

การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ

Administration of Public Relations of the Samut Prakan Provincial

Administrative Organization

ครรชิต สิงหเสนานนท์ และ สัมพันธ์ พลกัດ

Kunchit Singhasemanond and Sampan Polpak

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย

Doctor of Philosophy Program in Public Administration, Eastern Asia University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยแบบผสมผสานนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) สภาพปัจจุหาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ (2) แนวทางพัฒนาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ (3) ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีส่วนทำให้การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ และ (4) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ เน้นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามซึ่งผ่านการทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญ ได้ค่าความเที่ยงตรงที่ระดับ 0.83 และค่าความเชื่อถือของแบบสอบถามที่ระดับ 0.98 ประชากร คือประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการจำนวน 1,260,400 คน และได้กลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโว ประมาณ จำนวน 1,111 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าการถดถอยพหุคูณ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน นอกเหนือนี้ยังใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสนับสนุนข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แนวลึกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 10 คน อีกด้วย ผลการศึกษาพบว่า (1) ปัจจุหาที่สำคัญ คือ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารค่อนข้างน้อย ทำให้ประชาชนไม่ได้รับทราบข่าวสารที่จำเป็น (2) แนวทางการพัฒนาที่สำคัญ คือ องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การป้องกันปัญหาน้ำท่วมให้มีความหลากหลายและกว้างขวางเพียงพอ ทำให้ข้อมูลเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม (3) ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการประสบความสำเร็จแบ่งเป็นปัจจัยภายในได้แก่ การมีวิสัยทัศน์และภาวะผู้นำสูงของผู้บริหาร และปัจจัยภายนอกได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด ให้ความสำคัญและสนับสนุนเครือข่าย และ (4) ยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาบทบาทการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนให้มีคุณภาพสูงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, ยุทธศาสตร์, การประชาสัมพันธ์, องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ

Abstract

The aims of this mixed method research were to study (1) Problems of public relations administration (2) The guidelines of administration for public relations development (3) The internal and external effective factors which were an important part of the success to development guidelines of administration for public relations and (4) Administrative strategies of public relations of the Samut Prakan Provincial government. This research method

focused on quantitative analysis, emphasizing on survey research using questionnaires, which were completed by Samut Prakan residents. They had a validity check at 0.83 level and reliability check at 0.98 level. Samut Prakan province's population was 1,260,400 people; 1,111 people were used for sampling group according to the Taro Yamane's Formula. The statistics analysis in this study included frequency, percentage, average, standard deviation, the multiple regression and a correlation coefficient of Pearson. In addition, 10 experts did in-depth interviews for the qualitative data. This study showed that (1) the major problem was there was less information for public relations particularly on flood prevention of the Samut Prakan Provincial administration government. The population did not receive the necessary information ($\bar{X} = 2.10$, $SD = 0.60$). (2) the major development guidelines for the Samut Prakan Provincial government should increase its diversity and extension and should spread the flood prevention information penetrating to all population ($\bar{X} = 2.00$, $SD = 0.70$), (3) the important factors of the successive development guidelines were the internal factors of having vision and leadership of the executives, and the support of the governor, on network as the external factor ($\bar{X} = 2.06$, $SD = 0.65$) and (4) the major strategies of the public relations administrations were the development role of public relations and the mass communication services to serve the needs of the target groups ($\bar{X} = 2.08$, $SD = 0.66$).

Keywords: administration, public relations, Samutprakan provincial administrative organization



บทนำ

การดำเนินการพัฒนาตามแผนหรือนโยบายในกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ การประชาสัมพันธ์เป็นงานส่วนหนึ่งซึ่งมีความสำคัญในการชี้แจงทำความเข้าใจกับประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการหรือพัฒนาด้านต่าง ๆ ที่มีการดำเนินการ โดยเฉพาะจากคำแถลงนโยบายของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการเกี่ยวกับด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งให้ความสำคัญกับการเร่งก่อสร้างระบบป้องกันน้ำท่วมและมีปีกามาในเรื่องของการสร้างเสริมศักยภาพการจัดการปัญหาอุทกภัยและคุณภาพน้ำแบบบูรณาการ(องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ, 2557)

จากการสอบถามและพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับนายยงยุทธ สิงหเสนานนท์ (2558) อดีตเจ้าหน้าที่สื่อสาร สถานเอกอัครราชทูตสหรัฐอเมริกาประจำประเทศไทย เกี่ยวกับกรณีการให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่เข้าถึงประชาชนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ เกี่ยวกับการป้องกันน้ำท่วมของ

