

การรับรู้และความต้องการข่าวสารประชาสัมพันธ์ : กรณีศึกษา อบต. มะเกลือใหม่ ต.มะเกลือใหม่ อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา

The Perceptions of Public Relations : A Case Study of Makluea Mai Tambol
Administrative Organization, Sungnoen, Nakhon Ratchasima

นันทพร อติเรกโชติกุล^{1,*}
Nantaporn Adirekchotikul^{1,*}

ABSTRACT

This research aimed 1) to determine the operating conditions of public relation of Tambol Administrative Organization (TAO) in Makluea Mai, and 2) to study the perceptions of public relations, the requirements of public relations in details for the media content and format, and the issues on the dissemination of Makluea Mai Tao's news. The qualitative and quantitative methods were used in this study. A sample of 430 people; 3 were administrator officers and 427 were TAO residences. Semi-structured interviews and questionnaires were used to collect data. It was conducted by students in Communication Arts Program and analyzed descriptively and statistically by using frequency distribution, percentage, mean and standard deviation. Moreover, the computer application was also used in data processing.

The study found that most of the questionnaire respondents was female (54.8%) whose ages are between 50-59 years old (28.3%), graduated from primary level (48.5%) and they were farmers (34.2%) which the income monthly between 5001-10,000 baht (41%). Residents mostly receive TAO news from the broadcasting tower's (84.8%) followed by the community's leader (70.7%). It was also reported that receiving news from broadcasting tower's showed the highest average at $\bar{X}=3.13$, S.D.=1.29. The TAO news demanding contents was in moderate level. The assurance and safety of life and property was in high average at $\bar{X}=3.74$, S.D.=1.03 and found that questionnaire respondents' need in the advertised information by broadcasting tower's at $\bar{X}=4.43$, S.D.=0.78. Most of problems in publicizing of public relations issue was found in moderate level found thoroughly in the same high average level at $\bar{X}=3.34$, S.D.=1.08. The public relations operating condition was lack of efficiency Public Relations planning, TAO, the officers are lack of understanding of public relations and communication skills. Public relations media did not cover the area and also lack of evaluation.

Keywords : The Perception, Public Relations, Public Relations Message

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา นครราชสีมา 30000

Faculty of Management of sciences, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Nakhon Ratchasima 30000, Thailand

*Corresponding author, e-mail: nantaporn.adi@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์เพื่อศึกษาความต้องการข่าวสารประชาสัมพันธ์ อบต. มะเกลือใหม่ ในด้านเนื้อหาข่าวสารและรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อศึกษาปัญหาในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของ อบต.มะเกลือใหม่ และเพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของ อบต. มะเกลือใหม่ การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง 430 คน ประกอบด้วยบุคลากรของ อบต.จำนวน 3 คน และประชาชนในพื้นที่ อบต.มะเกลือใหม่จำนวน 427คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยให้นักศึกษาโปรแกรมวิชานิติศาสตร์ที่ศึกษารายวิชาวิจัยนิติศาสตร์เป็นผู้ช่วยในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแบบพรรณนา และสถิติเชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งประมวลผลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง (54.8%) อายุ 50-59 ปี (28.3%) การศึกษาระดับประถมศึกษา (48.5%) อาชีพเกษตรกร (34.2%) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท (41%) ด้านการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้จากเสียงตามสายมากที่สุด (84.8%) รองลงมา คือ ผู้นำชุมชน (70.7%) โดยมีการรับรู้จากเสียงตามสายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.13$, S.D.=1.29) ด้านความต้องการเนื้อหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยเนื้อหาด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.74$, S.D.=1.03) สำหรับความต้องการด้านรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า ต้องการให้เผยแพร่ข่าวสารด้วยเสียงตามสายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.43$, S.D.=0.78) ด้านปัญหาในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยพบปัญหาความทั่วถึงของข่าวสารและความเพียงพอของจุดให้บริการข่าวสารมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน ($\bar{X}=3.34$, S.D.=1.08) สภาพการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของ อบต.มะเกลือใหม่ ยังขาดการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ยังขาดความเข้าใจด้านการประชาสัมพันธ์และทักษะด้านการสื่อสาร สื่อประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุมพื้นที่ และขาดการประเมินผล

