

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล การพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณี โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้คือ

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหา

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนารูปแบบ

ตอนที่ 3 ผลการตรวจสอบรูปแบบ

ตอนที่ 4 ผลการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาเป็นรูปแบบฉบับสมบูรณ์

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหา

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสำรวจทำการสัมภาษณ์และสำรวจในโรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานครทั้ง 10 แห่งเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร โดยมีผู้เกี่ยวข้องทางการศึกษาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น ได้สรุปผลการสัมภาษณ์และการสำรวจดังนี้

1. การสำรวจกลุ่มเป้าหมาย

การสำรวจกลุ่มเป้าหมายโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารจำนวน 5 คน ผู้ช่วยผู้บริหารจำนวน 11 คน และผู้เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์จำนวน 14 คน รวม 30 คน ดังตาราง 7

ตาราง 7 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เกี่ยวข้องทางการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบงาน
ประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นในขั้นการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย

ประเด็น	ความถี่ (n = 30)
การสำรวจข้อมูลวิชาชีพ	
1. สำรวจข้อมูลวิชาชีพระยะสั้นที่โรงเรียนทำการเปิดสอนเพื่อเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์แก่ผู้มาสมัครเรียน	27
2. สำรวจข้อมูลเนื้อหาวิชาชีพระยะสั้นในแต่ละวิชาที่เปิดสอนเพื่อเป็นข้อมูล	25
3. สำรวจข้อมูลวิชาชีพที่ผู้จบการศึกษา(ศิษย์เก่า) ว่านำวิชาชีพระยะสั้นไปใช้ประโยชน์ด้านใด	19
4. สำรวจข้อมูลวิชาชีพที่ประชาชนภายนอกต้องการเข้ามาศึกษา	15
5. สำรวจข้อมูลสถานประกอบการที่ต้องการแรงงานในวิชาชีพระยะสั้นเพื่อให้ผู้เรียนทราบแนวทางในการประกอบวิชาชีพ	5
6. สำรวจข้อมูลวิชาชีพของผู้เรียน (ศิษย์เก่า) ที่ประสบความสำเร็จจากการเรียนวิชาชีพระยะสั้นและมีชื่อเสียง	2
การสำรวจข้อมูลทั่วไป	
1. สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนภายนอกที่มีต่อโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร	15
2. สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนที่มีต่องานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนและวิชาชีพที่ทำการเปิดสอนภายในโรงเรียน	10
3. สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนภายนอกที่มีต่องานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน	4
การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร	
1. สำรวจข้อมูลการวิธีการจัดการเรียนการสอนแต่ละวิชาชีพภายในโรงเรียน	27
2. สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายขององค์กรหรือเป้าหมายขององค์กร	17
3. สำรวจข้อมูลโครงสร้างการบริหารงานของโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครเพื่อนำมาทำฐานข้อมูลประชาสัมพันธ์	13
4. สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรในโรงเรียนเพื่อนำมาทำฐานข้อมูลประชาสัมพันธ์	6

จากตาราง 7 แสดงให้เห็นว่า การสำรวจกลุ่มเป้าหมายมีผู้ให้ความคิดเห็นเรื่องการสำรวจข้อมูลวิชาชีพพระยะสั้นที่โรงเรียนทำการเปิดสอนเพื่อเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์แก่ผู้มาสมัครเรียนมากที่สุด รองลงมาคือ การสำรวจข้อมูลเนื้อหาวิชาชีพพระยะสั้นในแต่ละวิชาที่เปิดสอนเพื่อเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์

การสำรวจกลุ่มเป้าหมายโดยใช้แบบสำรวจเพื่อการวิจัย ผู้วิจัยได้สำรวจโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 แห่ง ตามกรอบแนวคิดซึ่งมีประเด็นการสำรวจดังตาราง 8

ตาราง 8 ประเด็นในการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย

ประเด็น	ความถี่ (n = 10)
1. วิธีการดำเนินการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย	10
2. ผู้รับผิดชอบในการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย	-
3. นโยบายในการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย	-

จากตาราง 8 แสดงให้เห็นว่า การสำรวจกลุ่มเป้าหมายโดยการใช้แบบสำรวจนั้นผลปรากฏว่ามีวิธีการดำเนินการสำรวจกลุ่มเป้าหมายแต่ขาดผู้รับผิดชอบในการสำรวจกลุ่มเป้าหมายและขาดนโยบายในการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย

จากตาราง 7 และตาราง 8 สรุปได้ว่า มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบในขั้นการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย 3 หัวข้อ 13 รายการ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับการสำรวจวิชาชีพ 6 รายการประกอบด้วย การสำรวจข้อมูลทั่วไป 3 รายการ และการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร 4 รายการ ส่วนการสำรวจกลุ่มเป้าหมายโดยการใช้แบบสำรวจเพื่อการวิจัยจะเห็นได้ว่าโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 โรงเรียนมีวิธีการดำเนินการสำรวจกลุ่มเป้าหมายแต่ยังไม่มีผู้รับผิดชอบในการสำรวจกลุ่มเป้าหมายและยังขาดนโยบายในการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย

2. การวางแผนประชาสัมพันธ์

การวางแผนประชาสัมพันธ์โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารจำนวน 5 คน ผู้ช่วยผู้บริหารจำนวน 11 คน และผู้เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์จำนวน 14 คน ดังตาราง 9

ตาราง 9 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เกี่ยวข้องทางการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบงาน
ประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นในขั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์

ประเด็น	ความถี่ (n = 30)
1. แต่งตั้งและกำหนดหน้าที่คณะกรรมการงานประชาสัมพันธ์	28
2. กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น	25
3. กำหนดแผนงานและโครงการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น	23
4. วิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กรหลังจากที่ได้รวบรวมข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่ได้ทำการสำรวจ	18
5. นำข้อมูลที่ได้มาจัดอันดับความสำคัญและประชุมให้แก่บุคลากรในสถานศึกษา ได้รับทราบแนวทางการประชาสัมพันธ์	13
6. กำหนดระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นในแต่ละหลักสูตร	10
7. จัดทำแผนปฏิบัติงานตามแผนโครงการและกิจกรรมงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น	10
8. กำหนดระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นในแต่ละหลักสูตร	9
9. กำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น	5

จากตาราง 9 แสดงให้เห็นว่าการวางแผนประชาสัมพันธ์นี้ควรแต่งตั้งและกำหนดหน้าที่
คณะกรรมการงานประชาสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาคือ กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และ
เป้าหมายของงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น

ขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบสำรวจเพื่อการวิจัย ผู้วิจัยได้สำรวจ
โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 แห่ง ตามกรอบแนวคิดมีประเด็นการสำรวจดังตาราง 10

ตาราง 10 ประเด็นในการสำรวจการวางแผนประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น

ประเด็น	ความถี่ (n = 10)
1. วิธีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ (เอกสารการดำเนินการ)	10
2. ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์	10
3. นโยบายงานประชาสัมพันธ์	-

จากตาราง 10 แสดงให้เห็นว่าโรงเรียนฝึกอาชีพทั้ง 10 แห่งนั้นมีวิธีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ (เอกสารการดำเนินการ) และ มีผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ แต่ยังคงขาดนโยบายงานประชาสัมพันธ์จากราย 9 และตาราง 10 สรุปได้ว่า มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบในขั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ 8 รายการ ส่วนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบสำรวจเพื่อการวิจัยจะเห็นได้ว่า โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 โรงเรียนนั้นมีวิธีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ (เอกสารการดำเนินการ) มีผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ แต่ขาดนโยบายงานประชาสัมพันธ์

3. การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์

การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์โดยการสัมภาษณ์ ผู้บริหารจำนวน 5 คน ผู้ช่วยผู้บริหารจำนวน 11 คน และผู้เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์จำนวน 14 คน ดังตาราง 11

ตาราง 11 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เกี่ยวข้องทางการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นในขั้นการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์

ประเด็น	ความถี่ (n = 30)
1. สื่อบุคคล	27
2. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับหรือโบปลิว	25
3. ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	19
4. ป้ายโฆษณาขนาดเล็ก	15
5. ป้ายนิเทศภายใน	15
6. สื่ออนาคต เช่น อินเทอร์เน็ต อีเมลล์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์รวมทั้งเว็บไซต์	10
7. สื่อระดมโดยการจัดกิจกรรมออกหน่วยบริการทางด้านวิชาชีพ	10
8. การพบปะ การประชุม	9
9. สื่อวิทยุกระจายเสียง	9
10. สื่อโทรทัศน์	8
11. เสียงตามสายภายในโรงเรียน	5
12. สื่ออนาคต เช่น อินเทอร์เน็ต อีเมลล์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์รวมทั้งเว็บไซต์	10
13. สื่อระดมโดยการจัดกิจกรรมออกหน่วยบริการทางด้านวิชาชีพ	10
14. การพบปะ การประชุม	9
15. สื่อวิทยุกระจายเสียง	9

จากตาราง 11 แสดงให้เห็นว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่ได้ผลมากที่สุดรองลงมาคือสื่อสิ่งพิมพ์
ขั้นตอนการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบสำรวจเพื่อการวิจัย ผู้วิจัยได้สำรวจ
โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 แห่ง ตามกรอบแนวคิด มีประเด็นการสำรวจดังตาราง 12

