

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษา เรื่อง “การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาทางรัฐประศาสนศาสตร์ มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ (1) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (2) แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (4) ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครประสบผลสำเร็จ (5) ภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการและภาพรวมแนวโน้มของแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และ (6) การเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำการบริหารจัดการตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้านตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 มาปรับใช้เป็นกรอบแนวคิดหลักในการศึกษาครั้งนี้ ทั้ง 7 ด้านนั้น ได้แก่ ด้าน (1) การเกิดประโยชน์สุขของประชาชน (2) การเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ (3) การมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า (4) การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (5) การปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์ (6) การอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน และ (7) การประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ และต่อจากนี้ไปเรียกว่า “กรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน” นอกจากนั้น ได้นำ “กรอบแนวคิด 3M” ได้แก่ (1) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Man) (2) การบริหารงบประมาณ (Money) และ (3) การบริหารจัดการทั่วไป (Management) มาเป็นกรอบแนวคิดรอง

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ประชาชนที่มาติดต่อราชการหรือร้องเรียนกับสำนักงาน

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามได้ผ่านการทดสอบ (pretest) รวมทั้งทดสอบเพื่อหาความเที่ยงตรง และความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาได้ 1,135 คน คิดเป็นร้อยละ 89.72 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 1,265 คน หลังจากนั้น ได้ตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์สำหรับคอมพิวเตอร์ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีบรรยายประกอบตาราง

ผู้ศึกษาได้เสนอความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

- 1) n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม
- 2) $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย (mean)
- 3) S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
- 4) t-test แทน การทดสอบค่าที

“สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” หมายถึง สำนักงาน และ/หรือ ข้าราชการหรือบุคลากรในสังกัดของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ได้ใช้คำย่อว่า “สำนักงานฯ” เฉพาะในตาราง

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษานำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพของประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 1 หัวข้อ ได้แก่

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษาวิเคราะห์โดยนำข้อมูลมาหาค่าจำนวน และค่าร้อยละ (ตารางที่ 4.1)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ประกอบด้วย 6 หัวข้อ ได้แก่

2.1 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน ผู้ศึกษาวิเคราะห์โดยนำข้อมูลมาหาค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ตารางที่ 4.2)

2.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน ผู้ศึกษาวิเคราะห์โดยนำข้อมูลมาหาค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ตารางที่ 4.3)

2.3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อยุทธศาสตร์การ
พัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคใน
กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาวิเคราะห์โดยนำข้อมูลมาหาค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (ตารางที่ 4.4)

2.4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้
แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง
ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครประสบผลสำเร็จตามกรอบแนวคิด 3M ผู้ศึกษาวิเคราะห์โดยนำข้อมูล
มาหาค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ตารางที่ 4.5)

2.5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อภาพรวมแนวทางการ
พัฒนาการบริหารจัดการและภาพรวมแนวโน้มของแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการ
ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาวิเคราะห์
โดยนำข้อมูลมาหาค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ตารางที่ 4.6)

2.6 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มต่อ
ภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการ
คุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน
ผู้ศึกษาวิเคราะห์โดยนำข้อมูลมาหาค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการ
ทดสอบค่าที (ตารางที่ 4.7-4.8) แบ่งเป็น 2 หัวข้อย่อย ได้แก่

2.6.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2
กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมือง
ที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามเพศ คือ เพศชายกับเพศหญิง (ตารางที่ 4.7)

2.6.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2
กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมือง
ที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามการศึกษา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่า
ปริญญาตรี (ตารางที่ 4.8)

ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้จากความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 1 หัวข้อ ได้แก่

สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหา แนวทางการพัฒนา ยุทธศาสตร์ ปัจจัย และภาพรวมแนวทางการพัฒนาและภาพรวมแนวโน้มของแนวทางการพัฒนา และการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน (ตารางที่ 4.9) เป็นการนำเสนอไว้ในตาราง

ส่วนที่ 4 การสัมภาษณ์เชิงลึกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญ แสดงรายละเอียดไว้ใน ภาคผนวก ข

ส่วนที่ 1 สถานภาพของประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 1 นี้ประกอบด้วย 1 หัวข้อ ได้แก่

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยผู้ศึกษานำข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม คือ ประชาชนที่มาติดต่อราชการหรือร้องเรียนกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร รวมจำนวน 1,135 คน คิดเป็นร้อยละ 89.72 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 1,265 คน มาหาค่าจำนวน และค่าร้อยละ โดยแสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามแสดงค่าจำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 2 เรื่อง

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 2 เรื่อง		กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม (n = 1,135)	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	1.1 ชาย	548	48.28
	1.2 หญิง	587	51.72
รวม		1,135	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 2 เรื่อง		กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม (n = 1,135)	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. การศึกษา	2.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	422	37.20
	2.2 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และ สูงกว่าปริญญาตรี	713	62.80
	2.2.1 ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า (จำนวน 701 คน = ร้อยละ 61.80)		
	2.2.2 สูงกว่าปริญญาตรี (จำนวน 12 คน = ร้อยละ 1.00)		
	รวม	1,135	100.00

หมายเหตุ ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างในตารางที่ 4.1 มีเพียง 2 เรื่อง ได้แก่ ผู้ศึกษาได้นำเสนอข้อมูลในเรื่องเพศ และการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างไว้เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4.1 พบว่า (1) ในเรื่องเพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 51.72) เป็นหญิง และที่เหลือ (ร้อยละ 48.28) เป็นชาย และ (2) ในเรื่องการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.80) มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี (โดยแบ่งเป็น (ร้อยละ 61.80) มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และ (ร้อยละ 1.00) มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และที่เหลือ (ร้อยละ 37.20) มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย 6 หัวข้อ ดังกล่าวไว้แล้วข้างต้น และได้นำเสนอตามลำดับ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน ได้แสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าสถิติการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน

ปัญหาเกี่ยวกับการบริหาร จัดการของสำนักงานฯ ตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม			
	(n) (%)	(n) (%)	(n) (%)	(n) (%)			
1. ปัญหาด้านการเกิด ประโยชน์สุขของประชาชน							
1.1 สำนักงานฯ ไม่ได้กำหนด นโยบายด้านการ ประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้อง กับความต้องการของ ประชาชน	(345) 30.40	(681) 60.00	(109) 9.60	(1,135) 100.00	2.21	0.60	ปานกลาง
1.2 บุคลากรบางส่วนของ สำนักงานฯ ไม่ได้นำความ คิดเห็นของประชาชนมาปรับ ใช้ในการปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์	(423) 37.27	(596) 52.51	(116) 10.22	(1,135) 100.00	2.27*	0.63	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัญหาเกี่ยวกับการบริหาร จัดการของสำนักงานฯ ตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก (n) (%)	ปานกลาง (n) (%)	น้อย (n) (%)	รวม (n) (%)			
1.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ใน ข้อ 1.1-1.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับ การบริหารจัดการด้านการ เกิดประโยชน์สุขของ ประชาชนมาก	(408) 35.95	(612) 53.92	(115) 10.13	(1,135) 100.00	2.26	0.63	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม					2.25	0.50	ปานกลาง
2. ปัญหาด้านการเกิดผล สัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ							
2.1 สำนักงานฯ ไม่มีการ ติดตาม และการประเมินผล การปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์	(311) 27.40	(695) 61.23	(129) 11.37	(1,135) 100	2.61**	0.60	มาก
2.2 สำนักงานฯ ไม่ได้นำองค์ ความรู้ที่ได้จากการ ประมวลผลความรู้ต่าง ๆ ภายในสำนักงานฯ มา ประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงาน ด้านการประชาสัมพันธ์	(277) 24.41	(727) 64.05	(131) 11.54	(1,135) 100.00	2.13	0.59	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัญหาเกี่ยวกับการบริหาร จัดการของสำนักงานฯ ตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก (n) (%)	ปานกลาง (n) (%)	น้อย (n) (%)	รวม (n) (%)			
2.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ใน ข้อ 2.1-2.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับ การบริหารจัดการด้านการ เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของ รัฐมาก	(360) 31.72	(688) 60.62	(87) 7.67	(1,135) 100	2.24	0.58	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม					2.18	0.47	ปานกลาง
3. ปัญหาด้านการมี ประสิทธิภาพและเกิดความ คุ้มค่า							
3.1 สำนักงานฯ ขาดการ ประเมินความคุ้มค่าในภารกิจ ด้านการประชาสัมพันธ์	(349) 30.75	(630) 55.51	(156) 13.74	(1,135) 100	2.17*	0.65	ปานกลาง
3.2 สำนักงานฯ ขาดหรือไม่ มีการประเมินผลโครงการที่ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการ แล้ว ทำให้ไม่ทราบถึงปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงาน	(298) 26.26	(684) 60.26	(153) 13.48	(1,135) 100.00	2.13	0.62	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัญหาเกี่ยวกับการบริหาร จัดการของสำนักงานฯ ตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก (n) (%)	ปานกลาง (n) (%)	น้อย (n) (%)	รวม (n) (%)			
3.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ใน ข้อ 3.1-3.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับ การบริหารจัดการด้านการมี ประสิทธิภาพและเกิดความ คุ้มค่ามาก	(318) 28.02	(703) 61.94	(114) 10.04	(1,135) 100.00	2.18	0.59	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม					2.16	0.52	ปานกลาง
4. ปัญหาด้านการลดขั้นตอน การปฏิบัติงาน							
4.1 สำนักงานฯ ไม่ได้กำหนด หลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการ ควบคุม ติดตาม และกำกับ ดูแลการใช้อำนาจ และความ รับผิดชอบด้านการ ประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในสำนักงานฯ	(349) 30.75	(687) 60.53	(99) 8.72	(1,135) 100.00	2.22*	0.59	ปานกลาง
4.2 สำนักงานฯ ขาดการ ฝึกอบรมบุคลากรในการนำ เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ และข้อมูล เครือข่าย มาใช้ในการ ปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	(336) 29.60	(670) 59.03	(129) 11.37	(1,135) 100.00	2.18	0.61	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัญหาเกี่ยวกับการบริหาร จัดการของสำนักงานฯ ตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก (n)	ปานกลาง (n)	น้อย (n)	รวม (n)			
	(%)	(%)	(%)	(%)			
4.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ใน ข้อ 4.1-4.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับ การบริหารจัดการด้านการลด ขั้นตอนการปฏิบัติงานมาก	(308)	(716)	(111)	(1,135)			
	27.14	63.08	9.78	100.00	2.17	0.58	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม					2.19	0.49	ปานกลาง
5. ปัญหาด้านการปรับปรุง ภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์							
5.1 สำนักงานฯ ไม่ได้ คำนึงถึงแผนการบริหาร ราชการแผ่นดิน นโยบายของ รัฐบาล งบประมาณของ ประเทศ และความคุ้มค่าของ ภารกิจเพื่อนำมาใช้ในการ ปรับปรุงภารกิจด้านการ ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	(353)	(645)	(137)	(1,135)			
	31.10	56.83	12.07	100	2.19*	0.63	ปานกลาง
5.2 สำนักงานฯ ไม่ได้เปิด โอกาสให้ประชาชนเข้ามามี ส่วนร่วมในการจัดทำแผน ด้านการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานฯ	(366)	(622)	(147)	(1,135)			
	32.25	54.80	12.95	100.00	2.19	0.64	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัญหาเกี่ยวกับการบริหาร จัดการของสำนักงานฯ ตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก (n) (%)	ปานกลาง (n) (%)	น้อย (n) (%)	รวม (n) (%)			
5.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ใน ข้อ 5.1-5.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับ การบริหารจัดการด้านการ ปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อ สถานการณ์มาก	(346)	(659)	(130)	(1,135)	2.19	0.62	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม					2.19	0.52	ปานกลาง
6. ปัญหาด้านการอำนวย ความสะดวกและการ ตอบสนอง ความต้องการของประชาชน							
6.1 สำนักงานฯ ไม่มีการนำ ระบบเครือข่ายสารสนเทศที่ สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ประชาชนในการติดต่อ สอบถาม หรือขอข้อมูลจาก สำนักงานฯ	(352)	(660)	(123)	(1,135)	2.20*	0.61	ปานกลาง
6.2 สำนักงานฯ พิจารณา ปัญหา หรือคำร้องเรียน เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ อย่างล่าช้า	(340)	(659)	(136)	(1,135)	2.18	0.62	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัญหาเกี่ยวกับการบริหาร จัดการของสำนักงานฯ ตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก (n)	ปานกลาง (n)	น้อย (n)	รวม (n)			
6.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ใน ข้อ 6.1-6.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับ การบริหารจัดการด้านการ อำนวยความสะดวกและการ ตอบสนองความต้องการของ ประชาชนมาก	(325)	(686)	(124)	(1,135)	2.18	0.60	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม					2.19	0.52	ปานกลาง
7. ปัญหาด้านการประเมินผล การปฏิบัติราชการอย่าง สม่ำเสมอ							
7.1 สำนักงานฯ ไม่มีการ ติดตาม และการประเมินผล การปฏิบัติตามแผนปฏิบัติ งานด้านการประชาสัมพันธ์	(328)	(700)	(107)	(1,135)	2.19*	0.59	ปานกลาง
7.2 สำนักงานฯ ไม่ได้นำผล การปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์ไปปรับใช้	(321)	(695)	(119)	(1,135)	2.18	0.60	ปานกลาง
7.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ใน ข้อ 7.1-7.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับ การบริหารจัดการด้านการ ประเมินผลการปฏิบัติ ราชการอย่างสม่ำเสมอมาก	(277)	(744)	(114)	(1,135)	2.14	0.57	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัญหาเกี่ยวกับการบริหาร จัดการของสำนักงานฯ ตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก (n)	ปานกลาง (n)	น้อย (n)	รวม (n)			
	(%)	(%)	(%)	(%)			
	ค่าเฉลี่ยรวม				2.17	0.49	ปานกลาง
ในภาพรวมทั้งหมด	(341)	(698)	(96)	(1,135)			
สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับ การบริหารจัดการด้านการ ประชาสัมพันธ์ตามกรอบ แนวคิดการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดีมากทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้าน (1) การเกิด ประโยชน์สุขของประชาชน (2) การเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อ ภารกิจของรัฐ (3) การมี ประสิทธิภาพและเกิดความ คุ้มค่า (4) การลดขั้นตอนการ ปฏิบัติงาน (5) การปรับปรุง ภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์ (6) การอำนวยความสะดวก และการตอบสนองความ ต้องการของประชาชน และ (7) การประเมินผลการปฏิบัติ ราชการอย่างสม่ำเสมอ	30.04	61.50	8.64	100.00	2.22	0.58	ปานกลาง

