

การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ  
Administration of Public Relations of the Samut Prakan Provincial  
Administrative Organization

กรรชิต สิงหเสนานนท์ และ สัมพันธ์ พลภักดิ์

Kunchit Singhasemanond and Sampan Polpak

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

Doctor of Philosophy Program in Public Administration, Eastern Asia University

## บทคัดย่อ

บทความวิจัยแบบผสมผสานนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) สภาพปัญหาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ (2) แนวทางพัฒนาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ (3) ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีส่วนทำให้การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ และ (4) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ เน้นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามซึ่งผ่านการทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญ ได้ค่าความเที่ยงตรงที่ระดับ 0.83 และค่าความ เชื่อถือได้ของแบบสอบถามที่ระดับ 0.98 ประชากร คือประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการจำนวน 1,260,400 คน และได้กลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาร์โยมานะ จำนวน 1,111 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าการถดถอยพหุคูณ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน นอกจากนี้ยังใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสนับสนุนข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบลึกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 10 คนอีกด้วย ผลการศึกษาพบว่า (1) ปัญหาที่สำคัญ คือ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารค่อนข้างน้อย ทำให้ประชาชนไม่ได้รับทราบข่าวสารที่จำเป็น (2) แนวทางการพัฒนาที่สำคัญ คือ องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การป้องกันปัญหาน้ำท่วมให้มีความหลากหลายและกว้างขวางเพียงพอ ทำให้ข้อมูลเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม (3) ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการประสบความสำเร็จแบ่งเป็นปัจจัยภายในได้แก่ การมีวิสัยทัศน์และภาวะผู้นำของผู้บริหาร และปัจจัยภายนอกได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด ให้ความสำคัญและสนับสนุนเครือข่าย และ (4) ยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนให้มีคุณภาพสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

**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 received 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

การดำเนินการพัฒนาตามแผนหรือนโยบาย ในกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ขององค์การบริหารส่วน จังหวัดสมุทรปราการ การประชาสัมพันธ์เป็นงานส่วนหนึ่ง ซึ่งมีความสำคัญในการชี้แจงทำความเข้าใจกับประชาชน เกี่ยวกับการบริหารจัดการหรือพัฒนาในด้านต่าง ๆ ที่มีการ ดำเนินการ โดยเฉพาะจากคำแถลงนโยบายของนายก องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการเกี่ยวกับด้าน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งให้ ความสำคัญกับการเร่งก่อสร้างระบบป้องกันน้ำท่วม และมีเป้าหมายในเรื่องของการสร้างเสริมศักยภาพการจัดการ ปัญหาอุทกภัยและคุณภาพน้ำแบบบูรณาการ(องค์การ บริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ, 2557)

จากการสอบถามและพูดคุยแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นกับนายขยยุทธ สิงห์สมานนท์ (2558) อดีต เจ้าหน้าที่สื่อสาร สถานเอกอัครราชทูตสหรัฐอเมริกา ประจำประเทศไทย เกี่ยวกับกรณีการให้ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่เข้าถึงประชาชนขององค์การบริหาร ส่วนจังหวัดสมุทรปราการ เกี่ยวกับการป้องกันน้ำท่วมของ

จังหวัด ซึ่งมีผลจากแผ่นดินทรุดตัวจากการใช้น้ำบาดาล มาเป็นระยะเวลานาน ส่งผลให้จังหวัดมีพื้นที่ระดับเริ่ม ต่ำกว่าน้ำทะเล และเป็นปัญหาให้จังหวัดเกิดน้ำท่วม อยู่บ่อยครั้งจากสภาพของการระบายน้ำไม่ทัน ทั้งที่เกิด ภาวะน้ำท่วมจากสภาวะฝนตกหนัก หรือเกิดจากการหนุน ของน้ำทะเล จึงเป็นปัญหาของการป้องกันและการระบาย น้ำท่วม ไม่ทันเมื่อเข้าถึงหน้าฝนหรือ หน้าน้ำของทุกปี รวมถึงข้อมูลข่าวสารด้านอื่น ๆ เช่น การดำเนินการ โครงสร้างพื้นฐานของการดำรงชีวิตประชาชน การตัดถนน การคมนาคม ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ในท้องถิ่น ที่ประชาชนไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่าง เพียงพอและทันต่อเหตุการณ์ การบริหารจัดการด้านการ ประชาสัมพันธ์ จึงยังขาดความชัดเจน ขาดประสิทธิภาพ ในการสื่อสารข้อมูลและเรื่องราวที่จะมีผลกระทบต่อ การดำรงชีวิตใน ทุก ๆ ด้านของประชาชน อีกทั้งภาพรวมของ การสื่อสารที่ยังเป็นปัญหาของการประสานหรือเชื่อมต่อ ไปยังส่วนราชการ หน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ในการดำเนินการให้มีประสิทธิภาพและเกิดผลประโยชน์ สูงสุดต่อประชาชน

