

การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

Administration of Public Relations in Lampang Province for Conservation Chariot Resources

นงศ์เยาว์ อาทิตยานนท์ และ สัมพันธ์ พลภักดิ์

Nongyao Athitayanon and Sampan Polpak

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

Doctor of Philosophy in Public Administration Program, Eastern Asia University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) สภาพปัญหาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (2) แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง (3) ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง ประสบความสำเร็จ (4) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก เน้นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดลำปาง จำนวน 1,224 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ผลการศึกษาพบว่า (1) สภาพปัญหาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอยู่ในระดับน้อย (2) แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์คือจังหวัดลำปางต้องจังหวัดควรสนับสนุนทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน คือ การส่งเสริมให้บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ได้มีการพัฒนาด้านความรู้ และความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (3) ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางประสบความสำเร็จ คือ ปัจจัยต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ตามกรอบแนวคิดการบริหาร POSDCORB และ (4) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อนำไปสู่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, การประชาสัมพันธ์จังหวัดลำปาง, เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

Abstract

The purpose of this study was to study (1) problems of the administration of public relations in Lampang Province for resources conservation chariot (2) the development of public relations management in Lampang (3) the factors contributing to the management development in Lampang. Public relations of Lampang succeeded and (4) public relations management strategy of Lampang province to recognize the chariot resource. This research is an integrated research based on quantitative research. Focus on survey research using questionnaires as a tool to collect field data. The sample study of people in Lampang province consisted of 1,224 people from all districts from a total population of total 958,667 persons. The statistics used in the analysis were mean, standard deviation, and percentage. The results showed that (1) the public relations management problem and public

relations media of Lampang province was important. (2) public relations management development strategy for public relation management in Lampang province was essential for the administration of the Lampang Province. And the external factor is that the service recipients support the operation of the public relations of Lampang province (3) the key factors that led to the development of public relations management in Lampang province were the success factors for public relations promotion in Lampang Province, based on the concept of POSDCORB management (Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordination , Reporting, and Budgeting.) and (4) public relations management in Lampang is a strategy for public relations development elsewhere.

Keywords: admisnistration, public relations in Lampang, province conservation chariot resources



บทนำ

จังหวัดลำปาง ตั้งอยู่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพฯ ตามทางหลวงแผ่นดินสายพหลโยธินประมาณ 602 กิโลเมตร ตามทางรถไฟประมาณ 625 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 12,533.961 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 7,833,726 ไร่ มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 5 ของภาคเหนือ จากข้อมูลตามระบบทะเบียนราษฎร ประจำปี 2558 พบว่าจังหวัดลำปาง มีประชากรทั้งสิ้น จำนวน 958,667 คน (จังหวัดลำปาง, 2558) โดยแบ่งเป็น ชาย 480,558 คน หญิง 478,109 คน ด้านการปกครอง จังหวัดลำปาง แบ่งเป็น 13 อำเภอ 100 ตำบล 931 หมู่บ้าน 106 ชุมชนประกอบด้วยอำเภอต่าง ๆ จำนวน 13 อำเภอ ดังนี้ อำเภอ เมือง อำเภอแม่เมาะ อำเภอเกาะคา อำเภอเสริมงาม อำเภองาว อำเภอแจ้ห่ม อำเภอวังเหนือ อำเภอเถิน อำเภอแม่พริก อำเภอแม่ทะ อำเภอสบปราบ อำเภอห้างฉัตร และ อำเภอเมืองปาน สภาพทางเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดลำปางในปี 2558 มีผลิตภัณฑ์มวลรวม 61,526 ล้านบาท เป็นอันดับที่ 40 ของประเทศ สาขาที่มีสัดส่วนสูงสุด คือ สาขาเหมืองแร่และเหมืองหิน มูลค่า 13,560 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 22.04 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์ทั้งจังหวัด รองลงมา ได้แก่ สาขาการผลิตอุตสาหกรรม มูลค่า 8,246 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.40 เป็นต้น จากพันธกิจดังกล่าว จังหวัดลำปางได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดลำปางปี 2558 - 2561 ที่สำคัญเกี่ยวกับเรื่องที่ทำการศึกษาไว้ 3 ด้านคือ