หมายเหตุ

1) ตารางที่แสดงค่าสถิติ คือ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หรือ S.D. และการทดสอบค่าที่
ผู้ศึกษาได้ใช้สถิติดังนี้

1.1) ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05

1.2) ระดับความเห็นด้วยของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ระดับ มีช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

1.2.1) เห็นด้วยมาก ช่วงคะแนนระหว่าง 2.34-3.00 คะแนน

1.2.2) เห็นด้วยปานกลาง ช่วงคะแนนระหว่าง 1.67-2.33 คะแนน

1.2.3) เห็นด้วยน้อย ช่วงคะแนนระหว่าง 1.00-1.66 คะแนน

2) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หรือค่า S.D. ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ในตาราง ได้แสดงถึงความสัมพันธ์ เชื่อมโยง และขยายรายละเอียดให้กับค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าร้อยละ (%) ดังนั้นทุกตารางในหัวข้อ 2.1-2.5 ผู้ศึกษาจึงได้แสดงค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หรือค่า S.D. ไว้ด้วย แม้ว่าผู้ศึกษาไม่ได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์หรือเขียนบรรยายไว้ก็ตาม

3) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน ดังกล่าวข้างต้นนี้ แต่ละด้านมีหลายปัญหา แต่ในที่นี้ ผู้ศึกษาได้พิจารณาคัดเลือกเฉพาะปัญหาที่สำคัญที่สุดของแต่ละด้านเพื่อนำไปใช้ศึกษาวิเคราะห์ใน “กระบวนการพิจารณาแก้ไขปัญหาที่ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน” ในบทที่ 5 หัวข้อ 2. อภิปรายผล หัวข้อย่อย ปัญหา และแนวทางการพัฒนา

สำหรับหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกปัญหาที่สำคัญที่สุดของแต่ละด้านดังกล่าว มีตามลำดับ ดังนี้ หนึ่ง ผู้ศึกษาพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ของปัญหาในแต่ละด้าน กล่าวคือ หากปัญหาด้านใดมีค่าเฉลี่ยของปัญหามากที่สุดจะเลือกเพื่อนำไปวิเคราะห์เป็นอันดับแรก สอง ถ้าหากค่าเฉลี่ยของปัญหาในแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน จะพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หรือ S.D. ที่แสดงถึงการกระจายของข้อมูลของปัญหาแต่ละด้าน โดยเลือกปัญหาที่มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุดเป็นอันดับสอง (สำหรับวิธีการเลือกค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ให้พิจารณาว่า ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าน้อยหรือมีตัวเลขน้อย ย่อมแสดงว่า มีข้อบกพร่องน้อย ซึ่งเท่ากับมีความถูกต้องน่าเชื่อถือมาก แต่ในทางตรงกันข้าม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่ามากหรือมีตัวเลขมาก ย่อมแสดงว่า มีข้อบกพร่องมาก ซึ่งเท่ากับมีความถูกต้องน่าเชื่อถือน้อย ดังนั้น จึงควรเลือกค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าน้อยที่สุด) และ สาม ถ้าหากปัญหาแต่ละด้านมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากันอีก ผู้ศึกษาจะพิจารณาจากจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง (n) ของปัญหาแต่ละด้านต่อระดับความเห็นด้วย โดยเลือกปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (มาก ปานกลาง น้อย) เป็นอันดับสุดท้าย

นอกจากนี้ เพื่อให้เห็นความชัดเจนขึ้น ในตารางที่ 4.2 ข้างบนนี้ซึ่งแสดงการวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน ผู้ศึกษาได้ใส่

เครื่องหมาย * ไว้ท้ายตัวเลขค่าเฉลี่ยที่ผู้ศึกษาเห็นว่า เป็นปัญหาที่สำคัญที่สุดของแต่ละด้านไว้ด้วย
 พร้อมกันนี้ ผู้ศึกษาได้ใส่เครื่องหมาย ** ไว้ท้ายตัวเลขค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงให้เห็นว่าเป็นปัญหาที่
 สำคัญที่สุดของทั้ง 7 ด้าน

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่ม
 ตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการ
 กู้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน ๆ ละ
 3 ข้อคำถาม ผู้ศึกษาได้นำเสนอปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการแต่ละด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย
 จากมากไปหาน้อย โดยเรียงลำดับเฉพาะคำถาม 2 ข้อคำถามแรกเท่านั้น ส่วนคำถามที่เป็นคำถาม
 เกี่ยวกับภาพรวมไม่ได้นำมาเรียงลำดับด้วย แต่ได้นำเสนอคำถามเกี่ยวกับภาพรวม 1 ข้อคำถามแยก
 ไว้ต่างหาก รวมทั้งได้สรุปค่าเฉลี่ยรวมของ 3 ข้อคำถามนั้นด้วย นอกจากนี้ ในคำถามสุดท้ายของ
 ปัญหา ได้มีการนำเสนอปัญหาในภาพรวมทั้งหมดไว้ด้วยอีก 1 ข้อคำถาม ผลการวิเคราะห์พบว่า

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง 6 ด้านทั้ง 3 ข้อคำถาม ส่วนอีก 1 ด้าน กลุ่ม
 ตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก 1 ข้อคำถาม และเห็นด้วยในระดับปานกลาง 2 ข้อคำถาม สำหรับ
 ปัญหาในภาพรวมทั้งหมด 1 ข้อคำถาม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง ดังนี้

1) ปัญหาด้านการเกิดประโยชน์สุขของประชาชน กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยใน
 ระดับปานกลางทั้ง 3 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.27)
 ว่า บุคลากรบางส่วนของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครไม่ได้นำ
 ความคิดเห็นของประชาชนมาปรับใช้ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ และ (2) กลุ่ม
 ตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.21) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคใน
 กรุงเทพมหานครไม่ได้กำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของ
 ประชาชน

ในส่วนของภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.26) ว่า
 ในภาพรวม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีปัญหาการเกิด
 ประโยชน์สุขของประชาชนมาก

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหาร
 จัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
 ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการเกิดประโยชน์
 สุขของประชาชน รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับปาน
 กลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.25)

2) **ปัญหาด้านการเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ** กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก 1 ข้อคำถาม และในระดับปานกลาง 2 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.61) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครไม่มีการติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ และ (2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.13) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครไม่ได้นำองค์ความรู้ที่ได้จากการประมวลผลความรู้ต่าง ๆ ภายในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