คำสำคัญ : การรับรู้ ความต้องการ ข่าวสารประชาสัมพันธ์

บทนำ

“การประชาสัมพันธ์” จัดเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการที่สำคัญขององค์กร การดำเนินงานจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพระหว่างหน่วยงานกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นการสื่อสารสองทางในการสร้างความรู้ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างกันการประชาสัมพันธ์เป็นการใช้ความพยายามที่ได้วางแผนไว้อย่างต่อเนื่องในการสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างองค์กรกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่างๆ และเป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างองค์กรกับชุมชน ที่ผ่านมามีหน่วยงาน บางองค์กรมักมองข้ามหรือขาดความสนใจในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง จนทำให้เกิดความเสียหายแก่องค์กรมาแล้วการประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารผ่าน

สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์มีหลายวิธี และมีเครื่องมือในการสื่อสารหลายชนิด เช่น สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่อโสตทัศน์และสื่อกิจกรรม ซึ่งการสื่อสารเหล่านี้ย่อมต้องอาศัยทักษะในการสื่อสาร เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ได้บัญญัติเกี่ยวกับการปกครองท้องถิ่น และการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น โดยหากจะพิจารณาในส่วนของอำนาจและหน้าที่ตามกฎหมาย จะพบว่าองค์การบริหารส่วนตำบลมีภารกิจเป็นจำนวนมาก และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา

เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชนในพื้นที่ อันจะนำมาซึ่งการได้รับความร่วมมือในที่สุด สำหรับการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวจำเป็นที่จะต้องนำการประชาสัมพันธ์มาช่วยในการบริหารจัดการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

องค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่ (อบต.) ตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา แบ่งการปกครองออกเป็น 12 หมู่บ้าน มีประชากร (ณ เดือนเมษายน 2556) จำนวน 7,978 คน แยกเป็นชาย 3,946 คน หญิง 4,032 คน มีจำนวนครัวเรือนรวมทั้งสิ้น 2,888 ครัวเรือน ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ร้อยละ 75 จากการศึกษาสภาพปัญหาขององค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่ พบว่า การประชาสัมพันธ์เป็นปัญหาสำคัญอีกปัญหาหนึ่งในด้านการบริหารจัดการ (องค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่, 2556 : 3-4, 22) ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลตระหนักดีในปัญหาดังกล่าวนอกจากนี้จากการวิจัยเรื่อง “บทบาทของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลกับการมีส่วนร่วมในการบริหารท้องถิ่น” พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารของประชาชนจากเจ้าหน้าที่ อบต. มีอิทธิพลสูงสุดต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น (กิตติศักดิ์ เชื้อแดง, 2542 : บทคัดย่อ) ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการองค์กรและการพัฒนาท้องถิ่น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความต้องการและการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบลของประชาชนใน อบต.มะเกลือใหม่ ตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่สามารถประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้ตรงตามความต้องการของประชาชนในชุมชนอันจะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาความเข้าใจระหว่างองค์กรกับประชาชนในชุมชนและเป็นการเสริมสร้างบุคลากรของ อบต. ให้มีทักษะและขีดความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving/force) ส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน อันจะส่งผลโดยรวมต่อการพัฒนาประเทศ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของอบต.มะเกลือใหม่
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ อบต.มะเกลือใหม่ ผ่านสื่อต่างๆ ของประชาชน
3. เพื่อศึกษาความต้องการข่าวสารประชาสัมพันธ์ อบต.มะเกลือใหม่ ของประชาชน ในด้านเนื้อหาข่าวสารและรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์
4. เพื่อศึกษาปัญหาในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของอบต.มะเกลือใหม่

วิธีการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ได้แก่ บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) มะเกลือใหม่ และประชากรตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ได้แก่ ประชาชนจาก 12 หมู่บ้านของ อบต. มะเกลือใหม่ จำนวน 7,978 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ได้แก่ บุคลากรระดับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 คน โดยการสุ่มตามจุดมุ่งหมาย (Purposive sampling) เลือกบุคลากรใน อบต. มะเกลือใหม่ ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการเจาะจงเลือก ได้แก่ นายก อบต. มะเกลือใหม่ ปลัด อบต.มะเกลือใหม่ และผู้ช่วยนักวิชาการประชาสัมพันธ์ของ อบต. มะเกลือใหม่ และกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2- 4 ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยในเขตพื้นที่อบต.มะเกลือใหม่ โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ทั้ง 12 หมู่บ้าน โดยใช้วิธีเทียบจากตารางสำเร็จของ Taro Yamane (ณรงค์ โพธิ์พฤกษานันท์, 2551 : 176) กำหนดความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% เมื่อจำนวนประชากรเท่ากับ 7,978 คน จำนวนตัวอย่างควรจะเป็นจำนวนไม่ต่ำกว่า 378 คน และเพื่อให้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก 12 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่บ้านมะเกลือใหม่หมู่ที่ 1 และ 2

