



พฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนและมุมมองต่อภาพลักษณ์
ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอน้องกี่ จังหวัดบุรีรัมย์*

INFORMATION PERCEPTION BEHAVIOR OF THE PUBLIC AND PERSPECTIVES
ON THE IMAGE OF NONG KI SUBDISTRICT MUNICIPALITY NONG KI DISTRICT
BURIRAM PROVINCE



วนัชชา อาวาathy, สถาพร วิชัยรัมย์, ธัญญรัตน์ พุทธิพงษ์ชัยชาญ

Wanatcha Arwat, Sataporn Wichairam, Thanyarat Phuthiphongchaicharn

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Faculty of Humanities and Social Sciences, Buriram Rajabhat University

Corresponding Author E-mail: 670426070018@bru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน 2. ศึกษามุมมองต่อภาพลักษณ์ 3. เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อภาพลักษณ์จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา และ 4. เพื่อได้ข้อเสนอแนะพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนและมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอน้องกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหนองกี่ รวมทั้งสิ้น 9,444 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ ได้จำนวน 384 คน และใช้แบบสอบถาม ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ จำนวน 4 ด้าน ด้านองค์กร ด้านผู้บริหาร องค์กร ด้านการให้บริการ ด้านการบริหารจัดการ ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ และแบบสัมภาษณ์ผ่านแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1. พฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหนองกี่ ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารส่วนใหญ่ มากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 34.10 ความสนใจต่อข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่สนใจเกี่ยวกับนโยบาย ร้อยละ 28.40 การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อส่วนใหญ่ทางเว็บไซต์ของเทศบาล ร้อยละ 34.00 และมีความสนใจในประสิทธิภาพของเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในระดับดี ร้อยละ 36.20 2. มุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$) 3. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อ



ภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ เมื่อพิจารณาตามเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้านไม่มีความแตกต่างกัน และ 4. ข้อเสนอแนะพฤติกรรมกรรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนและมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ประชาชนให้ความสำคัญกับความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และการเข้าถึงที่ง่าย แต่ควรสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจนและพัฒนาบริการออนไลน์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ทันสมัย

คำสำคัญ: พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ; การประชาสัมพันธ์; ภาพลักษณ์องค์กร

Abstract

Objectives of this research were: 1. To study people's information perception behavior 2. To study the image perspective 3. To compare personal factors affecting the image classified by gender, age, occupation and education level and 4. To get suggestions on people's information perception behavior and their perspectives on the image of Nong Ki Sub-District Municipality, Nong Ki District, Buriram Province, conducted by quantitative research. The sample group used was 9,444 people in Nong Ki Sub-District Municipality. The sample size was 384 people using Taro Yamane's formula. The questionnaire was used. Part 1 was about general information. Part 2 was about information perception behavior and perspectives on the image of Nong Ki Sub-District Municipality in 4 aspects: organization, organization executives, service, management. Part 3 was about suggestions and interviews via questionnaires. Data were analyzed by descriptive statistics with mean and standard deviation.

The research results were found that: 1. The information perception behavior of the people in Nong Ki Sub-District Municipality, the frequency of information exposure was more than 3 times a week (34.10%). The interest in information was mostly about policies (28.40%). The exposure to information was mainly through the municipality website (34.00%). The interest in the efficiency of information dissemination tools was at a good level (36.20%). 2. The overall image of Nong Ki Sub-District Municipality was at a high level ($\bar{X} = 3.43$). 3. Personal factors affecting the image of Nong Ki Sub-District Municipality when considering gender, age, occupation, and education level were not different overall and in each aspect, and 4. Recommendations for the information perception behavior of the people and the perspective on the image of Nong Ki Sub-District Municipality: The people valued transparency, reliability, and easy access. However, a clear

identity should be created and online services should be developed to create a modern image.