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีส่วนสำคัญทำให้การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการประสบความสำเร็จ
4. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ

## แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ มีแนวคิดทฤษฎีที่ประกอบด้วย

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

การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี หรือหลักธรรมาภิบาล หมายถึง แนวทางในการจัดระเบียบเพื่อให้สังคมของประเทศทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ เอกชนและภาคประชาชน สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข และตั้งอยู่ในความถูกต้องเป็นธรรม ตามหลักพื้นฐานการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบต่อ

และหลักความคุ้มค่า (สุเทพ เชาวลิศ, 2549 หน้า 52-60) โดยนำความในหมวด 1 ตามราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ 9 ตุลาคม พ.ศ.2546 (ราชกิจจานุเบกษา, 2546 เล่ม 120 ตอนที่ 100 ก) ใน 4 ด้านมาใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนได้รับการอำนวยความสะดวกและได้รับการตอบสนองความต้องการ มีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ มีการปรับปรุงภารกิจของส่วนราชการให้ทันต่อสถานการณ์ และมีการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ

ยุทธศาสตร์ หรือ กลยุทธ์ เป็นรูปแบบหรือแผนที่แสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของเป้าหมาย นโยบาย และกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์การ ซึ่งพิเชษฐ วงศ์เกียรติจิตร (2552, หน้า 107-108) ได้ให้ความหมายของยุทธศาสตร์ว่า การกำหนดเป้าหมายเพื่อที่จะกำหนดยุทธศาสตร์ที่กำหนดไปสู่การปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมาย ซึ่งประกอบไปด้วยกำหนดแนวทางปฏิบัติโดยรู้จักข้อจำกัดและความแตกต่างระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ ที่กระทำลงไปนั้น บรรลุเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง การกำหนดนโยบาย การวางแผน กำหนดโครงการหรือโครงการงาน หน่วยวิเคราะห์ การประเมิน การวัดและขั้นตอนการปฏิบัติที่เรียกว่า “กลยุทธ์” เพื่อความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

การประชาสัมพันธ์ในความหมายของอรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553, หน้า 3) หมายถึง “กระบวนการในการจัดการบริหารข้อมูลขององค์การเพื่อให้ข่าวสารขององค์การเกิดการสื่อสารที่ดี เป็นที่รับรู้ของคนในองค์การ และนอกองค์การได้เข้าใจถึงภารกิจ ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีและเกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน องค์การ สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน องค์การ สถาบัน นำมาซึ่งความร่วมมือให้การสนับสนุนจากประชาชน และในที่สุดองค์การจะประสบความสำเร็จ”