ตาราง 12 ประเด็นในการสำรวจการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น

ประเด็น	ความถี่ (n = 10)
1. วิธีการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์	10
2. ผู้รับผิดชอบในการเลือกสื่อ	10
3. นโยบายในการเลือกสื่อ	-

จากตาราง 12 แสดงให้เห็นว่าโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 แห่งนั้นมีวิธีการ
เลือกสื่อประชาสัมพันธ์ มีผู้รับผิดชอบในการเลือกสื่อ ผู้ที่เลือกสื่อคือผู้บริหารและครูผู้สอน ส่วน
นโยบายในการเลือกสื่อ นั้นยังไม่มีปรากฏแน่ชัด

จากตาราง 11 และตาราง 12 สรุปได้ว่า มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนา
รูปแบบในขั้นการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ 12 รายการ ส่วนการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้
แบบสำรวจเพื่อการวิจัยจะเห็นได้ว่าโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 โรงเรียนมีวิธีการ
เลือกสื่อประชาสัมพันธ์ มีผู้รับผิดชอบในการเลือกสื่อ แต่ขาดนโยบายในการเลือกสื่อ

4. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารจำนวน 5 คน ผู้ช่วยผู้บริหาร
จำนวน 11 คน และผู้เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์จำนวน 14 คน ดังตาราง 13

ตาราง 13 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เกี่ยวข้องทางการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบงาน
ประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นในชั้นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ประเด็น	ความถี่ (n = 30)
1. นำแผนงาน โครงการไปสู่กิจกรรมการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น พร้อมทั้งดำเนินงานตามกิจกรรมและระยะเวลาที่กำหนด	28
2. จัดทำสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นของสถานศึกษา ทั้งการประชาสัมพันธ์ภายนอกและภายในสถานศึกษา	24
3. จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้บริการประชาชนโดยการออกหน่วยให้บริการ ด้านวิชาชีพเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันการศึกษากับประชาชน	20
4. ปรับปรุงข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น ให้ทันสมัยและทันเหตุการณ์อยู่เสมอ	18
5. พัฒนาคณาจารย์เป็นคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ให้มีทักษะในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์โดยการออกประชาสัมพันธ์ในชุมชน ภายนอก และหน่วยงานต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ	3

จากตาราง 13 แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ควรนำแผนงาน โครงการ
ไปสู่กิจกรรมการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นพร้อมทั้งดำเนินงานตามกิจกรรมและ
ระยะเวลาที่กำหนดมาเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ จัดทำสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะ
สั้นของสถานศึกษาทั้งการประชาสัมพันธ์ภายนอกและภายในสถานศึกษา

ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบสำรวจเพื่อการวิจัย ผู้วิจัยได้สำรวจ
โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 แห่ง ตามกรอบแนวคิด ซึ่งมีประเด็นการสำรวจดังตาราง 14

ตาราง 14 ประเด็นในการสำรวจการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น

ประเด็น	ความถี่ (n = 10)
1. วิธีการนำเสนอข่าวสารงานประชาสัมพันธ์	10
2. ผู้รับผิดชอบการปฏิบัติการสื่อสารงานประชาสัมพันธ์	10
3. นโยบายการปฏิบัติการสื่อสารงานประชาสัมพันธ์	10

จากตาราง 14 แสดงให้เห็นว่าโรงเรียนฝึกออาชีพทั้ง 10 แห่งนั้นมีวิธีการนำเสนอข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนและในชุมชน มีผู้รับผิดชอบการปฏิบัติการสื่อสารงานประชาสัมพันธ์ก็คือ ครูผู้สอนและบุคคลากรภายในโรงเรียน ส่วนนโยบายการปฏิบัติการสื่อสารงานประชาสัมพันธ์เน้นการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ใกล้เคียงโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานคร

จากตาราง 13 และตาราง 14 สรุปได้ว่า มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบในขั้นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 5 รายการ ส่วนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบสำรวจเพื่อการวิจัยจะเห็นได้ว่าโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 โรงเรียนมีวิธีการนำเสนอข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ มีผู้รับผิดชอบการปฏิบัติการสื่อสารงานประชาสัมพันธ์ และมีนโยบายการปฏิบัติการสื่อสารงานประชาสัมพันธ์

5. การประเมินผลการประชาสัมพันธ์

การประเมินผลการประชาสัมพันธ์โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารจำนวน 5 คน ผู้ช่วยผู้บริหารจำนวน 11 คน และผู้เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์จำนวน 14 คน ดังตาราง 15

ตาราง 15 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เกี่ยวข้องทางการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นในขั้นการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

ประเด็น	ความถี่ (n = 30)
1. กำหนดวัตถุประสงค์ในการติดตาม ประเมินผลงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นของสถานศึกษา	28
2. กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการติดตามผล ประเมินผลงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นของสถานศึกษา	17
3. นำผลการประเมินงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นมาพัฒนาและปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ครั้งต่อไป	16
4. กำหนดระยะเวลาในการติดตามผล ประเมินผลประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นของสถานศึกษา คือ การประเมินผลก่อนการดำเนินการ การประเมินผลระหว่างดำเนินการ การประเมินผลเมื่อสิ้นสุดดำเนินการ การประเมินผลงาประชาสัมพันธ์ ประจำปี	12
5. ประเมินผลร่วมกันระหว่างคณะทำงานประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารสถานศึกษา ชุมชน และประชาชนผู้เข้ามาศึกษา วิชาชีพระยะสั้น โดยการ ประเมินผู้ส่งสาร ประเมินข่าวสาร ประเมินช่องทางสื่อ และประเมินผู้รับสาร	1
6. รายงานผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นให้หน่วยงานทราบผลการปฏิบัติงาน	1

จากตาราง 15 แสดงให้เห็นว่า ความต้องการของผู้เกี่ยวข้องทางการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นมีความเห็นว่าควรกำหนดวัตถุประสงค์ในการติดตาม ประเมินผลงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นของสถานศึกษามากที่สุด รองลงมาคือ กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการติดตามผล ประเมินผลงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นของสถานศึกษา

ขั้นตอนการประเมินผลการประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบสำรวจเพื่อการวิจัย ผู้วิจัยได้สำรวจโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 แห่ง ตามกรอบแนวคิดซึ่งมีประเด็นการสำรวจ ดังตาราง 16

ตาราง 16 ประเด็นในการสำรวจการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น

ประเด็น	ความถี่ (n = 10)
1. วิธีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	7
2. ผู้รับผิดชอบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	-
3. นโยบายการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	-

จากตาราง 16 แสดงให้เห็นว่าโรงเรียนฝึกอาชีพทั้ง 10 แห่งนั้นมีเพียง 7 แห่งที่มีวิธีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แต่ยังคงขาดผู้รับผิดชอบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และขาดนโยบายการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

จากตาราง 15 และตาราง 16 สรุปได้ว่ามีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบในขั้นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 6 รายการ ส่วนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบสำรวจเพื่อการวิจัยจะเห็นได้ว่าโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 โรงเรียนยังคงขาดผู้รับผิดชอบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และขาดนโยบายการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

สรุปสภาพโดยรวมผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหานั้นพบว่า

1. การสำรวจกลุ่มเป้าหมายพบว่า โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 โรงเรียนมีการดำเนินการสำรวจกลุ่มเป้าหมายแค่เพียงสำรวจความคิดเห็นของนักเรียนนักศึกษาที่เข้ามาเรียนในเรื่องของการประชาสัมพันธ์เท่านั้น แต่ยังคงขาดผู้รับผิดชอบในการสำรวจข้อมูลในด้านต่าง ๆ ซึ่ง

พบว่าฐานข้อมูลทางด้านสารสนเทศนั้นยังมีไม่เพียงพอและยังไม่มีเป้าหมายหรือนโยบายของการสำรวจกลุ่มเป้าหมายที่แน่ชัดว่าจะสำรวจกลุ่มเป้าหมายในเรื่องใดบ้าง ดังนั้นความคิดเห็นของผู้ที่เข้ามาเรียนวิชาชีพพระยะสั้นจึงตอบได้แต่เพียงว่าเข้ามาเรียนเพราะรู้จักโรงเรียนจากสื่อใดเมื่อเรียนแล้วจะนำไปใช้ประโยชน์ด้านใด

ผู้เกี่ยวข้องทางการศึกษาให้ความเห็นในเรื่องของการสำรวจกลุ่มเป้าหมายว่าควรจะมีการสำรวจข้อมูลในหลาย ๆ ด้านเพื่อนำไปทำข้อมูลเรื่องการประชาสัมพันธ์หรือข้อมูลระบบสารสนเทศด้วย ข้อมูลที่ต้องการให้สำรวจก็คือ 1) ข้อมูลวิชาชีพตั้งแต่เปิดสอนหลักสูตรและวิชาใดบ้างในแต่ละวิชาเนื้อหาเป็นอย่างไรเมื่อเรียนแล้วนำไปใช้ด้านใด 2) ข้อมูลทั่วไปซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อโรงเรียน การทำงานของโรงเรียนรวมถึงงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน 3) การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรซึ่งประกอบด้วยข้อมูลโครงสร้างในการบริหารงาน วิธีการจัดการเรียนการสอน นโยบาย ฯลฯ อย่างน้อยเมื่อเข้ามาเรียนจะได้ทราบว่ามึระบบการจัดการและการบริหารงานอย่างไร

