

ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของอาสาสมัครประชาสัมพันธ์
ประจำหมู่บ้าน: กรณีศึกษาการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
จังหวัดเชียงใหม่

**TASK ACHIEVEMENT OF LOCAL PUBLIC RELATIONS VOLUNTEERS:
A CASE STUDY OF CHIANG MAI PARLIAMENT MEMBER
GENERAL ELECTION**

นายชเนรินทร์ สมนิทรปัญญา

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2545

บทคัดย่อ

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ ความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์

ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน:

กรณีศึกษาการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

จังหวัดเชียงใหม่

โดย

นายชนเรรินทร์ สมิทรปัญญา

ตุลาคม 2545

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของ อปม.และผู้ให้ข้อมูล 2) ปัจจัยด้านความรู้ และแรงจูงใจ ของ อปม. และ 3) ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยคือ กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม อปม. จังหวัดเชียงใหม่ 47 คน กลุ่มหัวหน้าครอบครัว 109 คน และ กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของ อปม. 109 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบทดสอบและสัมภาษณ์มีระดับความเชื่อมั่น 0.95 จากนั้นนำข้อมูลมาถอดรหัสและวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science, SPSS/PC*) สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย F – test ผลการวิจัย มีดังนี้

ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของ กลุ่มตัวอย่าง

อปม.กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 68.10 เป็นชาย อายุเฉลี่ย 46 ปี ส่วนใหญ่สมรสแล้ว สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปวช. และ ปวท. ไม่มีตำแหน่งทางสังคม อาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้ต่ำเฉลี่ยต่อเดือน 4,722.55 บาท ร้อยละ 68.09 มีหนี้สิน

หัวหน้าครอบครัวกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 69.72 เป็นชาย อายุเฉลี่ย 49 ปี ส่วนใหญ่สมรสแล้ว สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา ไม่มีตำแหน่งทางสังคม อาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้ต่ำ เฉลี่ยต่อเดือน 3,177.25 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของ อปม. ร้อยละ 75.23 เป็นชาย อายุเฉลี่ย 47 ปี ส่วนใหญ่สมรสแล้ว สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาทุกคนมีตำแหน่งทางสังคม มีอาชีพเกษตรกร รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,618.17 บาท

ระดับความรู้ และ แรงจูงใจ ของ อปม.

กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 42.55 มีความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์ระดับน้อย (คะแนนเฉลี่ย 4.65 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) ส่วนความรู้ในเรื่องการเลือกตั้ง ร้อยละ 40.37 มีความรู้เล็กน้อยและค่อนข้างน้อยที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 3.79 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) สำหรับแรงจูงใจในการทำงานประชาสัมพันธ์พบว่า อปม. มีแรงจูงใจระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.60) ที่ทำงานเพื่อความต้องการผลประโยชน์ของตนเอง และมีแรงจูงใจระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 4.20) ที่ทำงานเพื่อความต้องการทางสังคม

ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของ อปม. ตามระเบียบกรมประชาสัมพันธ์ว่าด้วย อปม. จำนวน 6 ด้าน พบว่า

บรรลุผลสัมฤทธิ์ในระดับน้อยมี 4 ด้าน ได้แก่

ก. ด้านการนำนโยบายและกิจกรรมของราชการที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งไปชี้แจงบอกกล่าวให้ประชาชนรับรู้

ข. ด้านจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ เรื่องโครงการหรือผลงานของรัฐบาล ด้านการเลือกตั้ง เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ เกิดทัศนคติที่ดีต่อราชการ

ค. ด้านการให้การสนับสนุนที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน ตำบล ด้วยการ จัดหารวบรวม เอกสารข่าว สิ่งพิมพ์ และสนับสนุนหอกระจายข่าวถ่ายทอดข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียง เพื่อให้ประชาชนในหมู่บ้านรับรู้

ง. ด้านเป็นบุคลากรระดับตำบล ที่นำข้อมูลและนโยบายเกี่ยวกับการเลือกตั้งจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไปเผยแพร่ให้ประชาชนรับรู้