หมู่บ้านทุ่งสว่าง หมู่บ้านทุ่งสะแบง หมู่ที่ 4 และ 7 หมู่บ้านใหม่สันติ หมู่บ้านวะญแก้ว หมู่บ้านดงมะไฟ หมู่บ้านบุโสน หมู่บ้านริมคลองพัฒนา หมู่บ้านอ่างแก้วและหมู่บ้านมะเกลือใหม่พัฒนา หมู่บ้านละเท่าๆ กันอย่างเป็นสัดส่วน จึงใช้จำนวนตัวอย่าง จำนวน 427 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured//interview) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2-4

3. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) โดยการสัมภาษณ์บุคลากรของ อบต.มะเกลือใหม่ จำนวน 3 ราย ได้แก่ นายก อบต. ปลัด อบต. และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของ อบต. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของ อบต.มะเกลือใหม่

3.2 จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2-4 ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 427 คน จาก 12 หมู่บ้านในพื้นที่ของ อบต.มะเกลือใหม่เพื่อศึกษาการรับรู้และความต้องการข่าวสารประชาสัมพันธ์ และปัญหาในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของ อบต.มะเกลือใหม่

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในวัตถุประสงค์ข้อนี้ ด้วยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก นำมาถอดเทปและวิเคราะห์เนื้อหาแบบพรรณนา (Content analysis)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2-4 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ในรูปการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน (S.D.) ด้วยการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยขออภิปรายผลในสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ อบต.มะเกลือใหม่

1.1 ด้านการดำเนินงานพบว่า อบต.ต้องมี การปรับปรุงการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจาก อบต.นำการประชาสัมพันธ์ไปเป็นเพียงเครื่องมือในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของ อบต. ไปยังประชาชนเท่านั้น โดยมีได้นำการประชาสัมพันธ์ไปใช้เพื่อการบริหารงานองค์กร และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและเครือข่ายในพื้นที่ ที่ผ่านมาผู้บริหารของ อบต. เป็นผู้กำกับควบคุมดูแลงานประชาสัมพันธ์ และมีผู้ช่วยนักวิชาการประชาสัมพันธ์เป็นเพียงผู้ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายเท่านั้น ซึ่งเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานยังขาดปัจจัยในการเอื้อต่อการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ โดยเจ้าหน้าที่ขาดความรู้ความเข้าใจด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยเห็นว่าเจ้าหน้าที่ในทุกส่วนงานของ อบต. ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และทุกคนสามารถหาหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์เบื้องต้นได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของวิรัช ลิขวิรัตนกุล (2553 : 61) ที่เห็นว่าการบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่ดี ควรจะเป็นหน้าที่ของส่วนงานในองค์การทุกส่วน ตั้งแต่ระดับสายงานหลักและสายงานช่วย (line & staff) ที่ต้องร่วมมือกัน นอกจากนี้ อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553 : 190-193) ได้กล่าวถึงองค์การว่าจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของประมวศ ตะเวทิน (2540 : 61) ที่กล่าวว่า ในกระบวนการสื่อสารนั้น องค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กัน และมีผลกระทบซึ่งกันและกัน

ดังนั้นหากพิจารณาในด้านการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของ อบต.แล้ว บุคลากรนับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ผู้ส่งสารซึ่งก็คือเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์นั้น ควรมีปัจจัยอย่างน้อย

