

ความคิดเห็นกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา

เสาวนีย์ สังข์ชุม, ชัยอนันต์ เดชสุวรรณ, นิลวัลย์ จันทรีอินทร์,
พรสวรรค์ อินศรีคง และศดานนท์ วัฒนธรรม

โปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 900000

saowaneefonfon@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา 2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตเทศบาลนครสงขลา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามวัดความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตเทศบาลนครสงขลา แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่า T-test ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านนโยบายผู้บริหาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านเจ้าหน้าที่ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านช่องทางในการประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 ในขณะที่ด้านนโยบายผู้บริหาร พบว่า ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: เจเนอเรชั่นเอ็กซ์, เจเนอเรชั่นวาย, บริการสื่อสารสาธารณะ

บทนำ

ในปัจจุบันเมื่อโลกเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ มนุษย์ได้มีการนำสื่อเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับตนเองในหลาย ๆ ด้าน ส่งผลให้มนุษย์มีความต้องการที่จะใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองเป็นสำคัญ และหากจะแบ่งการรับรู้หรือการใช้สื่อเทคโนโลยีของมนุษย์สามารถแบ่งออกตามช่วงอายุได้ประการหนึ่ง โดยมีชื่อเรียกค่านำหน้าของแต่ละช่วงอายุว่า เจเนอเรชั่น (Generation) ตั้งแต่กลุ่มเจเนอเรชั่นบี หรือ เบบี้บูมเมอร์ คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2489-2507 กลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2508-2522 กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คือ กลุ่มคนที่เกิดขึ้นระหว่างปี พ.ศ. 2523-2540 รวมถึงอีกหลากหลายกลุ่มในปัจจุบัน ซึ่งเมื่อมนุษย์เกิดมาในช่วงที่ต่างยุคต่างสมัย ย่อมส่งผลให้การรับรู้และใช้สื่อของแต่ละกลุ่มจึงแตกต่างกันไปด้วย ตั้งแต่การใช้สื่อในรูปแบบเดิมไปจนถึงสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้นตามแต่ละช่วงเวลาของคนแต่ละยุคนั้น ๆ ประเด็นสำคัญประการหนึ่ง นั่นคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการสร้างสื่อและใช้สื่อในการเข้าถึงประชาชนต้องมีการปรับตัวและเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับคนแต่ละกลุ่มด้วยเช่นกัน เช่น การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ก้าวทันกับยุคที่มาพร้อมด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย

เทศบาลนครสงขลา เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้กำหนดนโยบายการพัฒนานครสงขลาเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนชาวนครสงขลา และพัฒนาความพร้อมในการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยจะมีการดำเนินการตามนโยบายที่ได้นำเสนอไว้ต่อประชาชนในด้านต่าง ๆ ซึ่งนโยบายส่วนใหญ่จะเน้นการบริหารและการบริการเพื่อเป็นองค์กรรับใช้ประชาชน และนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ ซึ่งส่วนหนึ่งเพื่อเป็นการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนเป็นไปด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพผ่านสื่อต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับประชาชนในพื้นที่ทุกช่วงอายุ ได้แก่ 1) เว็บไซต์ www.songkhilacity.go.th/ เฟซบุ๊ก

Songkhla city (นครสงขลา) 2) บ้ายไวนิล 3) จอ LED 4) วารสารสารสมิหลา 5) แผ่นพับ 6) รถแห่ประชาสัมพันธ์ 7) สถานีวิทยุ FM.106.25 MHz และ 8) เสียงตามสายในชุมชน

จากที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันสื่อได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ และยังเป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทางคณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา เพื่อให้ทราบความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย รวมถึงเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้นำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปปรับปรุงและจัดบริการที่สอดคล้องและเหมาะสมของแต่ละกลุ่มต่อไป

สำหรับวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา

รวมทั้งได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย คือ 1) ความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา อยู่ในระดับมาก และ 2) ความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากประชากรในเขตเทศบาลนครสงขลาที่อยู่ในช่วงอายุ 16-31 ปี และ 32-48 ปี ณ เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2560 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 31,265 คน [1] แบ่งเป็นกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ จำนวน 15,036 คน และกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย จำนวน 16,229 คน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มเจเนอเรชั่น	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
กลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์	15,036	192
กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย	16,229	208
รวม	31,265	400