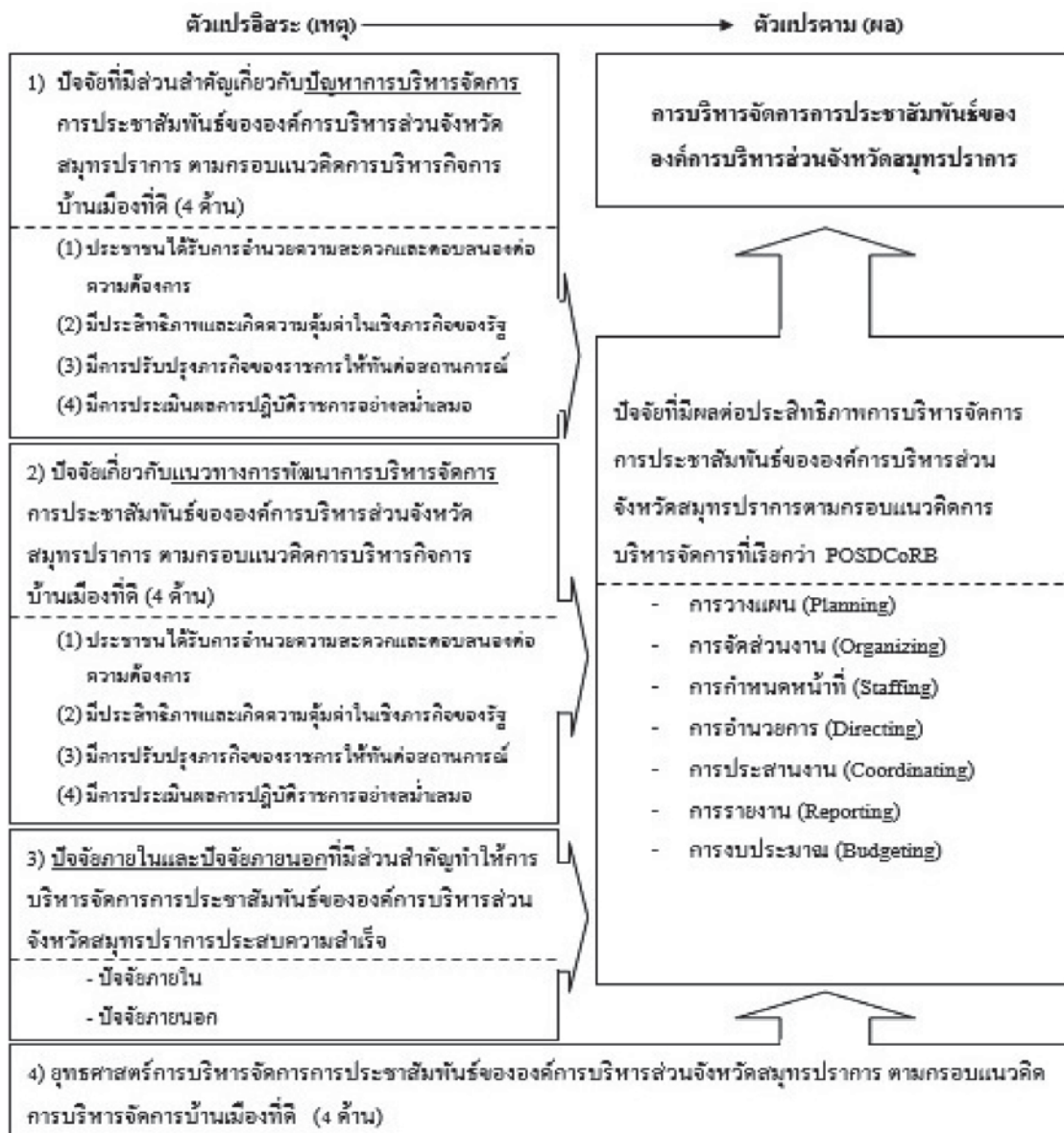
แนวคิดการบริหาร POSDCoRB ซึ่งกูลิค และเออร์วิค (Gulick & Urrvick, 1973, pp. 3-13) ได้นำเสนอแนวคิดภาระหน้าที่สำคัญของนักบริหารในบทความ “Pater on the Science of Administration: Note on the Theory of Organization” ซึ่งมีหลักในการบริหารองค์การที่ใช้กันในทั้งภาครัฐ และเอกชน ผู้มีอำนาจหน้าที่จะใช้บทบาทการบริหาร 7 ประการได้แก่ การวางแผน การจัดส่วนงาน

การกำหนดหน้าที่ การอำนวยการ การประสานงาน การรายงาน และการงบประมาณ

## กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการบริหาร

กิจการบ้านเมืองที่ดี (4 ด้าน) มาใช้เป็นตัวแปรอิสระ และนำแนวคิดการบริหาร POSDCoRB มาใช้เป็นตัวแปรตาม เพื่อที่จะศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหาร ส่วนจังหวัดสมุทรปราการ



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยใช้วิธีแบบผสมผสาน โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจเป็นวิธีวิจัย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อแสวงหาข้อเท็จจริง และนำมาใช้ตั้งเป็นคำถามในการวิจัย

เชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการของ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ 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 โดยการคำนวณช่วงการวัดตามแนวคิดของจอห์น ดับบลิว เบสต์ (Best, J. W. 1977, pp. 174) โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง และน้อย มีค่าความเที่ยงตรงที่ระดับ 0.83 และมีค่าความเชื่อถือได้ที่ระดับ 0.98 ในการนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านมาตั้งเป็นข้อคำถามโดยการสัมภาษณ์แบบลึกลงวิธีเลือกแบบเจาะจงกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 10 คน ซึ่งไม่มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่ภาคสนามใน 6 อำเภอของจังหวัดสมุทรปราการ ด้วยตัวผู้วิจัยและผู้ช่วย โดยการประสานพื้นที่บางส่วนเพื่อเก็บข้อมูล หรือกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญด้วยการขอความร่วมมือตอบแบบสอบถามจนครบจำนวน 1,111 ชุด แล้วนำมาสรุปผล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 10 คน โดยใช้คำถามที่ได้จากข้อมูลเชิงสำรวจมาใช้ในการตั้งคำถาม มาทำการสัมภาษณ์แบบซึ่งหน้าและนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาศึกษาเทียบเคียงกับข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณว่ามีความคิดเห็นที่สอดคล้อง สนับสนุน หรือแตกต่างกันอย่างไร

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าการถดถอยพหุคูณ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน รวมถึงการวิเคราะห์ในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

## ผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญเกี่ยวกับปัญหาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ตามแนวทางการพัฒนาการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (4) ด้าน ภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้ง 4 ด้าน ( $\bar{X}=1.96$ ,  $SD=0.71$ ) โดยปัญหาที่สำคัญที่สุดคือ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการป้องกันปัญหาน้ำท่วมค่อนข้างน้อยทำให้ประชาชนไม่ได้รับทราบข่าวสารที่จำเป็น ( $\bar{X}=2.10$ ,  $SD=0.60$ )

2. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการตามแนวทางการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (4 ด้าน) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้ง 4 ด้าน ( $\bar{X}=1.98$ ,  $SD=0.72$ ) โดยเห็นว่าควรเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการป้องกันปัญหาน้ำท่วมให้มีความหลากหลายและกว้างขวางเพียงพอทำให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม ( $\bar{X}=2.08$ ,  $SD=0.66$ )

3. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการประสบความสำเร็จ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=1.96$ ,  $SD=0.72$ ) โดยเห็นว่าปัจจัยภายในที่สำคัญคือ ผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ มีภาวะผู้นำสูง มีวิสัยทัศน์ที่ดีให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ รวมถึงให้การสนับสนุนการใช้สื่อทุกด้านพร้อมทั้งจัดสรรงบประมาณ



ด้านการประชาสัมพันธ์ให้อย่างเพียงพอในทุกกิจกรรม/โครงการ ( $\bar{X} = 2.06$ ,  $SD = 0.65$ ) ส่วนปัจจัยภายนอกที่สำคัญ ได้แก่ ผู้ว่าราชการ จังหวัดสมุทรปราการให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ของ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ และสนับสนุนเครือข่ายการมีส่วนร่วมระหว่างองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ กับภาครัฐ รวมถึงภาคเอกชน และภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องทำให้งานประชาสัมพันธ์ของ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ สามารถเข้าถึงประชาชนในทุกกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพโครงการ ( $\bar{X} = 2.00$ ,  $SD = 0.73$ )

4. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.01$ ,  $SD = 0.69$ ) โดยเห็นว่า ยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาบทบาทการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน ให้มีคุณภาพสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ( $\bar{X} = 2.08$ ,  $SD = 0.66$ )

## การอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย พบว่า

1. การอภิปรายผลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีส่วนสำคัญเกี่ยวกับปัญหาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (4 ด้าน) พบว่าการที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับปานกลางมากกว่าที่จะเห็นด้วยในระดับมากหรือน้อย อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ได้ดำเนินวิธีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนโดยใช้สื่อ คัทเอ๊าท์ ป้ายผ้า สังกะเราะห์ วารสาร “ฟ้าใหม่” รวมถึงการใช้สื่อมวลชนท้องถิ่น แต่จากการสังเกตกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามพื้นที่ทั้ง 6 อำเภอ จะมีความแตกต่างจากการรับอิทธิพลทางความคิดทางการเมืองท้องถิ่นเข้ามาเป็นตัวตัดสินใจในการให้คำตอบ จึงทำให้คำตอบที่เห็นด้วยในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ มากกว่าที่จะเห็นด้วยในระดับมากหรือน้อย สอดคล้องกับความคิดเห็นผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 10 คน

