Logic Model Development for Public Relation Process Evaluation at Public Organization by Applying Meta Evaluation Standard

Kamonchanok Wutiyano[1]
Ruangdech Sirikit [2]
Piyapong Khaikleng[3]

Abstract

The objectives of this research were as follows: (1) to develop a logic model for evaluating the public relations process of a government agency; and (2) to study the suitability of the developed logic model based on the meta-evaluation standards. The methodology was divided into two phases, namely: Phase 1 was the development of a logic model by exploring the related documents and interviewing 18 key informants, who were stakeholders through a 10-item interview form with a content validity of between 0.67-1.00. The data were analyzed by content analysis to summarize the logical model for evaluating the public relations process of a government agency. The components of the model included inputs, activities, outputs, outcomes, and impact. The evaluation framework and guidelines were determined and based on the developed logic model. Phase 2 was the study of the suitability of the developed logic model using five meta-evaluation standards, as developed by JCSEE (2011), to evaluate the suitability of the developed logic model developed in Phase 1. The data were analyzed by determining Rater Agreement Index (RAI), percentage, mean and standard deviation. The results of this research indicated that there were six components of input. The activities consisted of the theoretical concepts of Broom and Bey (2013) regarding the public relations process of four-step interconnected operations. The output consisted of four indicators, the outcomes consisted of two indicators and the impact consisted of two indicators. The results of testing the suitability of the developed logic model based on meta-evaluation standards showed that Rater Agreement Index (RAI) was 0.8125, implying high level of agreement. Overall evaluation of the standard was at a very good level. Aspects with the highest level of standard were Feasibility (F1, F2), Accuracy (A1, A2), and Responsibility, (E1-E3), which were at a very good level (100%), followed by Usability (U1-U3), which was at a very good level (96.30%). The aspect with the lowest standard was Suitability (P1, P2), which was at a good level (88.89%).

Keyword: logic model development, public relations process evaluation, public organization, meta-evaluation standard
Received January 8, 2020; Revised March 19, 2020; Accepted March 27, 2020

[1] Corresponding author, Educational and Psychological Test Bureau, Srinakharinwirot University, Bangkok 10110.
Email: kamonchanok.wutiyano@gmail.com
[2] Educational and Psychological Test Bureau, Srinakharinwirot University, Bangkok 10110. Email: ruangdech_s@hotmail.com
[3] Educational and Psychological Test Bureau, Srinakharinwirot University, Bangkok 10110. Email: piyapongk@g.swu.ac.th

การพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่งโดยประยุกต์ใช้มาตรฐานการประเมินอภิมาน

กมลชนก วุฒิญาโณ[1]
เรืองเดช ศิริกิจ[2]
ปิยพงษ์ คล้ายคลึง[3]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย 2 ประการ ได้แก่ (1) เพื่อพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่ง และ (2) เพื่อศึกษาความเหมาะสมตามมาตรฐานการประเมินอภิมานของโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่ง วิธีการดำเนินการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะ จากเอกสารและสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้มีส่วนส่วนเสีย จำนวน 18 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์ที่มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาระหว่าง 0.67-1.00 จำนวน 10 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อสรุปโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่ง ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า กิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ จากนั้นกำหนดกรอบการประเมินและแนวทางการประเมินตามโมเดลเชิงตรรกะที่พัฒนาขึ้น ระยะที่ 2 การศึกษาความเหมาะสมของโมเดลเชิงตรรกะ ประยุกต์ใช้มาตรฐานการประเมินอภิมานของ JCSEE (2011) เพื่อประเมินความเหมาะสมของโมเดลเชิงตรรกะที่พัฒนาขึ้นในระยะที่ 1 จำนวน 5 มาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างผู้ประเมิน (RAI) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วย 6 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบด้านกิจกรรม ประกอบด้วยแนวคิดทฤษฎีจาก Broom and Bey (2013) ที่เกี่ยวกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะเป็นขั้นตอนการดำเนินการที่มีความเชื่อมโยงกัน 4 ขั้นตอน องค์ประกอบด้านผลผลิต ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบด้านผลลัพธ์ ประกอบด้วย 2 ตัวบ่งชี้ และองค์ประกอบด้านผลกระทบ ประกอบด้วย 2 ตัวบ่งชี้ ผลการตรวจสอบความเหมาะสมตามมาตรฐานการประเมินอภิมานโมเดลเชิงตรรกะ พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างผู้ประเมินเท่ากับ 0.8125 มีความสอดคล้องกันในระดับสูง และมีระดับผลการประเมินของมาตรฐานอยู่ในระดับดีมาก มาตรฐานด้านความเป็นไปได้ (F1, F2) มาตรฐานด้านความถูกต้อง (A1, A2) และมาตรฐานด้านความรับผิดชอบในการประเมิน (E1-E3) มีผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก (100%) รองลงมาคือ มาตรฐานด้านอรรถประโยชน์ (U1-U3) มีผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก (96.30%) ส่วนมาตรฐานที่มีร้อยละของผลการประเมินน้อยที่สุดคือ มาตรฐานด้านความเหมาะสม (P1, P2) มีระดับผลการประเมินในระดับดี (88.89%)

คำสำคัญ: การพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะ, การประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์, การประชาสัมพันธ์หน่วยงานภาครัฐ, การประเมินอภิมาน

รับบทความต้นฉบับ 8 มกราคม 2563; รับบทความแก้ไข 19 มีนาคม 2563; ตอบรับการตีพิมพ์ 27 มีนาคม 2563

[1] ผู้รับผิดชอบบทความหลัก สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร 10110
อีเมล: kamonchanok.wutiyano@gmail.com
[2] สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร 10110 อีเมล: ruangdech_s@hotmail.com
[3] สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร 10110 อีเมล: piyapongk@g.swu.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประชาสัมพันธ์เป็นศาสตร์ที่ได้รับความสนใจศึกษากันอย่างกว้างขวางและมีบทบาทสำคัญในองค์การต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพราะเป็นกลไกแห่งการนำความประทับใจ และภาพพจน์ที่ดีจากองค์การไปสู่ประชาชนด้วยวิธีการบอกกล่าว ชี้แจง และเผยแพร่ เพื่อให้ประชาชนได้ทราบและเกิดความรู้ความเข้าใจในองค์การ รวมทั้งข่าวความเคลื่อนไหวขององค์การให้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้ทราบ หากกระบวนการประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพก็จะทำให้ประชาชนประทับใจและมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์การ ในด้านการได้รับความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชนได้ดี ด้วยเหตุนี้การประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคลและองค์การรวมทั้งการดำเนินกิจการแทบทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมด้านธุรกิจ การศึกษา งานราชการ งานด้านศาสนา งานสังคมสังเคราะห์ เป็นต้น (วิรัช ลภิรัตนกุล, 2546; เสรี วงษ์มณฑา, 2542; ดวงพร คำนูณวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง, 2541)

การบรรลุเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องพิจารณากระบวนการประชาสัมพันธ์ที่ประกอบด้วยขั้นตอนการทำงานจากแนวทางการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ ซึ่ง (Broom & Bey 2013; กรรณิการ์ อัศวเดชา, 2544) ได้สรุปกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การระบุปัญหา (defining the problem/opportunity) การวางแผนและออกแบบโปรแกรม (planning and programming) การดำเนินการและการสื่อสาร (taking action and communicating) และการประเมินโปรแกรม (evaluating the program) แต่จะต้องปรับเปลี่ยนจากแนวคิดเดิมในลักษณะของขั้นตอนที่ต่อเนื่องจากขั้นที่ 1-4 (four steps) มาเป็นแนวคิดใหม่ที่มองงานทั้ง 4 งานในลักษณะพลวัต (dynamic) เนื่องจากในแต่ละงานนั้นมีความเกี่ยวพันและส่งเสริมซึ่งกันและกัน

งานวิจัยของ วัฒนา พุทธางกูรานนท์ (2542) ที่กล่าวว่าหนึ่งในปัญหาของการประชาสัมพันธ์คือปัญหาด้านการค้นคว้า วิจัยและประเมินผลงานการดำเนินงานที่ไม่มีการค้นคว้าวิจัยหาข้อมูล ทำให้กิจกรรมประชาสัมพันธ์ขาดความรู้ใหม่ที่จะนำมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ให้สูงขึ้น หลังจากเสร็จสิ้นการทำงานก็ไม่มีการประเมินผลการทำงาน เนื่องจากเป็นงานใหม่จึงเป็นเหตุให้ไม่ทราบข้อบกพร่องของงานประชาสัมพันธ์ที่ทำไปแล้ว นอกจากนี้ สุวิสาข์ เหล่าเกิด (2551) พบว่า ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐ ในเรื่องของการประเมินผลไม่สามารถบอกผลลัพธ์ การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายได้เนื่องจากขาดรูปแบบการประเมินผลกระบวนการประชาสัมพันธ์ โดยส่วนใหญ่เน้นที่ประเมินผลลัพธ์ของการประชาสัมพันธ์จึงทำให้ขาดข้อมูลย้อนกลับในการปรับปรุงแก้ไขในส่วนของกระบวนการทำงานจากทุกภาคส่วน เพื่อให้กระบวนการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพที่ดี แนวคิดหนึ่งที่ให้ความสำคัญกับการประเมินกระบวนการหรือขั้นตอนการดำเนินงาน คือ แนวคิดการประเมินโมเดลเชิง W.K. Kellogg Foundation (2004) กล่าวว่าโมเดลเชิงตรรกะ (logic model) หมายถึง แนวทางอย่างเป็นระบบและการมองออกมาเป็นภาพ เพื่อนำเสนอและแลกเปลี่ยนความเข้าใจของความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินโปรแกรม แผนการดำเนินกิจกรรมและการเปลี่ยนแปลงหรือผลที่คาดหวังให้ประสบความสำเร็จ การประเมินโมเดลเชิงตรรกะประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า (inputs) กิจกรรม (activities) ผลผลิต (outputs) ผลลัพธ์ (outcome) และผลกระทบ (impacts) Stufflebeam (2001b) กล่าวว่าโมเดลเชิงตรรกะอาจไม่สามารถนำไปใช้ในการประเมินได้ครอบคลุมทุกบริบทของโครงการ ให้ข้อมูลสารสนเทศที่ไม่เพียงพอ การพัฒนาอาจจะเกิดความขัดแย้งระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการกำหนดนิยามในแต่ละตัวบ่งชี้ของโมเดลเชิงตรรกะอาจไม่เพียงพอ Stufflebeam (2001b) และ W.K. Kellogg Foundation (2004) จึงเสนอให้มีการปรับการพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะโดยใช้มาตรฐานการประเมินของคณะกรรมการมาตรฐานทางการศึกษา ปี ค.ศ.1994 ต่อมา Booker

(2016) ได้พัฒนาโมเดลเชิงตรรกะแบบใหม่โดยเพิ่มขั้นตอนของการประเมินอภิมานหลังจากการพัฒนาร่างโมเดลเชิงตรรกะเพื่อให้โมเดลเชิงตรรกะมีความน่าเชื่อถือจึงใช้แบบตรวจสอบรายการของ The Joint Committee on Standards for Educational Evaluation (JCSEE, 2011) ประกอบไปด้วย 5 มาตรฐาน ได้แก่ ด้านอรรถประโยชน์ (utility) ด้านความเป็นไปได้ (feasibility) ด้านความเหมาะสม (propriety) ด้านความถูกต้อง (accuracy) ด้านความสามารถตรวจสอบได้ (evaluation accountability)

จากความสำคัญและสภาพปัญหาของกระบวนการประชาสัมพันธ์หน่วยงานภาครัฐที่กล่าวมาข้างต้น ให้สารสนเทศที่นำไปสู่การพัฒนาแนวคิดการประเมินเพื่อแก้ปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบการประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ทั้งนี้ แนวคิดการประเมินโมเดลเชิงตรรกะเป็นแนวคิดที่เน้นกระบวนการหรือกิจกรรมการดำเนินงานจึงมีความเหมาะสมที่น่าจะนำมาใช้ในการออกแบบการประเมิน ซึ่งพัฒนาการของแนวคิดการประเมินนี้ มีการปรับปรุงขั้นตอนการประเมินให้มีความน่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับมาตรฐานการประเมินในระดับสากล โดยนำแนวคิดการประเมินอภิมาน (meta-evaluation) มาเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Booker (2016) ดังนั้นการพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่งโดยใช้การประเมินอภิมาน ทำให้ได้สารสนเทศสำหรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนยังได้สารสนเทศในเชิงวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาวิธีวิทยาการประเมินซึ่งเป็นความรู้ใหม่ในการใช้โมเดลเชิงตรรกะร่วมกับการประเมินอภิมาน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่ง
2. เพื่อศึกษาความเหมาะสมตามมาตรฐานการประเมินอภิมานของโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่ง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โมเดลเชิงตรรกะ