จังหวัด ซึ่งมีผลจากแผ่นดินทรุดตัวจากการใช้น้ำบาดาลมาเป็นระยะเวลานาน ส่งผลให้จังหวัดมีพื้นที่ระดับเริ่มต่ำกว่าน้ำทะเล และเป็นปัญหาให้จังหวัดเกิดน้ำท่วมอยู่บ่อยครั้งจากสภาพของการระบายน้ำไม่ทัน ทั้งที่เกิดภาวะน้ำท่วมจากสภาพฝนตกหนัก หรือเกิดจากการน้ำท่วม จึงเป็นปัญหาของการป้องกันและการระบายน้ำท่วม ไม่ทันเมื่อเข้าถึงหน้าฝนหรือ หน้าน้ำของทุกปีรวมถึงข้อมูลข่าวสารด้านอื่น ๆ เช่น การดำเนินการโครงสร้างพื้นฐานของการดำรงชีวิตประชาชน การตัดถนน การคมนาคม ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ในท้องถิ่นที่ประชาชนไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างเพียงพอและทันต่อเหตุการณ์ การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ จึงยังขาดความชัดเจน ขาดประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลและเรื่องราวที่จะมีผลกระทบต่อการดำรงชีวิตในทุก ๆ ด้านของประชาชน อีกทั้งภาพรวมของการสื่อสารที่ยังเป็นปัญหาของการประสานหรือซ้อมต่อไปยังส่วนราชการ หน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการให้มีประสิทธิภาพและเกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจัยการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ

2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ

3. เพื่อศึกษาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีส่วนสำคัญทำให้การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการประสบความสำเร็จ

4. เพื่อศึกษาอุทธศำสตร์การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ มีแนวคิดทฤษฎีที่ประกอบด้วย

ธงชัย สันติวงศ์ (2543, หน้า 21-22) ได้กล่าวถึงลักษณะของงานบริหารจัดการไว้ 3 ด้าน คือ (1) ในด้านที่เป็นผู้นำหรือหัวหน้างาน การบริหารจัดการ หมายถึง ภาระหน้าที่ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่ปฏิบัติเป็นผู้นำภายในองค์การ (2) ในด้านของการกิจหรือสิ่งที่ต้องทำงานบริหารจัดการ หมายถึง การจัดระเบียบทรัพยากรต่าง ๆ ในองค์การและการประสานกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน (3) ในด้านของความรับผิดชอบงานบริหารจัดการหมายถึง การต้องทำให้งานต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยการอาศัยบุคคลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี หรือหลักธรรมาภิบาล หมายถึง แนวทางในการจัดระเบียบเพื่อให้สังคมของประเทศทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ เอกชนและภาคประชาชน สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข และต้องอยู่ในความดูดต้องเป็นธรรม ตามหลักพื้นฐานการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ

และหลักความคุ้มค่า (สุเทพ เทวะลิท, 2549 หน้า 52-60) โดยนำความในหมวด 1 ตามราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ 9 ตุลาคม พ.ศ.2546 (ราชกิจจานุเบกษา, 2546 เล่ม 120 ตอนที่ 100 ก) ใน 4 ด้านมาใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชน ได้รับการอำนวยความสะดวกและได้รับการตอบสนองความต้องการ มีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงการกิจของรัฐ มีการปรับปรุงการกิจของส่วนราชการให้ทันต่อสถานการณ์ และมีการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ

ยุทธศาสตร์ หรือ กลยุทธ์ เป็นรูปแบบหรือแผนที่แสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของเป้าหมายนโยบาย และกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์การ ซึ่งพิเชญฐ์ วงศ์เกียรติจิร (2552, หน้า 107-108) ได้ให้ความหมายของยุทธศาสตร์ว่า การกำหนดเป้าหมายเพื่อที่จะกำหนดยุทธศาสตร์ที่กำหนดไปสู่การปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายซึ่งประกอบไปด้วยกำหนดแนวทางปฏิบัติโดยรู้จักข้อจำกัดและความแตกต่างระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะทำalongไปนั้นบรรลุเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง การกำหนดนโยบาย การวางแผน กำหนดโครงการหรือโครงการ หน่วยวิเคราะห์ การประเมิน การวัดและขั้นตอนการปฏิบัติที่เรียกว่า “กลยุทธ์” เพื่อความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