Keywords: Media Exposure Behavior; Public Relations; Organizational Image

บทนำ

ปัจจุบันอยู่ในยุคที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน องค์กรต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรนั้น ก็ย่อมส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย ถ้าสิ่งที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ออกไปเป็นไปในทิศทางที่ดีก็ย่อมส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร แต่ถ้าสิ่งที่เผยแพร่ออกไปแย่ก็ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่สาธารณะชนมองด้วยเช่นกัน ดังนั้น งานประชาสัมพันธ์จึงถือเป็นงานสร้างภาพลักษณ์ การสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาแก่องค์กร ที่จะทำให้มีเอกลักษณ์ น่าเชื่อถือ เป็นที่จดจำ และเป็นที่ยอมรับกันอย่างทั่วถึง การสร้างภาพลักษณ์องค์กร จะช่วยสร้างจุดเด่นให้กับองค์กรนั้น ๆ ให้มีความน่าเชื่อถืออย่างจะมีส่วนร่วมในองค์กรมากขึ้น หากบริการดี มีคุณภาพ ก็ย่อมส่งผลให้ภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นดีตามไปด้วย ดังนั้น องค์กรของรัฐจะต้องให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ขององค์กรของตน สิ่งสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้แข็งแกร่งและไปในเชิงบวก ให้เกิดความเชื่อกับประชาชนได้ ในเชิงกลยุทธ์นั้นก็ต้องมีการสร้างการรับรู้ข่าวสารเชิงบวกหรือภาพลักษณ์เชิงบวกทางด้านต่าง ๆ ให้กับกลุ่มเป้าหมายตามคำกล่าวของพรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2551) ที่ระบุว่า ถ้ากลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องมีการรับรู้ไปในทางบวกก็จะเป็นผลดีกับองค์กร โดยที่ภาพลักษณ์ขององค์กร ในทางบวกจะทำให้ได้รับความเชื่อถือ ศรัทธาและเป็นที่ยอมรับ นั่นก็หมายความว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายเป็นขั้นตอนหนึ่งของการเกิดภาพลักษณ์ ซึ่งการสร้างภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่ถูกตอ้งนั้นย่อมจะทำให้หน่วยงานก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายหรือเป้าประสงค์ที่วางไว้ และทำให้บุคคลทั่วไปยอมรับ เชื่อถือ และเกิดศรัทธา ทั้งนี้แล้วผู้บริหารขององค์กรต้องให้ความสนใจและให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553)

เทศบาลตำบลหนองก๊ก เป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชนและดูแลสวัสดิการของประชาชนในเขตพื้นที่ สร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นในชุมชน เทศบาลตำบลหนองก๊กได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น จัดทำเว็บไซต์ของเทศบาล เฟซบุ๊กของเทศบาล อีกทั้ง บริการเสียงตามสายในช่วงเช้า เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบริการต่าง ๆ ให้แก่ประชาชนอย่างรวดเร็วและเข้าถึงได้ง่าย การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ มีการประชาสัมพันธ์ในทุก ๆ กิจกรรมที่เทศบาลตำบลหนองก๊กได้ให้บริการแก่ประชาชน ทำให้สามารถประกาศข่าวสารของหน่วยงาน ได้อย่างทันที ซึ่งช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญได้ตลอดเวลา การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความตระหนักรู้และการณรงค์ในเรื่องที่สำคัญ แก่ประชาชนเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ให้ได้รับรู้การจัดกิจกรรมออนไลน์และการสำรวจความคิดเห็น ยังช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนและการตอบรับจาก



ประชาชน การบริการผ่านสื่อออนไลน์เป็นอีกหนึ่งบทบาทที่สำคัญของเทศบาลตำบลหนองกี่ สามารถให้บริการประชาชน ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการบริการของเทศบาลสามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้ดียิ่งขึ้น (เทศบาลตำบลหนองกี่, 2567)