2. การวางแผนประชาสัมพันธ์พบว่าโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 แห่งมีวิธีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ได้แก่ โครงการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ โครงการแจกแผ่นพับหรือใบปลิว หรือการจัดออกหน่วยให้บริการต่าง ๆ ซึ่งวิธีการวางแผนนั้นจะต้องคำนึงถึงพื้นที่ที่โรงเรียนตั้งอยู่ว่าวิธีประชาสัมพันธ์แบบใดจะเหมาะสมกับพื้นที่นั้น ๆ และได้ผลดีที่สุด มีผู้รับผิดชอบในงานประชาสัมพันธ์คือ ผู้บริหารและครูผู้สอน แต่ยังไม่มึนโยบายที่แน่ชัดในด้าน การประชาสัมพันธ์ซึ่งโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครในแต่ละแห่งจะดูจำนวนผู้เรียนที่เข้ามาสมัครเป็นหลัก ถ้ามีผู้สมัครเรียนจำนวนน้อยก็จะทำการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นในช่วงนั้น และถ้ามีผู้สมัครเรียนจำนวนมากก็จะทำการประชาสัมพันธ์ที่น้อยลงเช่นเดียวกัน ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครยังไม่มีความต่อเนื่อง

ผู้เกี่ยวข้องทางการศึกษาให้ความเห็นในเรื่องของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นว่าควรแต่งตั้งหน้าที่คณะกรรมการงานประชาสัมพันธ์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทำการสำรวจรวมทั้งจัดลำดับความสำคัญของข้อมูล กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายงานจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น กำหนดระยะเวลาการดำเนินงานกิจกรรมประชาสัมพันธ์และกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหลักสูตรระยะสั้นอย่างเป็นระบบ

3. การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์พบว่าโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 แห่งมีวิธีการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่เช่น บางแห่งเน้นป้ายประชาสัมพันธ์ บางแห่งเน้นการแจกแผ่นพับหรือการโฆษณาผ่านโทรทัศน์หรือวิทยุ มีผู้รับผิดชอบ

ในการผลิตสื่อคือ ครูผู้สอน รับผิดชอบโดยช่วยกันผลิตในส่วนที่พอจะผลิตได้เช่น ผลิตแผ่นพับ อินเทอร์เน็ต แผ่นป้ายขนาดเล็ก ส่วนสื่อประเภทโทรทัศน์หรือวิทยุชุมชนนั้นทางโรงเรียนฝึกออาชีพ กรุงเทพมหานครจะทำหนังสือขอความร่วมมือให้ช่วยประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่งเนื่องจากขาดงบประมาณหรืองบประมาณไม่เพียงพอ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่แน่ชัดในด้านการเลือกสื่อ ยังไม่มีการวางแผนการใช้สื่อที่ชัดเจนเนื่องจากต้องพิจารณาในด้านงบประมาณในปีการศึกษานั้นด้วย

ผู้เกี่ยวข้องทางการศึกษาให้ความเห็นในเรื่องของการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตร ระบุว่าควรเลือกสื่อประชาสัมพันธ์หลาย ๆ สื่อและประชาสัมพันธ์ในหลายช่องทางเช่น สื่อประชาสัมพันธ์ภายในได้แก่ ป้ายนิเทศ จดหมายข่าว เสียงตามสาย ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์ภายนอกได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต อีเมลล์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ สื่อระดมเช่นการออกหน่วยให้บริการประชาชน

4. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์พบว่าโรงเรียนฝึกอชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 แห่งมีวิธีการนำเสนอข่าวสารงานประชาสัมพันธ์เช่น แจกแผ่นพับ ร่วมประชุมหารือกับผู้นำชุมชน ฯลฯ ผู้รับผิดชอบการปฏิบัติการสื่อสารงานประชาสัมพันธ์ก็คือ ครูผู้สอนและบุคลากรภายในโรงเรียน ส่วนนโยบายการปฏิบัติการสื่อสารงานประชาสัมพันธ์เน้นการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ใกล้เคียงโรงเรียนฝึกอชีพกรุงเทพมหานครในแต่ละแห่ง

ผู้เกี่ยวข้องทางการศึกษาให้ความเห็นในเรื่องของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หลักสูตร ระบุว่าควรนำแผนงานหรือโครงการไปสู่กิจกรรมการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นพร้อมทั้งดำเนินงานตามกิจกรรมและระยะเวลาที่กำหนด การจัดทำสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นของสถานศึกษาเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกและภายในสถานศึกษา จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้บริการประชาชนโดยการออกหน่วยให้บริการด้านวิชาชีพเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันการศึกษากับประชาชนควรปรับปรุงข่าวสารงานประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นให้ทันสมัยและทันเหตุการณ์อยู่เสมอ อีกทั้งพัฒนาบุคลากรที่เป็นคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ให้มีทักษะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยการออกประชาสัมพันธ์ในชุมชนภายนอก และหน่วยงานต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ

5. การประเมินผลการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นพบว่าโรงเรียนฝึกอชีพ กรุงเทพมหานครแห่ง มีเพียงโรงเรียนฝึกอชีพกรุงเทพมหานคร 7 แห่งที่มีวิธีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เพียงแต่ทำแบบสอบถามเบื้องต้นเพื่อสอบถามผู้มาสมัครเรียนในเรื่องงานประชาสัมพันธ์ แต่ยังไม่ขาดผู้รับผิดชอบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และขาดนโยบายการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ผู้เกี่ยวข้องทางการศึกษาให้ความเห็นในเรื่องของการประเมินผลการประชาสัมพันธว่า ควรกำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดเครื่องมือ กำหนดระยะเวลาในการติดตามผล ประเมินผลงาน ประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นของสถานศึกษา คือ การประเมินผลก่อนการดำเนินการ การประเมินผล ระหว่างดำเนินการ การประเมินผลเมื่อสิ้นสุดดำเนินการ การประเมินผลงานประชาสัมพันธ ประจำปี อีกทั้งประเมินผลร่วมกันระหว่างคณะทำงานประชาสัมพันธ ผู้บริหารสถานศึกษา ชุมชน และประชาชน ผู้เข้ามาศึกษา วิชาชีพระยะสั้น โดยการ ประเมินผู้ส่งสารประเมินข่าวสาร ประเมิน ช่องทางสื่อ และประเมินผู้รับสาร เมื่อประเมินผลเป็นที่เรียบร้อยแล้วก็ควรรายงานผล การปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นให้หน่วยงานทราบผลการปฏิบัติงานและนำผลการประเมินงาน ประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นมาพัฒนาเพื่อปรับปรุงงานประชาสัมพันธครั้งต่อไป

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนารูปแบบ

ผู้วิจัยได้นำสรุปผลจากการสัมภาษณ์และการสำรวจมาพัฒนาร่างเป็นรูปแบบงาน ประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครดังต่อไปนี้

รูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ

1. การสำรวจกลุ่มเป้าหมาย

การสำรวจกลุ่มเป้าหมายในงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพ กรุงเทพมหานครนั้นแบ่งเป็นการสำรวจข้อมูลออกเป็น 3 หัวข้อดังนี้คือ

1.1 การสำรวจเกี่ยวกับวิชาชีพระยะสั้น

1.1.1 สำรวจข้อมูลวิชาชีพระยะสั้นที่โรงเรียนทำการเปิดสอน

1.1.2 สำรวจข้อมูลวิชาชีพที่ประชาชนภายนอกต้องการเข้ามาศึกษา ผู้ที่ทำ หน้าที่งานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนทุกฝ่ายควรจะสำรวจความต้องการของวิชาชีพที่ประชาชน ทั่วไปหรือบุคคลที่ต้องการประกอบวิชาชีพเพื่อเสริมรายได้นั้นต้องการจะเรียนวิชาใดมากที่สุด

1.1.3 สำรวจข้อมูลวิชาชีพที่ผู้จบการศึกษาหรือศิษย์เก่า นำวิชาชีพระยะสั้นไป ใช้ประโยชน์ด้านใดซึ่งการสำรวจนี้จะป็นข้อมูลในการแนะนำและประชาสัมพันธให้ผู้สนใจจะ เข้ามาเรียนในวิชาชีพระยะสั้นได้ทราบแนวทางการนำวิชาชีพไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ กัน ถึงแม้ว่าเมื่อเรียนวิชาชีพระยะสั้นจบหลักสูตรไปแล้วและไม่ได้นำไปประกอบอาชีพก็สามารถนำ วิชาไปใช้ประโยชน์ได้เดียวกัน

1.1.4 สำรวจข้อมูลวิชาชีพที่ผู้จบการศึกษา (ศิษย์เก่า) และประสบความสำเร็จ ในด้านวิชาชีพที่เรียนมา

1.1.5 สํารวจข้อมูลสถานประกอบการที่ต้องการแรงงานวิชาชีพระยะสั้น

1.1.6 สํารวจข้อมูลเนื้อหาวิชาชีพระยะสั้นในแต่ละวิชาที่ทำการเปิดสอน การ
สํารวจข้อมูลจะสํารวจโดยแบ่งข้อมูลเนื้อหา ดังนี้