ส่วนเห็นด้วยกับ “ปัญหาการบริหารจัดการ” นั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับการเมืองท้องถิ่น การมีข้อมูลและข่าวสารที่เข้าถึงประชาชนได้น้อย ข่าวสารที่ผ่านวารสาร “ฟ้าใหม่” อาจมีไม่ครบถ้วนหรือไม่ทั่วถึง การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ยังไม่มีหลากหลายไม่กว้างขวาง ส่วนใหญ่การเชื่อมต่อของข้อมูลจะเน้นการประสานทางหนังสือราชการและส่งเจ้าหน้าที่มาถ่ายทำข้อมูลข่าวไป ซึ่งข้อมูลที่น่าสนใจประชาชนจะเป็นข้อมูลที่ล่าช้าประเด็นของปัญหาส่วนหนึ่งคือ อาจเกิดจาก ปัญหาการสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน หรือผู้รับสารให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน จึงอาจจะเป็นจุดอ่อนสำคัญของการประชาสัมพันธ์ได้และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วินัย ภู่วาณิช (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่องยุทธศาสตร์การบริหารแบบบูรณาการด้านการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนจังหวัด 3 จังหวัดภาคใต้ พบว่าการบริหารแบบบูรณาการตามยุทธศาสตร์นั้น ยังขาดการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอขาดงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ และขาดความช่วยเหลือจากภาครัฐที่จะเข้าถึงประชาชนได้อย่างเหมาะสม

2. การอภิปรายผลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (4 ด้าน) กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง มากกว่าที่จะเห็นด้วยในระดับมากหรือน้อย อาจเป็นเพราะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ มาจากการสมัครรับเลือกตั้งผู้แทนองค์กรส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีการแข่งขันกันสูง อาจเป็นส่วนหนึ่งของอุปสรรคหรือความขัดแย้งของการประสานงานควรมีแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 10 คน ส่วนเห็นด้วยกับ “แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ” มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าควรมีวิสัยทัศน์ขององค์การมาพิจารณาเพื่อสำรวจว่าควรจะต้องบริหารจัดการในเรื่องใด โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ ควรมีการพัฒนาและเพิ่มสื่อใหม่ ๆ ให้มีความหลากหลายหรือเข้าหาหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเข้าถึงในการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม ประสานสัมพันธ์กับทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเพิ่มเครือข่าย เช่น ควรมีเพิ่มวิธีการ

และรูปแบบการประชาสัมพันธ์ใหม่ๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารถึงประชาชนและได้รับทราบข่าวสารข้อมูลที่จำเป็น เช่น การประกาศแจ้งเตือนหรือประชาสัมพันธ์แนวทางในการป้องกันปัญหาน้ำท่วมจากสภาวะฝนตกหนักหรือน้ำทะเลหนุน เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรัณพร ชวนเกริกกุล (2553) เกี่ยวกับความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของพื้นที่ภาคกลางตอนบน พบว่า ความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี มีความต้องการด้านงบประมาณ และสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และความต้องการในการพัฒนาด้านบุคลากร และพัฒนาด้านสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก

3. อภิปรายผลเกี่ยวกับปัจจัยภายในและภายนอกที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง มากกว่าที่จะเห็นด้วยในระดับมากหรือน้อย ซึ่งปัจจัยภายในมองว่าความมีวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร พยายามดำเนินการให้ประชาชนเห็นภาพทัศน์หรือวัตถุประสงค์ ส่วนปัจจัยภายนอกที่กล่าวถึงคือ จังหวัดหรือผู้ว่าราชการจังหวัด รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ต่างก็พร้อมให้การสนับสนุนในกิจกรรมและโครงการ จากงบประมาณโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ จึงสนับสนุนซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 คนที่เห็นตรงกันว่า ความมีวิสัยทัศน์ของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการจากที่ผ่านมาในระดับหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ โดยให้ประชาชนเห็นภาพทัศน์หรือวัตถุประสงค์ เช่น การสร้างหอชมเมือง การวางแผนเตรียมการสร้างกระเช้าข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ซึ่งบุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนั้น มีความรู้ ความสามารถ หรือความเชี่ยวชาญในงาน มีศักยภาพที่จะดำเนินการ และสามารถร่วมกับประชาสัมพันธ์จังหวัดในการทำงาน ส่วนปัจจัยภายนอกจังหวัดซึ่งหมายถึงผู้ว่าราชการจังหวัด รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน ต่างก็พร้อมให้การสนับสนุนในกิจกรรมและโครงการ เนื่องจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีงบประมาณในการดำเนินการ ดังนั้นการทำโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ต้องเอื้อและสนับสนุนซึ่งกันและกัน ความสำคัญในงานต่าง ๆ และ