ด้วยการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่มีการประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง แต่เทศบาลตำบลหนองกี่อยากจะทราบถึงการติดตามของประชาชนในเขตเทศบาล ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน และมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลหนองกี่ ตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ ต้องมีการติดตามการประชาสัมพันธ์ การสำรวจพฤติกรรมต่าง ๆ ในการติดตามช่องทางการประชาสัมพันธ์ ช่วยให้เทศบาลตำบลหนองกี่ เข้าใจความต้องการและปัญหาในการสื่อสาร มุมมองที่ประชาชนมองมีผลต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลอย่างไร และสามารถปรับปรุงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูลที่มีผลต่อมุมมองภาพลักษณ์ของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหนองกี่

จากการศึกษาในครั้งนี้คำนึงถึงเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสำคัญ เพราะเป็นประชาชนเป็นผู้ที่ต้องกรต้องให้บริการตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายว่าจะมีพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ส่งผลกับการมองภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่อย่างไรบ้าง ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งมุมมองต่อภาพลักษณ์ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านองค์กร ด้านผู้บริหาร ด้านการให้บริการ และด้านการบริหารจัดการ

การวิจัยครั้งนี้สามารถนำผลการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน และมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลหนองกี่ ไปต่อยอดองค์ความรู้และความเข้าใจถึงพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนทั้งภายในและภายนอกได้ เป็นการเปิดมุมมองให้เทศบาลได้หันมามองตัวเองได้ชัดเจนมากขึ้น นำไปสู่การวางแผนประชาสัมพันธ์ การพัฒนาองค์กรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการสร้างความเชื่อมั่นและปรับปรุงภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการได้ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษามุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา
4. เพื่อได้ข้อเสนอแนะพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนและมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

เป็นวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

2. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ได้แก่ ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหนองกี่ โดยมีทั้งหมด 18 ชุมชน ประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลหนองกี่ รวมทั้งสิ้น 9,444 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหนองกี่ จำนวน 18 ชุมชน ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มประชากรโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง เป็น 384 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน และมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ จำนวน 4 ด้าน ด้านองค์กร ด้านผู้บริหารองค์กร ด้านการให้บริการ ด้านการบริหารจัดการ เป็นแบบสอบถามลักษณะเป็นคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้เห็นแสดงข้อคิดเห็น และแบบสัมภาษณ์ มีลักษณะเป็นแบบกึ่งมีโครงสร้างโดยกำหนดประเด็นหรือข้อคำถามกว้าง ๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนและมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ 4 ด้าน คือ ด้านองค์กรด้านผู้บริหาร ด้านการให้บริการ และด้านการบริหารจัดการ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง แบบสอบถามจำนวน 384 ชุด เก็บรวบรวมมาได้ จำนวน 384 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้จัดบันทึกและบันทึกเทปไว้ทุกครั้งโดยขออนุญาตในการบันทึกต่อผู้ให้สัมภาษณ์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยสถิติพรรณนาและอนุมาน ดังนี้

5.1 สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแยกเป็นรายข้อ รายด้าน และโดยภาพรวม



5.2 สถิติเชิงอุปมาน ได้แก่ พิจารณาความเหมือนกันความแตกต่างกันและความสัมพันธ์กันมาหาข้อสรุปแล้วบรรยายวิเคราะห์เป็นความเรียง

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของประชาชนในเขตพื้นที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 และชาย จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36–45 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็น ร้อยละ 29.90 อาชีพส่วนใหญ่รับจ้างทั่วไป จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.90 การศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.10 วิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนของประชาชนเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอน้องกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของเทศบาลตำบลหนองกี่ต่อสัปดาห์ส่วนใหญ่รับข่าวสารมากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 34.10 มีความสนใจต่อข่าวเกี่ยวกับนโยบาย ร้อยละ 28.40 ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ (Web Site) ของเทศบาลตำบลหนองกี่ ร้อยละ 34.00 และมีความสนใจในประสิทธิภาพของเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในระดับดี ร้อยละ 36.20

2. จากการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอน้องกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ ที่ได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรในด้านองค์กร ด้านผู้บริหารองค์กร ด้านการให้บริการ และด้านการบริหารจัดการ รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละด้าน ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวมและระดับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ ทั้ง 4 ด้าน

ระดับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
ด้านองค์กร	3.41	0.38	มาก
ด้านผู้บริหารองค์กร	3.52	0.34	มาก
ด้านการให้บริการ	3.43	0.38	มาก
ด้านการบริหารจัดการ	3.44	0.35	มาก
รวมเฉลี่ย	3.43	0.17	มาก

จากตารางที่ 1 ระดับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ ตำบลหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่มากที่สุด คือ ด้านผู้บริหารองค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.5 รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ย 3.44 ด้านการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.43 และด้านองค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ



3. เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา มีผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบระดับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาล ตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ

มุมมองต่อภาพลักษณ์ ของเทศบาลตำบลหนองกี่	เพศ				t	Sig.
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านองค์กร	3.40	0.38	3.43	0.37	0.02	0.88
ด้านผู้บริหารองค์กร	3.50	0.33	3.53	0.34	0.42	0.51
ด้านการให้บริการ	3.39	0.37	3.46	0.39	0.89	0.34
ด้านการบริหารจัดการ	3.45	0.34	3.41	0.35	0.59	0.44
รวมเฉลี่ย	3.44	0.17	3.46	0.17	0.15	0.69

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลเปรียบเทียบระดับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายด้านไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

มุมมองต่อภาพลักษณ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ด้านองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.35	0.12	0.82	0.48
	ภายในกลุ่ม	380	55.53	0.14		
	รวม	383	55.89			
ด้านผู้บริหารองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.38	0.12	1.09	0.35
	ภายในกลุ่ม	380	45.03	0.11		
	รวม	383	45.42			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.50	0.16	1.14	0.33
	ภายในกลุ่ม	380	55.94	0.14		
	รวม	383	56.45			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.04	0.01	0.11	0.95
	ภายในกลุ่ม	380	47.48	0.12		
	รวม	383	47.53			
รวมทั้งหมด	ระหว่างกลุ่ม	3	0.00	0.00	0.04	0.98
	ภายในกลุ่ม	380	11.48	0.03		
	รวม	383	11.49			

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมและรายด้าน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตารางที่ 4 เปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ

มุมมองต่อภาพลักษณ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ด้านองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	5	0.46	0.09	0.63	0.67
	ภายในกลุ่ม	378	55.42	0.14		
	รวม	383	55.89			
ด้านผู้บริหารองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	5	0.84	0.16	1.43	0.21
	ภายในกลุ่ม	378	44.57	0.11		
	รวม	383	45.42			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.82	0.16	1.11	0.351
	ภายในกลุ่ม	378	55.69	0.14		
	รวม	383	56.45			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.26	0.05	0.42	0.82
	ภายในกลุ่ม	378	47.26	0.12		
	รวม	383	47.53			
รวมทั้งหมด	ระหว่างกลุ่ม	5	0.20	0.04	1.36	0.23
	ภายในกลุ่ม	378	11.28	0.03		
	รวม	383	11.49			

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมและรายด้าน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

มุมมองต่อภาพลักษณ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ด้านองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	5	0.46	0.09	0.63	0.67
	ภายในกลุ่ม	378	55.42	0.14		
	รวม	383	55.89			
ด้านผู้บริหารองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	5	0.84	0.16	1.43	0.21
	ภายในกลุ่ม	378	44.57	0.11		
	รวม	383	45.42			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.82	0.16	1.11	0.35
	ภายในกลุ่ม	378	55.62	0.14		
	รวม	383	56.45			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.26	0.05	0.42	0.82
	ภายในกลุ่ม	378	47.26	0.12		
	รวม	383	47.53			
รวมทั้งหมด	ระหว่างกลุ่ม	5	0.20	0.04	1.36	0.23
	ภายในกลุ่ม	378	11.28	0.03		
	รวม	383	11.49			