จากข้อมูลดังกล่าว จุดแข็งของจังหวัดลำปาง คือ จังหวัดลำปางมีที่ตั้งอยู่ กึ่งกลางของภาคเหนือเป็นจุดยุทธศาสตร์ การพัฒนาที่เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงด้าน โลจิสติกส์ คมนาคมทางบกและทางน้ำของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนและตอนล่าง มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์และหลากหลาย มีศักยภาพและความพร้อมทางการท่องเที่ยวสูง ส่วนจุดอ่อนของจังหวัด คือ การประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลเป็นไปอย่าง ไม่ทั่วถึง และมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงสภาพและยั่งยืน

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษา เรื่อง การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ โดยเป็นลักษณะของการศึกษา เพื่อพัฒนาหน่วยงาน คือสำนักงานจังหวัดลำปาง ที่เน้นการประชาสัมพันธ์ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ตามแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดลำปาง พ.ศ. 2528 ถึง 2561 ด้านการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง ให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงสภาพและยั่งยืน โดยมี “ปัญหาการวิจัย ” ที่นำมาสู่การศึกษาในครั้งนี้คือ “ การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติ ” ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ได้ไม่ดีหรือไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

ซึ่งหากจังหวัดลำปางไม่มีการพัฒนาบริหารจัดการการ ประชาสัมพันธ์ที่ดี อาจจะทำให้จังหวัดลำปางต้องสูญเสีย ทรัพยากรอันเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด (รถม้า) ในอนาคต ในอันใกล้นี้ได้ เนื่องจากในระยะเวลาที่ผ่านมา จังหวัดมี ปัญหาในด้านการประชาสัมพันธ์ในด้านนี้หลาย ๆ ประการ เช่น ปัญหาด้านความพอประมาณ คือ จังหวัดไม่ได้ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบ ถึงเอกลักษณ์ของจังหวัด และสนับสนุนให้ใช้บริการนั่งรถม้า ชมเมืองมากเท่าที่ควรและสื่อประชาสัมพันธ์ของจังหวัดไม่ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้หลากหลายและกว้างขวาง ทำให้ ข้อมูลข่าวสารอยู่ในวงแคบจำกัดในเฉพาะจังหวัดเท่านั้น ซึ่งในความเป็นจริงการให้ข้อมูล ข่าวสาร ควรทั่วถึงแก่นัก ท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อได้รับ ทราบและเป็นทางเลือกในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวและ ใช้บริการนั่งรถม้าชมเมือง ปัญหาด้านความมีเหตุผล เช่น จังหวัดขาดการบูรณาการร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภายใน จังหวัดและภายนอกจังหวัด ทำให้การประชาสัมพันธ์ขาด ประสิทธิภาพและไม่กว้างขวางเท่าที่ควรและจังหวัดขาด แผนงานการส่งเสริมด้านการอนุรักษ์และการประชาสัมพันธ์ ที่เห็นได้เป็นรูปธรรมชัดเจนและต่อเนื่อง ปัญหาด้านการมี ภูมิคุ้มกัน เช่น จังหวัดขาดการประชาสัมพันธ์และรณรงค์ ให้ประชาชนในพื้นที่ใช้บริการในการนั่งรถม้าเป็นทางเลือก หนึ่งในการเดินทาง เพื่อให้อาชีพคนขับรถม้าคงอยู่ได้และมี รายได้เพียงพอต่อการดำรงชีพ และจังหวัดไม่ได้สนับสนุน ให้ผู้ประกอบการอาชีพขับรถม้ารวมกลุ่มกันเป็นทางการหรือ เป็นองค์กรเพื่อช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและ กันในการประกอบอาชีพรวมถึงเพื่อเป็นศูนย์กลางของ การให้ความสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือจากจังหวัด ในการอนุรักษ์และส่งเสริม และปัญหาด้านการมีความรู้คู่ คุณธรรม เช่น จังหวัดไม่ได้สนับสนุนให้ผู้ประกอบการอาชีพ ขับรถม้ารวมกลุ่มกันเป็นทางการหรือเป็นองค์กรเพื่อช่วยเหลือ ตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการประกอบอาชีพ รวมถึง เพื่อเป็นศูนย์กลางของการให้ความสนับสนุนและ ให้ความช่วยเหลือจากจังหวัดในการอนุรักษ์และส่งเสริม และบุคลากรของจังหวัดไม่ได้ให้ความสำคัญรวมถึงไม่ได้ ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อการอนุรักษ์และ ส่งเสริมอาชีพขับรถม้าเป็นหน้าที่ที่ควรปฏิบัติ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการบริหารจัดการด้าน การประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากร รถม้า
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ ด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางเพื่ออนุรักษ์ ทรัพยากรรถม้า
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้การ พัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด ลำปาง เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรรถม้าประสบความสำเร็จ
4. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้าน การประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากร รถม้า

