

บทคัดย่อ

168880

ชื่อภาคานิพนธ์ : ภาพลักษณ์กระทรวงมหาดไทยในทัศนะของนักศึกษาปริญญาโท คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ภาคพิเศษ กรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้เขียน : นางชีวันย์ ธนพรดิษนันท์

ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

ปีการศึกษา : 2548

การศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์กระทรวงมหาดไทยในทัศนะของนักศึกษาปริญญาโท คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ภาคพิเศษ กรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ 1. เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ของกระทรวงมหาดไทยในทัศนะของนักศึกษา - ปริญญาโท คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ภาคพิเศษ กรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของกระทรวงมหาดไทยในทัศนะของนักศึกษา - ปริญญาโท คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ภาคพิเศษ กรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาปริญญาโท คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ภาคพิเศษ กรุงเทพมหานคร รุ่น 14 จำนวน 95 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติทดสอบ t -test และ F -test ในการทดสอบหาความสัมพันธ์

ผลการศึกษา

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 30 ปี และมีอาชีพส่วนมากเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท และส่วนมากมีสถานภาพเป็นโสด
2. กลุ่มตัวอย่างส่วนมากคิดว่ากระทรวงมหาดไทย มีหน้าที่ในการบำบัดทุกข์ บำรุงสุข รองลงมา คือ หน้าที่ในการให้บริการ การปกครอง และการพัฒนา แต่เมื่อกล่าวถึงกระทรวงมหาดไทย สิ่งแรกที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงก็คือ ตัวบุคคล ได้แก่ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย

ผู้ว่าราชการจังหวัด หรือนายอำเภอ เป็นต้น และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความเห็นว่ากระทรวงมหาดไทยมีความสำคัญและมีบทบาทต่อประเทศ

ในเรื่องของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงมหาดไทย ที่กลุ่มตัวอย่างติดต่อด้วย ได้แก่ สำนักงานเขต และการไฟฟ้านครหลวง

กลุ่มตัวอย่างจะรับรู้ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงมหาดไทย โดยผ่านทางสื่อโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ มากกว่าผ่านทางสื่อประเภทอื่น ๆ

3. ภาพลักษณ์ของกระทรวงมหาดไทยในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ก็พบว่า ทั้งในด้านภาระหน้าที่ และในด้านบุคลิกลักษณะ/คุณสมบัติ ก็อยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน แต่ถ้าแยกพิจารณาเป็นรายด้าน จะพบว่า ภาพลักษณ์ของกระทรวงมหาดไทย ในด้านภาระหน้าที่ กลุ่มตัวอย่างจะมีความคิดเห็นในเชิงบวก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมช่วยพัฒนาสังคม ด้านการมีความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านการคำนึงถึงประโยชน์ของชาติ

4. ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์กระทรวงมหาดไทยในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อภาพลักษณ์กระทรวงมหาดไทย ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ประสบการณ์ในการติดต่อกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงมหาดไทย และความคิดเห็นที่มีต่อกระทรวงมหาดไทยในเรื่องต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารระดับสูงควรให้ความสำคัญกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่ครบวงจร โดยเริ่มตั้งแต่การวิจัย สำรวจข้อมูล เพื่อวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ และที่สำคัญที่สุด ก็คือการเป็นแบบอย่าง นำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของกระทรวงมหาดไทยให้สาธารณชนทั่วไปได้ทราบ

2. วางแผนประชาสัมพันธ์แบบเชิงรุก มีการวางแผนสื่อ (Media planning) ที่ดี และมีกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่ครบวงจร การชี้แจงข้อเท็จจริง หรือการรณรงค์เสริมสร้างภาพลักษณ์ ความเป็นเอกภาพและต่อเนื่อง เพื่อสร้างภาพ (Image) ที่เด่นชัดให้ติดอยู่ในใจของประชาชน

3. เพิ่มการประชาสัมพันธ์ภายในกระทรวงมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างจิตสำนึกให้แก่ข้าราชการกระทรวงมหาดไทยทุกคนได้ตระหนักว่า พฤติกรรมการแสดงออกต่อสาธารณชนเป็นสิ่งที่สามารถส่งผลต่อภาพลักษณ์ของกระทรวงมหาดไทย ให้มีภาพลักษณ์ในเชิงบวกหรือลบได้

4. การเผยแพร่ข่าวสาร และประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงมหาดไทย ต้องเพิ่มคำว่า "ในสังกัดกระทรวงมหาดไทย" ต่อท้ายชื่อหน่วยงานทุกครั้ง

ABSTRACT

168880

Title of Research Paper : The Image of the Ministry of Interior in View of Master 's Degree Students in the Weekend Program of the School of Social Development at National Institute of Development Administration (NIDA), Bangkok Campus.

Author : Mrs.Cheewathun Thanabhondisnun

Degree : Master of Arts (Social development)

Year : 2005

The two objectives of the study were (1) to find out the image of the Ministry of Interior in the eye of Master's degree students attending the weekend program of the School of Social Development at National Institute of Administration (NIDA), Bangkok Campus. (2) to identify the factors contributing to the image. A questionnaire was use to collect the data from 95 Master's degree students attending the 14th weekend program of the School of Social Development at NIDA in Bangkok. The data were described by using frequency, percentage, mean and standard deviation and the hypotheses were tested by using t-test and F-test.

The findings were summed up as follows:

1. General characteristics of the sample. Most of the students in the study were females, aged 25 -30. Most of them were government officials or state enterprise employees and the income was 7,001 – 15,000 bath. The majority were single.

2. Most of the students thought that the function of the Ministry of Interior was to get rid of people's sufferings, followed by giving services, administration and development. When the Ministry of Interior was mentioned, the first thing the sample group thought of was those in administrative positions like the Minister of Interior,

provincial governors or district head officers. All stated that the Ministry had crucial role to play for the country.

The agencies under the Ministry that the students contacted were district office and the Metropolitan Electricity Authority.

The sample group learned news of the Ministry through television and newspaper more than any other type of media.

3. Overall, the image of the Ministry of Interior was found to be moderately good. When the individual aspects were found to be moderately good. Regarding the mission, the three components that were regarded as positive were assisting in social development, being responsible for the society and thinking of the national benefit.

4. The factors contributing to NIDA students were age and information receiving. On the contrary, factors not contributing to gender, occupation, monthly income, marital status, experience in contacting the agencies under the Ministry, and opinions about the different matters of the Ministry.

Recommendations

1. The high-ranking administrators of the Ministry of Interior should give importance to the total cycle of public relations, starting from research or survey to set up a public relations strategy. Most important is that it should be a good model or present a good image to the public.

2. Aggressive public relations through media planning should be made. The ministry should give clear explanation, promote and maintain a good image continuously.

3. Internal public relations work should be increased so that all the government officials there will be careful in public and will not do anything bad because their actions can create a positive or negative image of the organization.

4. When spreading any news, each agency under the Ministry should add the phrase "Under the Ministry of Interior" after the name of the agency.