1.2 การสํารวจข้อมูลทั่วไป

1.2.1 สํารวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนภายนอกที่มีต่อโรงเรียนฝึกอ
อาชีพกรุงเทพมหานคร เป็นการสํารวจทัศนคติและความคิดเห็นทั่วไปเพื่อนํามาปรับปรุงและ
พัฒนางานโรงเรียนในด้านการประสัมพันธ์และด้านอื่น ๆ

1.2.2 สํารวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนที่มีต่องานประสัมพันธ์
ภายในโรงเรียนและวิชาชีพที่ทำการเปิดสอนภายในโรงเรียน

1.2.3 สํารวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนภายนอกโรงเรียนที่มีต่องาน
ประสัมพันธ์ของโรงเรียน การสํารวจนี้จะได้นํามาเป็นข้อมูลในการดำเนินคํานางาน
ประสัมพันธ์ในขั้นการวางแผนต่อไป

1.3 การสํารวจข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร

1.3.1 สํารวจข้อมูลของโครงสร้างการบริหารงานโรงเรียนฝึกอ
อาชีพกรุงเทพมหานคร โดยนําคข้อมูลของขบขายการบริหารงานในแต่ละฝ่ายมาเป็นข้อมูลในการ
ประสัมพันธ์

1.3.2 สํารวจข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรภายใน
โรงเรียน โดยเฉพาะครูประจำวิชาที่สอน เพื่อจะได้แนะนำให้ผู้เข้ามาเรียนรู้จักและสามารถไปขอ
คําแนะนำได้ถูกต้องในแนวทางของวิชาชีพนั้น ๆ

1.3.3 สํารวจข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายขององค์กรหรือเป้าหมายขององค์กรได้แก่
ปรัชญาการศึกษา วิสัยทัศน์ พันธกิจ ประวัติความเป็นมาเพื่อเป็นข้อมูลในการประสัมพันธ์

1.3.4 สํารวจข้อมูลการจัดการเรียนการสอนในแต่ละวิชา ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหรือ
ฝ่ายประสัมพันธ์จะได้อตอบคําถามข้อสงสัยและแนะนำให้ผู้สนใจจะเข้ามาสมัครเรียนได้ถูกต้อง

2. การวางแผนประสัมพันธ์

การวางแผนประสัมพันธ์ประกอบด้วยกิจกรรมการวางแผนดังนี้

2.1 วิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กร หลังจากที่ได้รวบรวมข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่ได้ทำ
การสํารวจ โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้สํารวจทั้งสามด้าน คือ ข้อมูลเกี่ยวกับวิชาชีพ ข้อมูลทั่วไปและข้อมูล
ขององค์กรนำมาวิเคราะห์และเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2 นําคข้อมูลที่ได้อมาจัดอันดับความสำคัญและประชุมให้แก่บุคลากรใน
สถานศึกษาได้รับทราบแนวทางการประสัมพันธ์

- 2.3 แต่งตั้งและกำหนดหน้าที่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์
- 2.4 กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์และเป้าหมายของงานประชาสัมพันธ์หลักสูตร
ระยะสั้น
- 2.5 กำหนดแผนงานและโครงการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น
- 2.6 กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก และ
กลุ่มเป้าหมายรองโดยกำหนดว่าจะไปประชาสัมพันธ์ที่ใด
- 2.7 จัดทำแผนปฏิบัติงานตามแผน โครงการและกิจกรรมงานประชาสัมพันธ์
หลักสูตรระยะสั้น โดยกำหนดแผนทุกหลักสูตรตั้งแต่หลักสูตร 150 ชั่วโมง ถึง 60 ชั่วโมง
- 2.8 กำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น
ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในเรื่องของการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ค่ายานพาหนะในการออกประชาสัมพันธ์
และค่าใช้จ่ายในด้านอื่น ๆ
- 2.9 กำหนดระยะเวลาการดำเนินงานกิจกรรมประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นในแต่ละ
หลักสูตร

3. การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้นั้นแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

- 3.1 สื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน ใช้สื่อดังนี้
- 3.1.1 สื่อบุคคล (Personal media) ได้แก่ การพบปะสนทนาทั้งเป็นทางการและไม่
เป็นทางการ
- 3.1.2 จดหมายข่าว (News letter) ได้แก่ ข่าวความเคลื่อนไหว คำสั่งปฏิบัติงาน
- 3.1.3 ป้ายนิเทศ (Bulletin board) ได้แก่ ป้ายประกาศตามศูนย์กลางที่คนผ่านไปมา
ป้ายแนะนำวิชาชีพด้านต่าง ๆ
- 3.1.4 เสียงตามสาย (Voice evacuation system) ภายในโรงเรียนโดยการจัด
รายการบันทึกและกระจายข่าวภายในหน่วยงานรวมทั้งรายการแนะนำงานวิชาชีพ
- 3.1.5 สื่ออนาคต (Information technology media) ได้แก่ อินเทอร์เน็ต อีเมลล์
หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์
- 3.2 สื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก ใช้สื่อดังนี้
- 3.2.1 สื่อสิ่งพิมพ์ (Print media) ได้แก่ แผ่นพับ โบปปลิว
- 3.2.2 สื่อบุคคล (Personal media) เช่น การพูดคุย การติดต่อทางโทรศัพท์การ
ประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ตามหน่วยงานต่าง ๆ

3.2.3 สื่ออนาคต (Information technology media) ได้แก่อินเทอร์เน็ต อีเมลล์ หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสื่อชนิดนี้ใช้ได้ทั้งภายนอกและภายใน

3.2.4 สื่อระดม (Miscellaneous media) เป็นสื่อการจัดกิจกรรมการออกหน่วย ให้บริการแก่ประชาชนทางด้านวิชาชีพ

3.2.5 สื่อสารมวลชน (Mass media) คือ สื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง โดยขอความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ไปยังวิทยุชุมชน

3.2.6 สื่อสารมวลชน (Mass media) ประเภทโทรทัศน์โดยขอความร่วมมือไปยัง สถานีช่องต่าง ๆ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์เป็นตัวอักษรวิ่งหรือช่วยประกาศออกอากาศเป็นข่าว ประชาสัมพันธ์แบบสั้น ๆ

4. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประกอบด้วยกิจกรรมดังนี้

4.1 นำแผนงานและโครงการไปสู่กิจกรรมการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์หลักสูตร ระยะสั้นพร้อมทั้งดำเนินงานตามกิจกรรมและระยะเวลาที่กำหนด

4.2 สร้างเครือข่ายในงานประชาสัมพันธ์ไปยังหน่วยงานเอกชน รัฐบาล รวมทั้ง สถานประกอบการต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ

4.3 จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้บริการประชาชน ที่เรียกว่าออกหน่วยให้บริการ ด้านวิชาชีพเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันการศึกษากับประชาชน

4.4 จัดทำสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นของสถานศึกษาทั้งการ ประชาสัมพันธ์ภายนอกและภายในสถานศึกษา

4.5 พัฒนาบุคลากรที่เป็นคณะกรรมการงานประชาสัมพันธ์ให้มีทักษะในการ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยการออกประชาสัมพันธ์ในชุมชนภายนอกและหน่วยงานต่าง ๆ อย่าง สม่ำเสมอ

4.6 ปรับปรุงข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น ให้ทันสมัยและทันเหตุการณ์อยู่เสมอ

5. การประเมินผลการประชาสัมพันธ์

การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ มีกิจกรรมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดังนี้

5.1 กำหนดวัตถุประสงค์ในการติดตาม ประเมินผลงานประชาสัมพันธ์หลักสูตร ระยะสั้นของสถานศึกษา

5.2 กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการติดตามผลและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ หลักสูตรระยะสั้นของสถานศึกษา

5.3 กำหนดระยะเวลาในการติดตามผล ประเมินผลประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น ของสถานศึกษาโดยกำหนดระยะเวลาในการติดตามคือ

5.3.1 การประเมินผลก่อนการดำเนินการประชาสัมพันธ์

5.3.2 การประเมินผลระหว่างดำเนินการประชาสัมพันธ์

5.3.3 การประเมินผลเมื่อสิ้นสุดดำเนินการประชาสัมพันธ์

5.3.4 การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ประจำปี

5.4 ประเมินผลร่วมกันระหว่างคณะทำงานประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารสถานศึกษา ชุมชนและประชาชนผู้เข้ามาศึกษาวิชาชีพระยะสั้น โดยประเมิน

5.4.1 ประเมินผู้ส่งสาร

5.4.2 ประเมินข่าวสาร

5.4.3 ประเมินช่องทางสื่อ

5.4.4 ประเมินผู้รับสาร

5.5 นำผลจากการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์มาวิเคราะห์และสรุปจัดทำรายงาน ผลการประชาสัมพันธ์

5.6 นำผลการประเมินงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นมาพัฒนาและปรับปรุง งานประชาสัมพันธ์ครั้งต่อไป

5.7 รายงานผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นให้หน่วยงานทราบ ผลการปฏิบัติงาน