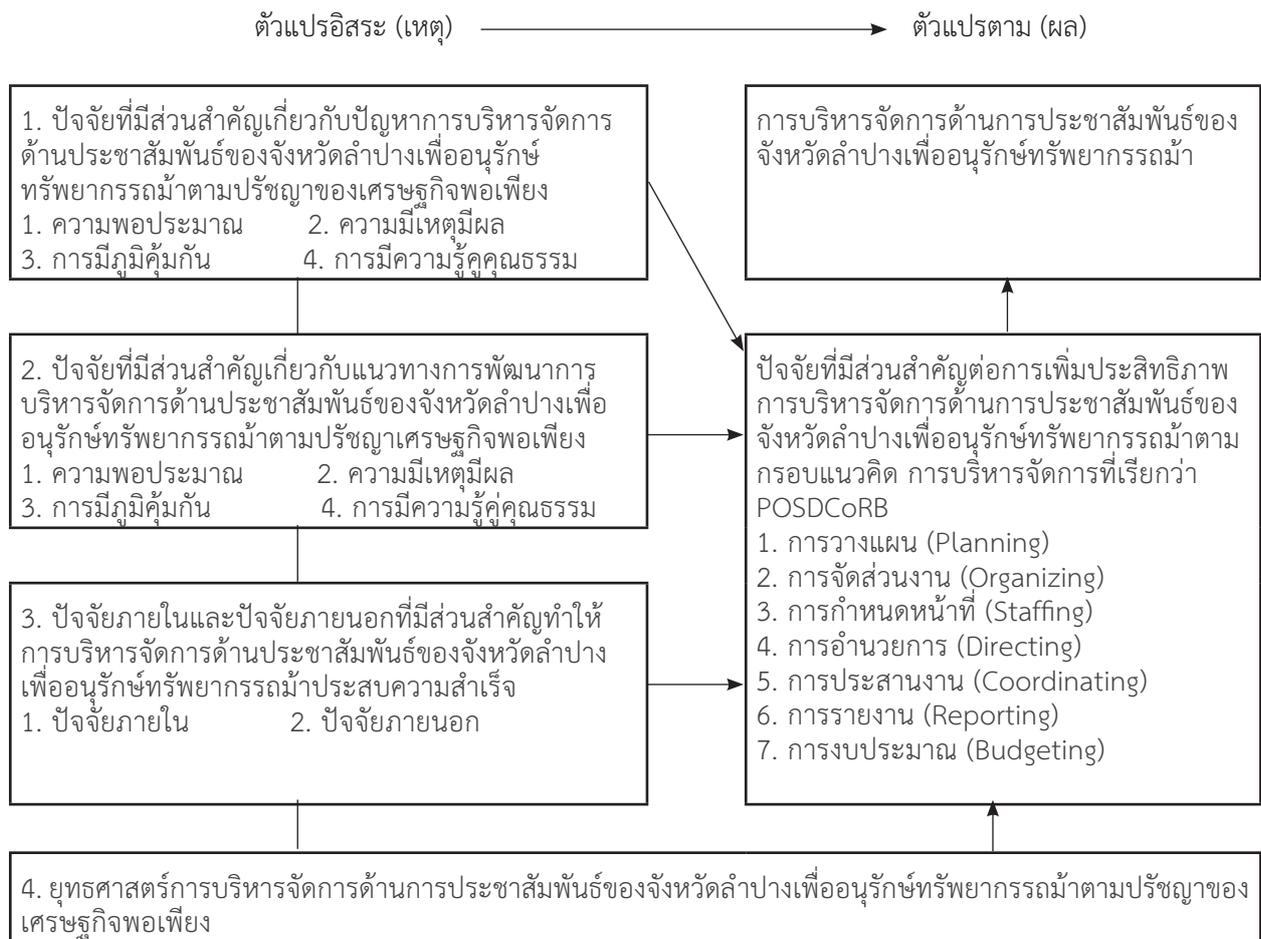
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การบริหารหรือการจัดการ เป็นศาสตร์แขนงหนึ่ง ที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินกิจกรรมของหน่วย งานทุกระดับ โดยการบริหาร (administration) นิยม ใช้ในภาครัฐหรืองานที่เกี่ยวกับนโยบาย และการจัดการ (management) นิยมใช้ในภาคธุรกิจเอกชนซึ่ง The Encyclopedia Americana ได้ขยายความว่า การบริหาร และการจัดการใช้ทดแทนกันได้ คำว่า “การบริหาร” เป็นการจัดการงานบริหารระดับสูง ส่วน “การจัดการ” เป็นศิลปะของการประสานองค์ประกอบหรือปัจจัยการ ผลิต เพื่อมุ่งความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การเป็น ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์โดยอาศัยแรงงาน วัสดุ และ เครื่องจักร สำหรับคำว่า การบริหารจัดการ Lunenburg & Ornstein (1996) ได้กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างคำ ดังกล่าวกับการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ (scientific management) ว่าการบริหารจัดการจะให้ความสนใจประเด็น ที่เกี่ยวข้องกับวิธีการจัดโครงสร้างองค์การ โดยภาพรวม ในขณะที่การจัดการเชิงวิทยาศาสตร์จะสนใจการจัดการกับ งานและคนงาน ซึ่งอาจสรุปได้ว่าผู้ใช้ในความหมายแตก ต่างกัน ส่วนใหญ่จะเห็นว่า คำว่า การบริหาร ครอบคลุม ภาพรวมขององค์การในขณะที่การจัดการมุ่งไปที่การจัดการ กับทรัพยากรเพื่อให้บรรลุจุดหมาย

ยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ (strategy) เป็นรูปแบบหรือแผนที่แสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของเป้าหมาย (goals) นโยบาย (policy) และกิจกรรมต่างๆ ในองค์การ (action) ซึ่งมององค์การเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (วันชัย มีชาติ, 2552, น. 115) Samuel Paul (อ้างถึงใน วัฒนา วงเกียรติรัตน์ และคณะ, 2546, น. 18) ได้ให้นิยามของคำว่า กลยุทธ์ หมายถึง ชุดของทางเลือกระยะยาวเกี่ยวกับเป้าประสงค์เชิงปฏิบัติการเล่นนโยบายรวมทั้งแผนปฏิบัติการของแผนงานรัฐบาลซึ่งองค์การภาครัฐกำหนดโดยคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของแผนงานที่รัฐบาลกำหนดไว้ และสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของแผนงาน พิเชษฐ วงศ์เกียรติขจร (2552, น. 107 -108) ให้ความหมายของยุทธศาสตร์ว่า การกำหนดเป้าหมายเพื่อที่จะศาสตร์ที่กำหนดไปสู่การปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมาย ซึ่งประกอบไปด้วยกำหนดแนวทางปฏิบัติโดยรู้จักข้อจำกัดและความแตกต่างระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ ที่กระทำลงไปนั้นบรรลุเป้าหมายหลักและเป้าหมายโครงการ กำหนดนโยบาย การวางแผน กำหนดโครงการ หรือเริ่มงาน หน่วยวิเคราะห์การประเมินการวัดและขั้นตอนการปฏิบัติที่เรียกว่า “กลยุทธ์” เพื่อความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

ในการดำเนินยุทธศาสตร์นั้นองค์การจะกำหนดยุทธศาสตร์ของตนเองเพื่อให้องค์การสามารถดำเนินการตามแผนที่วางไว้ได้ แผนยุทธศาสตร์ขององค์การ จะมีอยู่ด้วยกัน 3 ระดับคือ ยุทธศาสตร์การ (corporate level strategies) ยุทธศาสตร์ระดับหน่วยธุรกิจหรือระดับกิจการ (business level strategies) และยุทธศาสตร์ในระดับหน่วยปฏิบัติ (functional level strategies) ซึ่งยุทธศาสตร์แต่ละระดับจะมีรายละเอียดและลักษณะที่แตกต่างกันซึ่งการดำเนินยุทธศาสตร์จะมีการบริหารเชิงยุทธศาสตร์ (strategic management) เป็นกระบวนการจำเป็นในการบริหารเพื่อให้บรรลุภารกิจขององค์การอยู่บนแนวคิดที่ว่า องค์การของเราไม่ได้อยู่เป็นเอกเทศโดยตัวของเราเอง แต่อยู่ภายใต้บริบทของสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสภาพแวดล้อมที่มากกระทบกับองค์การนั้นบางครั้งก็เป็นโอกาสบางครั้งก็เป็นภัยคุกคามนอกจากนี้องค์การเองก็ต้องกำหนดจุดยืนขององค์การด้วยเพื่อหวังยุทธศาสตร์ให้ชัดเจนมากขึ้น (ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2549) แต่ในการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางจะกล่าวถึงเฉพาะยุทธศาสตร์ของจังหวัดเท่านั้น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาทำการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (mix research method) ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นสิ่งที่ใช้ในการสนับสนุนงานวิจัยโดยการสัมภาษณ์แนวลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญกับผู้ให้หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้แบบสอบถามโครงสร้าง (Semi-structured interview) และทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง แบบตัวต่อตัวจนครบทั้ง 10 คน หลังจากนั้นจึงนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาประมวลวิเคราะห์ และนำเสนอด้วยวิธีการบรรยายและท้ายสุดได้นำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งถือเป็นส่วนเสริมสร้างสำคัญของการวิจัยเชิงคุณภาพไป

