

แนวโน้มการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต
TRENDS IN USING PUBLIC RELATIONS MEDIA OF PEOPLE IN KATHU
MUNICIPALITY PHUKET

มยุเรศ ตนะวัฒนา¹ กัญสุภาสินี แซ่ตัน²

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง “แนวโน้มการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต” ใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณที่มุ่งเน้นทำความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจ กับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ 2) เพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักงานเทศบาลเมืองกะทู้ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองกะทู้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์โดยนำเสนอในรูปตารางเป็นจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.0 ต่อ 47.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาในช่วงมัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีพฤติกรรมการรับรู้และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook มากที่สุด รองลงมาคือ จอ LED และ ป้ายไวน์ล/บอร์ดประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ เมื่อต้องการทราบข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองกะทู้ ได้มีความต้องการต่อสื่อ Facebook เป็นอันดับแรก มีความต้องการรับรู้ข่าวสารในเรื่องโครงการและกิจกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 60.0 และมีความพึงพอใจต่อสื่อใหม่อยู่ในระดับมาก ทั้งในเรื่องความทันสมัยของเนื้อหา รูปภาพที่ใช้มีความเหมาะสม และความถูกต้องของเนื้อหา โดยมีค่าร้อยละไม่ต่ำกว่า 3.50

คำสำคัญ: การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ , สื่อใหม่

ABSTRACT

The study on "Trends in Using Public Relations Media of People in Kathu Municipality Phuket "using quantitative methods that focus on understanding the relationship

¹ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

between Information exposure behavior, satisfaction with trends, information exposure behavior of people in Kathu municipality

The purpose of this research 1) To study media public relations behavior of people in Kathu municipality 2) To study the attitudes and satisfaction of the people in Kathu Municipality towards the public relations media of Kathu Municipality Office. 3) To propose ways to develop and improve the public relations media of Kathu Municipality to be more efficient. Data was collected from a sample of 100 people by using a questionnaire as a tool for data collection.

In this research study The analysis is presented in the form of a table in percentage, mean, and standard deviation.

The results of the research showed that The sample group is more female than males. 53.0 percent to 47.0 percent, mostly aged 21-30 years of age, have a high education level Or equivalent Professions of a company / private organization Accounting for 25.0 percent, with the most perceived behavior and use of public relations via Facebook, followed by LED screens and vinyl signs / public relations boards respectively when wanting to know the information of Kathu Municipality Has the first need for Facebook media There is a need to receive news about upcoming projects and activities. Accounting for 60.0% and being satisfied with new media at a high level Both in terms of content modernity The images used are appropriate. And content accuracy With a percentage not less than 3.50

Keyword: Using Public Relations Media, New Media

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันเป็นเรื่องที่ทุกองค์กรให้ความสนใจและให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะหากหน่วยงานหรือองค์กรมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้น จะส่งผลให้สามารถนำพาข้อมูล หรือสารต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายด้วยความรวดเร็ว และ แม่นยำ นอกจากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร การประชาสัมพันธ์ไปยังนอกองค์กรยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ ศรัทธา ความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับหน่วยงานภายนอกองค์กร และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ที่ดีจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการติดต่อสื่อสารเป็นเครื่องมือ หากองค์กรใดขาดการดำเนินงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ก็จะไม่สามารถจะคงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะถ้าองค์กรมีระบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ไม่ดีจะส่งผลกระทบต่อให้องค์กรขาดความเชื่อมั่น ขาดความศรัทธา ส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ซึ่งการประชาสัมพันธ์มีบทบาทหน้าที่ของการดำเนินงาน ที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะขององค์กรนั้น ๆ

ซึ่งในยุคปัจจุบันองค์กรภาครัฐและเอกชนต่าง ให้ความสนใจและนำสื่อใหม่ (New Media) มาเป็นหนึ่งในเครื่องมือการบริหารองค์กร โดยการนำมาปรับประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กร ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บริการบริหารองค์กรบรรลุผลบนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากที่สุด เช่น การติดต่อสื่อสารผ่านเว็บไซต์ขององค์กร การส่งข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์โครงการ กิจกรรมขององค์กรผ่านระบบออนไลน์ หรือการ

บริการข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับบริการในรูปแบบการสื่อสารแบบสองทิศทาง (Two-way Communication) ที่เป็นการติดต่อสื่อสาร ที่ผู้รับสารมีการตอบสนองกับผู้ส่งสารอย่างกระตือรือร้น (Web Board) เป็นต้น