ประสานต่อไปยังส่วนที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรรัตน์ อนันต์วราพงษ์, 2555) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบางหัวเสือ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งใช้การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนเพื่อสร้างขีดความสามารถการพัฒนาผลิตภัณฑ์และถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ชุมชนพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ควรต้องมีการพัฒนาต่อยอดพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้วยการประสานความร่วมมือ และสามารถถ่ายทอดเชื่อมต่อไปยังชุมชนอื่น ๆ ที่สนใจเพื่อแบ่งปันความรู้และสร้างเครือข่ายเพื่อความยั่งยืนต่อไป

4. อภิปรายผลเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง มากกว่าที่จะเห็นด้วยในระดับมากหรือน้อย อาจมาจากวารสาร “ฟ้าใหม่” ที่แจกจ่ายให้กับหน่วยงานสถานประกอบการ หรือบ้านเรือนประชาชนและเป็นข้อมูลให้เห็นว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัดได้มีการดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนาตามแผนงานต่าง ๆ แต่ปัญหาสำคัญคือ ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจคำว่า “ยุทธศาสตร์” และสิ่งที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดได้ดำเนินกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ไปแล้วได้ตอบยุทธศาสตร์ขององค์การบริหารหรือไม่ ดังนั้น องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการควรมีนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพอย่างเป็นเอกภาพ จะทำให้ประชาชนได้รับทราบและเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองอย่างทั่วถึงและทันต่อเหตุการณ์ เช่น ข้อมูลด้านการป้องกันปัญหาน้ำท่วม ข้อมูลด้านสวัสดิการสังคม ข้อมูลด้านคุณภาพชีวิต เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 10 คน มีความเห็นในทิศทางเดียวกันคือ ประชาชนไม่ค่อยทราบหรือมีความเข้าใจเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ ยกเว้นกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียก็จะมีความเข้าใจในแผนหรือนโยบายการบริหารจัดการดังนั้นการประชาสัมพันธ์ให้เห็นการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ขององค์การบริหารโดยใช้ข้อมูลของพื้นที่ส่งต่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ การมีเครือข่ายการเชื่อมต่อระหว่างกันในเรื่องราวด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจการเมือง การท่องเที่ยว การเกษตร

โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการป้องกันน้ำท่วมและน้ำทะเลหนุน จะทำให้ประชาชนในพื้นที่เข้าถึงข้อมูลได้และมีความเข้าใจและจะเพิ่มการมีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้นด้วย การใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา พิตรปรีชา (2551) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสถานภาพการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย โดยใช้แม่แบบงานประชาสัมพันธ์ของ Grunig พบว่า หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ใช้รูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสาธารณะเป็นหลัก โดยมุ่งเน้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการยอมรับ และปฏิบัติตามมากกว่าการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันรวมถึงการโน้มน้าวใจ

5. อภิปรายผลเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง แทนที่จะเห็นด้วยในระดับมาก หรือเห็นด้วยในระดับน้อย ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ถ้าการองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ใช้รูปแบบการบริหารจัดการแบบกรอบแนวคิดการบริหาร POSDCoRB ในทางปฏิบัติองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ เป็นองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการแข่งขันทางการเมืองท้องถิ่นอย่างสูง ลักษณะของเครือข่ายจึงมีความเป็นพวกพ้อง ดังนั้นการสร้างเครือข่ายจึงไม่ค่อยราบรื่น มีความขัดแย้งและอาจเข้าถึงปัญหาได้ล่าช้า จึงมีผลให้ความเห็นเกี่ยวกับการประสานงานมีความสำคัญ ในการเพิ่มประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 10 คน ที่มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันกับ “การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ” ซึ่งสาระสำคัญอยู่ที่ การประสานงาน เพราะเนื่องจากการบริหารองค์การส่วนท้องถิ่นมีการแข่งขันทางการเมืองค่อนข้างสูง ลักษณะเครือข่ายจึงมีความเป็นพวกพ้อง การประสานไม่ค่อยราบรื่น มีความขัดแย้งและอาจเข้าถึงปัญหาได้ล่าช้า จึงมีส่วนสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ ดังนั้นในการดำเนินการพัฒนาด้านความต้องการพื้นฐานของประชาชน รวมไปถึงด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมืองท้องถิ่น ข้อมูลจะมากขึ้นและเป็นประโยชน์เท่าใดขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ และนโยบายของผู้บริหารรวมถึงผู้มีส่วนรับผิดชอบในการดำเนินการ ซึ่งข้อมูลประชาสัมพันธ์จะเป็นเรื่องค่อยๆ

เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนได้มีส่วนร่วมและได้ผลต่อการดำเนินการของภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับ เฉลิมพล วิริญ ดร.สินธุ์ สโรบล ดร.สมคิด แก้วทิพย์ และ ดร.ปรารธนา ยศสุข เกี่ยวกับการใช้ POSDCoRB Model ในฐานะเครื่องมือการบริหารงานขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอ แม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผลการใช้เครื่องมือ 6 ด้าน มีค่าระดับการใช้ดี ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การกำหนดหน้าที่ การประสานงาน การรายงาน และการงบประมาณ มีเพียงการอำนวยความสะดวกที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง

### ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ในแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ตามกรอบแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ดังนี้

1.1 ด้านประชาชนควรได้รับการอำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อความต้องการ คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต้องเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการที่องค์การได้กำหนดไว้ตามแผนงาน นโยบาย หรือพันธกิจที่วางไว้

1.2 ด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า ในเชิงภารกิจของรัฐ คือ การสร้างสัมพันธ์ในการบริหารส่วนท้องถิ่นและเพิ่มเติมเครือข่ายให้เกิดขึ้นอย่างกว้างขวาง การเปิดโอกาสการมีส่วนร่วมภาคประชาชน การดำเนินการจะมีการต่อยอดแนวความคิดและพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับสังคมและชุมชน ตามหลักความคุ้มค่าของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีหรือหลักธรรมาภิบาล

1.3 ด้านการปรับปรุงภารกิจของราชการให้ทันต่อสถานการณ์ คือ เพิ่มความรวดเร็วของข้อมูลที่จะต้องถึงประชาชน โดยอาจปรับวิธีการหรือการใช้สื่อใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันอย่างโซเชียลมีเดีย ซึ่งการที่จะให้ข่าวสารรวดเร็วและเข้าถึงโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน

1.4 ด้านการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ คือ เน้นการปรับตัว ควรมีการรายงานผล



การปฏิบัติงาน สื่อสารข้อมูลต่างๆ ให้ประชาชนรับทราบ  
อยู่ตลอดเวลา ข้อมูลที่ได้ใช้เพื่อการพัฒนาและปรับปรุง  
งานโครงการหรือกิจกรรมให้เกิดประสิทธิภาพ และสำเร็จ  
ตามเป้าประสงค์ของการดำเนินงาน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยได้นำหลักแนวคิดการบริหารกิจการ  
บ้านเมืองที่ดี (4 ด้าน) มาใช้ ซึ่งการศึกษาครั้งต่อไปควรรนำ  
เอากรอบแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ให้มีความเหมาะสมกับ  
หน่วยงานอื่นเพื่อเป็นการพิสูจน์ผลการวิจัยและจะนำไป  
สู่การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการต่อไป

2. การวิจัยเชิงปริมาณ อาจกำหนดรายละเอียด  
ตัวชี้วัดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้มากขึ้น โดยการใช้การสุ่ม  
ตัวอย่างแบบกลุ่มหรือการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน  
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของข้อมูลได้มากยิ่งขึ้น

3. การวิจัยเชิงคุณภาพ อาจสรรหามุ่งเน้นผู้รับ  
ผิดชอบที่ตรงกับหน้าที่หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงาน  
และการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อมีแนวทางในการพัฒนา  
องค์ความรู้ใหม่

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อการเพิ่ม  
ประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์  
อาจใช้แนวคิดอื่นที่น่าสนใจมาเป็นตัวเพิ่มประสิทธิภาพ  
เช่น การจัดหน่วยงานแบบสมดุล หรือแนวคิดอื่นที่มี  
ความเหมาะสม

5. การวิจัยเชิงเปรียบเทียบ เช่น การวิจัยการบริหาร  
จัดการการประชาสัมพันธ์ระหว่างองค์การบริหารส่วน  
จังหวัดที่มีขนาด และการบริหารจัดการของพื้นที่และ  
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* (3<sup>rd</sup> 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\(สรณ์พร\).pdf](http://ca.krirk.ac.th/workings/teacher/ความต้องการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว(สรณ์พร).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., Sarobol, 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 12<sup>th</sup> 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* (3<sup>rd</sup>ed.) Tokyo: Harper.