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามซึ่งทำขึ้นโดยศึกษาจากเอกสาร ตำราหรือผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีลักษณะเดียวกันหรือใกล้เคียงกันและครอบคลุมแนวคิดในการศึกษาถึงระดับความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสาธารณะของเทศบาลนครสงขลาในด้านเจ้าหน้าที่ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และด้านนโยบายผู้บริหาร และ 3) ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มี 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เพื่อใช้ในการวัดระดับพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตเทศบาลนครสงขลา และกำหนดค่าคะแนนของแบบสอบถามตามเกณฑ์ของ Likert (Likert scale) [2]

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (check list) นำการวิเคราะห์ค่าสถิติ โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage) การวัดระดับความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ใช้วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น

ของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา ใช้ค่าสถิติ T-test ในการเปรียบเทียบความต่างระหว่างค่าของตัวแปร 2 กลุ่ม

ผลและอภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65 อยู่ในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และได้รับการประชาสัมพันธ์จากสื่อของเทศบาลนครสงขลาจากเว็บไซต์/เฟซบุ๊ก จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

ระดับความคิดเห็นของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 โดยด้านนโยบายผู้บริหาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 3.95 รองลงมา ได้แก่ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางในการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และด้านเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา

ความคิดเห็นของประชาชน	ความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ด้านเจ้าหน้าที่	3.88	0.64	มาก
ด้านสื่อประชาสัมพันธ์	3.89	0.60	มาก
ด้านช่องทางในการประชาสัมพันธ์	3.89	0.67	มาก
ด้านนโยบายผู้บริหาร	3.95	0.68	มาก
รวม	3.90	0.65	มาก

การเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ และช่องทางในการประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ส่วนด้านนโยบายผู้บริหาร พบว่า ไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา

อายุ	N	$\bar{x}$	S.D.	T	P
ด้านเจ้าหน้าที่					
กลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์	192	3.71	.69	5.24***	.000
กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย	208	4.04	.54		
ด้านสื่อประชาสัมพันธ์					
กลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์	192	3.71	.62	6.96***	.000
กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย	208	4.08	.51		
ด้านช่องทางในการประชาสัมพันธ์					

อายุ	N	$\bar{X}$	S.D.	T	P
กลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์	192	3.67	.69	6.69***	.000
กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย	208	4.10	.59		
ด้านนโยบายผู้บริหาร					
กลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์	192	3.66	.60	9.17	.000
กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย	208	4.23	.63		

***p < .001

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา สามารถอภิปรายตามสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

1. ความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา

ความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากเทศบาลนครสงขลาได้ปฏิบัติงานตามนโยบายที่เน้นการบริหารและการบริการเพื่อเป็นองค์กรรับใช้ประชาชน ซึ่งมีการนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ เพื่อการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนเป็นไปด้วยความรวดเร็ว และมีบริการสื่อสารสาธารณะให้แก่ประชาชนในรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ เคเบิลทีวี สถานีวิทยุกระจายเสียง รถแห่ประชาสัมพันธ์ ป้ายไวเนล และเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนทั่วไปได้รับรู้อย่างครอบคลุมทุกพื้นที่ และด้วยสื่อที่หลากหลายนี้ ทำให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงประชาชนทุกเพศทุกวัย สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ความเชื่อถือและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นของประชาชนเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนเมืองพัทยาเชื่อถือและพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอยู่ในระดับสูง โดยให้เหตุผลว่า สื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นของเมืองพัทยามีความน่าเชื่อถือ ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ [3] และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านนโยบายผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากผู้บริหารให้ความสำคัญในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการส่งเสริมให้มีการอบรมยกระดับศักยภาพของเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ให้มีความพร้อมและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการประชาชนมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดการที่จะทำให้งานประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้บริหารต้องมีการกำหนดนโยบายที่ดีและตรงกับความต้องการของประชาชน [4] และยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องความคาดหวัง การเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านนโยบายผู้บริหารอยู่ในระดับมาก โดยให้เหตุผลว่า ผู้บริหารของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์มีนโยบายเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ตรงความต้องการของผู้รับ และความติดตามดูแลงานอย่างต่อเนื่อง [5] รองลงมา ได้แก่ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์และด้านช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากสื่อประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสงขลามีความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในพื้นที่ทราบเพื่อเตรียมการรับมือต่อสถานการณ์ได้ อีกทั้งข้อมูลข่าวสารที่ทางเทศบาลนครสงขลาประชาสัมพันธ์ออกมานั้น มีประโยชน์และมีความถูกต้องชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก โดยให้เหตุผลว่า สื่อประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเชียงใหม่มีประโยชน์และน่าสนใจ [6] และจากผลการศึกษา พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากประชาชนมีความคิดเห็นว่าเจ้าหน้าที่ควรมีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีความกระตือรือร้นและเป็นมืออาชีพในการการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับแนวคิดงานบริการที่จะประสบผลสำเร็จนั้น ต้องประกอบด้วยคุณสมบัติหลายประการ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการต้องมีความเต็มใจในการทำงานและมีความสามารถในการหน้าที่ของตนเอง [7]