W.K. Kellogg Foundation (2004) กล่าวว่าโมเดลเชิงตรรกะ (logic model) หมายถึง แนวทางอย่างเป็นระบบและการมองออกมาเป็นภาพ เพื่อนำเสนอและแลกเปลี่ยนความเข้าใจของความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินโปรแกรม แผนการดำเนินกิจกรรมและการเปลี่ยนแปลงหรือผลที่คาดหวังให้ประสบความสำเร็จ การประเมินโมเดลเชิงตรรกะประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า (inputs) กิจกรรม (activities) ผลผลิต (outputs) ผลลัพธ์ (outcomes) และผลกระทบ (impacts) โดย สุวิมล ว่องวาณิช (2552) กล่าวว่า โมเดลเชิงตรรกะ หมายถึง แผนภาพที่แสดงการทำงานขององค์กรภายใต้ทฤษฎีและเงื่อนไขข้อตกลงที่กำหนด โดยการแสดงความเชื่อมโยงเป็นแผนภาพเพื่อช่วยสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินงาน กิจกรรม การเปลี่ยนแปลงหรือผลลัพธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาวของโปรแกรมที่ต้องการให้เกิด โมเดลตรรกะสามารถอ้างอิงจากทฤษฎีได้เนื่องจากว่าโมเดลเชิงตรรกะสามารถบรรยายให้เห็นว่างานในโปรแกรมสามารถดำเนินการให้ไปสู่ผลลัพธ์ต่าง ๆ ของโปรแกรม ได้อย่างไร สรุปได้ว่า โมเดลเชิงตรรกะ หมายถึง แผนภาพที่แสดงการทำงานของโครงการอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดความเข้าใจระหว่างความสัมพันธ์ของ ปัจจัยนำเข้า กิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ ทั้งนี้กระบวนการทำงานอยู่ภายใต้ทฤษฎี หลักการ เงื่อนไขหรือความเชื่อ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

การประเมินอภิมาน

Stufflebeam (2001a) ให้ความหมายว่า เป็นกระบวนการในการบรรยาย และได้รับสารสนเทศเพื่อบรรยายและตัดสินใจในมาตรฐานด้านอรรถประโยชน์ ความเป็นไปได้ ความเหมาะสมและความถูกต้อง เป็นการให้แนวทางในการประเมินและรายงานผลอย่างเปิดเผยมาตรฐานตามแบบตรวจสอบรายการประเมินอภิมาน ฉบับ JCSEE (2011) ประกอบไปด้วย 5 มาตรฐานได้แก่ ด้านอรรถประโยชน์ (utility) มาตรฐานความเป็นไปได้ (feasibility) ด้านความเหมาะสม (propriety ด้านความถูกต้อง (accuracy) ด้านความรับผิดชอบในการประเมิน (evaluation accountability) สรุปได้ว่า นักวิชาการด้านการประเมินของไทยได้ให้ความหมายที่สอดคล้องกับความหมายของนักวิชาการข้างต้น (สมหวัง พิธิยานุวัฒน์, 2541; นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542; สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ และนงลักษณ์ วิรัชชัย, 2547; สุวิมล ว่องวาณิช, 2547; ศิริชัย กาญจนวาสี, 2554) ซึ่งพอสรุปความหมายของการประเมินอภิมานได้ดังนี้ การประเมินอภิมาน คือ กระบวนการอย่างเป็นระบบประกอบด้วย การกำหนดข้อมูลสารสนเทศที่รวบรวมจากผลการประเมินงานประเมินหรือนักประเมิน เพื่ออธิบายให้คุณค่าและตัดสินคุณค่าว่างานประเมินหรือนักประเมินเหมาะสมสอดคล้องกับเกณฑ์และมาตรฐานที่กำหนดไว้ นำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพงานประเมินและนักประเมิน

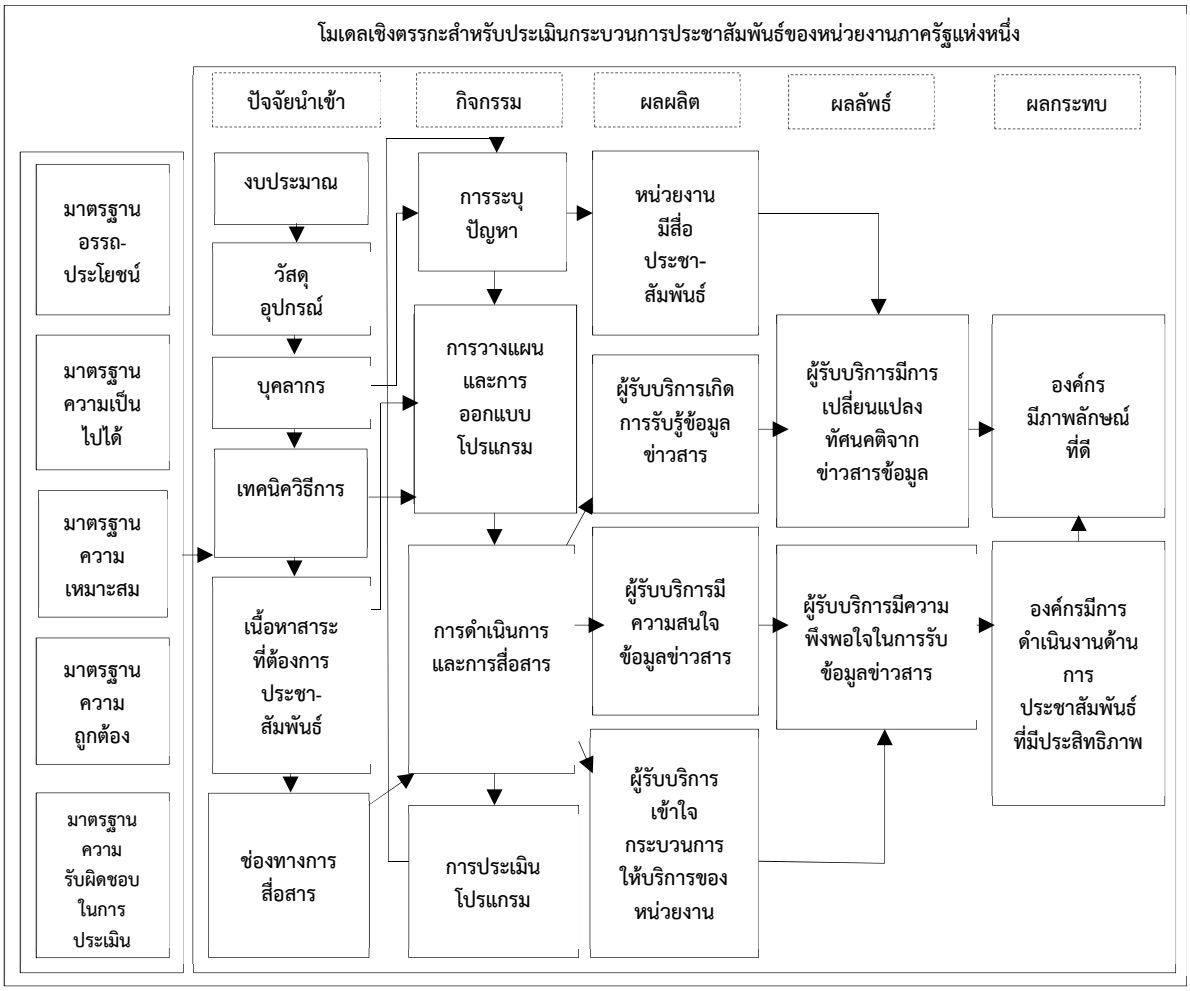
กระบวนประชาสัมพันธ์

กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่ส่วนใหญ่นิยมใช้แนวคิดของ Broom and Bey (2013) เป็นกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะเป็นการบริหารจัดการ การแก้ปัญหาองค์กรและกระบวนการดำเนินงานเพื่อการเปลี่ยนแปลง กระบวนการนี้เหมาะสำหรับนำไปปฏิบัติภายใต้ทฤษฎีและหลักฐานเชิงประจักษ์ ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ดั้งนี้ (defining the problem/opportunity) การวางแผนและออกแบบโปรแกรม (planning and programming) การดำเนินการและการสื่อสาร (taking action and communicating) และการประเมินโปรแกรม (evaluating the program) สรุปได้ว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการที่มีความเชื่อมโยงกัน 4 ขั้นตอน ขั้นตอนแรกการระบุปัญหาที่เกี่ยวกับประชาสัมพันธ์ นำไปสู่ขั้นตอนที่สองการวางแผนและการออกแบบโปรแกรมนำไปสู่ขั้นตอนที่สามการดำเนินการและการสื่อสาร และนำไปสู่ขั้นตอนที่สี่การประเมินโปรแกรมซึ่งในขั้นตอนที่สี่การประเมินโปรแกรม ผลการประเมินจะให้ข้อมูลที่ป้อนกลับเกี่ยวกับวิธีการทำงานให้ดำเนินงานหรือยุติการทำงาน ผลจากการประเมินจะเป็นพื้นฐานในการดำเนินงาน กล่าวคือ ซึ่งนำไปสู่การระบุปัญหาในขั้นตอนที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การระบุปัญหา (defining the problem/opportunity) การวางแผนและออกแบบโปรแกรม (planning and programming) การดำเนินการและการสื่อสาร (taking action and communicating) และการประเมินโปรแกรม (evaluating the program) (Broom & Bey, 2013) สำหรับการประเมินกระบวนการโดยใช้แนวคิดโมเดลเชิงตรรกะ ที่ปรับปรุงใหม่ของ Booker (2016) กล่าวว่าการพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะ ให้มีความน่าเชื่อถือ และเป็นไปตามมาตรฐานของการประเมิน ควรใช้แนวคิดการประเมินอภิมานมาตรวจสอบความเหมาะสม ของโมเดลเชิงตรรกะเพื่อให้ได้โมเดลเชิงตรรกะที่มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ปฏิบัติการประเมินได้จริง ทั้งนี้กรอบแนวคิดการวิจัยสนใจที่จะศึกษาแนวคิดการประเมินอภิมานในการนำมาใช้พัฒนาโมเดลเชิงตรรกะ สำหรับประเมินโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่งดังภาพ 1

ภาพ 1 *กรอบแนวคิดการวิจัย*

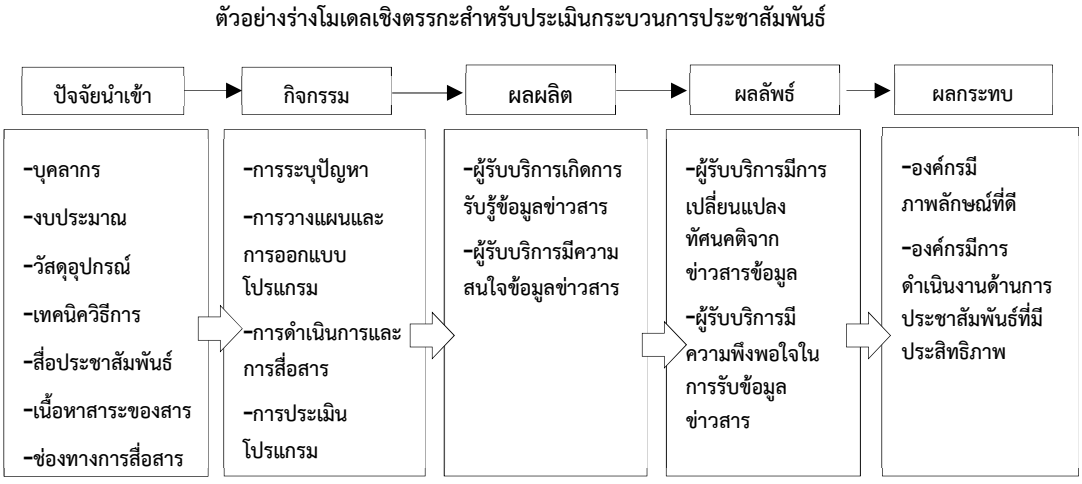


วิธีดำเนินการวิจัย

ระยะที่ 1 การพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์

1. การร่างโมเดลเชิงตรรกะจากเอกสาร ขั้นตอนนี้เป็นการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ เช่น เอกสารเกี่ยวกับทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ เอกสารเกี่ยวกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ ทำให้ได้ร่างโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์จากการวิเคราะห์เอก

ภาพ 2 *ร่างโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์*



2. การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่ง ซึ่งประเด็นการสัมภาษณ์ได้จากการวิเคราะห์เอกสาร ผู้ให้ข้อมูลในขั้นตอนนี้ประกอบด้วย หัวหน้าหน่วยงานที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 คน บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่การประชาสัมพันธ์จำนวน 6 คน และผู้รับบริการงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 9 คน รวม 18 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาปรับร่างโมเดลเชิงตรรกะจากการวิเคราะห์เอกสาร โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่มดังนี้

ตาราง 1 *เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์*

หัวหน้าหน่วยงานที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์	บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่การประชาสัมพันธ์	ผู้รับบริการงานประชาสัมพันธ์
1. มีประสบการณ์การทำงานด้านการบริหารประชาสัมพันธ์มากกว่า 3 ปี 2.เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ 3.เป็นผู้เกี่ยวข้องกับการออกแบบกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ	1. มีประสบการณ์การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์มากกว่า 3 ปี 2.เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ 3.เป็นผู้เกี่ยวข้องกับการออกแบบกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ	1.เป็นผู้เคยใช้บริการงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐมากกว่า 2 ช่องทาง 2.เป็นผู้เคยใช้บริการงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐมากกว่า 2 ครั้ง และ 3.เป็นผู้เคยใช้บริการงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐมากกว่า 2 งาน

3. การวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์และนำมาปรับโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์

4. การกำหนดตัวชี้วัดการประเมินจากโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ พัฒนากรอบการประเมิน โดยการกำหนดเกณฑ์การประเมิน วิธีการ เครื่องมือ และการวิเคราะห์ข้อมูล ตามตัวชี้วัดที่กำหนด

