

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

แบบสอบถาม เรื่อง “การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ผู้ศึกษาขอทราบข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการศึกษา และเพื่อเป็นแนวทางแก่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการปรับปรุง และพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจึงขอความอนุเคราะห์ให้ท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อจะได้ผลการศึกษาที่ใกล้เคียงกับความต้องการของท่านมากที่สุดอันจะเป็นประโยชน์ต่อท่าน และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในอนาคต ข้อมูลที่กรุณาตอบจะใช้เพื่อประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครประสบผลสำเร็จตามกรอบแนวคิด 3M

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการและภาพรวมแนวโน้มของแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐

1. เพศ ☐ (1) ชาย ☐ (2) หญิง

2. การศึกษา ☐ (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ (2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

☐ (3) สูงกว่าปริญญาตรี

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างด้านขวามือแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ข้อละเครื่องหมายเดียว

ในที่นี้ คำว่า “สำนักงานฯ” หมายถึง สำนักงาน และ/หรือ ข้าราชการหรือบุคลากรในสังกัดของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน

2.1 ปัญหาด้านการเกิดประโยชน์สุขของประชาชน	เห็นด้วย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. สำนักงานฯ ไม่ได้กำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน			
2. บุคลากรบางส่วนของสำนักงานฯ ไม่ได้นำความคิดเห็นของประชาชนมาปรับใช้ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์			
3. ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 1.-2. ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการเกิดประโยชน์สุขของประชาชนมาก			
2.2 ปัญหาด้านการเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ	มาก	ปานกลาง	น้อย
4. สำนักงานฯ ไม่มีการติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์			
5. สำนักงานฯ ไม่ได้นำองค์ความรู้ที่ได้จากการประมวลผลความรู้ต่าง ๆ ภายในสำนักงานฯ มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์			
6. ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 4.-5. ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐมาก			

2.3 ปัญหาด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า	เห็นด้วย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
7. สำนักงานฯ ขาดการประเมินความคุ้มค่าในภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์			
8. สำนักงานฯ ขาดหรือไม่มีการประเมินผลโครงการที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการแล้ว ทำให้ไม่ทราบถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน			
9. ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 7.-8. ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่ามาก			
2.4 ปัญหาด้านการลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน	มาก	ปานกลาง	น้อย
10. สำนักงานฯ ไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการควบคุม ติดตาม และกำกับดูแลการใช้อำนาจ และความรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในสำนักงานฯ			
11. สำนักงานฯ ขาดการฝึกอบรมบุคลากรในการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ และข้อมูลเครือข่าย มาใช้ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ			
12. ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 10.-11. ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการลดขั้นตอนการปฏิบัติงานมาก			
2.5 ปัญหาด้านการปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์	มาก	ปานกลาง	น้อย
13. สำนักงานฯ ไม่ได้คำนึงถึงแผนการบริหารราชการแผ่นดิน นโยบายของรัฐบาล งบประมาณของประเทศ และความคุ้มค่าของภารกิจเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ			
14. สำนักงานฯ ไม่ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ			
15. ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 13.-14. ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์มาก			

2.6 ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวกและการตอบสนอง ความต้องการของประชาชน	เห็นด้วย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
16. สำนักงานฯ ไม่มีการนำระบบเครือข่ายสารสนเทศที่สนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการติดต่อสอบถาม หรือขอข้อมูลจากสำนักงานฯ			
17. สำนักงานฯ พิจารณาปัญหา หรือคำร้องเรียนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์อย่างล่าช้า			
18. ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 16.-17. ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชนมาก			
2.7 ปัญหาด้านการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ	มาก	ปานกลาง	น้อย
19. สำนักงานฯ ไม่มีการติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์			
20. สำนักงานฯ ไม่ได้นำผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไปปรับใช้			
21. ในภาพรวมดังกล่าวไว้ในข้อ 19.-20. ข้างต้น สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอมาก			
22. ในภาพรวมทั้งหมด สำนักงานฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์มากทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้าน (1) การเกิดประโยชน์สุขของประชาชน (2) การเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ (3) การมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า (4) การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (5) การปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์ (6) การอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน และ (7) การประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ			

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของ
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการ
บ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน

3.1 แนวทางการพัฒนาด้านการเกิดประโยชน์สุขของประชาชน	เห็นด้วย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
23. สำนักงานฯ ควรกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการประชาชน			
24. สำนักงานฯ ควรมีการศึกษาวิเคราะห์ผลดีและผลเสีย หรือผลกระทบที่มีต่อผู้บริโภคก่อนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ			
25. บุคลากรของสำนักงานฯ ควรรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อทำให้งานที่สามารถตอบสนองและเป็นที่พึงพอใจของประชาชน			
3.2 แนวทางการพัฒนาด้านการเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ	มาก	ปานกลาง	น้อย
26. ผู้บริหารของสำนักงานฯ ควรให้ความสำคัญกับจัดทำแผนด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ โดยควรจัดทำแผนด้านการประชาสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้าก่อนดำเนินงานตามภารกิจ			
27. สำนักงานฯ ควรติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นประจำอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง			
28. สำนักงานฯ ควรนำองค์ความรู้ที่ได้จากการประมวลผลความรู้ต่าง ๆ ภายในสำนักงานฯ มาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง			
3.3 แนวทางการพัฒนาด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า	มาก	ปานกลาง	น้อย
29. สำนักงานฯ ควรมีการจัดทำแผนการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน			
30. สำนักงานฯ ควรมีการประเมินความคุ้มค่าในภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์			
31. สำนักงานฯ ควรมีการประเมินผลโครงการที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการแล้วเพื่อให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน			

3.4 แนวทางการพัฒนาด้านการลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เห็นด้วย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
32. สำนักงานฯ ควรกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการควบคุม ติดตาม และกำกับดูแลการใช้อำนาจ และความรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในสำนักงานฯ และมีการเปิดเผยต่อสาธารณะ			
33. สำนักงานฯ ควรจัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรเรื่องการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ			
34. สำนักงานฯ ควรจัดทำแผนภูมิ หรือขั้นตอน และระยะเวลา รวมทั้งรายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในแต่ละขั้นตอนโดยเปิดเผย และในระบบเครือข่ายสารสนเทศของสำนักงานฯ ด้วย			
3.5 แนวทางการพัฒนาการปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์	มาก	ปานกลาง	น้อย
35. สำนักงานฯ ควรทบทวนภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และบทบาทในอนาคต			
36. สำนักงานฯ ควรคำนึงถึงแผนการบริหารราชการแผ่นดิน นโยบายของรัฐบาล งบประมาณของประเทศ และความคุ้มค่าของภารกิจเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ			
37. สำนักงานฯ ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ			
3.6 แนวทางการพัฒนาการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน	มาก	ปานกลาง	น้อย
38. สำนักงานฯ ควรกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จของกรปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวก และรวดเร็ว			
39. สำนักงานฯ ควรมีการนำระบบเครือข่ายสารสนเทศที่สนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการติดต่อสอบถาม หรือขอข้อมูลจากสำนักงานฯ			
40. สำนักงานฯ ควรพิจารณาปัญหา หรือคำร้องเรียนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ให้รวดเร็วยิ่งขึ้น			

3.7 แนวทางการพัฒนาด้านการประเมินผลการปฏิบัติราชการ อย่างสม่ำเสมอ	เห็นด้วย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
41. สำนักงานฯ ควรมีการติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น การกำหนดให้มีการติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติงานทุกเดือน เป็นต้น			
42. ผู้บริหารสำนักงานฯ ควรเห็นความสำคัญของการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของบุคลากร			
43. สำนักงานฯ ควรนำผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไปปรับใช้			

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการด้านการประชาสัมพันธ์ของ
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ	เห็นด้วย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
44. การกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ให้สำนักงานฯ ใช้จ่ายงบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์อย่างประหยัด คุ่มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด			
45. การกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ให้สำนักงานฯ ปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว			

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนากิจการด้านการ
ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครประสบผลสำเร็จ
ตามกรอบแนวคิด 3M

5.1 ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Man)	เห็นด้วย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
46. การที่ผู้บริหารของสำนักงานฯ มีลักษณะเป็นนักบริหารมืออาชีพ และมีภาวะผู้นำที่มีความคิดริเริ่ม กล้าคิด กล้าทำ และกล้าเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์ของส่วนรวม			