เมื่อความสำคัญของสื่อออนไลน์มีมากขึ้น ในทางกลับกันสื่อออนไลน์ก็ยังคงเป็นตัวชี้วัดถึงความนิยมของสื่อหลักได้ดีไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุโทรทัศน์ เสียงตามสาย หรือสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต่างก็ตกอยู่ในสภาวะถดถอย เพราะไม่สามารถตอบสนองหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารได้อย่างฉับไว หรือรวดเร็วกว่าสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อหลักมีขั้นตอนกระบวนการผลิตที่ยุกยากซับซ้อน ข้อมูลเนื้อหาไม่เป็นปัจจุบัน ที่สำคัญไม่สามารถเผยแพร่ทันต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ ณ ขณะนั้น ดังนั้น สื่อออนไลน์จึงเป็นเครื่องมือหรือช่องทางที่ทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรต่าง ๆ รวมถึงบุคคลทั่วไป เลื่อนนำมาใช้ประโยชน์มากขึ้น

ด้วยความนิยมของประชาชนในปัจจุบันที่หันมาใช้สื่อใหม่ หรือสื่อออนไลน์เป็นจำนวนมาก ทำให้รูปแบบการสื่อสารของเทศบาลเมืองกะทู้มีรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น จากเดิมสำนักงานเทศบาลเมืองกะทู้ได้เริ่มต้นการประชาสัมพันธ์ 3 ช่องทางด้วยกันคือ วารสาร ป้าย/บอร์ดประชาสัมพันธ์ และเสียงตามสาย ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีได้มีการพัฒนา จึงเกิดเป็นช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น อันได้แก่ เว็บไซต์, Facebook, Youtube และเนื่องจากเทศบาลเมืองกะทู้ เป็นหน่วยงานของภาครัฐที่มีผลงานในด้านการพัฒนาท้องถิ่นมาโดยตลอด มีการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชน กิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งยังใส่ใจต่อพฤติกรรมความพึงพอใจของประชาชนที่ได้มีส่วนร่วมในแต่ละกิจกรรมทั้งหลาย ซึ่งในแต่ละกิจกรรมย่อมมีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายแตกต่างกันทั้งในเรื่องช่วงอายุ พฤติกรรม ความพึงพอใจ การจัดทำแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มการใช้สื่อใหม่ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้เพิ่มขึ้น เพื่อให้ทางเทศบาลเมืองกะทู้สามารถทราบถึงรูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถสื่อสารกับประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเรื่อง แนวโน้มการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต โดยศึกษาว่าประชาชนได้เปิดรับสื่อภายใต้การนำเสนอของสำนักงานเทศบาลเมืองกะทู้ผ่านช่องทางไหน มีความคิดเห็น ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลเมือง กะทู้มากน้อยเพียงใด และในปัจจุบันการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์หรือสื่อใหม่ ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นหรือไม่ เพื่อสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลเมืองกะทู้ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้
2. เพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์สำนักงานเทศบาลเมืองกะทู้
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองกะทู้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องแนวโน้มการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ 2) เพื่อศึกษา

ทัศนคติและความพึงพอใจของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเทศบาลเมืองกะทู้ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองกะทู้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ดำเนินการศึกษาวิจัยดังรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต จำนวน 30,683 คน (เทศบาลเมืองกะทู้, 2562) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้สูตร Yamane ในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องมาจากสูตร Yamane เป็นสูตรที่คำนวณสะดวก แม่นยำ และมีการคลาดเคลื่อนน้อย จากการใช้สูตร Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 100 คน

2. แหล่งที่มาของข้อมูล คือ ประชากรในชุมชนเขตเทศบาลเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต จำนวน 19 ชุมชน อันได้แก่ ชุมชนควนลิ้มซ่าน , ชุมชนเบ็ฮั่ว , ชุมชนอิรวดี , ชุมชนเพ็ชรหล่อเหลียน , ชุมชนบ้านตากแดด , ชุมชนบ้านเกิดโฮ้ , ชุมชนบ้านกะทู้ 2 , ชุมชนบ้านกะทู้ 3 , ชุมชนศาลเจ้ากะทู้ , ชุมชนบึงกั่วหลาว ชุมชนน้ำตกกะทู้ , ชุมชนบ้านเหนือ , ชุมชนบ้านภักดี , ชุมชนบ้านสี่ก้อ , ชุมชนบางเจ็ยม , ชุมชนเขาน้อย ชุมชนบ้านบางทอง , ชุมชนบ้านทรายทอง และ ชุมชนบ้านทุ่งทอง