ในส่วนของภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.24) ว่า ในภาพรวม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีปัญหาด้านการเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐมาก

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐมาก รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.18)

3) **ปัญหาด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า** กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้ง 3 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.17) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครขาดการประเมินความคุ้มค่าในภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ และ (2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.13) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครขาดหรือไม่มีการประเมินผลโครงการที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการแล้ว ทำให้ไม่ทราบถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน

ในส่วนของภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.18) ว่า ในภาพรวม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีปัญหาด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่ามาก

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่ามาก รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.16)

4) ปัญหาด้านการลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้ง 3 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.22) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการควบคุม ติดตาม และกำกับดูแลการใช้อำนาจ และความรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และ (2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.18) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครขาดการฝึกอบรมบุคลากรในการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ และ ข้อมูลเครือข่าย มาใช้ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ในส่วนของภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.17) ว่า ในภาพรวม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีปัญหาด้านการลดขั้นตอนการปฏิบัติงานมาก

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการลดขั้นตอนการปฏิบัติงานมาก รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.19)

5) ปัญหาด้านการปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์ กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้ง 3 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.19, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครไม่ได้คำนึงถึงแผนการบริหารราชการแผ่นดิน นโยบายของรัฐบาล งบประมาณของประเทศ และความคุ้มค่าของภารกิจเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และ (2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.19, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครไม่ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ในส่วนของภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.19) ว่า ในภาพรวม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีปัญหาด้านการปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์มาก

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์มาก รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.19)

6) ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้ง 3 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.20) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครไม่มีการนำระบบเครือข่ายสารสนเทศที่สนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการติดต่อสอบถาม หรือขอข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และ (2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.18) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครพิจารณาปัญหา หรือคำร้องเรียนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์อย่างล่าช้า

ในส่วนของภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.18) ว่า ในภาพรวม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีปัญหาด้านการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชนมาก

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชนมาก รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.19)

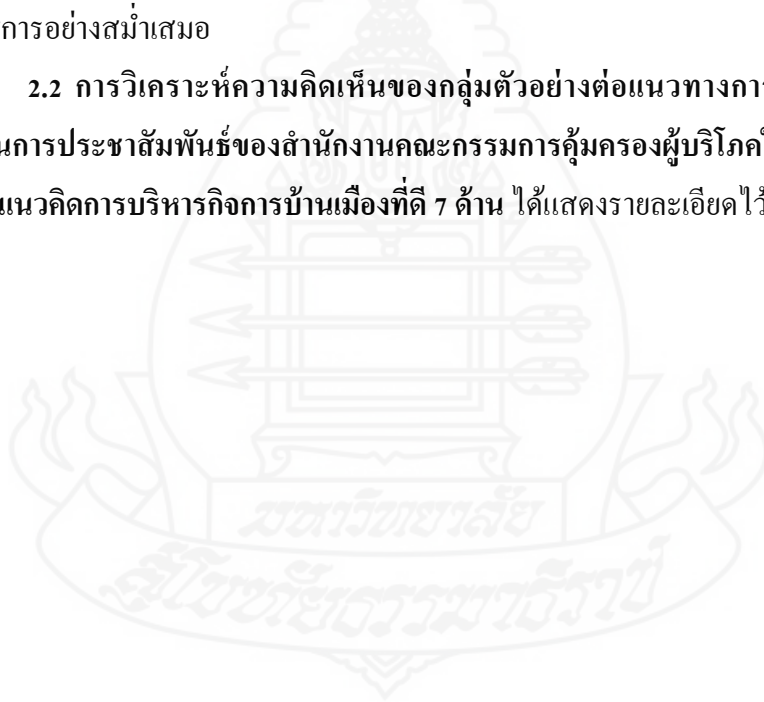
7) ปัญหาด้านการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้ง 3 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.19) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครไม่มีการติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ และ (2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.18) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครไม่ได้นำผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไปปรับใช้

ในส่วนของภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.14) ว่า ในภาพรวม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีปัญหาด้านการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอมาก

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.17)

8) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการในภาพรวมทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.22) ต่อคำถามที่ว่า ในภาพรวมทั้งหมด สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีมากทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้าน (1) การเกิดประโยชน์สุขของประชาชน (2) การเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ (3) การมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า (4) การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (5) การปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์ (6) การอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน และ (7) การประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ

2.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน ได้แสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4.3



ตารางที่ 4.3 ค่าสถิติการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน

แนวทางการพัฒนา	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม			
การบริหารจัดการตามกรอบ แนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	(n)	(n)	(n)	(n)	($\bar{X}$)		
	(%)	(%)	(%)	(%)			
1. แนวทางการพัฒนาด้าน							
การเกิดประโยชน์สุขของ							
ประชาชน							
1.1 สำนักงานฯ ควรกำหนด	(429)	(604)	(102)	(1,135)			
นโยบายด้านการ	37.80	53.22	8.99	100.00	2.29	0.62	ปานกลาง
ประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้อง							
กับความต้องการประชาชน							
1.2 สำนักงานฯ ควรมี	(380)	(651)	(104)	(1,135)			
การศึกษาวิเคราะห์ผลดีและ	33.48	57.36	9.16	100.00	2.24	0.61	ปานกลาง
ผลเสีย หรือผลกระทบที่มีต่อ							
ผู้บริโภคก่อนการดำเนินงาน							
ด้านการประชาสัมพันธ์ของ							
สำนักงานฯ							
1.3 บุคลากรของสำนักงานฯ	(391)	(640)	(104)	(1,135)			
ควรรับฟังความคิดเห็นของ	34.45	56.39	9.16	100.00	2.25	0.61	ปานกลาง
ประชาชนในการปฏิบัติงาน							
ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อ							
ทำให้งานที่สามารถ							
ตอบสนองและเป็นที่พึง							
พอใจของประชาชน							
ค่าเฉลี่ยรวม					2.26	0.51	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

แนวทางการพัฒนา	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม			
การบริหารจัดการตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	(n) (%)	(n) (%)	(n) (%)	(n) (%)			
2. แนวทางการพัฒนาด้าน							
การเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อ							
ภารกิจของรัฐ							
2.1 ผู้บริหารของสำนักงานฯ	(434)	(578)	(123)	(1,135)			
ควรให้ความสำคัญกับ จัดทำแผนด้านการ ประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานฯ โดยควรจัดทำ แผนด้านการ ประชาสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้า ก่อนดำเนินงานตามภารกิจ	38.24	50.93	10.84	100.00	2.27	0.65	ปานกลาง
2.2 สำนักงานฯ ควรติดตาม และประเมินผลการ ปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์เป็นประจำ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	(385)	(640)	(110)	(1,135)			
	33.92	56.39	9.69	100.00	2.24	0.61	ปานกลาง
2.3 สำนักงานฯ ควรนำองค์ ความรู้ที่ได้จากการ ประมวลผลความรู้ต่าง ๆ ภายในสำนักงานฯ มา ประยุกต์ใช้กับการ ปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง	(393)	(635)	(107)	(1,135)			
	34.63	55.95	9.43	100.00	2.25	0.61	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

แนวทางการพัฒนา	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความเห็นด้วย
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม			
การบริหารจัดการตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	(n)	(n)	(n)	(n)	($\bar{X}$)		
	(%)	(%)	(%)	(%)			
ค่าเฉลี่ยรวม					2.26	0.52	ปานกลาง
3. แนวทางการพัฒนาด้าน							
การมีประสิทธิภาพและเกิด							
ความคุ้มค่า							
3.1 สำนักงานฯ ควรมีการ	(433)	(579)	(123)	(1,135)			
จัดทำแผนการปฏิบัติงาน	38.15	51.01	10.84	100.00	2.27	0.64	ปานกลาง
ด้านการประชาสัมพันธ์ไว้							
อย่างชัดเจน							
3.2 สำนักงานฯ ควรมีการ	(402)	(627)	(106)	(1,135)			
ประเมินความคุ้มค่าใน	35.24	55.24	9.34	100.00	2.26	0.62	ปานกลาง
ภารกิจด้านการ							
ประชาสัมพันธ์							
3.3 สำนักงานฯ ควรมีการ	(502)	(531)	(102)	(1,135)			
ประเมินผลโครงการที่	44.23	46.78	8.99	100.00	2.35	0.64	มาก
เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์							
ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการ							
แล้วเพื่อให้ทราบถึงปัญหา							
อุปสรรคในการดำเนินงาน							
ค่าเฉลี่ยรวม					2.30	0.53	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

แนวทางการพัฒนา	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม			
การบริหารจัดการตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	(n) (%)	(n) (%)	(n) (%)	(n) (%)			
4. แนวทางการพัฒนาด้าน							
การลดขั้นตอนการ							
ปฏิบัติงาน							
4.1 สำนักงานฯ ควร	(489)	(550)	(96)	(1,135)			
กำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน	43.08	48.46	8.46	100.00	2.35	0.64	มาก
ในการควบคุม ติดตาม และ							
กำกับดูแลการใช้อำนาจ							
และความรับผิดชอบด้าน							
การประชาสัมพันธ์ของ							
บุคลากรในสำนักงานฯ							
และมีการเปิดเผยต่อ							
สาธารณะ							
4.2 สำนักงานฯ ควรจัดให้	(485)	(561)	(89)	(1,135)			
มีการฝึกอบรมบุคลากร	42.73	49.43	7.84	100.00	2.35	0.62	มาก
เรื่องการนำเทคโนโลยี							
สมัยใหม่มาใช้ในการ							
ปฏิบัติงานด้านการ							
ประชาสัมพันธ์ของ							
สำนักงานฯ							

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

แนวทางการพัฒนา	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม			
การบริหารจัดการตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	(n)	(n)	(n)	(n)	($\bar{X}$)		
	(%)	(%)	(%)	(%)			
4.3 สำนักงานฯ ควรจัดทำ แผนภูมิ หรือขั้นตอน และ ระยะเวลา รวมทั้ง รายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับ การประชาสัมพันธ์ในแต่ ละขั้นตอนโดยเปิดเผย และ ในระบบเครือข่าย สารสนเทศของสำนักงานฯ ด้วย	(508)	(535)	(92)	(1,135)			
	44.76	47.14	8.11	100.00	2.37	0.63	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