4 ประการที่กำหนดประสิทธิภาพของผู้ส่งสาร ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร (Communication/skill) รวมทั้งทัศนคติ (Attitudes) และความรู้ (Knowledge) ในด้านเนื้อหา เจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นคนในพื้นที่อยู่แล้วย่อมจะเข้าใจกับระบบสังคม (Social/system) และวัฒนธรรม (Culture) อันจะเป็นประโยชน์ต่อการนำเสนอเนื้อหาสาระไปยังผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ อบต. ยังต้องให้ความสำคัญกับทั้งตัวสาร สื่อ และผู้รับสาร โดยอาจจะมีการสำรวจความคิดเห็นรวมทั้งความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อข่าวสารของ อบต. ที่เผยแพร่ออกไปเป็นระยะๆ ด้วย

1.2 ด้านกระบวนการ ผู้วิจัยพบว่า อบต. มุ่งเน้นเพียงการกำกับดูแลและติดตามผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ในลักษณะการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลตามภารกิจของ อบต. ยังไม่มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์แต่อย่างใด การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันจะเป็นเพียงการสนับสนุนการดำเนินงานตามภารกิจเดิมของ อบต. เท่านั้น โดยผู้บริหารมองการประชาสัมพันธ์เป็นช่องทางในการเผยแพร่ผลงานของตนไปสู่ประชาชน แต่หาก อบต. มองเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นการสื่อสาร ที่สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 ประการ คือ การเปลี่ยนความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารได้ ดังที่ เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 12-13) ได้กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ในฐานะการสื่อสารว่า ต้องประกอบด้วยงาน 4 ด้าน ได้แก่ ทักษะของผู้ปฏิบัติงาน งานประชาสัมพันธ์ที่ต้องปฏิบัติ ระบบการทำงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการดำเนินงานหากพิจารณาจากการวิจัย จะพบว่า อบต. ยังขาดความรู้ความเข้าใจ และทักษะในการสื่อสารในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์โดยมองการประชาสัมพันธ์เป็นเพียงแค่การใช้สื่อเพื่อให้ประชาชนได้ข้อมูลข่าวสารตามที่ อบต. พิจารณาเห็นสมควรเท่านั้น ดังนั้น อบต. จึงน่าจะทำความเข้าใจกับการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนกว่านี้ โดย อบต. ควรที่จะพัฒนาบุคลากร กำหนดนโยบาย แผนงาน การปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้ และประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

1.3 ด้านผลการดำเนินงาน พบว่า อบต. มีความพึงพอใจในประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมา โดย อบต. ไม่เคยมีการสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนแต่อย่างใด ซึ่งหาก อบต. ต้องการให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ อบต. ควรจัดให้มีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ ประชาชนภายนอกพื้นที่และภาคที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสื่อ รูปแบบและเนื้อหาที่บุคคลเหล่านั้นให้ความสนใจหรือต้องการ เพื่อจะได้นำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 ด้านปัญหาการดำเนินงาน พบว่า ปัญหา น่าจะเกิดจากสาเหตุสำคัญ 2 ประการ คือ ปัญหาด้านความเข้าใจเนื้อหาของสาร ที่ไม่ตรงกันระหว่าง อบต. กับประชาชนในพื้นที่ และสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ไม่ครอบคลุมพื้นที่ ซึ่งพบว่า อาจเกิดจากหลายสาเหตุ เช่น ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ รวมทั้งทัศนคติของประชาชนที่มีต่อบุคลากรของ อบต. โดยอาจจะเป็นปัญหาด้านการเมืองในท้องถิ่น อีกปัญหาคือ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการประชาสัมพันธ์

2. การรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของ อบต. มะเกลือใหม่

ผู้วิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์จากเสียงตามสายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.8 รองลงมา คือ ผู้นำชุมชน คิดเป็นร้อยละ 70.7 และการประชุมหมู่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 63.7 ซึ่งอาจจะเป็นเพราะประชาชนไม่ต้องใช้ความพยายามในการเลือกรับรู้มากนักและเป็นสื่อที่ประชาชนสะดวกในการเปิดรับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2530 : 6-7) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อที่สามารถจัดหาได้ ไม่ต้องใช้ความพยายามมากและสะดวก อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553 : 186-187) ได้กล่าวเกี่ยวกับการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ว่า ควรพิจารณาสิ่งต่างๆ ได้แก่ เนื้อหาสาระของข่าวสารที่ต้องการจะส่งให้แก่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง จะต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ และต้องสอดคล้องกับ