เปรียบเทียบหรือเทียบเคียงผลของข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ ว่ามีความเห็นที่สอดคล้องกันหรือแตกต่างกันอย่างไร

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร หมายถึง ประชากรเป้าหมายที่ทำการศึกษาทั้งหมดในเขตพื้นที่จังหวัดลำปางซึ่งมี 13 อำเภอ ตามตาราง 1

ตาราง 1

จำนวนประชากรของจังหวัดลำปางทั้งหมด จำแนกเป็นอำเภอรวม 13 อำเภอ ดังนี้

ที่	อำเภอ/เทศบาล (พื้นที่ ตร.กม.)	จำนวนราษฎร		
		ชาย	หญิง	รวม
1	อำเภอเมืองลำปาง (1,156.623 ตร.กม.)	160,159	158,603	318,762
2	อำเภอเกาะคา (551.152 ตร.กม.)	41,218	42,763	83,981
3	อำเภอแจ้ห่ม (1,349.121 ตร.กม.)	28,276	24,383	52,659
4	อำเภอเถิน (1,634.763 ตร.กม.)	31,085	31,843	72,928
5	อำเภอห้างฉัตร (684.757 ตร.กม.)	35,195	36,192	71,387
6	อำเภอแม่ทะ (914.650 ตร.กม.)	35,003	35,031	70,034
7	อำเภองาว (1,815.313 ตร.กม.)	29,455	29,488	58,943
8	อำเภอวังเหนือ (1,034.323 ตร.กม.)	23,017	22,309	45,326
9	อำเภอสบปราบ (502.464 ตร.กม.)	19,167	19,358	38,525
10	อำเภอแม่พริก (538.921 ตร.กม.)	10,561	10,907	21,468
11	อำเภอเสริมงาม (631.727 ตร.กม.)	16,601	16,156	32,757
12	อำเภอแม่เมาะ (855,044 ตร.กม.)	33,184	24,128	57,312
13	อำเภอเมืองปาน (865.103 ตร.กม.)	17,414	17,171	34,585
	รวม	480,335	468,109	958,444

ที่มา. จาก ข้อมูลประชากร, โดย จังหวัดลำปาง, 2558, ค้นจาก <http://www.Lampang.go.th>

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างการ (semi-structured interview) และการยืนยันข้อมูล ซึ่งมีลักษณะดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (structured in-depth) เพื่อให้ใช้เก็บข้อมูลภาคสนาม ในลักษณะการสัมภาษณ์กลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ในลักษณะตัวต่อตัว (face to face) โดยนำกรอบแนวคิดในการวิจัยมาใช้เป็นหลักในการกำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2. เครื่องบันทึกเสียง สำหรับใช้ในการสัมภาษณ์
3. กล้องบันทึกภาพ ใช้บันทึกภาพการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้

แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อให้ได้ ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างภาคสนาม โดยในเรื่องของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจะครอบคลุมใน 3 หัวข้อของการดำเนินการ ได้แก่ (1) หลักเกณฑ์การสร้างคำถาม (2) ลักษณะแบบสอบถามและ (3) การทดสอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 3 วิธี ประกอบด้วย (1) การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (2) การรวบรวมข้อมูลวิจัยจากภาคสนาม และ (3) การรวบรวมข้อมูลจากการสังเกต นอกจากนี้ยังได้กำหนดให้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก เฉพาะผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 10 คน ในส่วนของข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลเสริม

ข้อมูลเชิงปริมาณที่เป็นข้อมูลหลัก ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเอกสาร

ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากตำรา หนังสือ รายงานผลการวิจัย สถิติ ตัวเลข และเอกสารต่างๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ รวมตลอดถึงข้อมูลที่ได้จากอินเทอร์เน็ต (Internal)

2. การรวบรวมข้อมูลจากวิจัยภาคสนาม

ประกอบด้วย 2 ข้อ ได้แก่ (1) การแจกและเก็บรวบรวมแบบสอบถาม รวมทั้ง (2) ปัญหาและแนวทางแก้ไข และ(3) การรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์นักเฉพาะผู้เชี่ยวชาญ

2.1. ออกแบบคำถามที่จะใช้สัมภาษณ์ในประเด็นสำคัญคือที่ต้องการเพื่อให้ได้ข้อมูลตามกรอบการวิจัยและสอดคล้องกับประเด็นที่ทำการวิจัย โดยนำผลวิเคราะห์ขั้นต้นจากงานวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน

2.2 กำหนด หรือระบุกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (key Informant) ซึ่งในที่นี้ได้แก่ผู้ไม่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของจังหวัดลำปางแต่ถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการบริหารจัดการ (stakeholders) จำนวน 10 คน

2.3 จัดทำเอกสารจากทางมหาวิทยาลัย เพื่อขอสัมภาษณ์ประสานงานและนัดหมาย วัน เวลาและสถานที่ จะทำการสัมภาษณ์ รวมถึงการส่งคำถามล่วงหน้าให้กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในกรณี ที่มีความต้องการทราบเกี่ยวกับคำถามที่จะสัมภาษณ์

2.4 การสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยการบันทึกการดำเนินกิจกรรมด้วยเครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายภาพ และในระหว่างการสัมภาษณ์จะใช้การสังเกต (Observation) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลตามประเด็นของกรอบคิดการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ในเบื้องต้น

2.5 นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาตามขั้นตอนวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง

2.6 สรุปผลอภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามในการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 29 ธันวาคมพ.ศ. 2558 ถึงวันที่ 28 มีนาคมพ.ศ. 2549 ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สูตรของยามานะ (Yamane, 1967, pp.886-887) ที่มีค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.03 โดยใช้สูตร

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

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของกลุ่มประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

แทนค่าสูตร

$$n = \frac{958,667}{1 + 958,667(0.03)^2}$$

$$n = \frac{958,667}{1 + 958,667(0.0009)}$$

$$n = \frac{958,667}{863.0}$$

$$n = 1,109.83$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชน มีจำนวน 1,109.83 คน ผู้ศึกษาได้ปัดเศษเป็น 1,110 คน เพื่อให้มีค่าความเชื่อมั่นไม่น้อยกว่าร้อยละ 97

ผลการวิจัย

ผู้ศึกษาได้สรุปผลการวิจัยโดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 35 ข้อ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยข้อแรกเป็นสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ส่วนข้อที่ เป็นสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่ม

ตัวอย่างผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

2. สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญเกี่ยวกับปัญหาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (4) ด้าน (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1.)

3. สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2)

4. สรุปการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางประสบความสำเร็จ (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3)

5. สรุปการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางตามกรอบแนวคิดการบริหาร POSDCoRB ซึ่งเป็นการศึกษาและวิเคราะห์ในเชิงเปรียบเทียบ (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2)

6. สรุปการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นการศึกษาและวิเคราะห์ในเชิงเปรียบเทียบ (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4) เป็นการสรุปผลของการนำข้อมูลมาค่าการถดถอยแบบพหุคูณ (multiple regression) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) ทั้งนี้ได้มาจากการวิเคราะห์หรือพิสูจน์การส่งผล หรืออิทธิพลของตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น (เหตุ) ที่มีต่อตัวแปรตาม (ผล) กล่าวคือ เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการส่งผล หรืออิทธิพลของ (1) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ (ตัวแปรอิสระ) ที่มีต่อ (2) ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง ตามกรอบแนวคิดการบริหาร POSDCoRB (ตัวแปรตาม) ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การนำเสนอตัวแบบยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

ตามหน้าที่การบริหาร

7. สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ได้มาจากการสัมภาษณ์แนวลึกเฉพาะผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 10 คนต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2-4) ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้วางลำดับการนำเสนอตั้งต่อไปนี้

7.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ตอบแบบสอบถาม (จากบทที่ 4 ตาราง 4.1) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 42 เป็นเพศหญิง มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และเป็นประชาชนที่อาศัยใน 13 อำเภอของจังหวัดลำปาง