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ ดังต่อไปนี้

4.1 ด้านองค์กร มุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ ขึ้นอยู่กับความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และการเข้าถึงได้ง่าย ประชาชนมองว่าเทศบาลเป็นหน่วยงานราชการที่ใกล้ชิดกับประชาชนเป็นอย่างมาก เทศบาลตำบลหนองกี่ควรสร้างเอกลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ที่ชัดเจน ทำให้เทศบาลใกล้ชิดประชาชน มีความโปร่งใส น่าเชื่อถือ เทศบาลตำบลหนองกี่ควรพัฒนา บริการออนไลน์ (E-Service) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ทันสมัยและตอบสนองเร็วขึ้น ควรสร้างความน่าเชื่อถือด้วยการเผยแพร่ข้อมูลการดำเนินงานงบประมาณ การจัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส ทำให้ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหนองกี่เชื่อมั่นในตัวองค์กรมากยิ่งขึ้น

4.2 ด้านผู้บริหารองค์กร มุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ ประชาชนคาดหวังให้ผู้บริหารเทศบาลตำบลหนองกี่มีความโปร่งใส ยุติธรรม และใกล้ชิดกับชุมชน ภาพลักษณ์ในบางครั้งยังถูกมองว่ามีความเป็นทางการ เข้าถึงยาก และขาดความทันสมัย การสื่อสารผลงานยังมีไม่มาก ทำให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลไม่ครบถ้วน ข้อเสนอแนะคือ ผู้บริหารควรแสดงบทบาทเชิงรุกมากขึ้น ลงพื้นที่สื่อสารกับประชาชนอย่างต่อเนื่อง ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อเผยแพร่ผลงานและข้อมูลสำคัญ พร้อมเปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็น เพื่อสร้างความมีส่วนร่วม ทั้งหมดนี้จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่โปร่งใส ใกล้ชิด และทันสมัยในสายตาประชาชน

4.3 ด้านการให้บริการ มุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ ประชาชนโดยส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากช่องทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ และเว็บไซต์เทศบาลตำบลหนองกี่ ขณะที่ผู้สูงอายุยังรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านหอกระจายข่าวและป้ายประชาสัมพันธ์ ปัญหาที่พบคือข้อมูลบางครั้งไม่ทันสมัยและขาดความครบถ้วน ส่งผลให้ประชาชนเข้าใจไม่ตรงกัน ด้านการให้บริการ ประชาชนมองว่าเทศบาลมีความตั้งใจให้บริการ แต่ยังคงบางครั้งอาจเกิดความล่าช้าและขั้นตอนซับซ้อน ข้อเสนอแนะคือควรพัฒนาช่องทางสื่อสารที่เข้าถึงง่าย และรวดเร็ว ควบคู่กับการพัฒนาระบบบริการให้ทันสมัย โปร่งใส และใส่ใจประชาชน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

4.4 ด้านการบริหารจัดการ มุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ ประชาชนในวัยทำงานมักไม่ติดตามข่าวสารของเทศบาลอย่างต่อเนื่อง เพราะมองว่าไม่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ส่งผลให้เกิดช่องว่างด้านการรับรู้ ขณะที่ข้อมูลที่เทศบาลเผยแพร่ส่วนใหญ่เป็นลักษณะประกาศหรือคำสั่งทำให้ประชาชนเข้าใจ



เพียงสิ่งที่ต้องปฏิบัติ แต่ไม่เห็นภาพการพัฒนา ที่ชัดเจนและในด้านการบริหารจัดการ เทศบาลเป็นหน่วยงานราชการที่อย่างใกล้ชิดประชาชน ทำให้ประชาชนมีความคาดหวังในการบริหารจัดการในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเป็นอย่างมาก ข้อเสนอแนะ เทศบาลควรปรับการสื่อสารจากการแจ้งข่าวที่เชื่อมโยงกับคุณภาพชีวิตของประชาชน ให้ประชาชนเข้าใจง่าย ใช้ช่องทางที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อยู่แล้ว เช่น เว็บไซต์ (Web Site) ของเทศบาลตำบลหนองกี่ แผ่นพับ ป้ายติดประกาศที่ป้ายประชาสัมพันธ์ของเทศบาล นอกจากนี้ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริการและโครงการชุมชน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของเทศบาลในฐานะองค์กรที่ทันสมัย โปร่งใส และบริหารงานร่วมกับประชาชนอย่างแท้จริง