แนวทางการพัฒนา	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม			
การบริหารจัดการตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	(n) (%)	(n) (%)	(n) (%)	(n) (%)			
5.2 สำนักงานฯ ควร คำนึงถึงแผนการบริหาร ราชการแผ่นดิน นโยบาย ของรัฐบาล งบประมาณ ของประเทศ และความ คุ้มค่าของภารกิจเพื่อ นำมาใช้ในการปรับปรุง ภารกิจด้านการ ประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานฯ	(573)	(499)	(63)	(1,135)			
	50.48	43.96	5.55	100.00	2.45	0.60	มาก
5.3 สำนักงานฯ ควรเปิด โอกาสให้ประชาชนเข้ามา มีส่วนร่วมในการจัดทำ แผนด้านการ ประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานฯ	(635)	(466)	(34)	(1,135)			
	55.95	41.06	3.00	100.00	2.53	0.56	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม					2.49	0.50	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

แนวทางการพัฒนา	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม			
การบริหารจัดการตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	(n) (%)	(n) (%)	(n) (%)	(n) (%)			
6. แนวทางการพัฒนาด้าน							
การอำนวยความสะดวก							
และการตอบสนองความ							
ต้องการของประชาชน							
6.1 สำนักงานฯ ควร	(571)	(514)	(50)	(1,135)			
กำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จ	50.31	45.29	4.41	100.00	2.46	0.58	มาก
ของการปฏิบัติงานด้านการ							
ประชาสัมพันธ์เพื่อให้							
ประชาชนได้รับความ							
สะดวก และรวดเร็ว							
6.2 สำนักงานฯ ควรมีการ	(608)	(465)	(62)	(1,135)			
นำระบบเครือข่าย	53.57	40.97	5.46	100.00	2.48	0.60	มาก
สารสนเทศที่สนับสนุนการ							
ประชาสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่							
ประชาชนในการติดต่อ							
สอบถาม หรือขอข้อมูลจาก							
สำนักงานฯ							
6.3 สำนักงานฯ ควร	(582)	(501)	(52)	(1,135)			
พิจารณาปัญหา หรือคำ	51.28	44.14	4.58	100.00	2.47	0.58	มาก
ร้องเรียนเกี่ยวกับการ							
ประชาสัมพันธ์ให้รวดเร็ว							
ยิ่งขึ้น							
ค่าเฉลี่ยรวม					2.47	0.51	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

แนวทางการพัฒนา	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม			
การบริหารจัดการตาม กรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน	(n) (%)	(n) (%)	(n) (%)	(n) (%)			
7. แนวทางการพัฒนาด้าน							
การประเมินผลการปฏิบัติ							
ราชการอย่างสม่ำเสมอ							
7.1 สำนักงานฯ ควรมีการ	(562)	(509)	(64)	(1,135)			
ติดตาม และการประเมินผล	49.52	44.85	5.64	100.00	2.44	0.60	มาก
การปฏิบัติตามแผนปฏิบัติ							
งานด้านการ							
ประชาสัมพันธ์ เช่น การ							
กำหนดให้มีการติดตาม							
และการประเมินผลการ							
ปฏิบัติงานทุกเดือน เป็นต้น							
7.2 ผู้บริหารสำนักงานฯ	(597)	(478)	(60)	(1,135)			
ควรเห็นความสำคัญของ	52.60	42.11	5.29	100.00	2.47	0.60	มาก
การประเมินผลการ							
ปฏิบัติงานด้านการ							
ประชาสัมพันธ์ของ							
บุคลากร							
7.3 สำนักงานฯ ควรนำผล	(585)	(485)	(65)	(1,135)			
การปฏิบัติงานด้านการ	51.54	42.73	5.73	100.00	2.46	0.60	มาก
ประชาสัมพันธ์ไปปรับใช้							
ค่าเฉลี่ยรวม					2.46	0.53	มาก

หมายเหตุ ในตารางที่ 4.3 ข้างบนนี้ ได้มีการคำนวณหาค่าเฉลี่ยรวมของแต่ละด้านไว้ด้วยเพื่อนำไปแสดงไว้ในตารางที่ 4.9 ท้ายสุด โดยที่มีได้นำเสนอหรือวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยรวมของแต่ละด้านไว้ในการเขียนบรรยายข้างล่างนี้

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยผู้ศึกษาได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 7 ด้าน ๆ ละ 3 ข้อคำถาม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก จำนวน 4 ด้านทั้ง 3 ข้อคำถาม และกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง จำนวน 2 ด้านทั้ง 3 ข้อคำถาม ส่วนอีก 1 ด้าน กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก 1 ข้อคำถาม และเห็นด้วยในระดับปานกลาง 2 ข้อคำถาม ดังนี้

1) แนวทางการพัฒนาด้านการเกิดประโยชน์สุขของประชาชน กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้ง 3 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.29) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการประชาชน (2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.25) ว่า บุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อทำให้งานที่สามารถตอบสนอง และเป็นที่ยังพอใจของประชาชน และ (3) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.24) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรมีการศึกษาวิเคราะห์ผลดีและผลเสีย หรือผลกระทบที่มีต่อผู้บริโภคก่อนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการเกิดประโยชน์สุขของประชาชน รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.26)

2) แนวทางการพัฒนาด้านการเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้ง 3 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.27) ว่า ผู้บริหารของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควร

ให้ความสำคัญกับจัดทำแผนด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร โดยควรจัดทำแผนด้านการประชาสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้าก่อนดำเนินงานตามภารกิจ (2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.25) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรนำองค์ความรู้ที่ได้จากการประมวลผลความรู้ต่าง ๆ ภายในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง และ (3) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.24) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรติดตาม และ ประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นประจำอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้าน การเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.26)

3) แนวทางการพัฒนาด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก 1 ข้อคำถาม และในระดับปานกลาง 2 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.35) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานครควรมีการประเมินผลโครงการที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการแล้วเพื่อให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน (2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.27) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรมีการจัดทำแผนการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน และ (3) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.26) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานครควรมีการประเมินความคุ้มค่าในภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้าน การมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.30)

4) แนวทางการพัฒนาด้านการลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับมากทั้ง 3 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.37) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรจัดทำแผนภูมิ หรือขั้นตอน และ

ระยะเวลา รวมทั้งรายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในแต่ละขั้นตอนโดยเปิดเผย และในระบบเครือข่ายสารสนเทศของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ด้วย (2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.35, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรจัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรเรื่องการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และ (3) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.35, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการควบคุม ติดตาม และกำกับดูแลการใช้อำนาจ และความรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และมีการเปิดเผยต่อสาธารณะ

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 2.35)

5) แนวทางการพัฒนาด้านการปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์ กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับมากทั้ง 3 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.53) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.49) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรทบทวนภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และบทบาทในอนาคต และ (3) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.45) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรคำนึงถึงแผนการบริหารราชการแผ่นดิน นโยบายของรัฐบาล งบประมาณของประเทศ และความคุ้มค่าของภารกิจเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้าน

การปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์ รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 2.49)

6) แนวทางการพัฒนาด้านการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับมากทั้ง 3 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.48) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรมีการนำระบบเครือข่ายสารสนเทศที่สนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการติดต่อสอบถาม หรือขอข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.47) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรพิจารณาปัญหา หรือคำร้องเรียนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ให้รวดเร็วยิ่งขึ้น และ (3) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.46) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จของการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนไม่ได้รับความสะดวก และรวดเร็ว

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 2.47)

7) แนวทางการพัฒนาการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับมากทั้ง 3 ข้อคำถาม กล่าวคือ (1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.47) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรเห็นความสำคัญของการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของบุคลากร (2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.46) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรนำผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไปปรับใช้ และ (3) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.44) ว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรมีการติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น การกำหนดให้มีการติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติงานทุกเดือน เป็นต้น

สรุป ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

ด้านการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ รวม 3 ข้อคำถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 2.46)

2.3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการ จัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าสถิติการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการ
จัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคใน
กรุงเทพมหานคร

ยุทธศาสตร์การ พัฒนากิจการ จัดการด้านการ ประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานฯ	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก (n) (%)	ปานกลาง (n) (%)	น้อย (n) (%)	รวม (n) (%)			
1. การกำหนดเป็น ยุทธศาสตร์ให้สำนักงานฯ ใช้จ่ายงบประมาณ สำหรับการ ประชาสัมพันธ์อย่าง ประหยัด คุ่มค่า และเกิด ประโยชน์สูงสุด	(572) 50.40	(504) 44.40	(59) 5.20	(1,135) 100.00	2.45	0.59	มาก
2. การกำหนดเป็น ยุทธศาสตร์ให้สำนักงานฯ ปฏิบัติงานด้วยความ รวดเร็ว	(601) 52.95	(458) 40.35	(76) 5.20	(1,135) 100.00	2.46	0.62	มาก

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ประกอบด้วยคำถาม 2 ข้อคำถาม โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุด 2 ข้อคำถาม ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.46) ว่า การกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว

2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.45) ว่า การกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครใช้จ่ายงบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์อย่างประหยัด คุ่มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด

2.4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครประสบผลสำเร็จตามกรอบแนวคิด 3M ได้แสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่าสถิติการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครประสบความสำเร็จตามกรอบแนวคิด 3M

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญ ทำให้แนวทางการ พัฒนาการบริหารจัดการ ของสำนักงานฯ ประสบผลสำเร็จตาม กรอบแนวคิด 3 M	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม			
	(n)	(n)	(n)	(n)			
	(%)	(%)	(%)	(%)			
1. ปัจจัยด้านการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ (Man)							
การที่ผู้บริหารของ สำนักงานฯ มีลักษณะ เป็นนักบริหารมืออาชีพ และมีภาวะผู้นำที่มี ความคิดริเริ่ม กล้าคิด กล้าทำ และกล้า เปลี่ยนแปลงการบริหาร จัดการด้านการ ประชาสัมพันธ์เพื่อ ประโยชน์ของส่วนรวม	(532)	(551)	(52)	(1,135)	2.42	0.58	มาก
2. ปัจจัยด้านการบริหาร งบประมาณ (Money)							
การที่สำนักงานฯ ใช้จ่าย งบประมาณสำหรับการ บริหารจัดการด้านการ ประชาสัมพันธ์อย่าง ประหยัด คุ่มค่า และเกิด ประโยชน์สูงสุด	(553)	(515)	(67)	(1,135)	2.43	0.60	มาก