ตอนที่ 3 ผลการตรวจสอบรูปแบบ

ผู้วิจัยได้นำร่างรูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกออาชีพ กรุงเทพมหานครมาตรวจสอบตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบรูปแบบเชิงคุณลักษณะ (Qualitative) โดยการนำร่างรูปแบบการพัฒนางานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานครตามขั้นตอนที่ 2 มาสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย และนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยร่างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแสดงความคิดเห็นในร่างรูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกออาชีพ กรุงเทพมหานคร พบว่าผู้เชี่ยวชาญจำนวน 15 คน มีความคิดเห็นการพัฒนาารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น 5 ขั้นตอน 46 รายการ มีความตรงเชิงเนื้อหาและโครงสร้างตามหลักวิชาการ สอดคล้องกันโดยมีค่าความสอดคล้อง 0.60 – 1.00 โดยมีรายละเอียดดังตาราง 17

ตาราง 17 การวิเคราะห์การหาค่าความสอดคล้อง (IOC) ของร่างรูปแบบงานประชาสัมพันธ์
หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานคร

รูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น	คะแนนความคิดเห็น			ค่า IOC	สรุปผล
	(n=15)				
	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย		
ขั้นที่ 1 การสำรวจกลุ่มเป้าหมาย					
1. ข้อมูลเกี่ยวกับวิชาชีพโดยมีกิจกรรมดังนี้					
1.1 สำรวจข้อมูลวิชาชีพระยะสั้นที่โรงเรียน ทำการเปิดสอน	15			1.00	ใช้ได้
1.2 สำรวจข้อมูลวิชาชีพที่ประชาชนภายนอก ต้องการเข้ามาศึกษา	15			1.00	ใช้ได้
1.3 สำรวจข้อมูลข้อมูลวิชาชีพของผู้จบ การศึกษาได้นำวิชาชีพระยะสั้นไปใช้ประโยชน์ ด้านใด	14	1		0.93	ใช้ได้
1.4 สำรวจข้อมูลวิชาชีพของผู้เรียนที่จบ การศึกษาและประสบความสำเร็จในวิชาชีพนั้นๆ	14	1		0.93	ใช้ได้
1.5 สำรวจข้อมูลสถานประกอบการที่ ต้องการ	14	1		0.93	ใช้ได้
1.6 สำรวจข้อมูลเนื้อหาวิชาชีพระยะสั้นในแต่ ละวิชาที่เปิดสอน	15			1.00	ใช้ได้
2. ข้อมูลทั่วไปโดยมีกิจกรรมดังนี้					
2.1 สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของ ประชาชนภายนอกที่มีต่อโรงเรียนฝึกออาชีพ กรุงเทพมหานคร	12	2	1	0.80	ใช้ได้
2.2 สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของ ผู้เรียน ที่มีต่องานประชาสัมพันธ์ภายใน โรงเรียนและวิชาชีพที่ทำการเปิดสอนภายใน โรงเรียน	12	2	1	0.80	ใช้ได้
2.3 สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของ ประชาชน ภายนอกที่มีต่องานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียน	11	2	2	0.73	ใช้ได้

ตาราง 17 (ต่อ)

รูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น	คะแนนความคิดเห็น			ค่า IOC	สรุปผล
	(n=15)				
	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย		
3. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร(โรงเรียน)โดยมีกิจกรรมดังนี้					
3.1 สำรวจข้อมูลโครงสร้างการบริหารงานของโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร	12	2	1	0.80	ใช้ได้
3.2 สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรในโรงเรียน	11	4		0.73	ใช้ได้
3.3 สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายขององค์กรหรือเป้าหมายขององค์กร	14	1		0.93	ใช้ได้
3.4 สำรวจข้อมูลการวิธีการจัดการเรียนการสอน แต่ละวิชาชีพภายในโรงเรียน	15			1.00	ใช้ได้
ขั้นที่ 2 การวางแผนการประชาสัมพันธ์					
ประกอบด้วยกิจกรรมการวางแผนดังนี้					
2.1 วิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กรหลังจากที่ได้รวบรวมข้อมูลด้านต่าง ๆ แนวทางการประชาสัมพันธ์	15			1.00	ใช้ได้
2.2 นำข้อมูลที่ได้มาจัดอันดับความสำคัญและประชุมให้แก่บุคลากร ในสถานศึกษาได้รับทราบ	15			1.00	ใช้ได้
2.3 แต่งตั้งและกำหนดหน้าที่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์	15			1.00	ใช้ได้
2.4 กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น	15			1.00	ใช้ได้
2.5 กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง นั่นคือ การวางแผนประชาสัมพันธ์ภายใน	12	2	1	0.80	ใช้ได้
2.6 กำหนดแผนงานและโครงการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น	14	1		0.93	ใช้ได้

ตาราง 17 (ต่อ)

รูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น	คะแนนความคิดเห็น			ค่า IOC	สรุปผล
	(n=15)				
	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย		
2.7 จัดทำแผนปฏิบัติงานตามแผน โครงการ และ กิจกรรมงานประชาสัมพันธ์หลักสูตร ระยะสั้น	15			1.00	ใช้ได้
2.8 กำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น	15			1.00	ใช้ได้
2.9 กำหนดระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรม ประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นในแต่ละ หลักสูตร	15			1.00	ใช้ได้
ขั้นที่ 3 การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์					
สื่อการประชาสัมพันธ์ภายในใช้สื่อดังนี้					
3.1 สื่อบุคคล (Personal media) ได้แก่ การพบปะสนทนาทั้งเป็นทางการ และไม่ เป็นทางการ	15			1.00	ใช้ได้
3.2 จดหมายข่าว (New letter) ได้แก่ ข่าว ความเคลื่อนไหว คำสั่งปฏิบัติงาน	15			1.00	ใช้ได้
3.3 ป้ายนิเทศ (Bulletin board) ได้แก่ ป้ายประกาศตามศูนย์กลางที่คนผ่านไปมา ป้ายแนะนำวิชาชีพ	15			1.00	ใช้ได้
3.4 เสียงตามสาย (Voice evacuation system) ได้แก่การจัดรายการบันเทิงและ กระจายข่าวภายในหน่วยงานรวมทั้งรายการ แนะนำงานวิชาชีพ	15			1.00	ใช้ได้
3.5 สื่ออนาคต (Information technology media) สื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกใช้สื่อดังนี้	15			1.00	ใช้ได้
3.6 สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) ได้แก่ แผ่น พับใบปลิว หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร	15			1.00	ใช้ได้
3.7 สื่อบุคคล(Personal media) ได้แก่ การพูดคุย การติดต่อทางโทรศัพท์ การประชาสัมพันธ์ เคลื่อนที่ตามหน่วยงานต่าง ๆ	15			1.00	ใช้ได้

ตาราง 17 (ต่อ)

รูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น	คะแนนความคิดเห็น			ค่า IOC	สรุปผล
	(n=15)				
	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย		
3.8 สื่ออนาคต (Information technology media) ได้แก่อินเทอร์เน็ต อีเมลล์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	15			1.00	ใช้ได้
3.9 สื่อระดม (Miscellaneous media) ได้แก่ การจัดกิจกรรมออกหน่วยบริการทางด้านวิชาชีพ	15			1.00	ใช้ได้
3.10 สื่อสารมวลชน (Mass media) ประเภทวิทยุกระจายเสียง	15			1.00	ใช้ได้
3.11 สื่อสารมวลชน (Mass media) ประเภท โทรทัศน์	15			1.00	ใช้ได้
ขั้นที่ 4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
มีกิจกรรมการดำเนินการดังนี้					
4.1 นำแผนงาน โครงการไปสู่กิจกรรมการ ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น พร้อมทั้งดำเนินงานตามกิจกรรมและระยะเวลาที่ กำหนด	15			1.00	ใช้ได้
4.2 สร้างเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ไปยัง หน่วยงานเอกชน รัฐบาล รวมทั้งสถาน ประกอบการต่าง ๆ	15			1.00	ใช้ได้
4.3 จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้บริการ ประชาชน ได้แก่ ออกหน่วยให้บริการด้าน วิชาชีพเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง สถาบันการศึกษากับประชาชน	15			1.00	ใช้ได้
4.4 จัดทำสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หลักสูตร ระยะสั้นของสถานศึกษาทั้งการ ประชาสัมพันธ์ ภายนอกและภายในสถานศึกษา	15			1.00	ใช้ได้
4.5 พัฒนาบุคลากรที่เป็นคณะกรรมการ ประชาสัมพันธ์ ให้มีทักษะในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ โดยการออกประชาสัมพันธ์ใน ชุมชน ภายนอก	15			1.00	ใช้ได้

ตาราง 17 (ต่อ)

รูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น	คะแนนความคิดเห็น			ค่า IOC	สรุปผล
	(n=15)				
	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย		
4.6 ปรับปรุงข่าวสารงานประชาสัมพันธ์และสื่อใช้ได้ประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นให้ทันสมัย และทันเหตุการณ์อยู่เสมอ	15			1.00	ใช้ได้
ขั้นที่ 5 การประเมินผลการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและวิธีการประเมินดังนี้					
5.1 กำหนดวัตถุประสงค์ในการติดตามประเมินผลงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นของสถานศึกษา	15			1.00	ใช้ได้
5.2 กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการติดตามผลประเมินผลงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นของสถานศึกษา	15			1.00	ใช้ได้
5.3 กำหนดระยะเวลาในการติดตามผล	13	2		0.86	ใช้ได้
5.4 ประเมินผลร่วมกันระหว่างคณะทำงานประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารสถานศึกษา ชุมชน และประชาชนผู้เข้ามศึกษาวิชาชีพระยะสั้น ได้แก่ ประเมินผู้ส่งสาร ประเมินข่าวสาร ประเมินช่องทางสื่อ และ ประเมินผู้รับสาร	14	1		0.93	ใช้ได้
5.5 นำผลจากการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ มาวิเคราะห์และสรุปจัดทำรายงานผลการประชาสัมพันธ์	14	1		0.93	ใช้ได้
5.6 รายงานผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นให้หน่วยงานทราบผลการปฏิบัติงาน	15			1.00	ใช้ได้

จากตาราง 17 สรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 15 คนมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่ารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานครที่พัฒนาขึ้นมี 5 ขั้นตอน

46 รายการนั้นมีค่า IOC เท่ากับ 0.60 ขึ้นไปทุกรายการถือว่าร่างรูปแบบงานประชาสัมพันธ์ หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครนั้นใช้ได้

ขั้นตอนย่อยที่ 3 การตรวจสอบรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative) ด้วยวิธีการประเมินรูปแบบโดยในโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) โดยการนำร่างรูปแบบการพัฒนาประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครที่ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบและมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน 5 ขั้นตอน 46 รายการในขั้นตอนย่อยที่ 2 มาให้บุคลากรโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) จำนวน 32 คนพิจารณาในภาพรวมของรูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครในด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ในเชิงการบริหาร ด้านความเป็นไปได้ในความสามารถทางเทคนิคในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และด้านความเป็นไปได้ในทรัพยากรกำลังคน เงิน สิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินการตามรูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร ดังตาราง 18

ตาราง 18 การวิเคราะห์ค่า \bar{X} ค่า S.D. ในการพิจารณาในภาพรวมของรูปแบบงาน

ประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครในด้านความเหมาะสม และความเป็นไปได้ทุกข้อ

ลำดับที่ / ข้อความ	ค่า \bar{X}	ค่า S.D.	ความหมาย
1. ด้านความเหมาะสม	3.46	0.56	เหมาะสมมาก
2. ด้านความเป็นไปได้ในเชิงบริหาร	3.46	0.56	เป็นไปได้มาก
3. ด้านความเป็นไปได้ในความสามารถทางเทคนิคในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง	3.56	0.56	เป็นไปได้มากที่สุด
4. ด้านความเป็นไปได้ในทรัพยากรกำลังคน เงิน สิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินการตามรูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร	3.18	0.59	เป็นไปได้มาก

จากตาราง 18 แสดงว่าการประเมินรูปแบบทั้ง 4 ด้านของรูปแบบงานประชาสัมพันธ์ หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครในภาพรวมมีความเหมาะสมและเป็นไปได้

จากการตอบแบบสอบถามการประเมินรูปแบบทั้ง 4 ด้านนั้นยังมีข้อเสนอแนะจากบุคลากรโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัตนะ) ในการนำรูปแบบไปใช้งานในด้านต่าง ๆ ซึ่งข้อเสนอแนะปรากฏในตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 19 ข้อเสนอแนะในการประเมินรูปแบบด้านความเหมาะสม

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่ (n = 32)
1.	ควรมีแผนการประชาสัมพันธ์ระยะยาวและระยะสั้น เช่น 1-3 วัน 1 สัปดาห์ 1 เดือน 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี	16
2.	หลีกเลี่ยงการทำงานที่ซับซ้อนของบุคลากรหรือมอบหมายให้บุคลากรปฏิบัติงานหลายหน้าที่และมอบหมายหน้าที่บุคลากรให้ทำหน้าที่งานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โดยจัดแบ่งหน้าที่โดยมิให้รับหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ซับซ้อน	14
3.	ควรจัดให้มีบุคลากรที่ทำหน้าที่งานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะเพราะจะต้องประชาสัมพันธ์ตลอดเวลาโดยไม่แบ่งเวลาครูผู้สอนมาทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ไปด้วย	1

ตาราง 20 ข้อเสนอแนะในการประเมินรูปแบบด้านความเป็นไปได้ในทรัพยากรกำลังคน เงิน สิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินการตามรูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่ (n = 32)
1.	แต่งตั้งและกำหนดหน้าที่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งกำหนดหน้าที่บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์	14
2.	ควรหลีกเลี่ยงการทำงานที่ซับซ้อนในด้านของการสำรวจข้อมูล หรือข้อมูลที่ไม่จำเป็นก็ไม่จำเป็นต้องสำรวจ	2
3.	ผู้บริหารควรทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานของหน่วยงานต่าง ๆ ภายนอก	3

ตาราง 21 ข้อเสนอแนะในการประเมินรูปแบบด้านความสามารถทางเทคนิคในการปฏิบัติของบุคลากรที่เกี่ยวข้องรูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกออาชีพ กรุงเทพมหานคร

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่ (n = 32)
1.	ฝึกอบรมให้บุคลากรมีความรู้ความชำนาญด้านงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	1

ตาราง 22 ข้อเสนอแนะในการประเมินรูปแบบด้านความสามารถทางเทคนิคในการปฏิบัติของบุคลากรที่เกี่ยวข้องสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินการตามรูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่ (n = 32)
1.	จัดทำสื่อให้เหมาะสมกับคนในแต่ละประเภท	14
2.	ดำเนินการจัดสรรงบประมาณให้แก่โครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความสำคัญสูงหรือมีความจำเป็นเรียงลำดับไปจนถึงกิจกรรมที่มีความสำคัญรองลงมา	2

จากตาราง 19, 20, 21, 22 แสดงให้เห็นว่าหลังจากการตอบแบบสอบถามเพื่อพิจารณาว่ารูปแบบงานประชาสัมพันธ์มีข้อเสนอแนะในเรื่องที่ควรมีแผนการประชาสัมพันธ์ระยะยาวและระยะสั้น เช่น 1 – 3 วัน 1 สัปดาห์ 1 เดือน 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี และหลีกเลี่ยงการทำงานที่ซับซ้อนของบุคลากรหรือมอบหมายให้บุคลากรปฏิบัติงานหลายหน้าที่และมอบหมายหน้าที่บุคลากรให้ทำหน้าที่งานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นโดยจัดแบ่งหน้าที่โดยมิให้รับหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ซับซ้อนซึ่งควรเพิ่มข้อเสนอแนะนี้ลงไปในช่วงตอนที่ 2 ในเรื่องการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ส่วนการแต่งตั้งและกำหนดหน้าที่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งกำหนดหน้าที่บุคลากรที่ทำหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์ควรเพิ่มในช่วงตอนที่ 4 ในเรื่องของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ข้อคิดเห็นอื่น ๆ เป็นเพียงข้อเสนอแนะในการทำงานที่ควรและนำไปปรับปรุงให้ดีขึ้น

ตอนที่ 4 การแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาเป็นรูปแบบฉบับสมบูรณ์

ขั้นที่ 1 นำผลการตรวจสอบรูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครมาปรับปรุงให้เป็นรูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โดยเพิ่มขั้นตอนและแก้ไขในขั้นตอนที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์ในหัวข้อ 2.7 ดังนี้

2.7 จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ระยะยาวและระยะสั้น เช่น 1-3 วัน 1 สัปดาห์

1 เดือน 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี

ส่วนขั้นตอนที่ 4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แก้ไขและเพิ่มเติมในหัวข้อ 4.2 ดังนี้

4.2 มอบหมายหน้าที่บุคลากรให้ทำหน้าที่งานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โดยจัดแบ่งหน้าที่โดยมิให้รับหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ซ้อน

ขั้นที่ 2 นำผลการตรวจสอบรูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครมาปรับปรุงให้เป็นรูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นฉบับสมบูรณ์ดังนี้

1. การสำรวจกลุ่มเป้าหมาย

การสำรวจกลุ่มเป้าหมายในงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครนั้นแบ่งเป็นการสำรวจข้อมูลออกเป็น 3 หัวข้อดังนี้คือ

1.1 การสำรวจเกี่ยวกับวิชาชีพระยะสั้น

1.1.1 สำรวจข้อมูลวิชาชีพระยะสั้นที่โรงเรียนทำการเปิดสอน เริ่มสำรวจจากหลักสูตร 150 ชั่วโมง 90 ชั่วโมง 75 ชั่วโมง และ 60 ชั่วโมง โดยแต่ละหลักสูตรนั้นเปิดสอนหมวดวิชาใดหมู่วิชาใดที่ทำการเปิดสอนในโรงเรียนบ้าง เช่น หลักสูตร 150 ชั่วโมง

หมวดวิชาอุตสาหกรรม จำนวน 4 หมู่วิชา 27 ช่าง เปิดสอนวิชาดังนี้

หมู่วิชาอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 3 วิชาช่างเช่น

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| 1) วิชาช่างวิทยุ | (หลักสูตร 150 ชั่วโมง) |
| 2) วิชาช่างเครื่องเสียง | (หลักสูตร 150 ชั่วโมง) |
| 3) วิชาช่างโทรทัศน์ | (หลักสูตร 150 ชั่วโมง) |