การประชาสัมพันธ์ ในความหมายของอรุณรัตน์ ชินวรณ์ (2553, หน้า 3) หมายถึง “กระบวนการในการจัดการบริหารข้อมูลขององค์การเพื่อให้ข่าวสารขององค์การเกิดการสื่อสารที่ดี เป็นที่รับรู้ของคนในองค์การ และนอกองค์การ ได้เข้าใจถึงการกิจ ทำให้เกิดทัศนคติ ที่ดีและเกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน องค์การสถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดภาพลักษณ์ ที่ดีต่อหน่วยงาน องค์การ สถาบัน นำมาซึ่งความร่วมมือ ให้การสนับสนุนจากประชาชน และในที่สุดองค์การจะประสบความสำเร็จ”

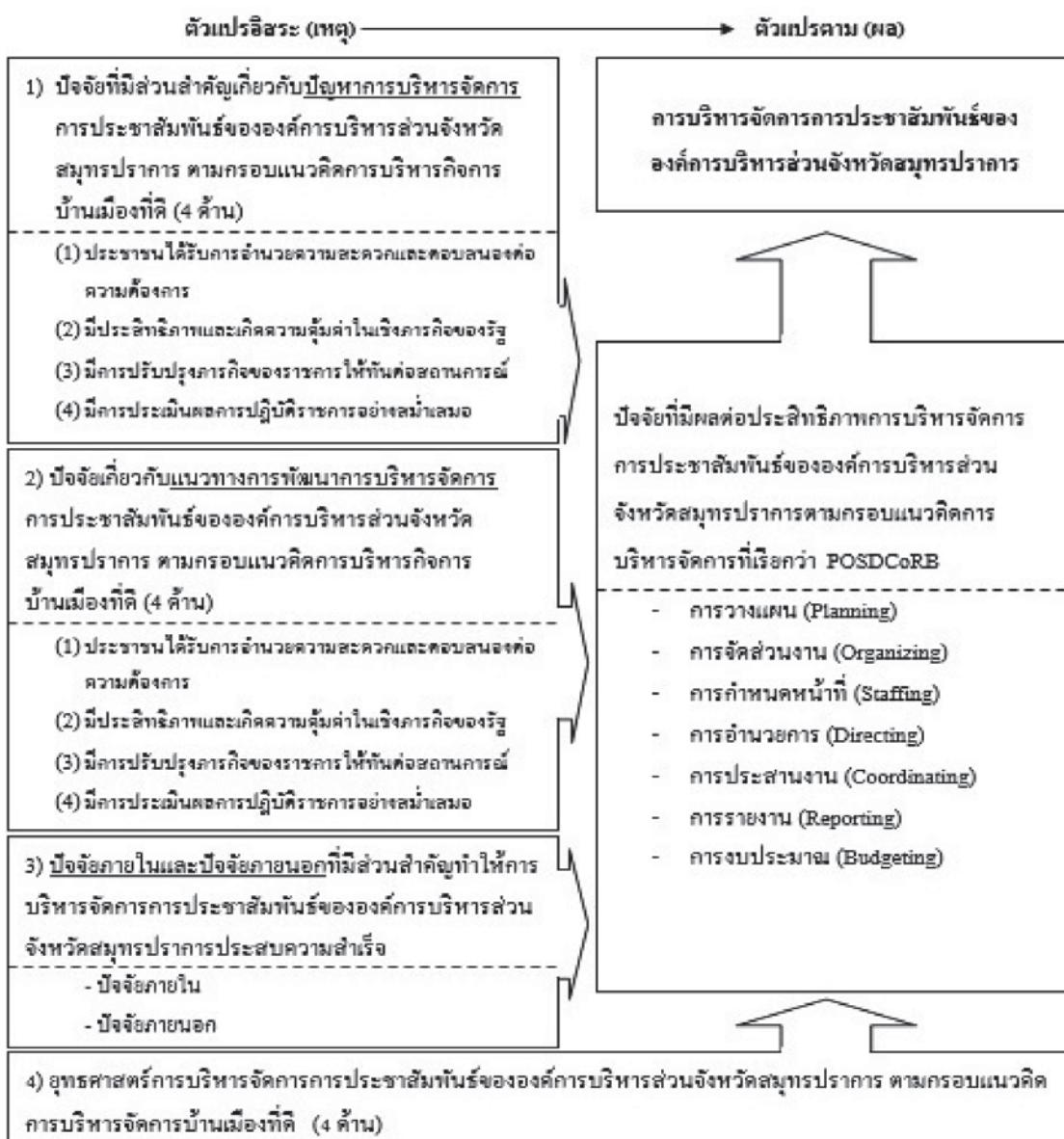
แนวคิดการบริหาร POSDCoRB ซึ่งกุลิก และเออร์วิก (Gulick & Urwick, 1973, pp. 3-13) ได้นำเสนอแนวคิดการ管理ที่สำคัญของนักบริหารในบทความ “Pater on the Science of Administration: Note on the Theory of Organization” ซึ่งมีหลักในการบริหารองค์การที่ใช้กันในทั้งภาครัฐ และเอกชน ผู้มีอำนาจหน้าที่จะใช้บทบาทการบริหาร 7 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดส่วนงาน