7.2 สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญเกี่ยวกับปัญหาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (4) ด้าน (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 1) โดยในแต่ละด้านมีคำถามที่เกี่ยวกับปัญหาด้านละ 2 ข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้ง 2 ข้อคำถาม ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำเสนอปัญหาเรียงตามลำดับ “ค่าเฉลี่ยรวมของแต่ละด้าน” จากมากไปหาน้อยและในคำถามท้ายสุดของปัญหาได้มีการนำเสนอปัญหาการบริหารจัดการในภาพรวมทั้งหมดไว้อีก 1 ข้อกำหนด ซึ่งผู้ศึกษาจะนำเสนอเฉพาะประเด็นคำถามที่สำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านจากเครื่องหมาย* (ตามตาราง 4.2) เพียง 1 ข้อคำถามดังนี้

7.3 ปัญหาด้านความพอประมาณของประชาชนจังหวัดลำปาง ลำปางมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารค่อนข้างน้อย ทำให้ประชาชนไม่ได้รับทราบข่าวสารที่จำเป็น เช่น การประกาศขึ้นทะเบียนแรงงานต่างด้าวให้ถูกต้องในระบบ การบริการระบบขนส่งมวลชนที่ถูกกฎหมาย เป็นต้น

7.4 ปัญหาด้านความมีเหตุผลโดยภารกิจของรัฐ การมีเครือข่ายไม่กว้างขวางทำให้การประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง ลำปางไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรเพราะทำให้ประชาชนไม่ทราบข้อมูลที่จำเป็นและส่งผลให้ไม่เข้าร่วมในกิจกรรมที่จัดขึ้นทั้งที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน เช่น กำหนดการให้บริการ สาธารณสุขแก่ประชาชนใน

พื้นที่ต่างๆ เป็นต้น

7.5 ปัญหาด้านมีภูมิคุ้มกันภารกิจของราชการไม่ทันต่อสถานการณ์ จังหวัดลำปาง ยังขาดการบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพด้านการประชาสัมพันธ์เพราะไม่ได้มีการปรับปรุงภารกิจของราชการให้สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์

7.6 ปัญหาด้านมีความรู้คู่คุณธรรม โดยบุคลากรของรัฐไม่มีความรู้ ขาดการพัฒนาทางด้านประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ผู้ศึกษาได้สรุปความคิดเห็นต่อ(1)ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญเกี่ยวกับปัญหาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางตามกรอบแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยนำเสนอค่าเฉลี่ยรวมแต่ละด้านเรียงตามลำดับรวมจากมากไปน้อย (จากบทที่ 4 ตารางที่ 4.22) โดยปัญหาที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ “จังหวัดลำปางมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารค่อนข้างน้อย ทำให้ประชาชนไม่ได้รับทราบข่าวสารที่จำเป็น เช่นการส่งเสริมให้ยึดแนวพระราชดำริ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น”

7.7 สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2) สำหรับแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางตามกรอบแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูง ได้แก่ “ควรเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางให้มีความหลากหลายและกว้างขวางเพียงพอ ทำข้อมูลข่าวสารเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม เช่น ใช้สื่อสิ่งพิมพ์หรือวารสาร รวมถึงวิทยุชุมชน โทรทัศน์ท้องถิ่น หรือจอภาพประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่”

การอภิปรายผล

ในการศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง “ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยที่ใช้วิธีการวิจัย แบบผสมผสาน (mixed research method) โดยผู้ศึกษาให้ความ

สำคัญกับการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เป็นหลัก ซึ่งเป็นลักษณะของการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เพื่อแสวงหาข้อเท็จจริงในปัจจุบันและนำมาใช้เป็นข้อมูลในการสัมภาษณ์(interview) ในการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสนับสนุนหรือเทียบเคียงข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ (qualitative research) ด้วยเก็บข้อมูลภาคสนาม (storage field) เพื่อค้นหาคำอธิบายถึงการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมา โดยได้กำหนดตัวแปรที่ศึกษา คือ ตัวแปรอิสระ (เหตุ) คือ ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญเกี่ยวกับปัญหาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 4 ด้าน ได้แก่ (1) ความพอประมาณ (2) ความมีเหตุผล (3) การมีภูมิคุ้มกัน และ (4) การมีความรู้คู่คุณธรรม ส่วนตัวแปรตาม(ผล) คือ ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์จังหวัดลำปางเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมาตามกรอบแนวคิดการบริหารที่เรียกว่า POSDCoRB ได้แก่ (1) การวางแผนงาน (2) การจัดส่วนงาน (3) การกำหนดหน้าที่ (4) การอำนวยการ (5)การประสานงาน (6)การรายงาน และ (7) การงบประมาณ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคั้งนี้มีจำนวน 1,110 คน และสามารถเก็บแบบสอบถามมาได้ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 110.27 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดและผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการประมวลและวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และในส่วนของ การวิจัยเชิงคุณภาพผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นผู้ไม่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง แต่ถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการบริหารจัดการ (Stakeholders) พร้อมกับการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แนวเสริมหรือสนับสนุนกับข้อมูลในเชิงปริมาณ ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบระยะเวลาของการศึกษาไว้ 17 เดือน เพื่อให้งานวิจัยมีความถูกต้อง ซึ่งจะนำไปสู่องค์ความรู้ใหม่ และแนวทางการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปางได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำหลักแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (4 ด้าน) ได้แก่ (1) ความพอประมาณ (2) มีเหตุผล (3) มีภูมิคุ้มกัน (4) มีความรู้คู่คุณธรรม มาเป็นแนวคิดในการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง ทำให้ทราบและเข้าใจเกี่ยวกับ (1) ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญกับปัญหาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง (2) แนวทางบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง (3) ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง (4) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง ซึ่งจะส่งผลและมีอิทธิพลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดลำปาง ตามกรอบแนวคิดการบริหาร POSDCoRB ได้แก่ (1) การวางแผน (2) การจัดส่วนงาน (3) การกำหนดหน้าที่ (4) การอำนวยการ (5) การประสานงาน (6) การรายงานผลปฏิบัติงาน และ (7) การงบประมาณ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรนำกรอบแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสมในหน่วยงานอื่น นอกเหนือจากจังหวัดลำปางเพื่อเป็นการพิสูจน์ผลการวิจัยที่จะนำไปสู่การพัฒนาประสิทธิภาพและการบริหารจัดการต่อไป อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาหรือ

การวิจัยในครั้งต่อไป อาจนำแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี มาปรับใช้เพียงบางด้านที่เหมาะสมกับหน่วยงานที่ต้องการศึกษาก็ได้หรือตัดบางด้านออก หรือบางด้านเข้าไป โดยไม่จำเป็นต้องใช้หมดทุกด้าน ซึ่งควรมีเหตุผลประกอบการปรับเปลี่ยน

2. การวิจัยเชิงปริมาณ อาจกำหนดรายละเอียดตัวชี้วัดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้มากขึ้น โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มหรือการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของข้อมูลได้มากยิ่งขึ้น

3. การวิจัยเชิงคุณภาพ อาจสรรหามุ่งเน้นผู้รับผิดชอบที่ตรงกับหน้าที่หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงาน และการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อมีแนวทางในการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่

4. กรอบแนวคิดในการทำวิจัย เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์อาจใช้แนวคิดอื่นที่น่าสนใจมาเป็นตัวเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น การจัดหน่วยงานแบบสมดุล (Balance Scorecard) เป็นต้น

5. การวิจัยเชิงเปรียบเทียบ เช่น การวิจัยการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีขนาดและการบริหารจัดการของพื้นที่และความรับผิดชอบที่ใกล้เคียงกัน มาเป็นตัววัดประสิทธิภาพของการบริหารจัดการ



References

- Lampang Province. (2015). *Population*. Retrieved from <http://www.Lampang.go.th> (in Thai)
- Lunenburg, C. F., & Ornstein, C. A. (2008). *Educational administration: Concepts and practices* (5th ed.). New York: Thomson Learning Wadsworth.
- Meechart, W. (2009). *Organization management*. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- Sirisampan, T. (2006). *Basic knowledge for modern public administration* (2nd ed.). Bangkok: Office of the Public Sector Development Commission. (in Thai)
- Wongkietkajorn, P. (2009). *Concept and strategy for provincial administrative organization management*. Bangkok: Panyachon. (in Thai)
- Wongkiettirat, W., et al. (2003). *Strategy planning for excellent organization*. Bangkok: SE-ED. (in Thai)

Yamane, T. (1967). *Elementary sampling theory*. New Jersey: Prentice-Hall.