3. เครื่องมือวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับเก็บรวบรวมตัวอย่าง ซึ่งผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ

4. วิธีดำเนินการวิจัย การศึกษาวิจัยในหัวข้อ แนวโน้มการใช้ประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต ใช้ระยะเวลาระหว่างเดือน ธันวาคม 2562 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2563 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล แจกแจงค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในเรื่อง แนวโน้มการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 100 คน แบ่งเป็นชายและหญิงใกล้เคียงกัน โดยเพศชายคิดเป็นร้อยละ 47.0 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.0 จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี โดยมีจำนวน 40 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี มีจำนวน 22 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.0 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 22 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ จำแนกตามเขตที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อาศัยอยู่ในเขตชุมชนบ้านทุ่งทอง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 รองลงมาคือ ชุมชนบ้านบางทองจำนวน 10 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.0 และชุมชนศาลเจ้ากะทู้จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในช่วงมัธยมศึกษา หรือ เทียบเท่า โดยมีจำนวน 43 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือระดับการศึกษาในช่วงปริญญาตรี จำนวน 29 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 29.0 มีระดับการศึกษาในช่วงต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 22 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.0 ตามลำดับ จำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน

จำนวน 25 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 21 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 21.0 และ อาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 18 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การศึกษาพฤติกรรมการรับรู้และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 100 คน มีพฤติกรรมการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ผ่าน Facebook มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมาคือ จอ LED คิดเป็นร้อยละ 73.0 และ ป้ายไวเนล/บอร์ดประชาสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 63.0 ตามลำดับ มีความต้องการต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ อันดับแรกคือ Facebook มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 45.0 รองลงมาคือ ป้ายไวเนล/บอร์ดประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 20.0 และ เว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย 19.0 ความถี่ต่อการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลเมืองกะทู้ ต่ำกว่า 5 ครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยคือ 75.0 รองลงมาคือ 6 – 10 ครั้งมีค่าเฉลี่ย 17.0 และ 10 ครั้งขึ้นไปมีค่าเฉลี่ย 8.0 ตามลำดับ มีความรู้ต่อประเภทข่าวสารประชาสัมพันธ์จากเทศบาลเมืองกะทู้คือ ประเภทโครงการ และกิจกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้นคิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ ผลการดำเนินงานโครงการที่ผ่านมาแล้ว คิดเป็นร้อยละ 45.0 และ ข่าวสารทั่วไป/เกร็ดความรู้ คิดเป็นร้อยละ 8.0 มีความต้องการรับรู้ข่าวสาร ประเภทโครงการและกิจกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ข่าวสารทั่วไป/เกร็ดความรู้ คิดเป็นร้อยละ 24.0 และ ผลการดำเนินงานโครงการที่ผ่านมาแล้ว คิดเป็นร้อยละ 16.0 จากแบบสอบถามพฤติกรรมการส่งต่อข่าวสารพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 100 คน ไม่อยากส่งต่อข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 51.0 และต้องการส่งต่อข้อมูลข่าวสารคิดเป็นร้อยละ 48.0

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจ และความคิดเห็นของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองกะทู้

พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 100 คน มีความพึงพอใจต่อสื่อเดิม ดังนี้ ป้ายไวเนล, บอร์ดประชาสัมพันธ์ ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.34 รองลงมาคือ สื่อบุคคล คิดเป็นร้อยละ 3.26 วารสาร/แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 3.14 และเสียงตามสาย/เสียงรถประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 3.12 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อใหม่ ดังนี้ สื่อจอ LED ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.62 รองลงมาคือ facebook คิดเป็นร้อยละ 3.58 เว็บไซต์คิดเป็นร้อยละ 3.51 และ Youtube คิดเป็นร้อยละ 3.12 ตามลำดับ

และจากการศึกษาข้อมูลความพึงพอใจ พบว่า ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้มีความพึงพอใจต่อสื่อใหม่อยู่ในระดับมาก ทั้งในเรื่องความทันสมัยของเนื้อหา รูปภาพที่ใช้มีความเหมาะสม และความถูกต้องของเนื้อหา โดยมีค่าร้อยละไม่ต่ำกว่า 3.50 อีกทั้งยังมีความต้องการสื่อใหม่อยู่ในเกณฑ์มาก ในขณะที่สื่อเดิมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ได้รับข้อมูลข่าวสารจากเทศบาลเมืองกะทู้ตรงตามความต้องการ