การกำหนดหน้าที่ การอำนวยงาน การประสานงาน การรายงาน และการงบประมาณ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการบริหาร

กิจการบ้านเมืองที่ดี (4 ด้าน) มาใช้เป็นตัวแปรอิสระ และนำแนวคิดการบริหาร POSDCoRB มาใช้เป็นตัวแปรตาม เพื่อที่จะศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ประชาชนสัมพันธ์ขององค์กรบริหาร ส่วนจังหวัด สมุทรปราการ



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยใช้วิธีแบบพสมพสา โดยใช้การวิจัย เขิงสำรวจเป็นวิธีวิจัย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อ แสวงหาข้อเท็จจริง และนำมาใช้ตั้งเป็นค่าตามในการวิจัย

เชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้ใช้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการของ องค์กรบริหารส่วนจังหวัด สมุทรปราการ จำนวน 10 คน เพื่อสนับสนุนผลที่ได้จากการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชาชนในพื้นที่ของจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 1,260,400 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่ตอบแบบสอบถามในพื้นที่ของจังหวัด จำนวน 1,111 คน ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยการคำนวณหาค่าประชากรด้วยสูตรของ ทาโร่ ยามานะ (Yamane, 1967, pp. 886-887)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยการคำนวณช่วงการวัดตามแนวคิดของจหน์ ดับบลิว เบสต์ (Best, J. W. 1977, pp. 174) โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง และน้อย มีค่าความเที่ยงตรงที่ระดับ 0.83 และมีค่าความเชื่อถือได้ที่ระดับ 0.98 ในการนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านมาตั้งเป็นข้อคำถามโดยการสัมภาษณ์แบบวิธีเลือกแบบเจาะจงกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 10 คน ซึ่งไม่มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่ภาคสนามใน 6 อำเภอของจังหวัดสมุทรปราการ ด้วยตัวผู้วิจัยและผู้ช่วย โดยการประสานพื้นที่บางส่วนเพื่อเก็บข้อมูล หรือกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ด้วยการขอความร่วมมือตอบแบบสอบถามจนครบจำนวน 1,111 ชุด แล้วนำมารูปผล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 10 คน โดยใช้คำถามที่ได้จากข้อมูลเชิงสำรวจมาใช้ในการตั้งคำถามมาทำการสัมภาษณ์แบบชี้งหน้า และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาศึกษา เทียบเคียงกับข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณว่ามีความคิดเห็นที่สอดคล้อง สนับสนุน หรือแตกต่างกันอย่างไร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบนจิงเบนมาตรฐาน ค่าการลดดอญพหุคูณ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน รวมถึงการวิเคราะห์ในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญเกี่ยวกับปัญหาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ตามแนวทางการพัฒนาการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (4 ด้าน) ภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้ง 4 ด้าน ($\bar{X} = 1.96$, $SD = 0.71$) โดยปัญหาที่สำคัญที่สุด คือ องค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการป้องกันปัญหาน้ำท่วมค่อนข้างน้อย ทำให้ประชาชนไม่ได้รับทราบข่าวสารที่จำเป็น ($\bar{X} = 2.10$, $SD = 0.60$)

2. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (4 ด้าน) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้ง 4 ด้าน ($\bar{X} = 1.98$, $SD = 0.72$) โดยเห็นว่าควรเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการป้องกันปัญหาน้ำท่วมให้มีความหลากหลายและกว้างขวางเพียงพอ ทำให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม ($\bar{X} = 2.08$, $SD = 0.66$)

3. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการประสบความสำเร็จ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 1.96$, $SD = 0.72$) โดยเห็นว่าปัจจัยภายในที่สำคัญ คือ ผู้บริหารขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ มีภาวะผู้นำสูง มีวิสัยทัศน์ที่ดี ให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ รวมถึงให้การสนับสนุนการใช้สื่อทุกด้านพร้อมทั้งจัดสรรงบประมาณ