ไม่บรรลุผลสัมฤทธิ์มี 2 ด้าน ได้แก่

ก. ด้านการสะท้อนปัญหา ความต้องการของประชาชน เกี่ยวกับการเลือกตั้ง
รายงานให้ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องรับรู้ปัญหา

ข. ด้านเผยแพร่และรายงานข่าว กิจกรรม เหตุการณ์เกี่ยวกับการเลือกตั้งใน
พื้นที่ออกสู่สาธารณชน และนำข้อมูลข่าวสารจากส่วนกลางกลับไปเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อใน
หมู่บ้าน ให้ประชาชนรับรู้

ABSTRACT

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Communications

**TASK ACHIEVEMENT OF LOCAL PUBLIC RELATIONS VOLUNTEERS:
A CASE STUDY OF CHIANG MAI PARLIAMENT MEMBER
GENERAL ELECTIONS**

By

CHANERIN SAMINTARAPUNYA

OCTOBER 2002

Chairman: Associate Professor Dr. Wittaya Damrongkiattisak
Department/Faculty: Department of Agricultural Extension, Faculty of Agricultural
Business

This particular research was conducted in order to study: 1) the socio-economic characteristics of local public relations volunteers and respondents; 2) factors related to the knowledge and motivation of local public relations volunteers; and 3) task achievement in public relations during general elections for local parliament members. Respondents consisted of three sample populations, namely: a group of 47 public relations volunteers from Chiang Mai; a group of 109 heads of households; and a group of 109 individuals involved in local public relations. Data collection used pre-testing and interviews at a 0.95 confidence level. Afterwards, the data collected were interpreted and then analyzed using a statistical software computer package program designed for social science research (SPSS/PC⁺). Statistical parameters investigated included percentages, sequential frequency values, averages and standard deviation, analysis of variance, F-test, etc. The results of the study were as follows:

Socio-economic characteristics of sample population:

Of the sample population of local public relations volunteers, about 68.1 percent are male with an average age of 46 years; are married, and are graduates of secondary, higher vocational or technological college. Most of them do not hold official status and work as casual laborers with average monthly income of 4,722.55 baht. Around 68.09 percent have current outstanding debts.

Of the sample population consisting of heads of households, about 69.72 percent are male with an average age of 49 years; are married, and have finished elementary school. Most of them do not hold official status and work as casual laborers, receiving an average monthly income of 3,177.25 baht.

Of the sample population involved in public relations of volunteers, about 75.23 percent are male with an average age of 47 years, are married and have finished elementary school. Most of them hold official status and work as farmers with an average monthly income of 4,618.17 baht.

Level of knowledge and motivation of public relations volunteers

42.55 percent of the sample population of local public relations volunteers were given a low score (average of 4.85, from 10) for their knowledge of public relations. About 40.37 percent were given the lowest score (average of 3.79, from 10) for their knowledge of general elections. For their motivation towards public relations work of volunteers, the majority had been found to work for their own self-interest (average of 4.60), followed by social needs (average of 4.20).

Task achievement in public relations regarding general elections of parliament members work based on the rules and regulations of the Department of Public Relations. The results were as follows:

The four issues which only fulfilled their objectives at a low level are:

A: The application of state policy and activities regarding the announcement of general elections to inform the public.

B: The promotion of knowledge and understanding of government programs or results of general elections for knowledge of the public; in order to enable the people to develop a good attitude towards the government.

C: Provision of support for permanent reading ability of the village or tambon together with compilation of news briefs and printed articles, and support of news dissemination, transfer of information from radio station.

D: On being an individual at the tambon level who is responsible for disseminating policies and information about organizational control of the locality so that the people will be better informed about general elections.

The two issues on task achievement that have not fulfilled the objectives are:

A: The reflection of the problems and needs of the people about the general elections in order to enable the involved government agencies to realize their problems.

B: Dissemination and programming of locally available news, and events relating to general elections; and the dissemination to the community, by means of various local media, of information from central government.