จากการวิจัยพบว่าประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ได้รับข้อมูลข่าวสารจากเทศบาลเมืองกะทู้ตรงตามความต้องการ มีความสอดคล้องตามทฤษฎีหรือแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อโดย พรทิพย์ วรกิจโกคาท (2546) อธิบายได้ว่า การที่ผู้รับสารเลือกเปิดรับสารเฉพาะสิ่งที่ตนต้องการเท่านั้นซึ่งโดยปกติจะมีอยู่ 4 ประการ คือ 1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับ ข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็น

สำคัญ เช่น การอ่านข่าวการเมืองหรือการรับฟังเพลง เป็นต้น 2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกัน (Consistency) กับค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติ ผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ค่านิยม หรือทัศนคติของตน ข่าวสารใดไม่สอดคล้องมักจะไม่ได้รับความสนใจหรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร 3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับสาร ถึงแม้ว่าข่าวสารจะเป็นข่าวสารที่ให้ประโยชน์และสอดคล้องกับตนเอง แต่ถ้าข่าวสารนั้นได้รับมาด้วยความยากลำบาก หรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่อาจเปิดรับข่าวสารนั้นได้ 4. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งถือว่าเป็นธรรมชาติของมนุษย์ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารข้างต้นมีความสัมพันธ์กับหลายทฤษฎีในการอธิบายเหตุผลของการเลือกรับรู้ข่าวสารบางอย่าง และเพิกเฉยข่าวสารบางอย่าง ซึ่งในสมมติฐานเกี่ยวกับประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ได้รับข้อมูลข่าวสารจากเทศบาลเมืองกะทู้ตรงตามความต้องการ อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ได้มีการรับรู้ต่อข่าวสารจากสำนักงานเทศบาลเมืองกะทู้ เป็นประเภทโครงการ และกิจกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้นคิดเป็นร้อยละ 47.0 ตรงตามคำอธิบายที่ว่า ด้วย พฤติกรรมของคนเราต้องการทราบถึงเรื่องอันเกิดผลประโยชน์ต่อตน และเป็นสิ่งที่ตนต้องการอยากรู้อยากเห็นถึงกำหนดการ หรือกิจกรรมโครงการต่างๆจากทางเทศบาลที่กำลังจะเกิดขึ้นในภายภาคหน้า รองลงมาคือ ผลการดำเนินงานโครงการที่ผ่านมาแล้วคิดเป็นร้อยละ 45.0 และ ข่าวสารทั่วไป/เกร็ดความรู้ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตรงตามความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้ คือ ประเภทโครงการและกิจกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ข่าวสารทั่วไป/เกร็ดความรู้ คิดเป็นร้อยละ 24.0 และ ผลการดำเนินงานโครงการที่ผ่านมาแล้ว คิดเป็นร้อยละ 16.0

สมมติฐานที่ 2 ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้หันมาให้ความสนใจสื่อใหม่มากกว่าสื่อเดิม

ผลจากการตอบแบบสอบถามของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้เกี่ยวกับความต้องการต่อสื่อประชาสัมพันธ์พบว่า ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกะทู้มีความพึงพอใจต่อสื่อใหม่อยู่ในระดับมาก ทั้งในเรื่องความทันสมัยของเนื้อหา รูปภาพที่ใช้มีความเหมาะสม ความถูกต้องของเนื้อหา และความสะดวกในการเข้าถึง โดยมีค่าร้อยละไม่ต่ำกว่า 3.50 อีกทั้งยังมีความต้องการสื่อใหม่ (เว็บไซต์, Facebook, จอLED) อยู่ในเกณฑ์มาก สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ของ อังศณา ณ สงขลา (2559) ได้อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ พบว่า กลุ่มประชากรตัวอย่างมีการรับสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย แต่ส่วนใหญ่เลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์มากกว่าช่องทางอื่น เนื่องจากต้องการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างทันท่วงที และนิยมรับข่าวสาร ในช่วงเวลาเย็นและกลางวันของทุกวัน ซึ่งเป็นช่วงที่นักศึกษาว่างจากการเข้าชั้นเรียน นอกจากนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับข่าวสารอย่างต่อเนื่อง คือ ความน่าเชื่อถือของข่าวสารและความรวดเร็วของการนำเสนอข่าวสารของเว็บไซต์นั้น ๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 สื่อประชาสัมพันธ์จากสำนักงานเทศบาลมีความครบถ้วนแล้ว แต่ยังคงขาดในเรื่องของจำนวนของสื่อ เช่น ควรเพิ่มจำนวน จอ LED เพราะเป็นสื่อที่ได้รับความสนใจมาก และ เพิ่มพื้นที่การเข้าถึงตามชุมชนบางส่วนของเสียงตามสาย/รถประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากเทศบาลอย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