หมวดวิชาคหกรรม จำนวน 6 หมู่วิชา 44 วิชาช่าง เปิดสอนวิชาดังนี้

หมู่วิชาอาหารและโภชนาการ จำนวน 3 วิชาช่าง เช่น

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| 1) วิชาอาหารไทย | (หลักสูตร 75 ชั่วโมง) |
| 2) วิชาขนมไทย | (หลักสูตร 75 ชั่วโมง) |
| 3) วิชาคูกี้และเค้ก | (หลักสูตร 75 ชั่วโมง) |

การสำรวจข้อมูลวิชาชีพเหล่านี้จะเป็นข้อมูลในการนำมาคิดประกาศในเรื่องของวันเวลา หรือสถานที่ของการกำหนดการรับสมัครเรียน การเปิดเรียน และระยะเวลาในการจบหลักสูตร เพื่อให้บุคคลที่สนใจเข้ามาเรียนได้รับทราบ

1.1.2 สำรวจข้อมูลวิชาชีพที่ประชาชนภายนอกต้องการเข้ามาศึกษา ผู้ที่ทำหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนทุกฝ่ายควรจะสำรวจความต้องการของวิชาชีพที่ประชาชนทั่วไปหรือบุคคลที่ต้องการประกอบวิชาชีพเพื่อเสริมรายได้นั้นต้องการจะเรียนวิชาใดมากที่สุด เช่น ต้องการเรียนวิชาอาหารจีน ต้องการเรียนการซ่อมคอมพิวเตอร์ ต้องการเรียนเต้นรำ หรือเรียนวิชาการแสดง

การสำรวจข้อมูลเหล่านี้จะเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาการเปิดหลักสูตรให้ตรงตามความต้องการของผู้เรียนเพื่อไม่ให้เกิดหลักสูตรนั้นสูญเปล่าหรือสิ้นเปลืองงบประมาณเนื่องจากมีผู้สมัครเข้ามาเรียนน้อยหรือเมื่อเรียนไปแล้วอาจจะไม่ได้นำวิชาเหล่านั้นไปใช้

1.1.3 สำรวจข้อมูลวิชาชีพที่ผู้จบการศึกษาหรือศิษย์เก่า นำวิชาชีพระยะสั้นไปใช้ประโยชน์ด้านใดซึ่งการสำรวจนี้จะเป็นข้อมูลในการแนะนำและประชาสัมพันธ์ให้ผู้สนใจจะเข้ามาเรียนในวิชาชีพระยะสั้นได้ทราบแนวทางการนำวิชาชีพไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ กัน ถึงแม้ว่าเมื่อเรียนวิชาชีพระยะสั้นจบหลักสูตรไปแล้วและไม่ได้นำไปประกอบอาชีพก็สามารถนำวิชาไปใช้ประโยชน์ได้เดียวกัน ตัวอย่างเช่น เรียนวิชาซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าก็สามารถซ่อมเครื่องใช้ในบ้านได้ วิชาเสื้อผ้าสตรีก็สามารถซ่อมเสื้อผ้าที่ขาดและสามารถตัดเสื้อผ้าแบบต่างให้กับสมาชิกในครอบครัวได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย วิชาอาหารก็สามารถทำอาหารรสชาติดีภายในครอบครัวหรือเป็นของฝากในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ได้โดยประหยัดค่าใช้จ่าย

การสำรวจข้อมูลวิชาชีพระยะสั้นในด้านการนำไปใช้ประโยชน์นั้นจะเป็นการส่งเสริมความคิดหรือแนวทางในการนำไปใช้ประโยชน์นอกเหนือจากการนำไปประกอบวิชาชีพ บางครั้งเมื่อผู้เข้ามาเรียนในวิชาชีพที่ตนต้องการจบแล้วนั้นอาจจะมองหาวิชาชีพในด้านอื่น ๆ เพื่อใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ดังนั้นจึงไม่ควรมองข้ามข้อมูลในด้านนี้

1.1.4 สำรวจข้อมูลวิชาชีพที่ผู้จบการศึกษา(ศิษย์เก่า) และประสบความสำเร็จในด้านวิชาชีพที่ได้เรียนมา การสำรวจข้อมูลของผู้เรียนที่ประสบความสำเร็จช่วยในเรื่องการประชาสัมพันธ์ในหลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพซึ่งทำให้ผู้เรียนสามารถประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านชื่อเสียงของวิชาช่างต่างๆ อาทิ เช่น เมื่อต้องการเรียนวิชาสปา ๆ ก็ให้นึกถึงโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร

ศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จในวิชาชีพนั้น ๆ จะเป็นสิ่งประชาสัมพันธ์ที่ดีอีกทางหนึ่ง และอาจเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้เรียนวิชาชีพพระยะสั้น ได้มีความพยายามที่จะประสบความสำเร็จ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์เบื้องต้นอีกด้วย

1.1.5 สํารวจข้อมูลสถานประกอบการที่ต้องการแรงงานวิชาชีพพระยะสั้น เป็นการสำรวจว่าแหล่งงานตามสถานประกอบการต่าง ๆ นั้นต้องการแรงงานฝีมือในระดับใด และต้องการฝีมือแรงงานในช่วงใดบ้าง การสำรวจนี้อาจเป็นข้อมูลให้กับผู้ที่สนใจสมัครเรียนในเบื้องต้นเพื่อประกอบการตัดสินใจในการสมัครเรียน และทางโรงเรียนจะได้ทราบข้อมูลข่าวสารในการรับสมัครงานของสถานประกอบการต่าง ๆ มาเป็นข้อมูลในการเปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรวิชาชีพพระยะสั้นให้ตรงกับความต้องการของตลาด

1.1.6 สํารวจข้อมูลเนื้อหาวิชาชีพพระยะสั้นในแต่ละวิชาที่ทำการเปิดสอน ซึ่งการสำรวจข้อมูลจะสำรวจโดยแบ่งข้อมูลเนื้อหา ดังนี้

1.6.1.1 เนื้อหาวิชาที่สอน

1.6.1.2 การนำวิชาที่เรียนไปใช้ประโยชน์

1.6.1.3 เกณฑ์การรับสมัครนักศึกษาในวิชาที่เรียนนั้น ๆ

1.6.1.4 ภาพกิจกรรมการเรียนการสอนในวิชานั้น ๆ

1.6.1.5 ภาพและชื่อของครูผู้สอน

1.2 การสำรวจข้อมูลทั่วไป

1.2.1 สํารวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนภายนอกที่มีต่อโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานคร เป็นการสำรวจทัศนคติและความคิดเห็นทั่วไปเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนางานโรงเรียนในด้านการประชาสัมพันธ์และด้านอื่น ๆ เช่น เจตคติต่อวิชาชีพที่เปิดสอน ความเชื่อมั่นในตัวของบุคลากรที่ทำการสอนและคุณภาพในการเรียนการสอน ทัศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานคร ฯลฯ

การสำรวจเจตคตินี้จะช่วยปรับปรุงแก้ไขในสิ่งที่เป็นข้อมูลด้านลบให้มีข้อมูลในด้านที่เป็นบวกเพิ่มขึ้น เพื่อที่จะให้ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขในสิ่งที่เกิดความเข้าใจผิดและแก้ไขภาพลักษณ์ที่ไม่ดีขององค์กร

1.2.2 สํารวจข้อมูลเกี่ยวกับเจตคติของผู้เรียนที่มีต่องานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนและวิชาชีพที่ทำการเปิดสอนภายในโรงเรียน

1.2.3 สํารวจข้อมูลเกี่ยวกับเจตคติของประชาชนภายนอกที่มีต่องานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน การสำรวจนี้จะได้นำมาเป็นข้อมูลในการดำเนินด้านงานประชาสัมพันธ์เช่น ตามทัศนคติของประชาชนอาจเห็นว่าสื่อที่ใช้การประชาสัมพันธ์อาจจะมีน้อย

ไปหรือ เนื้อหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์นั้นอาจไม่เหมาะสม ซึ่งเมื่อทราบทัศนคติเหล่านั้นแล้ว ก็อาจจะนำมาปรับปรุงแก้ไขการทำงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร

1.3 การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร

1.3.1 สำรวจข้อมูลโครงสร้างการบริหารงานของโรงเรียนฝึกออาชีพ กรุงเทพมหานคร โดยนำข้อมูลของฝ่ายการบริหารงานในแต่ละฝ่ายมาเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ เช่น ฝ่ายธุรการและพัสดุ ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายปกครอง ฝ่ายบริการ ในแต่ละฝ่ายมีหน้าที่อะไรบ้างซึ่งข้อมูลโครงสร้างการบริหารนั้นจะเป็นข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์ในด้านของการบริหารงานให้ได้รับทราบ

1.3.2 สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรภายในโรงเรียน โดยเฉพาะครูประจำวิชาที่สอน เพื่อจะได้แนะนำให้ผู้เข้ามาเรียนรู้จักและสามารถไปขอคำแนะนำได้ถูกต้องในแนวทางของวิชาชีพนั้น ๆ

1.3.3 สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายขององค์กรหรือเป้าหมายขององค์กร ได้แก่ ปรัชญาการศึกษา วิสัยทัศน์ พันธกิจ ประวัติความเป็นมา เพื่อเป็นข้อมูล

