บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ" ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากับประชาชนในท้องสนามหลวง ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 17 ปีขึ้นไป เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ ศึกษาลักษณะรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ และเพื่อทราบถึงประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพโดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ประกอบกับใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันกัน ด้วยค่า Independent-Samples T-Test การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) F-test และใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ เพียร์สัน (Pearson's Correlation) ทั้งนี้สามารถสรุปผลและอภิปรายผลของการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 มีสถานภาพโสด จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.20 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.20

2. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์

ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ช่วงเวลา 18.01-22.00 น. จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90 ระยะเวลาแต่ละครั้งในการเปิดรับข้อมูลข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 30 นาที จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 สถานที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ที่บ้าน จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50

3. ลักษณะรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล

ลักษณะรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.89) โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.28) รองลงมา สื่อเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย = 3.94) สื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย = 3.92) สื่อ Facebook (ค่าเฉลี่ย = 3.90) สื่อป้ายประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.87) สื่อหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.85) สื่อ Twitter (ค่าเฉลี่ย = 3.77) สื่อนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย = 3.75) และสื่อวารสาร (ค่าเฉลี่ย = 3.73)

4. ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ

ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลด้านการรับรู้ ต่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.97) โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้สื่อโทรทัศน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.35) รองลงมา สื่อ Facebook (ค่าเฉลี่ย = 4.06) สื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย = 4.05) สื่อป้ายประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.04) สื่อเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย = 3.99) สื่อหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.96) สื่อ Twitter (ค่าเฉลี่ย = 3.83) สื่อวารสาร (ค่าเฉลี่ย = 3.78) และสื่อนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย = 3.65)

ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.02) โดยพบว่า ด้านการจูงใจให้เกิดการปฏิบัติตามอย่างถูกต้องต่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.07) รองลงมา ด้านการรับรู้และเข้าใจต่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ (ค่าเฉลี่ย = 3.97)

5. **การทดสอบสมมติฐาน**

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 พบว่า ลักษณะรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ

อภิปรายผล

1. จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้พบว่า ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ช่วงเวลา 18.01-22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 31.90 ระยะเวลาแต่ละครั้งในการเปิดรับข้อมูลข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 38.30 ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 38.50 สถานที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 62.50 แสดงให้เห็นว่าประชาชนส่วนใหญ่ชอบดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ จึงมีพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของโจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T.,1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตาม ความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้ง ทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อ

สนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็ใช่ว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้านกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ทำให้ไม่ สบายใจขึ้น

3. จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้พบว่า ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ด้านการจูงใจให้เกิดการปฏิบัติตามอย่างถูกต้องต่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านการรับรู้และเข้าใจต่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ โดยอภิปรายเป็นรายด้านได้ดังต่อไปนี้

3.1 ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลด้านการรับรู้และเข้าใจต่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ ประชาชนมีการรับรู้และเข้าใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งพบว่า มีระดับการรับรู้และเข้าใจจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด

พระบรมศพ ประชาชนมีระดับการจูงใจให้เกิดการปฏิบัติตามอย่างถูกต้องอยู่ในระดับมาก ซึ่งพบว่า สื่อโทรทัศน์มีระดับการจูงใจให้ปฏิบัติตามอยางถูกต้องมากที่สุด

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สื่อโทรทัศน์ นั้นมีทั้งภาพและเสียงประกอบทำให้ประชาชนเกิดการรับรู้และเข้าใจจากสื่อประชาสัมพันธ์มากกว่าสื่ออื่นๆ เลยส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติตามอย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ สุชา จันทร์เอม (2515: 240) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ว่าหมายถึง การรับรู้สิ่งเร้าต่างๆ โดยใช้อวัยวะสัมผัส (Sense Organ) ที่เรามีอยู่ได้แก่ หู ตา จมูก ผิวหนัง เป็นต้น เป็นเครื่องมือสำคัญในการรับรู้ดังนั้นคนเราจะรับรู้ได้สมบรูณ์ จะต้องมีอวัยวะที่รับสัมผัสสมบรูณ์ และถ้าสิ่งหนึ่งสิ่งใดบกพร่องสมรรถภาพในการรับรู้ก็จะน้อยตามไปด้วย สำหรับการรับรู้นั้นอวัยวะรับสัมผัสจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอันหนึ่ง และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสมชาย หิรัญกิตติ (2530:150) ได้ให้ความหมายของการจูงใจว่า หมายถึง วิธีการชักนำพฤติกรรมของบุคคล ให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ ตามความต้องการของมนุษย์สิ่งจูงใจจะเกิดขึ้นภายในและภายนอกตัวบุคคล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้ศึกษาวิจัยเห็นว่ามีประเด็นบางอย่างที่สำคัญจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลด้านการรับรู้และเข้าใจต่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีการรับรู้และเข้าใจต่อการประชาสัมพันธ์จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ดังนั้นควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลผ่านสื่อโทรทัศน์ให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มการรับรู้และเข้าใจของประชาชนต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลมีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ

2. ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลด้านการจูงใจให้เกิดการปฏิบัติตามอย่างถูกต้องต่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ ผลการวิจัยพบว่า สื่อโทรทัศน์มีระดับการจูงใจต่อประชาชนมากที่สุด ดังนั้นควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลผ่านสื่อโทรทัศน์ให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มระดับการจูงใจของประชาชนต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลมีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ

2. ควรทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ

3. ควรทำการศึกษาทัศนคติของประชาชนที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีต่อระเบียบกฎเกณฑ์ในการเข้าถวายสักการะพระบรมศพ