5. การออกแบบแนวทางการประเมิน ประกอบด้วย คุณสมบัติผู้ประเมิน การประเมินคุณภาพภายในการประเมินคุณภาพภายนอก บทบาทหน้าที่หลักของผู้ประเมิน บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กรอบการประเมิน โมเดลเชิงตรรกะกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ ขั้นตอนการประเมิน แบบตรวจสอบรายการประเมินอภิมานโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์

ระยะที่ 2 การประเมินอภิมานโมเดลเชิงตรรกะ

1. การนำร่างโมเดลเชิงตรรกะจากระยะที่ 1 มาตรวจสอบความเหมาะสมด้วยการประเมินอภิมานตามแบบตรวจสอบรายการของ JCSEE (2011) ประกอบไปด้วย 5 มาตรฐานได้แก่ มาตรฐานอรรถประโยชน์ (utility) มาตรฐานความเป็นไปได้ (feasibility) มาตรฐานความเหมาะสม (propriety) มาตรฐานความถูกต้อง (accuracy) มาตรฐานความรับผิดชอบในการประเมิน (evaluation accountability) ซึ่งงานวิจัยนี้จะเลือกใช้ประเด็นการตรวจสอบรายการที่เกี่ยวข้องกับการประเมินโมเดลเชิงตรรกะ ได้แก่ U1 ความน่าเชื่อถือของผู้ประเมิน U2 การเข้าร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย U3 คุณค่าภายนอก F2 การดำเนินงานที่สามารถปฏิบัติได้ F3 การปฏิบัติงานตามสภาพบริบท P1 ข้อตกลงที่เป็นทางการ P2 ผลประโยชน์ทับซ้อน A1การใช้สารสนเทศที่เที่ยงตรง A2 การจัดการสารสนเทศ E1 เอกสารที่ใช้ในการประเมิน E2 การประเมินอภิมานภายใน E3 การประเมินอภิมานภายนอก

ภาพ 3 *ตัวอย่างเครื่องมือการประเมินอภิมาน*

U1 ความน่าเชื่อถือของผู้ประเมิน
☐ ผู้ประเมินที่มีความสามารถด้านการประเมิน ☐ ผู้ประเมินเป็นผู้ไม่มีส่วนได้ส่วนเสีย และมีความน่าเชื่อถือ ☐ ผู้ประเมินที่เข้าใจบริบทของกระบวนการประชาสัมพันธ์หน่วยงานภาครัฐ ☐ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการและขั้นตอนในการประเมินแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ☐ ให้ความสนใจต่อขั้นตอนการประเมินที่กำหนดไว้
☐ 4-5 ดีมาก ☐ 2-3 ดี ☐ 0-1 พอใช้

2.การวิเคราะห์และแปลผลความหมายของมาตรฐาน เมื่อได้คะแนนรวมของตัวบ่งชี้รวมกันแล้ว นำผลคะแนนรวมของตัวบ่งชี้ มาวิเคราะห์และแปลความหมายในมาตรฐาน โดยใช้วิธีวิเคราะห์และแปลผลความหมายของมาตรฐาน ดังตาราง 2

ตาราง 2 *คะแนนและแปลความหมายมาตรฐาน*

มาตรฐานด้านอรรถประโยชน์ (Utility Standards) **มาตรฐานด้านความรับผิดชอบการประเมิน (Evaluation Accountability Standards)**	
คะแนนรวมของมาตรฐานในแต่ละด้าน	**การแปลผลความหมาย**
การให้คะแนนการประเมินมาตรฐาน จำนวนข้อ ระดับดีมาก _____ x 3 = _____ จำนวนข้อ ระดับดี _____ x 2 = _____ จำนวนข้อ ระดับพอใช้ _____ x 1 = _____ รวมคะแนน = _____	ความแข็งแกร่งในการประเมินมาตรฐาน ☐ 8 (93%) ถึง 9 ดีมาก ☐ 5 (50%) ถึง 7 ดี ☐ 0 (0%) ถึง 4 พอใช้ _____(คะแนนรวม) ÷ 9 = _____x100 =_____
มาตรฐานมาตรฐานความเป็นไปได้ (Feasibility Standards) **มาตรฐานด้านความเหมาะสม (Propriety Standards)** **มาตรฐานด้านความถูกต้อง (Accuracy Standards)**	
คะแนนรวมของมาตรฐานในแต่ละด้าน	**การแปลผลความหมาย**
การให้คะแนนการประเมินมาตรฐาน จำนวนข้อ ระดับดีมาก _____ x 3 = _____ จำนวนข้อ ระดับดี _____ x 2 = _____ จำนวนข้อ ระดับพอใช้ _____ x 1 = _____ รวมคะแนน = _____	ความแข็งแกร่งในการประเมินมาตรฐาน ☐ 5 (93%) ถึง 6 ดีมาก ☐ 2 (50%) ถึง 4 ดี ☐ 0 (0%) ถึง 3 พอใช้ _____(คะแนนรวม) ÷ 6 = ____x100 =_____

หมายเหตุ: จำนวนคะแนนเต็มในแต่ละมาตรฐานอาจมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อสามารถกำหนดมาตรฐานย่อยได้ชัดเจนภายหลัง

ผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 2 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินอภิมาน 1 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ดังนี้ (1) จบการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารมวลชนหรือนิเทศศาสตร์ (2) มีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 3 ปี (3) มีความสามารถในการประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ตามแบบตรวจสอบรายการได้ สำหรับเกณฑ์การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินอภิมาน มีดังนี้ (1) จบการศึกษาด้านการวัดและประเมินผล และ (2) มีประสบการณ์ในการประเมินอภิมาน ทั้งนี้แบบตรวจสอบรายการประเมินมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างผู้ประเมิน (Rater Agreement Index : RAI)

$$RAI = 1 \quad \frac{\sum_{k=1}^{K}\sum_{m=1}^{M}|R_{mk}-\bar{R}_k|}{K(M-1)(I-1)}$$

RAI แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างผู้ประเมิน

K แทน จำนวนเกณฑ์

M แทน จำนวนผู้ประเมินทั้งหมด

I แทน จำนวนระดับคะแนน

2. การวิเคราะห์ผลคุณภาพในแต่ละมาตรฐาน คำนวณค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าสูงสุด (max) ค่าต่ำสุด (min) และร้อยละ (percentage) ซึ่งกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ โดยอาศัยเกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด (2554) ดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