2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา

ผลการเปรียบเทียบ พบว่า กลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายมีความคิดเห็นต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านช่องทางในการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย เกิดในยุคที่ต่างกัน โดยกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ เกิดระหว่างช่วง พ.ศ. 2508-2522 ส่วนกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย เกิดระหว่างช่วง พ.ศ. 2523-2540 เมื่อมนุษย์เกิดมาในช่วงที่ต่างยุคต่างสมัย ย่อมส่งผลให้การรับรู้และใช้สื่อของแต่ละกลุ่มจึงแตกต่างกันไปด้วย โดยกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ยังคงยึดติดกับการทำงานของเจ้าหน้าที่แบบเดิม ๆ และเคยชินกับการใช้สื่อแบบดั้งเดิมที่มีลักษณะเป็นรูปธรรม สามารถจับต้องได้ ไม่ว่าจะเป็นไวนิล วิดีโอ และรถแห่ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ในขณะที่กลุ่มเจเนอเรชั่นวายซึ่งเกิดมาในยุคของการใช้เทคโนโลยี จึงเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีเป็นตัวช่วย เช่น เว็บไซต์ หรือเฟสบุ๊ก เป็นต้น ในขณะที่ด้านนโยบายผู้บริหาร พบว่า กลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นว่า การเลือกใช้สื่อ หรือการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ล้วนมาจากการสั่งการ มอบหมายงาน และการติดตามดูแลงานที่ดีของผู้บริหารเป็นสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายในแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านเจ้าหน้าที่ พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มคนที่มีอายุแตกต่างกัน ทำให้ทั้งสองกลุ่มเจเนอเรชั่นมองภาพลักษณ์และพฤติกรรมการทำงานของเจ้าหน้าที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์อาจมีมุมมองต่อเจ้าหน้าที่ว่าถนัดและต้องการทำงานในรูปแบบเดิม ๆ เหมือนในอดีต ในขณะที่กลุ่มเจเนอเรชั่นวายอาจมีมุมมองที่แตกต่างไป โดยมองว่าเจ้าหน้าที่ต้องทำงานให้ตอบโจทย์ความต้องการของประชาชนและต้องเป็นการทำงานที่ทันสมัยให้สอดคล้องกับการจัดการภาครัฐแนวใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดที่กล่าวไว้ว่า อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก [8]

ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทั้งนี้ เนื่องจากพฤติกรรมในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของทั้งสองเจเนอเรชั่นนั้น มีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์จะมีพฤติกรรมการรับสื่อแบบดั้งเดิม จากไวนิล วิดีโอ และรถแห่ประชาสัมพันธ์เป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่กลุ่มเจเนอเรชั่นวายมักได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสมัยใหม่ คือ เฟสบุ๊ก สอดคล้องกับแนวคิดทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่ว่ากลุ่มผู้บริโภคมียุคที่แตกต่างกันย่อมจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่ต่างกัน [8]

ด้านช่องทางในการประชาสัมพันธ์ พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทั้งนี้ เนื่องจากทั้งสองกลุ่มเจเนอเรชั่น มีความสะดวกที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางที่ต่างกัน โดยกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ส่วนใหญ่ ไม่เข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ จึงรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายไวนิล ในขณะที่กลุ่มเจเนอเรชั่นวายจะรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางออนไลน์เป็นหลัก เพราะส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตอยู่กับเทคโนโลยีมากกว่ากลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ สอดคล้องกับแนวคิดด้านประชากรที่ใช้หลักการความเป็นเหตุเป็นผลว่าพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อว่าการที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่ต่างกันไปด้วย [9]