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนและมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอนาทม จังหวัดบุรีรัมย์ พบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนและมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอนาทม จังหวัดบุรีรัมย์ ทั้ง 4 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$) ทำให้ทราบถึงระดับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ เพื่อเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ประชาชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และนำประเด็นที่ค้นพบไปเป็นข้อมูลให้หน่วยงานอื่น ๆ นำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ประชาชนเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานต่อไป จากการศึกษามุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ ผลการวิจัยสอดคล้องกับเรณู รื่นรัมย์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของประชาชนที่มีภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลวังห้ว อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่า ทักษะคติของประชาชนต่อภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลวังห้ว ทั้ง 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 ด้านองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$) ทั้งนี้ เพราะว่าเทศบาลตำบลหนองกี่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในชุมชน เป็นองค์กรที่สร้างความเป็นธรรมในสังคม มีความน่าเชื่อถือเป็นที่พึ่งของประชาชนได้ และเทศบาลตำบลหนองกี่ยังเป็นองค์กรที่ช่วยเหลือประชาชนโดยไม่หวังผลประโยชน์ตอบแทน ผลการวิจัยสอดคล้องกับของพัชร์ หิรัญเลิศธีธร และคณะ (2567) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กรเมืองพัทยาของประชาชนเมืองพัทยาและนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านองค์กร พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$)

1.2 ด้านผู้บริหารองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) ทั้งนี้ เป็นเพราะว่าผู้บริหารของเทศบาลตำบลหนองกี่นั้นเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงาน ปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างที่ดี มีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือ มีความเป็นผู้นำ ปฏิบัติงาน

ด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ มีการออกเยี่ยมเยียนประชาชนเพื่อรับทราบปัญหา และเข้าร่วม กิจกรรมกับประชาชนอย่างใกล้ชิด และรับดำเนินการแก้ปัญหาด้วยความรวดเร็วแล้วเผยแพร่แนวทางและวิธีการดำเนินงานต่าง ๆ ให้ประชาชนทราบอย่างต่อเนื่อง ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของอัมพรพรรณ โลพิศ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ทศนคติของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลวังห้ว อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดระยอง พบว่า ด้านผู้บริหารองค์กร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$)

1.3 ด้านการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$) ทั้งนี้ เป็นเพราะว่าเทศบาลตำบลหนองกู่ให้ความสำคัญกับการบริการประชาชน โดยมุ่งเน้นความรวดเร็ว ถูกต้อง และเสมอภาค มีการประชาสัมพันธ์ผ่านหลายช่องทาง ทั้งเว็บไซต์ โทรศัพท์ สายด่วน เสียงตามสาย จดหมาย รวมถึงสื่อออนไลน์อย่าง Line และ Facebook เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก และทั่วถึง พร้อมทั้งติดตั้งป้าย แผ่นพับ นามบัตร และไวนิล เพื่อเผยแพร่ขั้นตอนและกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ขณะที่บุคลากรก็พร้อมอธิบายขั้นตอนการบริการอย่างชัดเจน ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของธณีส ธัญปรางนิธ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ การรับรู้ภาพลักษณ์และความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ พบว่า ด้านการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$)