ด้านการประชาสัมพันธ์ให้อย่างเพียงพอในทุกกิจกรรม/โครงการ ($\bar{X} = 2.06$, $SD = 0.65$) ส่วนปัจจัยภายนอกที่สำคัญ ได้แก่ ผู้ว่าราชการ จังหวัดสมุทรปราการให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ของ องค์กรบริหาร ส่วนจังหวัดสมุทรปราการ และสนับสนุนเครือข่ายการมีส่วนร่วมระหว่างองค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ กับภาคครั้งรุ่มถึงภาคเอกชน และภาคประชาชนที่เกี่ยวข้อง ทำให้งานประชาสัมพันธ์ของ องค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ สามารถเข้าถึงประชาชนในทุกกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพโครงการ ($\bar{X} = 2.00$, $SD = 0.73$)

4. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อยุทธศาสตร์ การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหาร ส่วนจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.01$, $SD = 0.69$) โดยเห็นว่า ยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาบทบาทการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน ให้มีคุณภาพ สนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{X} = 2.08$, $SD = 0.66$)

การอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย พนวฯ

1. การอภิปรายผลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีส่วนสำคัญ เกี่ยวกับปัญหาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (4 ด้าน) พนวฯ การที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับปานกลางมากกว่าที่จะเห็นด้วยในระดับมากหรือน้อย อาจเป็น เพราะกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าองค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ได้ดำเนินวิธีการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารให้กับประชาชนโดยใช้สื่อ คทເຂົ້າກໍ ປ້າຍີ້ສັງເກະຮ່າງ ວາສາຣ “ຟ້າໃໝ່” รวมถึงการใช้สื่อมวลชน ท้องถิ่น แต่จากการสังเกตกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามพื้นที่ทั้ง 6 อำเภอ จะมีความแตกต่างจากการรับอิทธิพลทางความคิดทางการเมืองท้องถิ่นเข้ามาเป็นตัวตัดสินใจในการให้คำตอบ จึงทำให้คำตอบที่เห็นด้วยในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่มากกว่าที่จะเห็นด้วยในระดับมากหรือน้อย สอดคล้องกับความเห็นผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 10 คน

ล้วนเห็นด้วยกับ “ปัญหาการบริหารจัดการ” นั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับการเมืองท้องถิ่น การมีข้อมูลและข่าวสารที่เข้าถึงประชาชนได้น้อย ข่าวสารที่ผ่านวารสาร “ຟ້າໃໝ່” อาจมีไม่ครบถ้วนหรือไม่ทั่วถึง การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ยังไม่มีความหลากหลาย ไม่กรองข่าวสาร ส่วนใหญ่การเข้มต่อของข้อมูลจะเน้นการประสานทางหนังสือราชการและส่งเจ้าหน้าที่มาถ่ายทำข้อมูล่าวไปซึ่งข้อมูลที่นำเสนอให้กับประชาชนจะเป็นข้อมูลที่ล่าช้าประจำของปัญหาส่วนหนึ่ง คือ อาจจะเกิดจาก ปัญหาการสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน หรือผู้รับสารให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน จึงอาจเป็นจุดอ่อนสำคัญของการประชาสัมพันธ์ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วินัย ภู่ ประชาตระกูล (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารแบบบูรณาการด้านการท่องเที่ยวขององค์กรบริหารส่วนจังหวัด 3 จังหวัดภาคใต้ พนวฯ การบริหารแบบบูรณาการตามยุทธศาสตร์นี้ ยังขาดการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอขาดงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ และขาดความช่วยเหลือจากภาครัฐที่จะเข้าถึงประชาชนได้อย่างเหมาะสม

2. การอภิปรายผลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหาร ส่วนจังหวัดสมุทรปราการตามกรอบแนวคิดการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี (4 ด้าน) กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง มากกว่าที่จะเห็นด้วยในระดับมากหรือน้อย อาจเป็นเพราะผู้บริหารองค์กรบริหารส่วนจังหวัด สมุทรปราการ มากจากการสมัครลงรับเลือกตั้งผู้แทนองค์กร ส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีการแข่งขันกันสูง อาจเป็นส่วนหนึ่งของอุปสรรคหรือความขัดแย้งของการประสานงานครัวมี แนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการให้ชัดเจนมาก ยิ่งขึ้น สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 10 คน ล้วนเห็นด้วยกับ “แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ” มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ควรนำวิสัยทัศน์ ขององค์กรมาพิจารณาเพื่อสำรวจว่าควรจะต้องบริหารจัดการในเรื่องใด โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ ควรมีการพัฒนาและเพิ่มสื่อใหม่ ๆ ให้มีความหลากหลายหรือเข้าหาหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเข้าถึงในการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม ประสานสัมพันธ์กับทุกหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเพิ่มเครือข่ายเช่น ควรเพิ่มวิธีการ

