

การรับรู้ของประชาชนต่อการบริหารงานเทศบาลตำบลนาป่า

PUBLIC PERCEPTION ON NAPA MUNICIPALITY ADMINISTRATION

ชิตณรงค์ วงษ์ทองคำ¹

บทคัดย่อ

การรับรู้ของประชาชนต่อการบริหารงานเทศบาลตำบลนาป่างานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาการรับรู้ของการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี และการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ เพื่อศึกษาการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลนาป่า กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเทศบาลตำบลนาป่า จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก วิเคราะห์สถิติพรรณนา ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน สถิติสรุปอ้างอิง วิเคราะห์ด้วย สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่าง 2 ตัวแปร การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบแบบถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษา ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลนาป่า ในระดับมากที่สุด โดยมีการรับรู้ด้านสื่อมวลชน เป็นลำดับแรก มากที่สุด รองมาคือ สื่อบุคคล และ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สื่อเฉพาะกิจ ส่วนการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการรับรู้ด้านลักษณะทางด้านจิตวิทยา เป็นลำดับแรก มากที่สุด รองลงมาคือ สิ่งเร้าภายนอก และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ลักษณะความรู้ และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลนาป่า ด้านสื่อบุคคล และด้านสื่อเฉพาะกิจมีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 48.9

Abstract

The objectives of this study are to learn the public perception on public relations of Na Pa Municipality, study the public perception that classified by individual variables which are gender, age, educational background, occupation, and income, and study the public perception on public relations affecting perception toward administration of Na Pa municipality. The sample consists of 400 residents in Na Pa municipality and collected by convenience sampling method. The data analysis was done by using Percentage, Mean, Standard Deviation, T-test, One-way Anova, and Multiple Regression. The findings revealed as follows: The sample has perception on public relations of Na Pa municipality at the highest level which Mass media ranked the first place. Followed by Personal media, and Specialized media,

¹ นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโท หลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

respectively. The sample has perception on administration of Na Pa Municipality at the high level which psychological perception was the most concerned. Followed by, External stimuli, and personal perception. The result of hypothesis testing showed that the education background was found significant difference at the level of 0.05. The another result of hypothesis testing found that it was about 48.9 percent that Personal media and Specialized media affected public perception on Na Pa Municipality administration. Keyword Public perception, Administration, Public relations

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้กฎหมายต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การบริหารจัดการตอบสนองความต้องการของประชาชนให้ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การพัฒนาเป็นไปตามนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นการบริหารท้องถิ่นควรคำนึงถึงหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีซึ่งถือได้ว่าเป็นนโยบายของรัฐบาลที่กำหนดให้หน่วยงานราชการท้องถิ่น บริหารราชการและปฏิบัติหน้าที่ของส่วนราชการ

เทศบาลเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งเป็นการกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่น ดำเนินการปกครองตนเองตามระบอบประชาธิปไตย ปัจจุบันมีเทศบาล 2,436 แห่ง แบ่งเป็นเทศบาลนคร 30 แห่ง เทศบาลเมือง 174 แห่งและเทศบาลตำบล 2,232 แห่ง (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2561) เทศบาลตำบลมีปัญหาด้านการบริหารจัดการในการบริการสาธารณะมากที่สุดเนื่องจากปัญหาและอุปสรรคด้านองค์ประกอบของการบริหารจัดการหลาย ๆ ด้านตามหลักการบริหารองค์การตลอดจนการจัดตั้งด้วยการยกฐานะขึ้นมาจากสุขาภิบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล ที่มีองค์ประกอบการบริหารจัดการไม่สมบูรณ์ และในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ประกอบกับการพัฒนาของประเทศ ได้ทำให้ท้องถิ่นมีความเจริญขึ้นเป็นลำดับ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงรูปแบบการบริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไทยที่มีอยู่ ให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่เปลี่ยนไป เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น เพราะกิจการบางอย่างเป็นเรื่องเฉพาะท้องถิ่นนั้นๆ ไม่เกี่ยวกับท้องถิ่นอื่นซึ่งจะมีสภาพแตกต่างกันออกไป (ปิยะนุช เงินคล้าย, 2547)

การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรีนั้นมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องใดบางทั้งนี้ทางเทศบาลตำบลนาป่าก็ทำงาน โคนไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับข่าวสารจากการทำงานหรือโครงการต่างๆ ของเทศบาลเลยโดยเฉพาะเรื่อง ถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา ทางเทศบาลไม่มีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องนี้เลยหรืออาจจะประชาสัมพันธ์แล้วไม่ทั่วถึงจึงทำให้ข่าวสารตกหล่น จึงทำให้ประชาชนบางส่วนรับทราบข่าวสารจากทางเพื่อนบ้าน พี่น้อง หรือผู้ใหญ่บ้าน แต่อีกในหนึ่งนั้นมันทำให้นักศึกษาอยากทำการวิจัยในเรื่องการรับรู้ของ

ประชาชนที่มีต่อการบริหารงานเทศบาลตำบลนาป่า อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เพื่อจะได้รับทราบหรือมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้อย่างไร รวมไปถึงโครงการต่างๆ ของทางเทศบาลตำบลนาป่าอีกด้วยว่ามี การบริหารจัดการอย่างไรบ้าง

เนื่องจากผู้ศึกษาเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาท้องถิ่น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการรับรู้ของประชาชนต่อการบริหารงานเทศบาลตำบลนาป่า อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ทั้งนี้ ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนา และปรับปรุงภาพลักษณ์รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลนาป่า ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1. การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี อย่างไร
2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการบริหารงานเทศบาลตำบลนาป่าหรือไม่
3. ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการบริหารงานเทศบาลตำบลนาป่าหรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ของประชาชนอยู่ในระดับใดต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการรับรู้การบริหารงานเทศบาลตำบลนาป่า อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลนาป่า อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

1.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1. ลักษณะของประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้การบริหารงานเทศบาลตำบลนาป่า อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันอย่างใด

สมมติฐานที่ 2. สื่อประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลนาป่า อำเภอเมืองชลบุรี

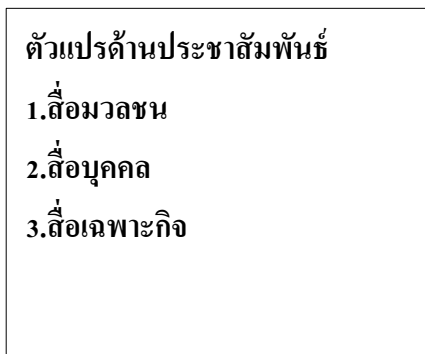
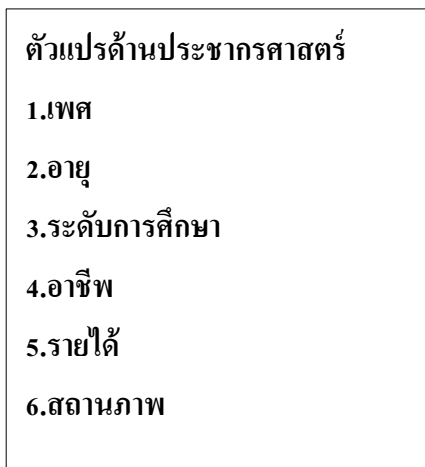
ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานเทศบาลตำบลนาป่า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

