

พฤติกรรมของประชาชนในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช

อาริตา สมุห์นวล

ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของประชาชนในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับพฤติกรรมของประชาชนในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช และ 3) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของประชาชนในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช โดยกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในเขตสุขภาพที่ 11 จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของยามาเน (Taro Yamane) จำนวน 440 คน เก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเดือนตุลาคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2565 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแบบสอบถามทุกข้อมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5-1.0 และทดสอบความเชื่อมั่น ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาคอนบราค .87 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น และศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร ด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) และสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.4 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 37.7 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 42 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 43 ระดับพฤติกรรมของประชาชนในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช พบว่า ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับมาก ร้อยละ 99.3 และระดับปานกลาง ร้อยละ 0.7 โดยช่องทางที่เปิดรับสื่อมากที่สุด ได้แก่ เฟซบุ๊ก และเว็บไซต์ เป็นต้น รองลงมา คือ ยูทูป ระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมาก ร้อยละ 66.6 รองลงมา ระดับมากที่สุด ร้อยละ 33.4 และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ คือ 1) ผู้บริหารควรสนับสนุนและผลักดันให้งานสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนงานของหน่วยงาน 2) ผู้บริหารควรสนับสนุนงบประมาณในการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ อย่างเพียงพอต่อเนื่อง 3) ควรมีการถอดบทเรียน วิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงาน 4) ควรมีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เบื้องต้น และ 5) ควรมีการสำรวจความต้องการสื่อและเนื้อหาองค์ความรู้ต่างๆ จากประชาชนและภาคีเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์, ความพึงพอใจต่อสื่อ, พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