และรูปแบบการประชาสัมพันธ์ใหม่ๆ เพื่อให้ข้อมูลท่ามสารถึงประชาชนและได้รับทราบข่าวสารข้อมูลที่จำเป็น เช่น การประกาศแจ้งเตือนหรือประชาสัมพันธ์แนวทางในการป้องกันปัญหาน้ำท่วมจากสภาพแฝดหนักหรือน้ำทะเลขันนุน เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของศรีพร ชวนเกริกกุล (2553) ที่ยกบัญความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของพื้นที่ภาคกลางตอนบน พบว่า ความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวในอาเภอมีอง จังหวัด ลพบุรี มีความต้องการด้านงบประมาณ และสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และความต้องการในการพัฒนาด้านบุคลากร และพัฒนาด้านสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก

3. อภิปรายผลเกี่ยวกับปัจจัยภายในและภายนอกที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่าง มีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง มากกว่าที่จะเห็นด้วยในระดับมากหรือน้อย ซึ่งปัจจัยภายในมองว่าความมีวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร พยายามดำเนินการให้ประชาชนเห็นภาพทัศน์หรือวัตถุนิยม ส่วนปัจจัยภายนอกที่กล่าวถึง คือ จังหวัดหรือผู้ว่าราชการจังหวัด รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนต่างก็พร้อมให้การสนับสนุน ในกิจกรรมและโครงการ จากการประเมินโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ จึงสนับสนุนซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 คนที่เห็นตรงกันว่า ความมีวิสัยทัศน์ของผู้บริหารองค์กรบริหารจังหวัดสมุทรปราการจากที่ผ่านมาในระดับหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์โดยให้ประชาชนเห็นภาพทัศน์หรือวัตถุนิยม เช่น การสร้างหอชุมเมือง การวางแผนเตรียมการสร้างกระเช้าข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ซึ่งบุคลากรขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดนั้น มีความรู้ ความสามารถ หรือความเชี่ยวชาญในงาน มีศักยภาพที่จะดำเนินการ และสามารถร่วมกับประชาสัมพันธ์จังหวัดในการทำงาน ส่วนปัจจัยภายนอก จังหวัดซึ่งหมายถึง ผู้ว่าราชการจังหวัด รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ต่างก็พร้อมให้การสนับสนุนในกิจกรรมและโครงการ เนื่องจากองค์กรบริหารส่วนจังหวัดมีงบประมาณในการดำเนินการ ดังนั้นการท่องเที่ยวและการบริการต่างๆ ต้องเอื้อและสนับสนุนซึ่งกันและกัน ความสำคัญในงานต่างๆ และ

ประสานต่อไปยังส่วนที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรัตน์ อนันต์ราพงษ์ (2555) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบางหัวเสือ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งใช้การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนเพื่อสร้างขีดความสามารถการพัฒนาผลิตภัณฑ์และถ่ายทอดเทคโนโลยี แก่ชุมชนพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คราวต้องมีการพัฒนาต่ออยอดพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้วยการประสานความร่วมมือ และสามารถถ่ายทอดเชื่อมต่อไปยังชุมชนอื่นๆ ที่สนใจเพื่อแบ่งปันความรู้และสร้างเครือข่ายเพื่อความยั่งยืนต่อไป

4. อภิปรายผลเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์กรบริหารส่วนจังหวัด สมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง มากกว่าที่จะเห็นด้วยในระดับมากหรือน้อย อาจมาจากการ “ฟ้าใหม่” ที่แขกจ่ายให้กับหน่วยงานสถานประกอบการ หรือบ้านเรือนประชาชนและเป็นข้อมูลให้เห็นว่า องค์กรบริหารส่วนจังหวัดได้มีการดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนาตามแผนงานต่างๆ แต่ปัจจุบันสำคัญคือ ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจคำว่า “ยุทธศาสตร์” และสิ่งที่องค์กรบริหารส่วนจังหวัดได้ดำเนินกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ไปเสี้ยวได้ตอบยุทธศาสตร์ขององค์กรหรือไม่ ดังนั้น องค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ควรมีนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพอย่างเป็นเอกภาพ จะทำให้ประชาชนได้รับทราบและเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองอย่างทั่วถึงและทันต่อเหตุการณ์ เช่น ข้อมูลด้านการป้องกันปัญหาน้ำท่วม ข้อมูลด้านสวัสดิการสังคม ข้อมูลด้านคุณภาพชีวิต เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 10 คน มีความเห็นในทิศทางเดียวกันคือ ประชาชนไม่ค่อยทราบหรือมีความเข้าใจเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ ยกเว้นกลุ่มนี้มีส่วนได้ส่วนเสียก็จะมีความเข้าใจในแผนหรือนโยบายการบริหารจัดการดังนี้ การประชาสัมพันธ์ให้เห็นการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ขององค์กรโดยใช้ข้อมูลของพื้นที่ส่งต่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ การมีเครือข่าย การเชื่อมต่อระหว่างกันในเรื่องราวด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจการเมือง การท่องเที่ยว การเกษตร

โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการป้องกันน้ำท่วมและน้ำท่วมใหญ่จะทำให้ประชาชนในพื้นที่เข้าถึงข้อมูลได้และมีความเข้าใจและเพิ่มการมีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้นด้วยการใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา พิตรปริชา (2551) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสถานภาพการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย โดยใช้แบบงานประชาสัมพันธ์ของ Grunig พบว่า หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรใช้รูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสาธารณะเป็นหลักโดยมุ่งเน้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการยอมรับและปฏิบัติตามมากกว่าการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันรวมถึงการโน้มน้าวใจ

5. อภิปรายผลเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายในระดับปานกลาง แทนที่จะเป็นด้วยในระดับมาก หรือเป็นด้วยในระดับน้อยผู้วิจัยมีความเห็นว่า ถ้าการองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ใช้รูปแบบการบริหารจัดการแบบกรอบแนวคิดการบริหาร POSDCoRB ในทางปฏิบัติองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ เป็นองค์กรปกติองค์กรที่มีการแบ่งขันทางการเมืองท้องถิ่นอย่างสูง ลักษณะของเครือข่ายจึงมีความเป็นพากพ้อง ดังนั้นการสร้างเครือข่ายจึงไม่ค่อยยั่งนานรีบ ไม่มีความขัดแย้งและอาจจะเข้าถึงปัญหาได้ลำบาก จึงมีผลให้ความเห็นเกี่ยวกับการประสานงานมีความสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 10 คน ที่มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันกับ “การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ” ซึ่งสาระสำคัญอยู่ที่ การประสานงาน เพราะเนื่องจากการบริหารองค์กรส่วนท้องถิ่นมีการแบ่งขันทางการเมืองก่อนข้างสูง ลักษณะเครือข่ายจึงมีความเป็นพากพ้อง การประสานไม่ค่อยยั่งนานรีบ ไม่มีความขัดแย้งและอาจจะเข้าถึงปัญหาได้ลำบาก จึงมีส่วนสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ ดังนั้นในการดำเนินการพัฒนาด้านความต้องการพื้นฐานของประชาชนรวมไปถึงด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมืองท้องถิ่น ข้อมูลจะมานำเสนอและเป็นประโยชน์เท่าใดขึ้นอยู่กับวิถีทัศน์และนโยบายของผู้บริหารรวมถึงผู้มีส่วนรับผิดชอบในการดำเนินการ ซึ่งข้อมูลประชาสัมพันธ์จะเป็นเรื่องต่อไป

เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนได้มีส่วนร่วมและได้ผลต่อการดำเนินการของภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับ เนลิมพล วิรัญ ดร.สินธุ์ โทรนล ดร.สมคิด แก้วพิพิช และ ดร.ประรดา ยศสุข เกี่ยวกับการใช้ POSDCoRB Model ในฐานะเครื่องมือการบริหารงานขององค์การปกติองค์กรท้องถิ่นในอำเภอ แม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผลการใช้เครื่องมือ 6 ด้าน มีค่าระดับการใช้ดี ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การกำหนดหน้าที่ การประสานงาน การรายงาน และการงบประมาณ มีเพียงการอำนวยการที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ในแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ดังนี้

1.1 ด้านประชาชนควรได้รับการอำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อความต้องการ คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต้องเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการที่องค์การได้กำหนดไว้ตามแผนงานนโยบายหรือพันธกิจที่วางไว้

1.2 ด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงกิจของรัฐ คือ การสร้างสัมพันธ์ในการบริหารส่วนท้องถิ่นและเพิ่มเติมเครือข่ายให้เกิดขึ้นอย่างกว้างขวาง การเปิดโอกาสการมีส่วนร่วมภาคประชาชน การดำเนินการจะมีการต่อยอดและความคิดและพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับสังคมและชุมชน ตามหลักความคุ้มค่าของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี หรือหลักธรรมาภิบาล