3.51 – 4.50 หมายถึง คุณภาพอยู่ในระดับดี

2.51 – 3.50 หมายถึง คุณภาพรายงานอยู่ในระดับใช้ได้

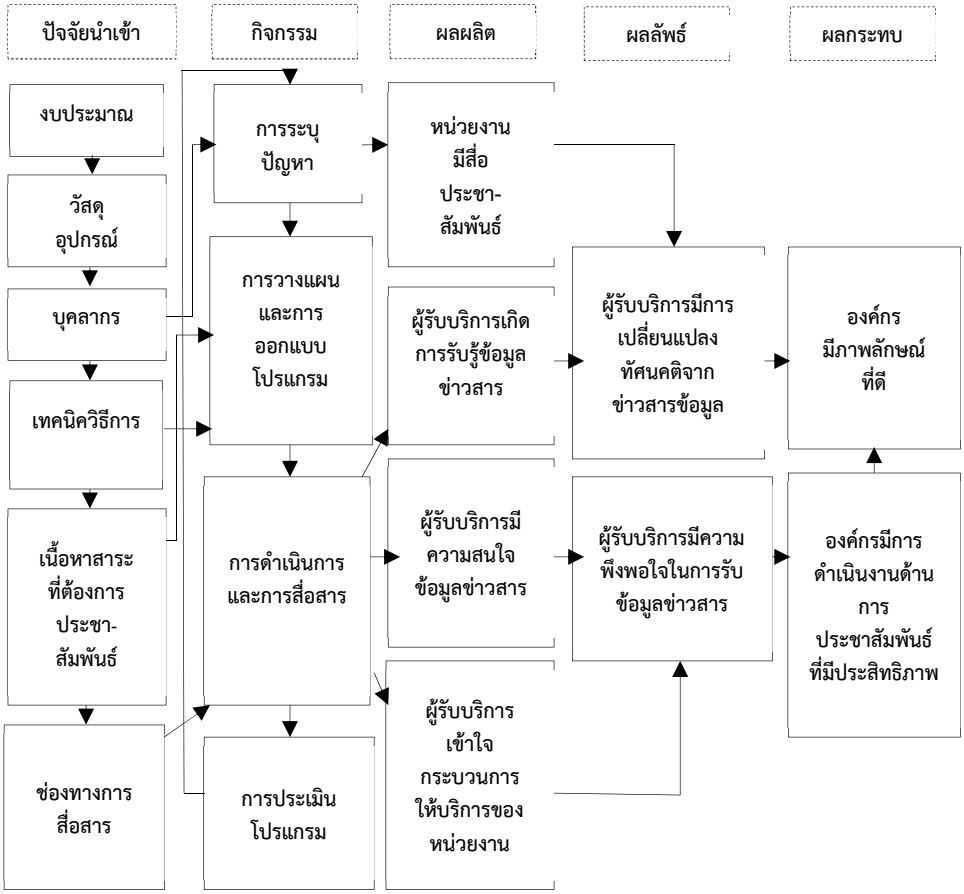
1.51 – 2.50 หมายถึง คุณภาพรายงานอยู่ในระดับพอใช้

1.00 – 1.50 หมายถึง คุณภาพรายงานอยู่ในระดับปรับปรุง

ผลการวิจัย

1. องค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วย 6 ตัวบ่งชี้ โดยบ่งชี้ที่สำคัญที่สุดคืองบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์ เพราะจะเป็นตัวที่นำไปสู่การจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ การพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ มีเทคนิควิธีการ เนื้อหาสาระที่ต้องการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบด้านกิจกรรม ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการที่มีความเชื่อมโยงกัน 4 ขั้นตอน ขั้นตอนแรกการระบุปัญหาที่เกี่ยวกับประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนที่สองการวางแผนและการออกแบบโปรแกรม ขั้นตอนที่สามการดำเนินการและการสื่อสาร และขั้นตอนที่สี่การประเมินโปรแกรมซึ่งในขั้นตอนที่สี่การประเมินโปรแกรม ผลการประเมินจะให้ข้อมูลที่ป้อนกลับเกี่ยวกับวิธีการทำงานให้ดำเนินงานหรือยุติการทำงาน ผลจากการประเมินจะเป็นพื้นฐานในการดำเนินงาน ซึ่งนำไปสู่การระบุปัญหาในขั้นตอนที่ 1 องค์ประกอบด้านผลผลิต ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ หน่วยงานมีสื่อการประชาสัมพันธ์ ทำให้ผู้รับบริการเกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ทำให้ผู้รับบริการมีความสนใจข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ทำให้ผู้รับบริการเข้าใจกระบวนการให้บริการของหน่วยงาน องค์ประกอบด้านผลลัพธ์ ประกอบด้วย ผู้รับบริการมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจากข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน และผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการรับข้อมูลข่าวสาร องค์ประกอบด้านผลกระทบ ประกอบด้วย องค์กรมีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ นำไปสู่องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี ดังภาพ 4

ภาพ 4 *ร่างโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์*



2. โมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่งที่พัฒนาขึ้น พบว่า ผลการตรวจสอบความเหมาะสมตามมาตรฐานการประเมินอภิมานของโมเดลเชิงตรรกะของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างผู้ประเมิน (Rater Agreement Index: RAI) เท่ากับ 0.8125 ซึ่งผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกันในระดับสูง

ผลการประเมินตามมาตรฐานการประเมินอภิมานโมเดลเชิงตรรกะจำแนกตามเกณฑ์มาตรฐานด้านอรรถประโยชน์ ผลการประเมินพบว่า เกณฑ์ส่วนใหญ่มีผลการประเมินอยู่ในระดับดี โดยเกณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ U3 คุณค่าภายนอก มีระดับผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก (M = 4.67, SD = 0.58) รองลงมาคือ U1 ความน่าเชื่อถือของผู้ประเมิน มีระดับผลการประเมินอยู่ในระดับดี (M = 4.33, SD = 0.58) และน้อยที่สุดคือ U2 การเข้าร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีระดับผลการประเมินอยู่ในระดับดี (M = 4.00, SD = 1.00) มาตรฐานความเป็นไปได้ ผลการประเมินพบว่า ทุกเกณฑ์มีระดับผลการประเมินอยู่ในระดับดีมากและมีค่าเฉลี่ยเท่ากันทั้ง 2 เกณฑ์ คือ F1 การดำเนินงานที่สามารถปฏิบัติได้ และ F2 การปฏิบัติงานตามสภาพบริบท (M = 4.67, SD = 0.58) มาตรฐานด้านความเหมาะสม ผลการประเมินพบว่า ทุกเกณฑ์มีระดับผลการประเมินอยู่ในระดับดี และมีค่าเฉลี่ยเท่ากันทั้ง 2 เกณฑ์ คือ P1 ข้อตกลงที่เป็นทางการ และ P2 ผลประโยชน์ทับซ้อน (M = 4.00, SD = 1.00) มาตรฐานด้านความถูกต้อง ผลการประเมินพบว่า ทุกเกณฑ์มีระดับผลการประเมินอยู่ในระดับดีมากและมีค่าเฉลี่ยเท่ากันทั้ง 2 เกณฑ์ คือ A1 การใช้สารสนเทศที่เที่ยงตรง และ A2 การจัดการสารสนเทศ (M = 4.67, SD = 0.58) มีค่าเฉลี่ยเท่ากันทั้ง 2 เกณฑ์ มาตรฐานความรับผิดชอบผลการประเมิน