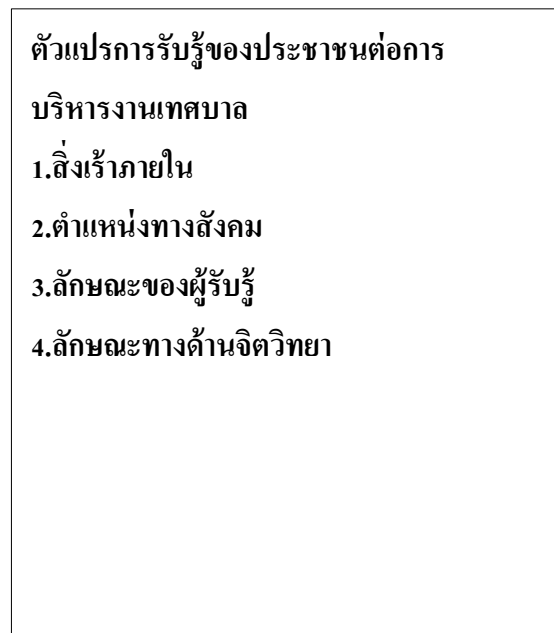
1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการประชาสัมพันธ์
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการรับรู้
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง การรับรู้ของประชาชนต่อการบริหารงานเทศบาลตำบลนาป่า มีวิธีการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย การวิจัยเรื่อง: การรับรู้ของประชาชนต่อการบริหารงานเทศบาลตำบลนาป่า เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเทศบาลตำบลนาป่า

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรสังกัดสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก คิดสัดส่วนโดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (1970) กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ด้วยค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 เมื่อแทนค่าในสูตรของ Taro Yamane แล้วได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน % ผู้วิจัยจึงกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ มีจำนวน 400 คน 2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม เพื่อใช้เก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน แบบสอบถามลักษณะ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ การรับรู้การบริหารงานเทศบาล ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะความคิดเห็นด้วยการบรรยาย

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

4.1 ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือ ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์ กระบวนการประชาสัมพันธ์และการรับรู้

4.2 กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ กระบวนการประชาสัมพันธ์และการรับรู้

4.3 นิยามตัวแปร สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามกรอบแนวคิด คำนิยามเชิงปฏิบัติการและตัวบ่งชี้

4.4 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเทศบาลตำบลนาป่า ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูล จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิธี สัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.938

4.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และ ความเชื่อมั่นไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

5. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท โดยผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในเทศบาลตำบลนาป่า จำนวน 400 คน การแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลนั้น รวบรวมจนครบจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งผู้วิจัยได้นำไปประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ กระบวนการประชาสัมพันธ์และการรับรู้ จากเอกสารรายงาน ตลอดจนรายงานการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เอกสาร ตำรา วิทยานิพนธ์ รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง และจากวารสารของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น ห้องสมุด หนังสือพิมพ์ รวมทั้งการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยและการวิเคราะห์สรุปผล6. การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบและมีการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistics Package for Social Sciences) เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายความคิดเห็นของคำตอบเกี่ยวกับการตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่ออธิบายระดับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลระดับความรู้ความเข้าใจ ทศนคติ และความเห็นเกี่ยวกับตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic)

2.1 สถิติอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ Independent sample t-test และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) ของสมมติฐานที่ 1 เมื่อพบความแตกต่างกัน นำมาทำการทดสอบรายคู่ LSD

2.2 สถิติอนุมานใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ของสมมติฐานที่ 2

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง การรับรู้ของประชาชนต่อการบริหารงานเทศบาลตำบลนาป่า สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.3 มีอายุ 18 - 30 ปี ร้อยละ 60.0 การศึกษาในระดับปริญญาตรีหรืออนุปริญญา ร้อยละ 58.8 มีอาชีพค้าขาย ร้อยละ 27.5 มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท ร้อยละ 38.5 มีรับรู้แหล่งข่าวการประชาสัมพันธ์ จากสื่อบุคคล ร้อยละ 66.3 และรูปแบบที่เหมาะสมกับข่าวการประชาสัมพันธ์จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์) คือ ข้อมูลข่าวสารด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ ร้อยละ 33.5

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลนาป่า สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลนาป่า ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.26, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.712) โดยมีการรับรู้ด้านสื่อมวลชน เป็นลำดับแรก ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.30, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.732) รองลงมาคือ สื่อบุคคล ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.25, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.798) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สื่อเฉพาะกิจ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.20, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.819)

3. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.15, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.724) โดยมีการรับรู้ด้านลักษณะทางด้านจิตวิทยา เป็นลำดับแรก ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.20, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.708) รองลงมาคือ สิ่งเร้าภายนอก ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.16, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.798) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ลักษณะความรู้ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.814)

4. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี แยกต่างกัน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลนาป่า

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลนาป่า ด้านสื่อบุคคล และด้านสื่อเฉพาะกิจมีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 48.9 โดยพบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี มาก

ที่สุด คือ ด้านสื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล (เท่ากับ 0.489) รองลงมาคือ ด้านสื่อบุคคล (เท่ากับ 0.151) มีซึ่งจะ ทำให้ได้ค่าประมาณของแบบจำลองดังนี้

การรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า = $1.256 + 0.151$ (สื่อบุคคล) + 0.498 (สื่อเฉพาะกิจ)

การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลนาป่า ด้านสื่อบุคคล และด้านสื่อเฉพาะกิจมี อิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ ระดับ 0.05

ถ้าเพิ่มการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลนาป่า ด้านสื่อบุคคล ขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ จะทำให้การรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรีเพิ่มขึ้น 0.151 หน่วย

ถ้าเพิ่มการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลนาป่า ด้านสื่อเฉพาะกิจ ขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ จะทำให้การรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรีเพิ่มขึ้น 0.498 หน่วย

อภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานเทศบาลตำบลนาป่าสามารถอภิปรายผล ตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1. การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงาน ของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจาก ใน ปัจจุบันทุกคนมีการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์เท่าเทียมกันขึ้นอยู่กับ การเลือกรับตามความต้องการและความ สนใจตามความเชื่อ และพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อเดิมของตน สอดคล้องกับงานวิจัยของสาริณี ช้างเจริญ (2558)

ด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงาน ของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจาก การ ปฏิบัติงานของเทศบาลตำบลนาป่า มักจะเกี่ยวข้องกับคุณภาพของประชาชนทุกเพศ ทุกช่วงอายุ จึงทำให้ ประชาชนที่มีอายุต่างกันแต่จะมีการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลเหมือนกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุ นิทรา วงศ์แสนสุข (2558) สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อกระบวนการเปิดรับสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่ แตกต่างกันจะมีกระบวนการเปิดรับสื่อในทุกช่องทางไม่แตกต่างกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประชาชนที่มี อาชีพ ที่ต่างกันมีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร มหาบัณฑิต ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ของประชาชนที่ มีต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดย

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปริญญาตรี/อนุปริญญา ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี/อนุปริญญา ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจาก ระดับการศึกษาจะหมายถึงความรู้ ภาษาและความเข้าใจต่อข้อมูลการประชาสัมพันธ์ ซึ่งคนที่มีระดับการศึกษาสูง มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้หลายรูปแบบและหลายภาษา มากกว่าคนระดับการศึกษาต่ำ สอดคล้องกับ แนวคิดของออคเลย์ จาตุรงค์กุล (2550)

ด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่อาชีพมีการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจาก ประชาชนทุกอาชีพต่างได้รับประโยชน์จากการทำงาน of เทศบาลตำบลนาป่า เพราะทุกข่าวสารจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในทุกอาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุนิตรา วงศ์แสนสุข (2558) สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อกระบวนการเปิดรับสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีกระบวนการเปิดรับสื่อในทุกช่องทางไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจาก ประชาชนในพื้นที่เทศบาลตำบลนาป่า จะมีระดับรายได้ใกล้เคียงกันทำให้รับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ (2560) ศึกษาการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลนาป่า

การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลนาป่า มีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 48.9 เนื่องจาก การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจโดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ สอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2551) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการติดต่อสื่อสารจากองค์กรไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและประชามติจากสาธารณชนที่มีต่อองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

สื่อบุคคล มีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี เนื่องจากการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลให้เกิดทัศนคติความเชื่อได้ดีที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของปรมะ สตะเวทิน