1.2 สื่อแบบเดิมบางประเภทควรได้รับการพัฒนา เช่น แผ่นพับ/วารสาร เนื่องจากจำนวนคำร้อยละในแบบสอบถามจากประชาชนส่วนใหญ่ พบว่ามีความต้องการสื่อชนิดนี้คิดเป็นร้อยละ 3.07 หรือในระดับปานกลาง สิ่งที่ควรปรับปรุงคือ ความทันสมัยของเนื้อหา และ ความเหมาะสมของรูปภาพที่ใช้

1.3 สื่อ Youtube ควรพัฒนาในเรื่องของการอัปเดตข่าวสารอยู่เสมอ เนื่องจากคำร้อยละของ ความทันสมัยของเนื้อหาคิดเป็นร้อยละ 3.06 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่น้อยที่สุดของสื่อออนไลน์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) เพื่อให้ได้ผล การศึกษาที่ในเชิงลึก

2.2 ควรศึกษากระบวนการตัดสินใจการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทของประชาชนในเขตเทศบาลเมือง กะทู้

2.3 ควรศึกษาพฤติกรรม การเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการต่างๆที่เทศบาลเมืองกะทู้จัดขึ้น เพื่อทราบถึง ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์

เอกสารอ้างอิง

กระจอกข่าว. (2553). การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. สืบค้นจาก

<http://oknation.nationtv.tv/blog/khonpr/2008/07/27/entry-1>. เข้าถึงเมื่อ [2562, ธันวาคม, 25].

กัลป์ยกร วรกุลลัญฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2553). การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จันจิรา ปรีอ่ำ. (2555). การรับรู้ข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี อำเภอ

เมือง จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.

ทัศนีย์ ผลชานิก. (2558). การประชาสัมพันธ์ (Public Relations). สืบค้นจาก

https://www.prd.go.th/download/article/article_20151102174745.pdf. เข้าถึงเมื่อ : [2562, ธันวาคม , 25].

ปิยะพร เขตบรรพต. (2553). พฤติกรรมมารับการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง

เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2546). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พัชนี เขยจรรยา. (2550). เอกสารการสอนชุดวิชาการวิจัยนิเทศศาสตร์หน่วยที่ 13. นนทบุรี:

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

เพ็ญนิดา ไชยสายัณห์. (2553). นิยามความคิดสร้างสรรค์. สืบค้นจาก

https://www.novabizz.com/NovaAce/Intelligence/Creative_Thinking.htm.

เข้าถึงเมื่อ : [2562, ธันวาคม , 25].

วรวิฑู อ่อนน่วม. (2555). ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารยุคดิจิทัล. สืบค้นจาก

http://www.kmcenter.rid.go.th/kmc08/km_59/cop_59/mom.pdf. เข้าถึงเมื่อ : [2563, มกราคม , 3].

- สัมมนาออนไลน์. (2559). **สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนการสอน**. สืบค้นจาก <http://smforedu.blogspot.com/2014/02/blog-post.html>. เข้าถึงเมื่อ : [2563, มกราคม , 4].
- สุภัทสร โกสุมสม และ อัลฮามิธ มะลิซ็อน. (2556). **การประชาสัมพันธ์**. สืบค้นจาก <https://mitmayzii07.wordpress.com/2013/08/08>. เข้าถึงเมื่อ : [2563, มกราคม , 1].
- อังศณา ณ สงขลา. (2559). **พฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. สาขาวิชาภาษาไทย. คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.**
- K&O Systems and Consulting Co.,Ltd. (2016) **สื่อประชาสัมพันธ์ทางจอภาพดิจิทัล Digital Signage**. สืบค้นจาก <https://www.ko.in.th/single-post/2016/09/16/>. เข้าถึงเมื่อ : [2563, มกราคม, 3].