ความเชื่อ ทศนคติและค่านิยมของกลุ่มเป้าหมาย เป็นสื่อที่ผู้รับสารเป้าหมายหาได้ด้วยความสะดวก หรือจัดซื้อได้ง่าย ราคาไม่แพง และต้องเป็นเครื่องมือที่ผู้รับคุ้นเคย

3. ความต้องการข่าวสารประชาสัมพันธ์ของ อบต. มะเกลือใหม่

ผู้วิจัยพบว่า ประชาชนต้องการเนื้อหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ของ อบต. ในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการประกอบอาชีพ โดยประชาชนต้องการให้เผยแพร่ผ่านสื่อเสียงตามสายมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้นำชุมชนและการประชุมหมู่บ้านตามลำดับ โดยสอดคล้องกับแนวคิดของปรมะ สตะเวทิน (2540 : 122) เรื่องการเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selection exposure) ที่กล่าวว่า บุคคลเลือกรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตนเอง นอกจากนี้ สมร ทองดี (2551 : 135-136) ได้กล่าวถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพว่า ผู้ส่งสารต้องศึกษาถึงความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้ว ในการรับสารของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน ข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของตน ข่าวสารที่สะดวกรวดเร็วในการรับสาร และต้องการประสบการณ์ใหม่

4. ปัญหาการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยพบว่า ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของ อบต. ที่พบมากที่สุด คือ ปัญหาความทั่วถึงในการประชาสัมพันธ์ และความเพียงพอของจุดให้บริการข่าวสารเท่ากัน ($\bar{X}=3.34$) ขณะที่ปัญหาความรวดเร็วและการให้บริการข้อมูลข่าวสารของบุคลากร อบต. เป็นลำดับถัดไป ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางเท่ากัน ($\bar{X}=3.32$) การที่จะทำการสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จ อบต. ต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ดังที่อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553 : 346-348) ได้กล่าวไว้ว่า ต้องมีการวางแผน ต้องเข้ากับวัฒนธรรมได้ดี ต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ต้องเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง ต้องต่อเนื่องและน่าเชื่อถือ โดยทั้งองค์กร นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้และความเข้าใจในคุณสมบัติหรือธรรมชาติของสื่อแต่ละประเภท

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการวิจัย

1.1 องค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่ ควรมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์และจัดสรรงบประมาณสนับสนุน

1.2 องค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่ ควรอบรมสร้างความรู้ ความเข้าใจและทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับบุคลากร

1.3 องค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่ ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนและภาคีเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์

1.4 องค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่ ควรกำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน ตลอดจนผู้เกี่ยวข้อง ที่มีต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของ อบต. อย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบ ช่องทางการสื่อสาร

1.5 องค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่ ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย ผู้นำชุมชน และการประชุมหมู่บ้านโดยเน้นความรวดเร็วครอบคลุมพื้นที่ และปรับปรุงการให้บริการข้อมูลข่าวสารโดยบุคลากรของ อบต.

1.6 องค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่ ควรกำหนดเวลาเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอแน่นอน โดยเน้นข้อมูลด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และด้านการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคีเครือข่ายในด้านการประชาสัมพันธ์ของ อบต.

2.2 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการเสียงตามสายของประชาชน

2.3 ควรศึกษาการพัฒนาารูปแบบเสียงตามสายเพื่อสนองตอบความต้องการของประชาชน

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ เชื้อแดง. (2542). **บทบาทของเจ้าหน้าที่
องค์การบริหารส่วนตำบลกับการมีส่วนร่วม
ในการบริหารท้องถิ่น**. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณรงค์ โพธิ์พุกษานันท์. (2551). **ระเบียบวิธีวิจัย**.
พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2540). **หลักนิติศาสตร์**.
พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- พรทิพย์ วรภิจโศคาทร. (2545). **การวางแผนการ
ประชาสัมพันธ์**. ใน **เอกสารการสอนชุดวิชา
การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด**.
นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2553). **การประชาสัมพันธ์**.
พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมร ทองดี. (2551). **จิตวิทยาประยุกต์เพื่อการสื่อสาร
ในงานสารสนเทศ ใน เอกสารการสอนชุดวิชา
การสื่อสาร หน่วยที่ 1-8**. พิมพ์ครั้งที่ 7.
นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎี
และปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซท์กซ์.
- องค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่. (2556).
แผนพัฒนา 3 ปี (2557-2559). นครราชสีมา :
องค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). **สื่อประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ
: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.