1.4 ด้านการบริหารจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$) ทั้งนี้ เป็นเพราะว่าเทศบาลตำบลหนองกู่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการองค์กรให้มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาประชาชน มีการบริหารจัดการพัฒนาท้องถิ่นอย่างทั่วถึง มีการบริหารจัดการเจ้าหน้าที่ในองค์กรให้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อประชาชน หรือผู้รับบริการ จัดการมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ได้จัดบริหารจัดการให้มีข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริง มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถอ้างอิง และตรวจสอบได้ ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของนรินทร์น อ่ำช้าง (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพาในมุมมองของนิสิต พบว่า ด้านบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.37$)

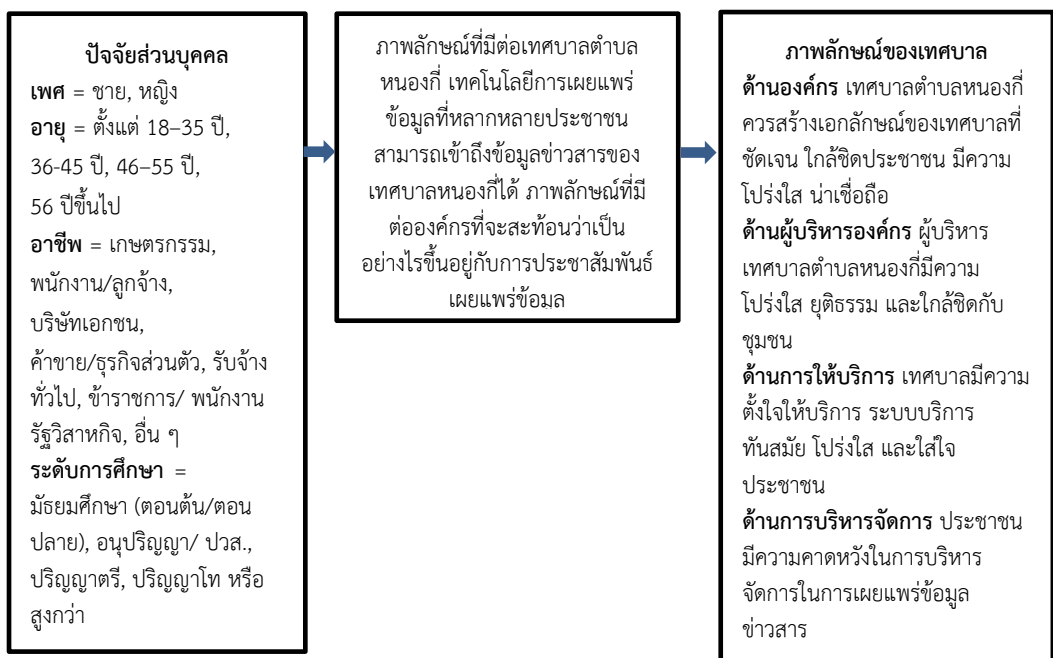
2. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อมุมมองภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกู่ อำเภอนองกู่ จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ เป็นเพราะระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกู่ของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหนองกู่ที่มีมุมมองต่อภาพลักษณ์ที่คล้ายคลึงกัน ส่งผลให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกู่ ทั้งในเพศชายและหญิง ประชาชนที่มีอายุ อาชีพ และระดับการศึกษา ไม่แตกต่างกัน จึงสอดคล้องกับพัชรिताพร สืบสำราญ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้



ต่อเนื่อง พบว่า มีระดับมุมมองการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ ปัจจัยทั่วไปที่มีต่อมุมมองภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครไม่มีความแตกต่างกัน