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญ ทำให้แนวทางการ พัฒนาการบริหารจัดการ ของสำนักงานฯ ประสบผลสำเร็จตาม กรอบแนวคิด 3 M	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก (n) (%)	ปานกลาง (n) (%)	น้อย (n) (%)	รวม (n) (%)			
3. ปัจจัยด้านการบริหาร จัดการทั่วไป (Management)							
การที่สำนักงานฯ เปิด โอกาสให้ประชาชนเข้า มามีส่วนร่วมในการจัด แผนปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์เพื่อ ตอบสนองความต้องการ ของประชาชนอย่าง แท้จริง	(552) 48.63	(495) 43.62	(88) 7.75	(1,135) 100.00	2.41	0.63	มาก

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครประสบผลสำเร็จตามกรอบแนวคิด 3M โดยแต่ละปัจจัยประกอบด้วยคำถาม 1 ข้อคำถาม รวม 3 ข้อคำถาม ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับมากทั้ง 3 ข้อคำถาม ดังนี้

1) ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Man) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.42) ว่า การที่ผู้บริหารของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีลักษณะเป็นนักบริหารมืออาชีพ และมีภาวะผู้นำที่มีความคิดริเริ่ม กล้าคิด กล้าทำ และกล้าเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

2) ปัจจัยด้านการบริหารงบประมาณ (Money) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.43) ว่า การที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครใช้จ่ายงบประมาณสำหรับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์อย่างประหยัด คุ่มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด

3) ปัจจัยด้านการบริหารงานทั่วไป (Management) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.41) ว่า การที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดแผนปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง

2.5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการและภาพรวมแนวโน้มของแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4.6



ตารางที่ 4.6 ค่าสถิติการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการและภาพรวมแนวโน้มของแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ภาพรวมแนวทาง การพัฒนาการบริหาร จัดการและภาพรวม แนวโน้มของ แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการ	ระดับความเห็นด้วย				ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความ เห็นด้วย
	มาก (n) (%)	ปานกลาง (n) (%)	น้อย (n) (%)	รวม (n) (%)			
1. ในภาพรวม ใน ปัจจุบันสำนักงานฯ มี แนวทางการพัฒนาการ บริหารจัดการด้านการ ประชาสัมพันธ์ที่เปิด โอกาสให้ประชาชนเข้า มามีส่วนร่วมมากกว่าใน อดีต	(520) 45.81	(550) 48.64	(65) 5.73	(1,135) 100.00	2.40	0.60	มาก
2. ในภาพรวม ในอนาคต สำนักงานฯ มีแนวโน้ม ของแนวทางการ พัฒนาการบริหารจัดการ ด้านการประชาสัมพันธ์ที่ คำนึงถึงความต้องการ ของประชาชนมากกว่า ในปัจจุบัน	(552) 48.63	(505) 44.49	(78) 6.87	(1,135) 100.00	2.42	0.62	มาก

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการและภาพรวมแนวโน้มของแนว

ทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่ประกอบด้วยคำถาม 2 ข้อคำถาม ผลการวิเคราะห์พบว่า

กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับมากทั้ง 2 ข้อคำถาม กล่าวคือ

1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.40) ว่า ในภาพรวม ในปัจจุบัน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากกว่าในอดีต

2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.42) ว่า ในภาพรวม ในอนาคต สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีแนวโน้มของแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ที่คำนึงถึงความต้องการของประชาชนมากกว่าในปัจจุบัน

2.6 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน (ตารางที่ 4.7-4.8) แบ่งเป็น 2 หัวข้อย่อย ดังนี้

2.6.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามเพศ คือ เพศชายกับเพศหญิง (ตารางที่ 4.7)

2.6.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามการศึกษา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี (ตารางที่ 4.8)

2.6.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามเพศ คือ เพศชายกับเพศหญิง ได้แสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าสถิติการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวม
 แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน
 คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหาร
 การบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามเพศ คือ เพศชายกับเพศหญิง

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความ คิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)				t	Sig. (2-tailed)
	ชาย ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 548)	S.D.	หญิง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 587)	S.D.		
กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการ พัฒนาการบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิด การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามเพศ						
1. แนวทางการพัฒนาด้านการ เกิดประโยชน์สุขของประชาชน						
1.1 สำนักงานฯ ควรกำหนด นโยบายด้านการ ประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับ ความต้องการประชาชน	2.27	0.60	2.30	0.64	-0.95	0.34**
1.2 สำนักงานฯ ควรมีการศึกษา วิเคราะห์ผลดีและผลเสีย หรือ ผลกระทบที่มีต่อผู้บริโภคก่อน การดำเนินงานด้านการ ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	2.23	0.60	2.25	0.61	-0.51	0.61**
1.3 บุคลากรของสำนักงานฯ ควรรับฟังความคิดเห็นของ ประชาชนในการปฏิบัติงาน ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อทำ ให้งานที่สามารถตอบสนอง และเป็นที่พึงพอใจของ ประชาชน	2.23	0.60	2.27	0.62	-1.13	0.26**

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความ คิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)				t	Sig. (2-tailed)
	ชาย ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 548)	S.D.	หญิง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 587)	S.D.		
กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการ พัฒนาการบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิด การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามเพศ						
ค่าเฉลี่ยรวม	2.25	0.49	2.28	0.53	-1.04	0.30**
2. แนวทางการพัฒนาด้านการ เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ						
2.1 ผู้บริหารของสำนักงานฯ ควรให้ความสำคัญกับจัดทำ แผนด้านการประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานฯ โดยควรจัดทำ แผนด้านการประชาสัมพันธ์ไว้ ล่วงหน้าก่อนดำเนินงานตาม ภารกิจ	2.26	0.61	2.29	0.67	-0.94	0.35**
2.2 สำนักงานฯ ควรติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการประชาสัมพันธ์เป็น ประจำอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	2.20	0.61	2.28	0.62	-2.11	0.04*
2.3 สำนักงานฯ ควรนำ องค์ความรู้ที่ได้จากการ ประมวลผลความรู้ต่าง ๆ ภายในสำนักงานฯ มา ประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงาน ด้านการประชาสัมพันธ์อย่าง จริงจัง	2.22	0.59	2.28	0.63	-1.46	0.14**

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความ คิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)				t	Sig. (2-tailed)
	ชาย ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 548)	S.D.	หญิง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 587)	S.D.		
กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการ พัฒนาการบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิด การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามเพศ						
ค่าเฉลี่ยรวม	2.23	0.49	2.28	0.55	-1.78	0.08**
3. แนวทางการพัฒนาด้านการมี ประสิทธิภาพและเกิดความ คุ้มค่า						
3.1 สำนักงานฯ ควรมีการจัดทำ แผนการปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน	2.30	0.62	2.25	0.66	1.32	0.19**
3.2 สำนักงานฯ ควรมีการ ประเมินความคุ้มค่าในการกิจ ด้านการประชาสัมพันธ์	2.26	0.60	2.26	0.64	0.10	0.92**
3.3 สำนักงานฯ ควรมีการ ประเมินผลโครงการที่เกี่ยวกับ การประชาสัมพันธ์ภายหลัง เสร็จสิ้นโครงการแล้วเพื่อให้ ทราบถึงปัญหาอุปสรรคในการ ดำเนินงาน	2.37	0.61	2.33	0.66	1.01	0.31**
ค่าเฉลี่ยรวม	2.31	0.49	2.28	0.56	0.99	0.32**

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความ คิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)				t	Sig. (2-tailed)
	ชาย ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 548)	S.D.	หญิง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 587)	S.D.		
กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการ พัฒนาการบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิด การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามเพศ						
4. แนวทางการพัฒนาด้านการ ลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน						
4.1 สำนักงานฯ ควรกำหนด หลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการ ควบคุม ติดตาม และกำกับดูแล การใช้อำนาจ และความ รับผิดชอบด้านการ ประชาสัมพันธ์ของบุคลากรใน สำนักงานฯ และมีการเปิดเผย ต่อสาธารณะ	2.35	0.62	2.34	0.64	0.31	0.76**
4.2 สำนักงานฯ ควรจัดให้มีการ ฝึกอบรมบุคลากรเรื่องการนำ เทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ใน การปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	2.37	0.60	2.33	0.63	1.13	0.26**

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความ คิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)				t	Sig. (2-tailed)
	ชาย ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 548)	S.D.	หญิง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 587)	S.D.		
กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการ พัฒนาการบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิด การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามเพศ						
4.3 สำนักงานฯ ควรจัดทำ แผนภูมิ หรือขั้นตอน และ ระยะเวลา รวมทั้งรายละเอียด อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์ในแต่ละ ขั้นตอนโดยเปิดเผย และใน ระบบเครือข่ายสารสนเทศของ สำนักงานฯ ด้วย	2.37	0.62	2.36	0.63	0.20	0.84**
ค่าเฉลี่ยรวม	2.36	0.63	2.36	0.56	0.60	0.55**
5. แนวทางการพัฒนาด้านการ ปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อ สถานการณ์						
5.1 สำนักงานฯ ควรทบทวน ภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับนโยบายของ รัฐบาล และบทบาทในอนาคต	2.52	0.56	2.46	0.60	1.85	0.06**

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความ คิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)				t	Sig. (2-tailed)
	ชาย ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 548)	S.D.	หญิง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 587)	S.D.		
กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการ พัฒนาการบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิด การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามเพศ						
5.2 สำนักงานฯ ควรคำนึงถึง แผนการบริหารราชการแผ่นดิน นโยบายของรัฐบาล งบประมาณของประเทศ และ ความคุ้มค่าของภารกิจเพื่อ นำมาใช้ในการปรับปรุงภารกิจ ด้านการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานฯ	2.48	0.61	2.42	0.59	1.76	0.08**
5.3 สำนักงานฯ ควรเปิดโอกาส ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการจัดทำแผนด้านการ ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	2.53	0.55	2.53	0.56	0.09	0.93**
ค่าเฉลี่ยรวม	2.51	0.49	2.47	0.51	1.45	0.15**