1.3.4 สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนในแต่ละวิชา เช่น วิชาไฟฟ้านั้นสอนเป็นกลุ่ม ทำงานเป็นกลุ่ม ทดสอบโดยการแบ่งกลุ่ม วิชาเสื้อผ้าสตรีและวิชาช่างออกแบบเสื้อผ้า มีการฝึกงานโดยการรับลูกจ้างเพื่อฝึกการตัดเย็บเสื้อผ้า วิชาไทยสปาใช้ระบบการเรียนการสอนและการฝึกความชำนาญโดยการจับคู่ฝึกปฏิบัติ หรือหาหุ่น (ลูกจ้าง) เพื่อมาฝึกปฏิบัติให้เกิดความชำนาญ วิชาตัดผมและเสริมสวยฝึกปฏิบัติโดยการออกหน่วยตัดผมนอกสถานที่ ผู้ที่ให้ข้อมูลหรือฝ่ายประชาสัมพันธ์จะได้ตอบคำถามข้อสงสัยและแนะนำให้ผู้สนใจจะเข้ามาสมัครเรียนได้ถูกต้อง

2. การวางแผนประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยกิจกรรมการวางแผนดังนี้

2.1 วิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กร หลังจากที่ได้รวบรวมข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่ได้ทำการสำรวจ โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้สำรวจทั้งสามด้าน คือ ข้อมูลเกี่ยวกับวิชาชีพ ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลขององค์กรนำมาวิเคราะห์และเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2 นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจกลุ่มเป้าหมายมาจัดอันดับความสำคัญและประชุมให้แก่บุคลากรในสถานศึกษาได้รับทราบแนวทางการประชาสัมพันธ์

2.3 แต่งตั้งและกำหนดหน้าที่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งกำหนดหน้าที่บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เช่น หน้าที่ผลิตสื่อ หน้าที่สัมพันธ์ชุมชน หน้าที่วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้งานมีประสิทธิภาพ

2.4 กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์และเป้าหมายของงานประชาสัมพันธ์หลักสูตร
ระยะสั้น

2.5 กำหนดแผนงานและโครงการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น

2.6 กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักและ
กลุ่มเป้าหมายรองโดยกำหนดว่าจะไปประชาสัมพันธ์ที่ใดเช่น สถานที่ราชการได้แก่ สถานีนามัย
โรงเรียนที่สอนระดับชั้นประถม, ชั้นมัธยมสำนักงานเขตต่าง ๆ ในหมู่บ้านต่างๆ ได้แก่ ชุมชน
สวนสาธารณะ สนามกีฬา เป็นต้น

2.7 จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ระยะยาวและระยะสั้นเช่น 1 - 3 วัน 1 สัปดาห์
1 เดือน 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี

2.8 จัดทำแผนปฏิบัติงานตามแผน โครงการและกิจกรรมงานประชาสัมพันธ์
หลักสูตรระยะสั้น โดยกำหนดแผนทุกหลักสูตรตั้งแต่หลักสูตร 150 ชั่วโมง ถึง 60 ชั่วโมง

2.9 จัดสรรงบประมาณให้แก่โครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินของงาน
ประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นที่มีความสำคัญสูงสุดหรือมีความจำเป็นเร่งด่วนไปจนถึง
กิจกรรมที่มีความสำคัญรองลงมาได้แก่ ค่าใช้จ่ายในเรื่องของการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
ค่ายานพาหนะในการออกประชาสัมพันธ์และค่าใช้จ่ายในด้านอื่น ๆ

2.10 กำหนดระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นใน
แต่ละหลักสูตร

3. การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์

3.1 สื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน ใช้สื่อดังนี้

3.1.1 สื่อบุคคล (Personal media) ได้แก่ การพบปะสนทนาทั้งเป็นทางการและ
ไม่เป็นทางการ

3.1.2 จดหมายข่าว (News letter) ได้แก่ ข่าวความเคลื่อนไหว คำสั่งปฏิบัติงาน

3.1.3 ป้ายนิเทศ (Bulletin board) ได้แก่ ป้ายประกาศตามศูนย์กลางที่คนผ่านไป
มาและป้ายแนะนำวิชาชีพด้านต่าง ๆ

3.1.4 เสียงตามสาย (Voice evacuation system) ภายในโรงเรียนโดยการจรัยการ
บันทึกลงและกระจายข่าวภายในหน่วยงานรวมทั้งรายการแนะนำงานวิชาชีพ

3.1.5 สื่ออนาคต (Information technology media) ได้แก่ อินเทอร์เน็ต อีเมลล์
หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

3.2 สื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก ใช้สื่อดังนี้

3.2.1 สื่อสิ่งพิมพ์ (Print media) ได้แก่ แผ่นพับ ใบปลิว

3.2.2 สื่อบุคคล (Personal media) เช่นการพูดคุย ได้แก่การติดต่อทางโทรศัพท์ การประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ตามหน่วยงานต่าง ๆ

3.2.3 สื่ออนาคต (Information technology media) คือ อินเทอร์เน็ต อีเมลล์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสื่อชนิดนี้ใช้ได้ทั้งภายนอกและภายใน

3.2.4 สื่อระดม (Miscellaneous media) เป็นการจัดกิจกรรมออกหน่วยบริการทางด้านวิชาชีพที่ได้จัดการเรียนการสอนเช่น บริการออกหน่วยตัดผม เสริมสวย นอกสถานที่ให้กับบุคคลที่สนใจ บริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้านอกสถานที่

3.2.5 สื่อสารมวลชน (Mass media) คือ สื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง โดยขอความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ไปยังวิทยุชุมชน

3.2.6 สื่อสารมวลชน (Mass media) ประเภทโทรทัศน์ โดยขอความร่วมมือไปยังสถานีช่องต่าง ๆ เช่น ประชาสัมพันธ์เป็นตัวอักษรวิ่ง หรือช่วยประกาศออกอากาศเป็นข่าวประชาสัมพันธ์แบบข้อความสั้น ๆ

4. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยกิจกรรมดังนี้

4.1 นำแผนงาน โครงการ ไปสู่กิจกรรมการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นพร้อมทั้งดำเนินงานตามกิจกรรมและระยะเวลาที่กำหนด

4.2 มอบหมายหน้าที่บุคลากรให้ทำหน้าที่งานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นโดยจัดแบ่งหน้าที่โดยมิให้รับหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ซ้ำซ้อนกัน เช่น หน้าที่ดูแลเว็บไซต์ หน้าที่ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ หน้าที่สัมพันธ์ชุมชน หน้าที่ประเมินผล

4.3 สร้างเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ไปยังหน่วยงานเอกชน รัฐบาล รวมทั้งสถานประกอบการต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับหลักสูตรระยะสั้นให้สถานที่ดังกล่าวได้รับทราบ

4.4 จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้บริการประชาชน ที่เรียกว่าออกหน่วยให้บริการด้านวิชาชีพเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันการศึกษา กับประชาชน

4.5 จัดทำสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นของสถานศึกษารวมทั้งการประชาสัมพันธ์ภายนอกและภายในสถานศึกษา

4.6 พัฒนาบุคลากรที่เป็นคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ให้มีทักษะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยการออกประชาสัมพันธ์ในชุมชน ภายนอก และหน่วยงานต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ

4.7 ปรับปรุงข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นให้ทันสมัยและทันเหตุการณ์อยู่เสมอ

5. การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ มีกิจกรรมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดังนี้
 - 5.1 กำหนดวัตถุประสงค์ในการติดตาม ประเมินผลงานประชาสัมพันธ์หลักสูตร ระยะเวลาของสถานศึกษา
 - 5.2 กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการติดตามผล ประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ หลักสูตรระยะเวลาของสถานศึกษา
 - 5.3 กำหนดระยะเวลาในการติดตามผล ประเมินผลประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะ ระยะเวลาของสถานศึกษาโดยกำหนดระยะเวลาในการติดตามคือ
 - 5.3.1 การประเมินผลก่อนการดำเนินการประชาสัมพันธ์
 - 5.3.2 การประเมินผลระหว่างดำเนินการประชาสัมพันธ์
 - 5.3.3 การประเมินผลเมื่อสิ้นสุดดำเนินการประชาสัมพันธ์
 - 5.3.4 การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ประจำปี
 - 5.4 ประเมินผลร่วมกันระหว่างคณะทำงานประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารสถานศึกษา ชุมชนและประชาชนผู้เข้ามาศึกษาวิชาชีพระยะสั้นโดยประเมิน
 - 5.4.1 ประเมินผู้ส่งสาร
 - 5.4.2 ประเมินข่าวสาร
 - 5.4.3 ประเมินช่องทางสื่อ
 - 5.4.4 ประเมินผู้รับสาร
 - 5.5 นำผลจากการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์มาวิเคราะห์และสรุปจัดทำรายงาน ผลการประชาสัมพันธ์
 - 5.6 นำผลการประเมินงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นมาพัฒนาและปรับปรุง งานประชาสัมพันธ์ครั้งต่อไป
 - 5.7 รายงานผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นให้หน่วยงานทราบ ผลการปฏิบัติงาน