

## บทคัดย่อ

การศึกษาฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสมรรถนะที่เป็นจริง สมรรถนะที่คาดหวัง และช่องว่างสมรรถนะ ด้านการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาภายใต้การบริหารของผู้บริหาร 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสมรรถนะด้านการประชาสัมพันธ์และการพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพต่อระบบการศึกษา โดยศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ด้วยการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกในการวิจัย สุ่มตัวอย่างจากประชากรแบบหลายขั้นตอน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์สรุปอุปนัย

ผลการศึกษา พบว่า

สมรรถนะที่เป็นจริงของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านความรู้อยู่ในระดับสูง ด้านทักษะอยู่ในระดับปานกลาง และด้านคุณลักษณะอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่สมรรถนะที่คาดหวังต่อผู้บริหารสถานศึกษา ด้านความรู้อยู่ในระดับสูงมาก ด้านทักษะอยู่ในระดับสูงมาก และด้านคุณลักษณะอยู่ในระดับสูง จากผลดังกล่าวจะเห็นถึงช่องว่างสมรรถนะการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาทางอาชีวศึกษา ซึ่งพบว่าช่องว่างด้านความรู้มี 1 ระดับ ช่องว่างด้านทักษะมี 2 ระดับ และช่องว่างด้านคุณลักษณะมี 1 ระดับ สำหรับ การบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษายู่ภายใต้การบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา พบว่า มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การวางแผนกลยุทธ์ และการติดตามประเมินผล อยู่ในระดับน้อย ในขณะที่ การกำหนดทิศทางและการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ อยู่ในระดับปานกลาง การพัฒนาสมรรถนะด้านการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารสถานศึกษา ควรจะพัฒนาตั้งแต่เริ่มต้นปฏิบัติงานในสถานศึกษา รวมไปถึงการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะการประชาสัมพันธ์ ในการพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในแต่ละสถานศึกษา ควรจะเริ่มต้นตั้งแต่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ไปสู่การกำหนดทิศทางการประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติอย่างทุ่มเทและจริงจัง และการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ระบบการศึกษาทางอาชีวศึกษาตระหนักถึงภาพลักษณ์ที่ดีและมีความเชื่อมั่นต่อการบริหารองค์การ

## ABSTRACT

The current research aims to 1) study the actual and expected competencies include competencies gap for public relations of Executive 2) study the public relations strategy of executive in vocational education institute 3) suggest the guidance to improve public relations competencies and improve public relations strategy of vocational education institute. The data of the current research was studied both qualitatively and quantitatively employing questionnaire and in-depth interviews. Data Analysis to descriptive statistics and inductive analytical Method.

### The findings

Actual competencies of executive was high level in knowledge and medium level in skill and attribute. Expected competencies of executive was very high level in knowledge and skill, but attribute was high level. Show that public relations competency gap of vocational education institute's executive was one step in knowledge and attribute, two steps in skill. The public relations strategic management of institute was low level in environmental scanning, strategy formulation and strategy evaluation. But direction setting and strategy implementation was medium level. In public relations improvement issue findings, education employees should to continuous improve public relations competency during placement. Strategic management for vocational education institute leader should start from environmental scanning to public relations direction setting and enthusiasm implementation and end to effective evaluation. These

strategic process bring to good public image for vocational education administration.