1.3 ด้านการปรับปรุงภารกิจของราชการให้ทันต่อสถานการณ์ คือเพิ่มความรวดเร็วของข้อมูลที่จะต้องถึงประชาชน โดยอาจปรับวิธีการหรือการใช้สื่อใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบันอย่างโฉมเชี่ยลมีเดีย ซึ่งการที่จะให้ข่าวสารรวดเร็วและเข้าถึงโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน

1.4 ด้านการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ คือ เน้นการปรับตัว ควรมีการรายงานผล

การปฏิบัติงาน สื่อสารข้อมูลต่างๆ ให้ประชาชนรับทราบ อยู่ตลอดเวลา ข้อมูลที่ได้ใช้เพื่อการพัฒนาและปรับปรุง งานโครงการหรือกิจกรรมให้เกิดประสิทธิภาพและสำเร็จ ตามเป้าประสงค์ของการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยได้นำหลักแนวคิดการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี (4 ด้าน) มาใช้ซึ่งการศึกษาครั้งต่อไปควรนำ เอกกรอบแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ให้มีความเหมาะสมกับ หน่วยงานอื่นเพื่อเป็นการพิสูจน์ผลการวิจัยและจะนำไป สู่การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการต่อไป

2. การวิจัยเชิงปริมาณ อาจกำหนดรายละเอียด ตัวชี้วัดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้มากขึ้น โดยการใช้การสุ่ม ตัวอย่างแบบกลุ่มหรือการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของข้อมูลได้มากขึ้น

3. การวิจัยเชิงคุณภาพ อาจสรุหามุ่งเน้นผู้รับ ผิดชอบที่ตรงกับหน้าที่หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงาน และการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อมีแนวทางในการพัฒนา องค์ความรู้ใหม่

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อการเพิ่ม ประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ อาจใช้แนวคิดอื่นที่น่าสนใจมาเป็นตัวเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น การจัดหน่วยงานแบบสมดุล หรือแนวคิดอื่นที่มี ความเหมาะสม

5. การวิจัยเชิงปรีบบ์ เช่น การวิจัยการบริหาร จัดการการประชาสัมพันธ์ระหว่างองค์การบริหารส่วน จังหวัดที่มีขนาด และการบริหารจัดการของพื้นที่ และ ความรับผิดชอบที่ใกล้เคียงกัน มาเป็นตัววัดประสิทธิภาพ ของการบริหารจัดการ



References

- Anunvrapong, A. (2012). *The product development approach of Bnghuosueo community, Samut Prakan province following the sufficiency economy philosophy*. Master of Liberals Arts Thesis, Rajamangala University of Technology Krungthep. (in Thai)
- Best, J. W. (1977). *Research in education* (3rd ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Chinworn, A. (2010). *Media for public relations*. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- Choayalet, S. (2006). *The modern public administration*. Bangkok: Samatam. (in Thai)
- Chuankrerkul, S. (2010). *The study of needs assessment in souvenir, accommodation, restaurant, tourism agency of local tourism development in upper central part of Thailand*. Retrieved from [http://ca.krirk.ac.th/workings/teacher/ความต้องการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว\(สรณพร\).pdf](http://ca.krirk.ac.th/workings/teacher/ความต้องการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว(สรณพร).pdf) (in Thai)
- Gulick, H. L., & Urwick, L. (1973). *Papers on the science of administration*. New York: Institute of Public Administration.
- Pitpreecha, R. (2010). The status of professional public relations practice in Thailand. *Journal of Public Relations and Advertising*, 3(1), 34-54. (in Thai)
- Pooprachatrakool, V. (2006). *Integration management strategies on tourism of provincial administrative organization in the three provinces: The case of Surat Thani, Nakhon Si Thammarat and Krabi provinces*. Bangkok: Suan Dusit Rajabhat University. (in Thai)
- Santiwong, T. (2000). *Organization and administration*. Bangkok: Thai Wattana Panet. (in Thai)
- Singhasemanond, Y. (2015) *Problems, approach and the management strategic of the public relations of the Samutprakan Public Administration*. (Interview).
- The Samutprakan Provincial Administrative. (2014). *Structure policy mission strategic*. Retrieved form <http://samutprakan-pao.go.th/news/info/74> (in Thai)
- Wiran, C., Sarabol, S., Keawtip, S., & Yossuck, P. (2011). *An application of POSDCoRB model as a management tools for local administration in Maetang district, Chiang mai province*. The 12th Graduate Research Conference, Khon Kaen University 2011, pp.1224-1229. (in Thai)
- Wongkearttikajon, P. (2009). *Concept strategic of the local government organization development management (LGO) in the era of globalization*. Bangkok: Panyachon. (in Thai)
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.) Tokyo: Harper.