องค์ความรู้จากการวิจัย

องค์ความรู้จากการวิจัยครั้งนี้จะเห็นว่า พฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน และมุมมองต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ของประชาชน ในเขตเทศบาลตำบลหนองกี่ที่มีเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา องค์ความรู้จากการวิจัยนี้ คือ ไม่ได้ส่งผลต่อมุมมองภาพลักษณ์ที่มีต่อเทศบาลตำบลหนองกี่ เนื่องจากปัจจุบันมีเทคโนโลยีการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้น อีกทั้งประชาชนไม่ว่าเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาไหน ก็สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของเทศบาลหนองกี่ได้ ภาพลักษณ์ที่มีต่อองค์กรที่จะสะท้อนว่า เป็นอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งที่เทศบาลได้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลของเทศบาลเอง จึงสร้างเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ความรู้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. เทศบาลตำบลหนองกี่ ควรให้ความสำคัญในการเสริมสร้างข่าวสารประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ภาพลักษณ์ให้มากขึ้นกว่าเดิมจนอยู่ในระดับดีมาก โดยเป็นการเพิ่มช่องทาง ความถี่ให้มากขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งควรพิจารณาเนื้อหาที่สอดคล้องและทำให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารด้านต่าง ๆ ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนได้มีมุมมองภาพลักษณ์ในทางบวกมากยิ่งขึ้น เช่น นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ให้มากยิ่งขึ้นอีกทั้งข่าวสารเกี่ยวกับการบริหารจัดการอย่างเป็นมืออาชีพของเทศบาลตำบลหนองกี่

2. เทศบาลตำบลหนองกี่ ควรจัดอบรมบุคลากรในองค์กรในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็วให้กับประชาชน โดยการเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการสื่อสารเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ มาให้ความรู้และทักษะแก่บุคลากรมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติการ

จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของเทศบาลตำบลหนองกี่ ดังนั้น หากต้องการทำให้ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ มีแนวโน้มที่ดียิ่งขึ้นในทิศทางบวกนั้น ควรจะเพิ่มความถี่ ระยะเวลาและช่องทางในการเผยแพร่ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งเป็นการใช้สื่อออนไลน์ที่มีอยู่ในปัจจุบันได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากเทคโนโลยีขยายมากยิ่งขึ้น เทศบาลตำบลหนองกี่ก็ควรที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของโลก โดยการใช้สื่อออนไลน์เข้ามาช่วยมากขึ้น ใน Web Site ของเทศบาลตำบลหนองกี่ควรเพิ่มเนื้อหา ความรวดเร็วของข้อมูลข่าวสาร รูปแบบในการนำเสนอให้เกิดความน่าสนใจมากกว่าเดิม เพราะ Web Site ของเทศบาลตำบลหนองกี่เป็นสิ่งที่ประชาชนติดตามข้อมูลข่าวสารจากเทศบาลมากที่สุดเพื่อที่สร้างภาพลักษณ์และภาพจำแรกที่ดีให้กับประชาชนได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์และการรับรู้ภาพลักษณ์ของประชาชนด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้รายละเอียดของการรับรู้ที่เฉพาะเจาะจง ครอบคลุมในทุกด้านในมุมมองการรับรู้ของประชาชน

เอกสารอ้างอิง

- เทศบาลตำบลหนองกี่. (2567). *ข่าวประชาสัมพันธ์*. สืบค้น 28 มิถุนายน 2568, จาก <https://www.nongki.go.th/content/list/32/1824>
- ธณีส ธัญประณีตกุล. (2563). *การเปิดรับสื่อ การรับรู้ภาพลักษณ์ และความพึงใจในคุณภาพการบริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์* (การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



- นรินรัตน์ อ่ำช้าง. (2564). การรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพาในมุมมองของนิสิต (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและสังคม). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2551). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โพรพรินติ้ง.
- พวิสส์ หิรัญเลิศธีธร และคณะ. (2567). การรับรู้ภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กรเมืองพัทยาของประชาชนเมืองพัทยาและนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารบัญชีปริทัศน์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 9(2), 58-76.
- พัชรिताพร สืบสำราญ. (2565). ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร (การศึกษารายบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เรณู รื่นรมย์. (2564). ทักษะคติของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลวังห้ว อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัมพวรรณ โลพิศ. (2562). ทักษะคติของประชาชนต่อภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลดอนยาง อำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพร (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.