พบว่า เกณฑ์ส่วนใหญ่มีผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก โดยเกณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ E1 เอกสารที่ใช้ในการประเมิน และ E3 การประเมินอภิมานภายนอก มีผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก และมีค่าเฉลี่ยเท่ากันทั้ง 2 เกณฑ์ (M = 4.67, SD = 0.58) ส่วน E2 การประเมินอภิมานภายใน มีผลการประเมินอยู่ในระดับดี (M = 4.33, SD = 0.58)

ผลการประเมินตามมาตรฐานการประเมินอภิมานโมเดลเชิงตรรกะ พบว่าโดยส่วนใหญ่มีระดับผลการประเมินของมาตรฐานการประเมินอภิมานโมเดลเชิงตรรกะที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นอยู่ในระดับดีมาก โดยมาตรฐานที่มีร้อยละของผลการประเมินสูงที่สุดเท่ากันมี 3 มาตรฐาน คือ มาตรฐานด้านความเป็นไปได้ (F1, F2) มาตรฐานด้านความถูกต้อง (A1, A2) และมาตรฐานด้านความรับผิดชอบ ในการประเมิน (E1-E3) มีผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก (100%) รองลงมาคือ มาตรฐานด้านอรรถประโยชน์ (U1-U3) มีผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก (96.30%) ส่วนมาตรฐานที่มีร้อยละของผลการประเมินน้อยที่สุดคือ มาตรฐานด้านความเหมาะสม (P1, P2) มีระดับผลการประเมินในระดับดี (88.89%) ดังนี้

ตาราง 3 *ผลการประเมินตามมาตรฐานการประเมินอภิมานโมเดลเชิงตรรกะ*

มาตรฐานการประเมิน	ค่าสถิติพื้นฐาน (n=3)			
	ร้อยละ	Max	Min	แปลผล
มาตรฐานด้านอรรถประโยชน์ (U1-U3)	96.30	100.00	88.89	ดีมาก
มาตรฐานด้านความเป็นไปได้ (F1, F2)	100.00	100.00	100.00	ดีมาก
มาตรฐานด้านความเหมาะสม (P1, P2)	88.89	100.00	66.67	ดี
มาตรฐานด้านความถูกต้อง (A1, A2)	100.00	100.00	100.00	ดีมาก
มาตรฐานด้านความรับผิดชอบ (E1-E3)	100.00	100.00	100.00	ดีมาก

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ

ผลการวิจัยพบว่า โมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่ง ประกอบด้วย (1) ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เทคนิควิธีการ เนื้อหาสาระของสาร และช่องทางการสื่อสาร (2) กิจกรรม ได้แก่ การระบุปัญหา การวางแผนและการออกแบบโปรแกรม การดำเนินการและการสื่อสาร และการประเมินโปรแกรม (3) ผลผลิต ได้แก่ หน่วยงานมีสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้รับบริการเกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผู้รับบริการมีความสนใจข้อมูลข่าวสาร ผู้รับบริการเข้าใจกระบวนการให้บริการของหน่วยงาน และผู้รับบริการมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจากข่าวสารข้อมูล (4) ผลลัพธ์ ได้แก่ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการรับข้อมูลข่าวสาร และ (5) ผลกระทบ ได้แก่ องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี และองค์กรมีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ

การวิจัยครั้งนี้ใช้การพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะจากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นสภาพบริบทหรือการทำงานจริงของกระบวนการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งจะเห็นได้ว่าทั้งข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์ค่อนข้างเหมือนกันในด้านปัจจัยนำเข้า กิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ แต่มีส่วนที่ต่างกันเพียงเล็กน้อยคือรายละเอียดของผลที่เกิดขึ้น ทั้งนี้การสัมภาษณ์เพิ่มเติมช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ทำให้เข้าใจบริบทของกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐมากขึ้น จึงมีการปรับโมเดลเชิงตรรกะเพียงเล็กน้อยจากการวิเคราะห์เอกสาร เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่จะมี

ส่วนงานให้บริการประชาชน ดังนั้น การที่ประชาชนเข้าใจกระบวนการบริการอันเกิดจากการประชาสัมพันธ์จะช่วยให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน และเกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

ผลการศึกษาความเหมาะสมตามมาตรฐานการประเมินอภิมานของโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์

โมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่งที่พัฒนาขึ้น พบว่า มีความเหมาะสมในระดับดีทุกมาตรฐานการประเมิน 5 มาตรฐาน ได้แก่ มาตรฐานอรรถประโยชน์ มาตรฐานความเป็นไปได้ มาตรฐานความเหมาะสม และมาตรฐานความรับผิดชอบในการประเมิน เนื่องจากการวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเพียงให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสมของโมเดล หรือศึกษาตรวจสอบยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อาจทำให้สารสนเทศในการนำไปใช้ประโยชน์จากโมเดลเชิงตรรกะอาจไม่สามารถเป็นไปได้จริงในทางการประเมิน งานวิจัยนี้จึงมีการศึกษาความเหมาะสมเพิ่มเติม โดยประยุกต์ใช้มาตรฐานการประเมินอภิมานของ JCSEE (2011) มาใช้ในการประเมินความเหมาะสมของโมเดลเชิงตรรกะที่พัฒนาขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Booker (2016) ศึกษาเรื่องโมเดลเชิงตรรกะแนวใหม่เพื่อการเปลี่ยนแปลง มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับโมเดลเชิงตรรกะให้มีมาตรฐานการประเมินอภิมานของ Stufflebeam (2001b) เพื่อให้ได้โมเดลเชิงตรรกะที่สามารถนำไปใช้ในการประเมินในแนวทางที่ดีขึ้น