ด้านนโยบายผู้บริหาร พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลาไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องจากทั้งสองกลุ่มเจเนอเรชั่นมีความคิดเห็นตรงกันว่า การให้บริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลาทั้งหมดนั้น ล้วนมาจากการสั่งการ มอบหมายงาน และการติดตามดูแลงานที่ดีของผู้บริหารที่ให้ความสำคัญต่อการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และเน้นการทำสื่อที่ตรงความต้องการของประชาชนครอบคลุมทุกชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยราชพฤกษ์ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นด้านนโยบายผู้บริหารไม่แตกต่างกัน โดยให้เหตุผลว่า การทำงานต่าง ๆ ของเจ้าหน้าที่ ล้วนมาจากการสั่งงานของผู้บริหารและนโยบายของผู้บริหาร [10]

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายมีความคิดเห็นต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลาโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่ทางด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการนั้นกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายยังมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยเมื่อเทียบกับด้านอื่น ดังนั้น เทศบาลนครสงขลาควรมีการปรับปรุงเจ้าหน้าที่ โดยพัฒนาให้เจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นมืออาชีพในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ได้ทุกรูปแบบเพื่อเป็นการกระจายข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงประชาชนได้ทุกเพศ ทุกวัย และจัดทำสื่อให้มีความถูกต้อง ชัดเจน ทันต่อสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง และความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อการจัดบริการสื่อสารสาธารณะของเทศบาลนครสงขลา ด้านเจ้าหน้าที่ สื่อประชาสัมพันธ์ และช่องทางในการประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกัน ซึ่งอาจจะหมายความว่า ความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจเนอเรชั่นวายมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ สื่อประชาสัมพันธ์ และช่องทางในการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ดังนั้น ทางเทศบาลนครสงขลาควรมีแนวทางในการอบรม พัฒนาศักยภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานให้สามารถตอบสนองความต้องการของทั้งสองกลุ่มเจเนอเรชั่น และควรมีแนวทางพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ รวมทั้งช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงได้ง่าย สะดวกในการรับรู้ข้อมูลให้ทั้งสองกลุ่มเจเนอเรชั่นสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียมกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารของเทศบาลนครสงขลา ผ่านเว็บไซต์/เฟซบุ๊กมากที่สุด ดังนั้น เทศบาลนครสงขลาควรปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้ทันสมัย ผ่านทางเว็บไซต์/เฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง มีความถูกต้อง ชัดเจน รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ และควรเพิ่มช่องทางในการแจ้งข้อมูลข่าวสารช่องทางออนไลน์อื่น ๆ ด้วย เช่น ไลน์ รวมไปถึงการเพิ่มศักยภาพของช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารช่องทางอื่น ๆ เช่น ไลน์ วิทยู ทูตสาธารณะให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และทันต่อสถานการณ์ เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารของเทศบาลนครสงขลาหลายช่องทางเพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรเพิ่มตัวแปรต้นอื่น ๆ เช่น กลุ่มเจเนอเรชั่นแซต เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของแต่ละกลุ่มเจเนอเรชั่นที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรมีการเก็บข้อมูลวิธีอื่นด้วย เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนในเรื่องความคิดเห็น รวมไปถึงปัญหาที่พบในการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสงขลา หรือควรมีการเก็บรวบรวมเอกสารจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ความพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์ของเทศบาล เพื่อเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่เชื่อถือได้ในการทำวิจัย

บรรณานุกรม

- [1] สำนักงานเทศบาลนครสงขลา. (2560). ข้อมูลประชากรในเขตเทศบาลนครสงขลา. สืบค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2560. จาก <http://www.songkhilacity.go.th/section/7>.
- [2] บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. สุวีริยาสาส์น, กรุงเทพฯ.
- [3] รุ่งนภา ช่างไม้. (2547). ความเชื่อถือและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นของประชาชนเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, ฉะเชิงเทรา.
- [4] D. Kate and R. Kahn. (1966). The Social Psychology of Organizations. John Wiley & Sons, New York.
- [5] ศรีญา บุญญาวรกุล และคณะ. (2557). ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์. การค้นคว้าอิสระระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- [6] ทรงวิทย์ เจริญกิจชนลาภ และคณะ. (2559). ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. วารสารสุทธิปริทัศน์, ปีที่ 30, หน้า 160-175.
- [7] V. Barry. (1986). Moral Issues in Business. Belmont, California, Wadsworth.

- [8] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์, กรุงเทพฯ.
- [9] ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- [10] ปวรรัตน์ เลิศสุวรรณเสรี. (2552). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยราชพฤกษ์. วิทยาลัยราชพฤกษ์, กรุงเทพฯ.