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความ คิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)				t	Sig. (2-tailed)
	ชาย ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 548)	S.D.	หญิง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 587)	S.D.		
กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการ พัฒนาการบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิด การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามเพศ						
6. แนวทางการพัฒนาด้านการ อำนวยความสะดวกและการ ตอบสนองความต้องการของ ประชาชน						
6.1 สำนักงานฯ ควรกำหนด ระยะเวลาแล้วเสร็จของการ ปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ ประชาชนไม่ได้รับความ สะดวก และรวดเร็ว	2.47	0.57	2.45	0.59	0.56	0.58**
6.2 สำนักงานฯ ควรมีการนำ ระบบเครือข่ายสารสนเทศที่ สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ ประชาชนในการติดต่อ สอบถาม หรือขอข้อมูลจาก สำนักงานฯ	2.49	0.58	2.47	0.62	0.73	0.46**
6.3 สำนักงานฯ ควรพิจารณา ปัญหา หรือคำร้องเรียนเกี่ยวกับ การประชาสัมพันธ์ให้รวดเร็ว ยิ่งขึ้น	2.47	0.57	2.47	0.59	0.01	0.99**

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความ คิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)				t	Sig. (2-tailed)
	ชาย ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 548)	S.D.	หญิง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 587)	S.D.		
กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการ พัฒนาการบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิด การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามเพศ						
ค่าเฉลี่ยรวม	2.48	0.50	2.46	0.53	0.50	0.62**
7. แนวทางการพัฒนาด้านการ ประเมินผลการปฏิบัติราชการ อย่างสม่ำเสมอ						
7.1 สำนักงานฯ ควรมีการ ติดตาม และการประเมินผลการ ปฏิบัติตามแผนปฏิบัติงานด้าน การประชาสัมพันธ์ เช่น การ กำหนดให้มีการติดตาม และ การประเมินผลการปฏิบัติงาน ทุกเดือน เป็นต้น	2.41	0.61	2.47	0.59	-1.63	0.10**
7.2 ผู้บริหารสำนักงานฯ ควร เห็นความสำคัญของการ ประเมินผลการปฏิบัติงานด้าน การประชาสัมพันธ์ของ บุคลากร	2.47	0.58	2.47	0.61	-0.03	0.98**
7.3 สำนักงานฯ ควรนำผลการ ปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์ไปปรับใช้	2.45	0.61	2.47	0.60	-0.70	0.49**
ค่าเฉลี่ยรวม	2.44	0.52	2.47	0.54	0.89	0.37**

หมายเหตุ เฉพาะตารางที่ 4.7-4.8 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน ผู้ศึกษาได้ยึดถือแนวทางการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ดังนี้

1) การวิเคราะห์หรือการทดสอบค่าที (t-test) เป็นการทดสอบผลต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 กลุ่มเท่านั้น เช่น ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายกับเพศหญิงต่อคำถามที่นำมาวิเคราะห์ว่าแตกต่างกันหรือไม่ สำหรับในที่นี้ ผู้ศึกษาพิจารณาจากค่า Sig. (2-tailed) กล่าวคือ ถ้าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน ค่า Sig. (2-tailed) จะน้อยกว่าหรือเท่ากับ ∞ หรือเขียนว่า Sig. (2-tailed) $< \infty$ หรือ Sig. (2-tailed) = ∞ (ในตารางข้างบน ได้ใส่เครื่องหมาย * ไว้ ซึ่งหมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05) แต่ถ้าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน ค่า Sig. (2-tailed) จะมากกว่า ∞ หรือเขียนว่า Sig. (2-tailed) $> \infty$ (ในตารางข้างบน ได้ใส่เครื่องหมาย ** ไว้) (กัลยา วานิชย์บัญชา (2549: 234-235) ในหนังสือ เรื่อง “การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล”) (กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) และ ชานินทร์ ศิลป์จารุ (2552: 356-361) ในหนังสือ เรื่อง “การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS” (กรุงเทพมหานคร : บิซซิเนสอาร์เอนด์ซี))

2) t หมายถึง ค่าสถิติที่คำนวณได้จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

3) Sig.(2-tailed) หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐาน (หมายถึง ข้อคิดเห็นหรือข้อความที่ใช้เป็นมูลฐานของการหาเหตุผลของการวิจัย) ในกรณีนี้ หมายถึง แตกต่าง หรือไม่แตกต่างกัน

4) ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (∞) ที่ใช้เป็นเกณฑ์สำหรับการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐาน ว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน หรือไม่แตกต่างกัน ในที่นี้กำหนดให้ $\infty = 0.05$ หรือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05 หรือ 95%

5) * หมายถึง ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน (Sig.(2-tailed) $< \infty$ หรือ Sig.(2-tailed) = ∞)

6) ** หมายถึง ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน (Sig.(2-tailed) $> \infty$)

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4.7 เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม จำแนกตามเพศ คือ เพศชายกับเพศหญิงต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน พบว่า ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้าน (1) การเกิดประโยชน์สุขของประชาชน (2) การเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ (3) การมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า (4) การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (5) การปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์ (6) การอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน และ (7) การประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ **ไม่แตกต่างกัน** โดยมีค่า Sig. (2-tailed) มากกว่า ∞ (ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05) ทั้งนี้ ได้ใส่เครื่องหมาย ** ไว้ในตาราง (ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.30, 0.08, 0.32, 0.55, 0.15, 0.62, และ 0.37 ตามลำดับ) เช่นนี้หมายความว่า ความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายกับเพศหญิง **ไม่แตกต่างกัน** (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05) จำนวน 7 ด้านดังกล่าว

สรุป การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม จำแนกตามเพศ คือ เพศชายกับเพศหญิงต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน พบว่า **ไม่แตกต่างกัน** ทั้ง 7 ด้าน

2.6.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามการศึกษา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 ค่าสถิติการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวม
 แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน
 คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหาร
 กิจกรรมบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามการศึกษา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรี
 หรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี หรือ เทียบเท่ากับ ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
ตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	t	Sig. (2-tailed)
แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบ แนวคิดการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามการศึกษา	(n = 422)		(n = 713)			
1. แนวทางการพัฒนาด้าน						
การเกิดประโยชน์สุขของ						
ประชาชน						
1.1 สำนักงานฯ ควรกำหนด	2.36	0.63	2.25	0.61	3.00	0.00*
นโยบายด้านการ						
ประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้อง						
กับความต้องการประชาชน						
1.2 สำนักงานฯ ควรมี	2.27	0.59	2.23	0.61	0.95	0.34**
การศึกษาวิเคราะห์ผลดีและ						
ผลเสีย หรือผลกระทบที่มีต่อ						
ผู้บริโภคก่อนการดำเนินงาน						
ด้านการประชาสัมพันธ์ของ						
สำนักงานฯ						

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม ตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวม แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบ แนวคิดการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามการศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,009)					
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 422)		ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่ากับ สูงกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 713)		t	Sig. (2-tailed)
	S.D.		S.D.			
1.3 บุคลากรของสำนักงานฯ ควรรับฟังความคิดเห็นของ ประชาชนในการปฏิบัติงาน ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อ ทำให้งานที่สามารถ ตอบสนองและเป็นที่พึง พอใจของประชาชน	2.28	0.59	2.23	0.62	1.34	0.18**
ค่าเฉลี่ยรวม	2.30	0.52	2.24	0.50	2.14	0.03*
2. แนวทางการพัฒนาด้าน การเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจ ของรัฐ						
2.1 ผู้บริหารของสำนักงานฯ ควรให้ความสำคัญกับจัดทำ แผนด้านการประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานฯ โดยควร จัดทำแผนด้านการ ประชาสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้า ก่อนดำเนินงานตามภารกิจ	2.27	0.65	2.28	0.64	-0.35	0.73**

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม ตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวม แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบ แนวคิดการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามการศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)					
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 422)	S.D.	ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่ากับ สูงกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 713)	S.D.	t	Sig. (2-tailed)
2.2 สำนักงานฯ ควรติดตาม และประเมินผลการ ปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์เป็นประจำ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	2.24	0.58	2.24	0.63	-0.03	0.98**
2.3 สำนักงานฯ ควรนำ องค์ความรู้ที่ได้จากการ ประมวลผลความรู้ต่าง ๆ ภายในสำนักงานฯ มา ประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงาน ด้านการประชาสัมพันธ์อย่าง จริงจัง	2.28	0.62	2.24	0.61	1.17	0.24**
ค่าเฉลี่ยรวม	2.26	0.54	2.25	0.52	0.30	0.76**

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม ตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวม แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบ แนวคิดการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามการศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)					
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 422)	S.D.	ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่ากับ สูงกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 713)	S.D.	t	Sig. (2-tailed)
3. แนวทางการพัฒนาด้าน การมีประสิทธิภาพและเกิด ความคุ้มค่า						
3.1 สำนักงานฯ ควรมีการ จัดทำแผนการปฏิบัติงานด้าน การประชาสัมพันธ์ไว้อย่าง ชัดเจน	2.27	0.68	2.28	0.63	-0.30	0.76**
3.2 สำนักงานฯ ควรมีการ ประเมินความคุ้มค่าในภารกิจ ด้านการประชาสัมพันธ์	2.29	0.64	2.25	0.60	1.07	0.28**
3.3 สำนักงานฯ ควรมีการ ประเมินผลโครงการที่ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการ แล้วเพื่อให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงาน	2.26	0.65	2.41	0.63	-3.74	0.00*
ค่าเฉลี่ยรวม	2.27	0.57	2.31	0.50	-1.16	0.24**

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม ตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวม แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบ แนวคิดการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามการศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)					
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 422)	S.D.	หรือ เทียบเท่ากับ สูงกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 713)	S.D.	t	Sig. (2-tailed)
4. แนวทางการพัฒนาด้าน การลดขั้นตอนการ ปฏิบัติงาน						
4.1 สำนักงานฯ ควรกำหนด หลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการ ควบคุม ติดตาม และกำกับ ดูแลการใช้อำนาจ และความ รับผิดชอบด้านการ ประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในสำนักงานฯ และมีการ เปิดเผยต่อสาธารณะ	2.27	0.63	2.39	0.62	-2.95	0.00*
4.2 สำนักงานฯ ควรจัดให้มี การฝึกอบรมบุคลากรเรื่อง การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาใช้ในการปฏิบัติงานด้าน การประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานฯ	2.28	0.62	2.39	0.61	-2.71	0.01*

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม ตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวม แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบ แนวคิดการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามการศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)					
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 422)			ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่ากับ สูงกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 713)		
	S.D.		S.D.	t	Sig. (2-tailed)	
4.3 สำนักงานฯ ควรจัดทำ แผนภูมิ หรือขั้นตอน และ ระยะเวลา รวมทั้งรายละเอียด อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์ในแต่ละ ขั้นตอนโดยเปิดเผย และใน ระบบเครือข่ายสารสนเทศ ของสำนักงานฯ ด้วย	2.26	0.64	2.43	0.61	-4.30	0.00*
ค่าเฉลี่ยรวม	2.27	0.56	2.40	0.56	-3.69	0.00*
5. แนวทางการพัฒนาด้าน การปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อ สถานการณ์						
5.1 สำนักงานฯ ควรทบทวน ภารกิจด้านการ ประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้อง กับนโยบายของรัฐบาล และ บทบาทในอนาคต	2.39	0.56	2.55	0.58	-4.39	0.00*