ผลการศึกษาความเหมาะสมของโมเดลเชิงตรรกะ พบว่า มาตรฐานด้านความเป็นไปได้ และมาตรฐานความถูกต้องมีร้อยละเฉลี่ยสูงสุด สะท้อนให้เห็นว่า จากการศึกษาความเหมาะสมของโมเดลเชิงตรรกะสำหรับประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ในองค์กรภาครัฐ มีความเป็นไปได้สูงที่จะนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการประเมิน อันก่อให้เกิดสารสนเทศที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่างานวิจัยที่เกี่ยวกับการประเมินอภิมานส่วนใหญ่ที่มีมาตรฐานด้านความเป็นไปได้และมาตรฐานความถูกต้องอยู่ในระดับดีนั้น ย่อมส่งผลให้เกิดการยอมรับผลการประเมินและเป็นงานประเมินที่มีความน่าเชื่อถือ ดังเช่นตัวอย่างงานวิจัยของไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม (2550) พัฒนารูปแบบการประเมินหลักสูตรโดยการประยุกต์ใช้วิธีการประเมินอภิมานและพัฒนารูปแบบการประเมินหลักสูตรจากการศึกษารายงานการวิจัย จำนวน 266 เรื่อง โดยตรวจสอบความเหมาะสมของร่างรูปแบบการประเมินหลักสูตรโดยผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า คุณภาพของรายงานในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมาตรฐานความเป็นไปได้ ความเหมาะสม และความถูกต้องอยู่ในระดับดี ส่วนมาตรฐานอรรถประโยชน์อยู่ในระดับพอใช้ ซึ่งทำให้คุณภาพของรายงานการประเมินเป็นที่ยอมรับได้ในระดับดีเช่นกัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ขั้นตอนของการนำโมเดลเชิงตรรกะไปใช้ประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ขั้นที่สำคัญที่นักประเมินและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรดำเนินการคือ การศึกษาแนวทางการประเมินโมเดลเชิงตรรกะให้เข้าใจก่อนการประเมิน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของการอ่านเอกสาร หรือการชี้แจงจากนักประเมิน ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและผลการประเมินมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

2. ผลการวิจัยนี้นอกจากได้โมเดลเชิงตรรกะสำหรับการประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ขององค์กรภาครัฐ ยังได้แบบตรวจสอบรายการประเมินสำหรับประเมินความเหมาะสมของโมเดลเชิงตรรกะตามมาตรฐานการประเมินของ JCSEE (2011) ทั้งนี้ หากมีการประเมินโดยใช้โมเดลเชิงตรรกะ หลังสิ้นสุดการประเมิน นักประเมินสามารถนำแบบตรวจสอบรายการประเมินดังกล่าวมาใช้ประเมินอีกครั้งเพื่อเป็นการตรวจสอบความเหมาะสมของขั้นตอนการนำโมเดลเชิงตรรกะไปใช้ในการประเมินด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะสำหรับการประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ขององค์กรภาครัฐ ด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ ทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะ ตลอดจนมีการตรวจสอบความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญด้วยการประเมินอภิมาน ดังนั้น เพื่อให้โมเดลเชิงตรรกะนี้สามารถใช้ในองค์กรภาครัฐในวงกว้าง ควรวิจัยและพัฒนาโมเดลเชิงตรรกะด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณด้วย เช่น การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อปรับโมเดลเชิงตรรกะให้สามารถใช้กับบริบทที่หลากหลาย

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาผลการใช้โมเดลเชิงตรรกะสำหรับการประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์ขององค์กรภาครัฐ ในการประเมินจริงว่า สามารถนำสารสนเทศไปใช้ประโยชน์เพียงพอหรือไม่อย่างไร และอาจมีการพัฒนาแบบตรวจสอบรายการที่สอดคล้องกับทุกรายการตรวจสอบตามมาตรฐานประเมินในทุกมาตรฐาน เพื่อนำข้อมูลจากการประเมินจริงมาปรับโมเดลเชิงตรรกะและแนวทางการประเมิน

References

Booker, Z. L. (2016). *A new logic model for change [*Unpublished doctoral dissertation*].* Wayne State University.

Broom, G. M., & Bey, L. S. (2013). *Cutlip and center's effective public relations* (11th ed.). Pearson.

Stufflebeam, D. L. (2001a). *Evaluation models: New directions for evaluation*. Jossey-Bass.

Stufflebeam, D. L. (2001b). The metaevaluation imperative. *American Journal of Evaluation, 22*(2), 183-209.

The Joint Committee on Standards for Educational Evaluation. (2011). *The program evaluation standards: A guide for evaluators and evaluation users.* Sage.

W.K. Kellogg Foundation. (2004). *Logic model development guide*. W.K. Kellog Foundation.

รายการอ้างอิงภาษาไทย

กรรณิการ์ อัศวดรเดชา. (2544). *สื่อและเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์.* จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม. (2550). *การพัฒนารูปแบบการประเมินหลักสูตร: การประยุกต์ใช้การประเมินอภิมาน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ดวงพร คำนูณวัฒน์, และ วาสนา จันทร์สว่าง. (2541). *สื่อสารการประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *การวิเคราะห์อภิมาน.* จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7 ฉบับปรับปรุง). สุวีริยาสาส์น.

วัฒนา พุทธางกูรานนท์. (2542). การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิรัช ลภิรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์ Public relations* (พิมพ์ครั้งที่ 10). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริชัย กาญจนวาสี. (2554). *ทฤษฎีการประเมิน* (พิมพ์ครั้งที่ 8). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. (2541). *วิธีวิทยาการประเมินทางการศึกษา*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์, และ นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2547). *การประเมินหลักสูตรสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ : การประเมินอภิมานและการวิเคราะห์อภิมาน*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุวิมล ว่องวาณิช. (2552). การออกแบบและประเมินโครงการโดยใช้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง. *วารสารการวิจัยสังคมศาสตร์, 16*, 7-25.

สุวิสาข์ เหล่าเกิด. (2551). *การนำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สำหรับงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยศิลปากร* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ.* ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

Translated Thai References

Asavadradecha, K. (2001). *Media and tools for public relations*. Chulalongkorn University.

Kamnuwat, D., & Chansawang, W. (1998). *Public relations communications* (3rd ed.). Chulalongkorn University.

Kanjanawasee, S. (2011). *Evaluation Theory* (8th ed.). Chulalongkorn University.

Laokerd, S. (2008). *Presenting the proactive publicity model for public relations* [Unpublished master's thesis]. Silpakorn University.

Laphirattanakul, W. (2003). *Public relations* (10th ed.). Chulalongkorn University.

Phaiwittayasiritham, C. (2007). *Curriculum evaluation model development: Application of meta-assessment* [Unpublished doctoral dissertation]. Srinakharinwirot University.

Phithiyanuwat, S. (1998). *Methodology for educational evaluation*. Chulalongkorn University.

Phithiyanuwat. S, & Wiratchai, N. (2004). *National Institute of Development Administration Curriculum evaluation: Metaphysical assessment and meta- analysis*. National Institute of Development Administration.

Phutthanguranon, W. (1999). *Introduction to public relations*. Ramkhamhaeng University.

Srisaard, B. (2011). *Preliminary research* (7th ed.). Suweeriyasan.

Wiratchai, N. (1999). *Meta-analysis*. Chulalongkorn University.

Wongmontha, S. (1999). *Public relations: Theory and practice*. Thira Film and Sitex

Wongwanich, S. (2009). Project design and evaluation using the theory of change. *Journal of Social Science Research, 16*, 7-25.