้องเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศให้เป็นที่ยอมรับในประชาคมโลก

รูปแบบการประชาสัมพันธ์

รูปแบบ (Model) เป็นคำที่ใช้เพื่อสื่อความหมายหลายอย่างโดยทั่วไปจะหมายถึงสิ่งหรือวิธีการดำเนินงานที่เป็นต้นแบบอย่างใดอย่างหนึ่งตามพจนานุกรม Contemporary English ของ Longman ให้ความหมายไว้ซึ่งสรุปได้ 3 ลักษณะดังนี้

1. รูปแบบหมายถึงแบบจำลองซึ่งเป็นสิ่งที่ย่อส่วนจากของจริง
2. รูปแบบหมายถึงคนหรือสิ่งของที่สามารถนำมาใช้เป็นแบบอย่างในการดำเนินงานได้
3. รูปแบบหมายถึงแบบหรือรุ่นของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เครื่องพริ้นเตอร์ hp LaserJet 1200 series สไตน์เนอร์ (Styner) อ้างถึงในกูด (Good) ได้ให้ความหมายของรูปแบบว่า หมายถึงสิ่งของสิ่งหนึ่งที่คล้ายคลึงกับสิ่งของอีกสิ่งหนึ่งและได้จำแนกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. รูปแบบเชิงกายภาพ (Physical Models) แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1.1 รูปแบบของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Model for) หมายถึงแบบจำลองที่ออกแบบมาจากของจริง

1.2 รูปแบบเพื่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Model for) หมายถึงแบบจำลองสร้างและออกแบบไว้เพื่อใช้เป็นต้นแบบของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2. รูปแบบเชิงแนวความคิด (Conceptual Models) แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

2.1 โมเดลเชิงแนวความคิดของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Conceptual Model – of) คือรูปแบบที่สร้างขึ้นโดยจำลองมาจากทฤษฎีที่มีอยู่แล้ว

2.2 โมเดลเชิงแนวความคิดเพื่อสร้างสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Conceptual Model – For) คือรูปแบบที่สร้างขึ้นเพื่อให้อธิบายตัวสาระของทฤษฎี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรในพื้นที่ อันได้แก่ คณาจารย์ บุคลากร และประชาชนทั่วไป จำนวน 173,225 คน (งานสถิติจังหวัดศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อศึกษาร้อยเอ็ด. 2560) และได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane จึงทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน

2. ขอบเขตตัวแปร ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทั่วไปเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อศึกษาร้อยเอ็ด ตัวแปรตาม ได้แก่

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวและรูปแบบการบริหาร การประชาสัมพันธ์ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อศึกษาร้อยเอ็ด

3. ขอบเขตเวลา ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 – เดือนพฤษภาคม 2561

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยและทำการเก็บข้อมูล คือ กลุ่มของนักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อศึกษาร้อยเอ็ด โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. ขั้นตอนการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ดังนี้ 1) ทำการศึกษาเครื่องมือศึกษาเอกสาร บทความ วารสาร 2) สร้างเครื่องมือชนิดปลายปิด (Closed – ended Survey Questionnaire) แบบเลือกตอบเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด 3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบแนะนำ และปรับปรุงแก้ไข หลังจากนั้น นำเครื่องมือไปให้ผู้เชี่ยวชาญและชำนาญการ จำนวน 3 ท่าน ได้ตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรง 4) ปรับปรุงเครื่องมือตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ ตรวจสอบนำไปทดลองใช้ 5) นำเครื่องมือที่ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากร ในจังหวัดร้อยเอ็ด ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด 6) หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการตรวจสอบความตรง

ตามเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาแก้ไข 7) จัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ขอความร่วมมือจากประชากรที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยอธิบาย และชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม และวิธีการเก็บข้อมูลแก่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นรายบุคคล ตลอดจนถึงการรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยทำการนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ในแต่ละข้อและนับจำนวนแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ ถ้าพบว่าแบบสอบถามชุดใดผู้ตอบแบบสอบถามทำไม่ครบทุกข้อก็จะทำการเก็บเพิ่มเติม เมื่อได้ข้อมูลครบ ผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

4.การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือแต่ละชนิดที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากภาคสนามมาวิเคราะห์และประมวลผล แต่ละประเภท ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยผู้วิจัยต้องทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก ลำดับต่อมา คือ วิเคราะห์และประมวลผลเพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอข้อมูลที่ได้ในรูปแบบตาราง สุดท้าย คือ สรุปปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ศูนย์

วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด

ผลการวิจัย

1. ด้านสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41 - 50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี หรือ สูงกว่า ประกอบอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ เป็นหัวหน้าครัวเรือน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และอาศัยอยู่ในพื้นที่ มากกว่า 30 ปี

2. ความคิดเห็นในด้านปัจจัยทั่วไปเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด ซึ่งประกอบไปด้วยด้านต่าง ๆ 4 ด้าน คือ 1) การบอกกล่าวหรือเผยแพร่ 2) การป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิด 3) การสำรวจประชามติ และ 4) การใช้สื่อและช่องทางประชาสัมพันธ์ จากผลการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ดทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ปัจจัยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการบอกกล่าวหรือเผยแพร่ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการสำรวจประชามติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 กระบวนการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ และด้านการมีส่วนร่วมตามลำดับ

4. คำถามเกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด ประกอบไปด้วยปัจจัยด้านต่าง ๆ 7 ด้าน คือ ด้านการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์, ด้านการปฏิบัติงาน

ประชาสัมพันธ, ด้านบุคลากรในการประชาสัมพันธ, ด้านการควบคุมงานประชาสัมพันธ, ด้านการศึกษาระบบ การประชาสัมพันธ, ด้านการรายงานผลการประชาสัมพันธ และด้านการจัดงบประมาณการประชาสัมพันธจากผลการศึกษาในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 หากมองแต่ละด้านปัจจัยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ปัจจัยด้านการศึกษาระบบประชาสัมพันธ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธเพื่อการท่องเที่ยวของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด ในด้านปัจจัยทั่วไปเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ ผลจากการตอบแบบสอบถามของประชาชนชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมนั้น ประชาชนยังต้องการการบอกกล่าวหรือเผยแพร่รวมถึงการจัดให้มีการสื่อสาร การประชาสัมพันธที่รวดเร็วข้อมูลข่าวสารที่ประชาสัมพันธออกไปต้องมีความถูกต้องและเที่ยงตรง มีช่องทางการประชาสัมพันธที่หลากหลายและเหมาะสมรวมถึงการให้ข้อมูลเพิ่มเติม และการตอบข้อซักถาม ควรจัดประชุม กิจกรรม โครงการต่าง ๆ ในชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนภายในท้องถิ่น เสนอความต้องการในการพัฒนาศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด อีกทั้งยังเป็นการสร้างโอกาสให้คนในท้องถิ่นได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม เรียนรู้ความหลากหลาย

ของกิจกรรมที่หน่วยงานอื่นร่วมกับชุมชนเพื่อจัดกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ให้มากยิ่งขึ้นด้วย

ความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยวศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่า หน่วยงานการท่องเที่ยวศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด มีการวางแผนลำดับขั้นตอนกระบวนการปฏิบัติงานและมีความต่อเนื่องการจัดกิจกรรมเพื่อความหลากหลายและตรงตามวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้การจัดกิจกรรมแต่ละครั้งมีความเหมาะสม ในการจัดกิจกรรมหรือโครงการ ความเหมาะสมของสถานที่ในการจัดกิจกรรมหรือโครงการ และความเหมาะสมของระยะเวลาในการจัดกิจกรรมหรือโครงการ ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด ควรจัดให้มีวิทยากรประจำทุกนิทรรศการคอยให้บริการ และให้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทั้งด้านหน้าและด้านหลังอาคารนิทรรศการมีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดทุกชั้น เพื่อความสะอาดและเป็นระเบียบ รวมถึงพัฒนาความทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ และช่องทางการติดต่อสื่อสารให้มีความเหมาะสม สนับสนุนด้านการมีส่วนร่วมตระหนักถึงคุณค่า บทบาทและความสำคัญของชุมชนท้องถิ่น ตระหนักถึงความสำคัญและได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ให้การสนับสนุนกิจกรรมผู้สูงอายุภายในท้องถิ่น และชุมชน และสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

การบริหารงานประชาสัมพันธของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด พบว่า ระยะเวลา ขั้นตอน ความ

สะดวกรวดเร็วในการรับบริการ ข้อมูลข่าวสารมีความเหมาะสม ประชาสัมพันธ์มีความพร้อมในการติดต่อประสานงาน มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ความทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ และช่องทางการติดต่อสื่อสารมีความเหมาะสม ข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้องและมีการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็วทันต่อสถานการณ์ การให้ข้อมูลเพิ่มเติมการตอบข้อซักถาม ข้อมูลข่าวสารมีประโยชน์และ

น่าสนใจ หน่วยงานศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาวิจัยเอ็ด ควรสนับสนุนส่งบุคลากรที่มีความเกี่ยวข้อง เข้าร่วมการพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องมีการค้นคว้า หาข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในยุคใหม่อย่างต่อเนื่องส่งเสริมปรับปรุง พัฒนาเครื่องมือประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา จัดให้มีห้องสมุดสำหรับเครื่องมือประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ

เอกสารอ้างอิง

- บุญช่วย จงกุลสถิตชัย. (2553). *ตามรอยพระยุคลบาท*, ในวารสารกรมประชาสัมพันธ์.
- วิรัช กลิรัตน์กุล.(2544). *การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาวิจัยเอ็ด. (2560). *งานสถิติจังหวัดศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาวิจัยเอ็ด*, 2560.
- Grunig,JameE.,andHunt,Todd. (1984).*Managing Public Relations*. New York :Holt,Rineheart and Winston.
- Good, Carter V. (1973).*Dictionary of Education*. New York : McGraw – Hill.
- Wilcox, D.L.,Cameron, G.T.,Ault, P.H. and Agee, KW. (2003)“*Public Relations:Strategies and Tactics Boston* : Pearson Education.
- Cutlip,Scott M.:Center,Allen H .: and Broom, Glen M, (1994).*Effective Public Relation*. 7 ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.