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม ตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวม แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบ แนวคิดการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามการศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)					
	ต่ำกว่า ปริญญตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 422)		ปริญญตรี หรือ เทียบเท่ากับ สูงกว่า ปริญญตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 713)		t	Sig. (2-tailed)
		S.D.		S.D.		
5.2 สำนักงานฯ ควรคำนึงถึง แผนการบริหารราชการ แผ่นดิน นโยบายของรัฐบาล งบประมาณของประเทศ และ ความคุ้มค่าของภารกิจเพื่อ นำมาใช้ในการปรับปรุง ภารกิจด้านการ ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	2.37	0.59	2.50	0.60	-3.46	0.00*
5.3 สำนักงานฯ ควรเปิด โอกาสให้ประชาชนเข้ามา มีส่วนร่วมในการจัดทำแผน ด้านการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานฯ	2.45	0.54	2.58	0.56	-3.94	0.00*
ค่าเฉลี่ยรวม	2.40	0.47	2.54	0.51	-4.65	0.00*
6. แนวทางการพัฒนาด้าน การอำนวยความสะดวกและ การตอบสนองความต้องการ ของประชาชน						

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม ตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวม แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบ แนวคิดการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามการศึกษา	ต่ำกว่า ปริญญตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 422)		ปริญญตรี หรือ เทียบเท่ากับ สูงกว่า ปริญญตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 713)		t	Sig. (2-tailed)
	S.D.		S.D.			
6.1 สำนักงานฯ ควรกำหนด ระยะเวลาแล้วเสร็จของการ ปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ ประชาชนไม่ได้รับความ สะดวก และรวดเร็ว	2.34	0.57	2.53	0.58	-5.43	0.00*
6.2 สำนักงานฯ ควรมีการนำ ระบบเครือข่ายสารสนเทศที่ สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ประชาชนในการติดต่อ สอบถาม หรือขอข้อมูลจาก สำนักงานฯ	2.39	0.61	2.53	0.59	-3.81	0.00*
6.3 สำนักงานฯ ควรพิจารณา ปัญหา หรือคำร้องเรียน เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ให้รวดเร็วยิ่งขึ้น	2.39	0.58	2.51	0.58	3.60	0.00*
ค่าเฉลี่ยรวม	2.37	0.49	2.53	0.52	-4.99	0.00*

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม ตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวม แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการของ สำนักงานฯ ตามกรอบ แนวคิดการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน จำแนกตามการศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง (n = 1,135)					
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 422)	S.D.	ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่ากับ สูงกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (n = 713)	S.D.	t	Sig. (2-tailed)
7. แนวทางการพัฒนาด้าน การประเมินผลการปฏิบัติ ราชการอย่างสม่ำเสมอ						
7.1 สำนักงานฯ ควรมีการ ติดตาม และการประเมินผล การปฏิบัติตามแผนปฏิบัติงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น การกำหนดให้มีการติดตาม และการประเมินผลการ ปฏิบัติงานทุกเดือนเป็นต้น	2.35	0.57	2.49	0.61	-3.79	0.00*
7.2 ผู้บริหารสำนักงานฯ ควร เห็นความสำคัญของการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ของ บุคลากร	2.36	0.59	2.54	0.59	-4.86	0.00*
7.3 สำนักงานฯ ควรนำผล การปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์ไปปรับใช้	2.37	0.56	2.51	0.62	-3.73	0.00*
ค่าเฉลี่ยรวม	2.36	0.49	2.51	0.54	-4.77	0.00*

หมายเหตุ เฉพาะตารางที่ 4.8 ซึ่งเป็นตารางวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม จำแนกตามการศึกษาต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน ผู้ศึกษาได้ยึดถือแนวทางการวิเคราะห์เปรียบเทียบเช่นเดียวกับที่ผู้ศึกษาได้เขียนอธิบายไว้แล้วได้ตารางที่ 4.7 ข้างต้น

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4.8 เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม จำแนกตามการศึกษา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรีต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน พบว่ามีจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้าน (1) การเกิดประโยชน์สุขของประชาชน (2) การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (3) การปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์ (4) การอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน และ (5) การประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. (2-tailed) มากกว่า ∞ (ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05) ทั้งนี้ ได้ใส่เครื่องหมาย **ไว้ในตาราง (ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.03, 0.00, 0.00, 0.00 และ 0.00 ตามลำดับ) เช่นนี้หมายความว่า ความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรีต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน แตกต่างกัน (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05) จำนวน 5 ด้านดังกล่าว

ส่วนอีก 2 ด้าน ได้แก่ ด้าน (1) การเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ และ (2) การมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า ไม่แตกต่างกัน โดยค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่าหรือเท่ากับ ∞ หรือเขียนว่า Sig. (2-tailed) $< \infty$ หรือ Sig. (2-tailed) = ∞ ทั้งนี้ ได้ใส่เครื่องหมาย * ไว้ในตาราง (ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.76 และ 0.24) เช่นนี้หมายความว่า ความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรีต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน ไม่แตกต่างกัน (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05) จำนวน 2 ด้านดังกล่าว

สรุป การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม จำแนกตามการศึกษา คือ การศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรีต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการ

ผู้ปกครองผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน พบว่า แตกต่างกัน 5 ด้าน และไม่แตกต่างกัน 2 ด้าน (ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ เป็นเพียงข้อมูลเบื้องต้นเท่านั้น หากต้องการรายละเอียด ควรทำการศึกษาต่อไป)

ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้จากความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 นี้ ประกอบด้วย 1 หัวข้อ ได้แก่

สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหา แนวทางการพัฒนา ยุทธศาสตร์ ปัจจัย ภาพรวมแนวทางการพัฒนาและภาพรวมแนวโน้ม และการเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน ได้แสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ค่าสถิติสรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ หนึ่ง ปัญหา สอง แนวทางการพัฒนา สาม ยุทธศาสตร์ สี่ ปัจจัย ห้า ภาพรวมแนวทางการพัฒนาและภาพรวมแนวโน้ม และหก การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน

<u>หนึ่ง</u> ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน				
1. ปัญหาด้านการเกิดประโยชน์สุขของประชาชน	ระดับความเห็นด้วย			
	มาก (%)	ปานกลาง (%)	น้อย (%)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
1.1 สำนักงานฯ ไม่ได้กำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน	30.40	60.00*	9.60	2.21

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

หนึ่ง ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน				
1. ปัญหาด้านการเกิดประโยชน์สุขของประชาชน	ระดับความเห็นด้วย			
	มาก (%)	ปานกลาง (%)	น้อย (%)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
1.2 บุคลากรบางส่วนของสำนักงานฯ ไม่ได้นำความคิดเห็น ของประชาชนมาปรับใช้ในการปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์	37.27	52.51*	10.22	2.27**
1.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 1.1-1.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการเกิด ประโยชน์สุขของประชาชนมาก	35.95	53.92*	10.13	2.26
ค่าเฉลี่ยรวม				2.25
2. ปัญหาด้านการเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ				
2.1 สำนักงานฯ ไม่มีการติดตาม และการประเมินผลการ ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์	27.40	61.23*	11.37	2.61***
2.2 สำนักงานฯ ไม่ได้นำองค์ความรู้ที่ได้จากการประมวลผล ความรู้ต่าง ๆ ภายในสำนักงานฯ มาประยุกต์ใช้กับการ ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์	24.41	64.05*	11.54	2.13
2.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 2.1-2.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการ เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐมาก	31.72	60.62*	7.67	2.24
ค่าเฉลี่ยรวม				2.18
3. ปัญหาด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า				
3.1 สำนักงานฯ ขาดการประเมินความคุ้มค่าในภารกิจด้าน การประชาสัมพันธ์	30.75	55.51*	13.74	2.17**

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

หนึ่ง ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน				
3. ปัญหาด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า	ระดับความเห็นด้วย			
	มาก (%)	ปานกลาง (%)	น้อย (%)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
3.2 สำนักงานฯ ขาดหรือไม่มีการประเมินผลโครงการที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการแล้ว ทำให้ไม่ทราบถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน	26.26	60.26*	13.48	2.13
3.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 3.1-3.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการมีประสิทธิภาพ และเกิดความคุ้มค่ามาก	28.02	61.94*	10.04	2.18
ค่าเฉลี่ยรวม				2.16
4. ปัญหาด้านการลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน				
4.1 สำนักงานฯ ไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการควบคุม ติดตาม และกำกับดูแลการใช้อำนาจ และความรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในสำนักงานฯ	30.75	65.53*	8.72	2.22**
4.2 สำนักงานฯ ขาดการฝึกอบรมบุคลากรในการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ และข้อมูลเครือข่ายมาใช้ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	29.60	59.03*	11.37	2.18
4.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 4.1-4.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการลดขั้นตอนการปฏิบัติงานมาก	27.14	63.08*	9.78	2.17
ค่าเฉลี่ยรวม				2.19

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

หนึ่ง ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน				
5. ปัญหาด้านการปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์	ระดับความเห็นด้วย			
	มาก (%)	ปานกลาง (%)	น้อย (%)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
5.1 สำนักงานฯ ไม่ได้คำนึงถึงแผนการบริหารราชการแผ่นดิน นโยบายของรัฐบาล งบประมาณของประเทศ และ ความคุ้มค่าของภารกิจเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	31.10	56.83*	12.07	2.19**
5.2 สำนักงานฯ ไม่ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	32.25	54.80*	12.95	2.19
5.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 5.1-5.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์มาก	30.48	58.06*	11.45	2.19
ค่าเฉลี่ยรวม				2.19
6. ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน				
6.1 สำนักงานฯ ไม่มีการนำระบบเครือข่ายสารสนเทศที่สนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการติดต่อสอบถาม หรือขอข้อมูลจากสำนักงานฯ	31.01	58.15*	10.84	2.20**
6.2 สำนักงานฯ พิจารณาปัญหา หรือคำร้องเรียนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์อย่างล่าช้า	29.96	58.06*	11.98	2.18
6.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 6.1-6.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชนมาก	28.63	60.44*	10.93	2.18
ค่าเฉลี่ยรวม				2.19