(2555) กล่าวว่า สื่อบุคคล (Personal Media) สื่อบุคคลนั้นจัดเป็นช่องทางหรือสื่อที่เกี่ยวข้องกับระบบสังคม หมายถึง ตัวบุคคลที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสาร ในลักษณะการเผชิญหน้าทั้งในรูปของการสนทนา หรือในรูปของการประชุมกลุ่มซึ่งการใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารก่อให้เกิดผลดีคือ สามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ผู้รับได้โดยตรงและสามารถชักจูงใจผู้รับสาร

สื่อเฉพาะกิจมีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับแนวคิดของปรเม สตะเวทิน (2555) กล่าวว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialize Media) เป็นสื่อที่ผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่สื่อประเภท ทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (Print Media) ซึ่งสื่อเฉพาะกิจจัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจจึงหมายถึงผู้ส่งสารสามารถส่งข่าวสารเฉพาะเรื่องให้กับผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสอดคล้องเหมาะสมเพื่อ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษา พบว่า การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลนาป่า ดังนั้น เทศบาลตำบลนาป่า ควรมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์และจัดสรรงบประมาณสนับสนุน อบรมสร้างความรู้ ความเข้าใจและทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับบุคลากร และปรับปรุงการให้บริการข้อมูลข่าวสารโดยบุคลากรของ เทศบาล และควรกำหนดเวลาเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

2. จากผลการศึกษา พบว่า สื่อบุคคลมีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลนาป่า ดังนั้น เทศบาลตำบลนาป่าควรเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนและภาคีเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนตลอดจนผู้เกี่ยวข้อง ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบช่องทางการสื่อสาร

3. จากผลการศึกษา พบว่า สื่อเฉพาะกิจมีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริหารงานของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลนาป่า ดังนั้น เทศบาลตำบลนาป่าควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย ผู้นำชุมชนและการประชุมหมู่บ้านโดยเน้นความรวดเร็วครอบคลุมพื้นที่

4. ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่าสื่อที่เหมาะสมกับการสร้างการรับรู้การบริหารงานของเทศบาลตำบลนาป่า คือสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจเกี่ยวกับพวงเสียงตามสาย แผ่นพับ แสดงให้เห็นว่า เทศบาลตำบลนาป่าควรให้ความสำคัญกับการสร้างช่องทางการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อบุคคล ในการนำมาประยุกต์เพื่อเพิ่มการรับรู้การบริหารงานให้กับประชาชนในพื้นที่ได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคีเครือข่ายในด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาล
2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับท้องถิ่น ชุมชนและประชาชน

บรรณานุกรม

- กรณีการสำรวจรรณ โคตร. 2556. “การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดแรงงาน ประชาคมอาเซียน.” มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ. 2560. การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ใน มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ.วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. คณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ดวงพร คำณัฐวัฒน์. 2541. สื่อสาร...การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สามเจริญ พาณิชย์ จำกัด.
- ประมะ สตะเวทิน. 2541. การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.ปัญญาทัศน์ นอชุน ทด. 2556. ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์กรปก กอง ท้องถิ่นใน อำเภอมะนัง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ปิยะนุช เงินคล้าย. 2547. การประเมินประสิทธิภาพการบริหารงานองค์กรปกครองท้องถิ่น.วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง,7 (ฉบับพิเศษ), 6-42. ยุทธ ไกยวรรณ. 2545. พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร :สุวีริยาสาส์น.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. 2551. การวิจัยเพื่อประชาสัมพันธ์ กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุนิทร วังศ์แสนสุข. 2558. การศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อกระบวนการเปิดรับสื่อ กรณีศึกษา ผู้สนใจซื้อ สินทรัพย์ของ BAM ในสำนักงานภาคตะวันออก. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา
- อดุลย์ จาตุรงค์. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Schiffman Leon G.;& Kanuk, Leslie Lazer. 1994. Consumer Behavior. 7th ed. New Jersey : Prentice-Hall.Bunch
- Thomon, M., MacInnis, D. J., & Park, C. W. 2005. The ties that bind : Measuring the strength of consmers, emotional attachments to brands. Journal of Consumer Psychology, 15(1), 77-91. Doi : 10.1207/s15327663jcp1501_10