5.2 ปัจจัยด้านการบริหารงบประมาณ (Money)	เห็นด้วย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
47. การที่สำนักงานฯ ใช้จ่ายงบประมาณสำหรับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์อย่างประหยัด คุ่มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด			
5.3 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการทั่วไป (Management)	มาก	ปานกลาง	น้อย
48. การที่สำนักงานฯ เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดแผนปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง			

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นต่อภาพรวมแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการและภาพรวมแนวโน้มของแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ภาพรวมแนวทางการพัฒนา และภาพรวมแนวโน้ม ของแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ	เห็นด้วย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
49. ในภาพรวม ในปัจจุบันสำนักงานฯ มีแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากกว่าในอดีต			
50. ในภาพรวม ในอนาคตสำนักงานฯ มีแนวโน้มของแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ที่คำนึงถึงความต้องการของประชาชนมากกว่าในปัจจุบัน			

ข้อเสนอแนะ หรือความคิดเห็นอื่น ๆ เพิ่มเติม

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

การสัมภาษณ์แนวลึกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญ



ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์แนวลิเกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับ “การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” จำนวน 2 คน ดังนี้

1. นายเดชาวัต แจ่มชื่น

ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2554 ระหว่างเวลา 10.00 น. ถึง 10.30 น. รวม 30 นาที ณ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

1.1 คำถาม ขอทราบความคิดเห็นต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

คำตอบ ในการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีปัญหาในการดำเนินงาน ดังนี้

- 1) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครไม่ได้กำหนดนโยบาย ไม่มีการติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน
- 2) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครขาดการวางแผนการใช้งบประมาณเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อการดำเนินการให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนและหน่วยงาน
- 3) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครไม่มีการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงาน หน้าที่รับผิดชอบของบุคลากร และไม่มีการนำระบบเครือข่ายสารสนเทศมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้บริการประชาชนที่มาใช้บริการ

1.2 คำถาม ขอทราบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

คำตอบ สำหรับแนวทางการพัฒนา หรือแนวทางการแก้ไขปัญหาข้างต้นนั้นสรุปได้ดังนี้

- 1) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรกำหนดนโยบาย แนวทางการติดตาม และการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการประชาชนอย่างชัดเจน และต่อเนื่อง
- 2) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครควรกำหนดแผนงานในการใช้งบประมาณเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โดยควรคำนึงถึงความต้องการของประชาชนผู้มารับบริการเป็นสำคัญ

3) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานครควรกำหนด ขั้นตอนการปฏิบัติงาน หน้าที่รับผิดชอบของบุคลากรในการปฏิบัติงาน ให้อย่างชัดเจน พร้อมทั้ง เผยแพร่ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบเพื่อการปฏิบัติที่ถูกต้อง รวดเร็ว รวมทั้งควรนำระบบเครือข่าย สารสนเทศที่ทันต่อสถานการณ์มาปรับใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้บริการประชาชนที่มาใช้บริการด้วย

2. นายธนาชัย สาธิตวสุธา

ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2554 ระหว่าง เวลา 14.00 น. ถึง 14.30 น. รวม 30 นาที ณ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

2.1 คำถาม ขอรบกวนความคิดเห็นต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการ ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

คำตอบ ปัญหาในการปฏิบัติงานมี ดังนี้

1) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานครไม่เปิดโอกาสให้ ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น หรือไม่ได้นำความคิดเห็น คำร้องเรียน ข้อเสนอแนะของประชาชนมาปรับใช้ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

2) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานครยังไม่มี การกำหนดแนวทางสำหรับการประเมินผลโครงการที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ภายหลังเสร็จสิ้น โครงการแล้ว ทำให้ไม่ทราบถึงปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงาน

3) บุคลากรบางส่วนของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ใน กรุงเทพมหานครขาดความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

2.2 คำถาม ขอรบกวนความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการ ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

คำตอบ สำหรับแนวทางการพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาข้างต้นนั้น สรุปได้ดังนี้

1) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานครควรให้การ สนับสนุนและเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งควรนำความคิดเห็น คำร้องเรียน ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของประชาชนมาปรับ ใช้ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้มารับ บริการอย่างแท้จริงด้วย

2) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครกำหนดแนวทางสำหรับการประเมินผลโครงการที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการแล้ว เพื่อจะได้ทราบถึงปัญหาและหาแนวทางในการปรับปรุงให้ดีขึ้น

3) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครแผนงานในการจัดอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งมีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องด้วย