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

หนึ่ง ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน				
7. ปัญหาด้านการประเมินผล การปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ	ระดับความเห็นด้วย			
	มาก (%)	ปานกลาง (%)	น้อย (%)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
7.1 สำนักงานฯ ไม่มีการติดตาม และการประเมินผลการ ปฏิบัติตามแผนปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์	28.90	61.67*	9.43	2.19**
7.2 สำนักงานฯ ไม่ได้นำผลการปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์ไปปรับใช้	28.28	61.23*	10.48	2.18
7.3 ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 7.1-7.2 ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการ ประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอมาก	24.41	65.55*	10.04	2.14
ค่าเฉลี่ยรวม				2.17
ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการในภาพรวมทั้งหมด				
ในภาพรวมทั้งหมด สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหาร จัดการด้านการประชาสัมพันธ์มากทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้าน (1) การเกิดประโยชน์สุขของประชาชน (2) การเกิดผลสัมฤทธิ์ ต่อภารกิจของรัฐ (3) การมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า (4) การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (5) การปรับปรุงภารกิจ ให้ทันต่อสถานการณ์ (6) การอำนวยความสะดวกและการ ตอบสนองความต้องการของประชาชน และ (7) การ ประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ	30.04	61.50*	8.64	2.22

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

สอง แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน				
1. แนวทางการพัฒนา ด้านการเกิดประโยชน์สุขของประชาชน	ระดับความเห็นด้วย			
	มาก (%)	ปานกลาง (%)	น้อย (%)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
1.1 สำนักงานฯ ควรกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการประชาชน	37.80	53.22*	8.99	2.29**
1.2 สำนักงานฯ ควรมีการศึกษาวิเคราะห์ผลดีและผลเสียหรือผลกระทบที่มีต่อผู้บริโภคมก่อนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	33.48	57.36*	9.16	2.24
1.3 บุคลากรของสำนักงานฯ ควรรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อทำให้งานที่สามารถตอบสนอง และเป็นที่พึงพอใจของประชาชน	34.45	56.39*	9.16	2.25
ค่าเฉลี่ยรวม				2.26
2. แนวทางการพัฒนา				
ด้านการเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ				
2.1 ผู้บริหารของสำนักงานฯ ควรให้ความสำคัญกับจัดทำแผนด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ โดยควรจัดทำแผนด้านการประชาสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้าก่อนดำเนินงานตามภารกิจ	38.24	50.93*	10.84	2.27**
2.2 สำนักงานฯ ควรติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นประจำอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	33.92	56.39*	9.69	2.24
2.3 สำนักงานฯ ควรนำองค์ความรู้ที่ได้จากการประมวลผลความรู้ต่าง ๆ ภายในสำนักงานฯ มาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง	34.63	55.95*	9.43	2.25
ค่าเฉลี่ยรวม				2.26

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

สอง แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน				
3. แนวทางการพัฒนา ด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า	ระดับความเห็นด้วย			
	มาก (%)	ปานกลาง (%)	น้อย (%)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
3.1 สำนักงานฯ ควรมีการจัดทำแผนการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน	38.15	51.01*	10.84	2.27
3.2 สำนักงานฯ ควรมีการประเมินความคุ้มค่าในการกิจด้านการประชาสัมพันธ์	35.24	55.24*	9.34	2.26
3.3 สำนักงานฯ ควรมีการประเมินผลโครงการที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการแล้วเพื่อให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน	44.23	46.78*	8.99	2.35**
ค่าเฉลี่ยรวม				2.30
4. แนวทางการพัฒนา ด้านการลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน				
	มาก (%)	ปานกลาง (%)	น้อย (%)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
4.1 สำนักงานฯ ควรกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการควบคุม ติดตาม และกำกับดูแลการใช้อำนาจ และความรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในสำนักงานฯ และมีการเปิดเผยต่อสาธารณะ	43.08	48.46*	8.46	2.35
4.2 สำนักงานฯ ควรจัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรเรื่องกรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	42.73	49.43*	7.84	2.35
4.3 สำนักงานฯ ควรจัดทำแผนภูมิ หรือขั้นตอน และระยะเวลา รวมทั้งรายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในแต่ละขั้นตอนโดยเปิดเผย และในระบบเครือข่ายสารสนเทศของสำนักงานฯ	44.76	47.14*	8.11	2.37**
ค่าเฉลี่ยรวม				2.35

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

สอง แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน				
5. แนวทางการพัฒนา ด้านการปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์	ระดับความเห็นด้วย			
	มาก (%)	ปานกลาง (%)	น้อย (%)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
5.1 สำนักงานฯ ควรทบทวนภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และบทบาทในอนาคต	53.39*	42.29	4.32	2.49
5.2 สำนักงานฯ ควรคำนึงถึงแผนการบริหารราชการแผ่นดิน นโยบายของรัฐบาล งบประมาณของประเทศ และความคุ้มค่าของภารกิจเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	50.48*	43.96	5.55	2.45
5.3 สำนักงานฯ ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	55.95*	41.06	3.00	2.53**
ค่าเฉลี่ยรวม				2.49
6. แนวทางการพัฒนาด้านการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน				
6.1 สำนักงานฯ ควรกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จของงานปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนไม่ได้รับความสะดวก และรวดเร็ว	50.31*	45.29	4.41	2.46
6.2 สำนักงานฯ ควรมีการนำระบบเครือข่ายสารสนเทศที่สนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการติดต่อสอบถาม หรือขอข้อมูลจากสำนักงานฯ	53.57*	40.97	5.46	2.48**
6.3 สำนักงานฯ ควรพิจารณาปัญหา หรือคำร้องเรียนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ให้รวดเร็วยิ่งขึ้น	51.28*	44.14	4.58	2.47
ค่าเฉลี่ยรวม				2.47

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

สอง แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน				
7. แนวทางการพัฒนา ด้านการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ	ระดับความเห็นด้วย			
	มาก (%)	ปานกลาง (%)	น้อย (%)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
7.1 สำนักงานฯ ควรมีการติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น การกำหนดให้มีการติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติงานทุกเดือน เป็นต้น	49.52*	44.85	5.64	2.44
7.2 ผู้บริหารสำนักงานฯ ควรเห็นถึงความสำคัญของการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของบุคลากร	52.60*	42.11	5.29	2.47**
7.3 สำนักงานฯ ควรนำผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไปปรับใช้	51.54*	42.73	5.73	2.46
ค่าเฉลี่ยรวม				2.46
สาม ยุทธศาสตร์การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ				
3.1 การกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ให้สำนักงานฯ ใช้จ่ายงบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์อย่างประหยัด คุ่มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด	50.40*	44.40	5.20	2.45
3.2 การกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ให้สำนักงานฯ ปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว	52.95*	40.35	5.20	2.46**

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

สี่ ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ ด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ ประสบความสำเร็จตามกรอบแนวคิด 3M				
1. ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Man)	ระดับความเห็นด้วย			
	มาก (%)	ปานกลาง (%)	น้อย (%)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
การที่ผู้บริหารของสำนักงานฯ มีลักษณะเป็นนักบริหารมืออาชีพ และมีภาวะผู้นำที่มีความคิดริเริ่ม กล้าคิด กล้าทำ และกล้าเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์ของส่วนรวม	46.87	48.55*	4.58	2.42
2. ปัจจัยด้านการบริหารงบประมาณ (Money)				
การที่สำนักงานฯ ใช้จ่ายงบประมาณสำหรับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์อย่างประหยัด คุ่มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด	48.72*	45.37	5.91	2.43**
3. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการทั่วไป (Management)				
การที่สำนักงานฯ เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดแผนปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง	48.63*	43.62	7.75	2.41
ห้า ภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการและภาพรวมแนวโน้ม ของแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ				
1.1 ในภาพรวม ในปัจจุบันสำนักงานฯ มีแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากกว่าในอดีต	45.81	48.64*	5.73	2.40
1.2 ในภาพรวม ในอนาคตสำนักงานฯ มีแนวโน้มของแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ที่คำนึงถึงความต้องการของประชาชนมากกว่าในปัจจุบัน	48.63*	44.49	6.87	2.42**

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

กฎ การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวม แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน
1. จำแนกตามเพศ พบว่า ไม่แตกต่างกันทั้ง 7 ด้าน 2. จำแนกการศึกษา พบว่า แตกต่างกัน 5 ด้าน และไม่แตกต่างกัน 2 ด้าน

* หมายถึง ตัวเลขหรือค่าร้อยละ (%) ที่กลุ่มตัวอย่างแสดงระดับความเห็นด้วยมากที่สุดในแต่ละคำถาม หรือข้อคำถาม

** หมายถึง ตัวเลขหรือค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ที่สำคัญที่สุดของแต่ละด้าน หรือแต่ละเรื่อง

*** หมายถึง ตัวเลขหรือค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ที่สำคัญที่สุด หรือสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับทุกด้านของกรอบแนวคิด

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นถึงสรุปผลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งการนำเสนอเป็น 6 หัวข้อ ดังนี้

1) สรุปผลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลาง 6 ด้านทั้ง 3 ข้อคำถาม ส่วนอีก 1 ด้าน กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก 1 ข้อคำถาม และเห็นด้วยในระดับปานกลาง 2 ข้อคำถาม สำหรับปัญหาในภาพรวมทั้งหมด 1 ข้อคำถาม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง

2) สรุปผลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก 4 ด้านทั้ง 3 ข้อคำถาม และกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง 2 ด้านทั้ง 3 ข้อคำถาม ส่วนอีก 1 ด้าน กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก 1 ข้อคำถาม และเห็นด้วยในระดับปานกลาง 2 ข้อคำถาม

3) สรุปผลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยคำถาม 2 ข้อคำถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากทั้ง 2 ข้อคำถาม

4) สรุปผลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครประสบผลสำเร็จตามกรอบแนวคิด 3M ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อคำถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับมากทั้ง 3 ข้อคำถาม

5) สรุปผลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการและภาพรวมแนวโน้มของแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยคำถาม 2 ข้อคำถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างล้วนเห็นด้วยในระดับมากทั้ง 2 ข้อคำถาม

6) สรุปผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน พบว่า เมื่อจำแนกตาม (1) เพศ ไม่แตกต่างกันทั้ง 7 ด้าน และ (2) การศึกษา แตกต่างกัน 5 ด้าน และไม่แตกต่างกัน 2 ด้าน

ส่วนที่ 4 การสัมภาษณ์เนวติกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญ

แสดงรายละเอียดไว้ใน ภาคผนวก ข

