



# การรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

ธัญญา จันบางพลี<sup>1</sup>, ประเวศน์ มหารัตน์สกุล<sup>2</sup>



## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง และ 2) เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณกรอบแนวคิดใช้แนวคิดภาพลักษณ์องค์กร แนวคิดคุณภาพการบริหาร และหลักการมาภิบาลขององค์การสหประชาชาติ (UNDP) ประชากร ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง จำนวน 10,921 คน นำมาคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ตามสูตรของทาโร ยามานะ ได้จำนวน 385.87 คน และเพื่อความเหมาะสมและเพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูล จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 386 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่น .89 เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และค่าเอฟ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านความเชื่อมั่นในความโปร่งใสมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านความเป็นมืออาชีพ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ และด้านความสัมพันธ์อันดีและความรับผิดชอบต่อประชาชน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด และ 2) ผลการเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าประชาชนที่มี เพศ ต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การไม่แตกต่างกัน ขณะที่ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาติดต่อ/ใช้บริการต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## บทนำ

การบริหารจัดการภาครัฐในบริบทปัจจุบันอยู่ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ประกอบกับความคาดหวังของประชาชนที่ต้องการบริการสาธารณะที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ ส่งผลให้หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนแนวทางการบริหารจากรูปแบบราชการแบบดั้งเดิมไปสู่การบริหารงานที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ ควบคู่กับการยึดหลักธรรมาภิบาลเป็นกรอบสำคัญในการดำเนินงาน หลักธรรมาภิบาลประกอบด้วยหลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า ซึ่งถือเป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับคุณภาพการบริหารงานภาครัฐให้สอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน และเสริมสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการดำเนินงานของภาครัฐ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ [ก.พ.ร.], 2562; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2564) ในบริบทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาพลักษณ์องค์กรนับเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนการรับรู้ ความรู้สึก และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานขององค์กร ภาพลักษณ์ที่ดีจะช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น และความร่วมมือจากประชาชน ขณะที่ภาพลักษณ์เชิงลบอาจนำไปสู่การตั้งคำถาม การวิพากษ์วิจารณ์ และการลดระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบลในฐานะหน่วยงานที่มีหน้าที่จัดบริการสาธารณะขั้นพื้นฐานและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่สะท้อนถึงความโปร่งใส ความเป็นมืออาชีพ และความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีบทบาทสำคัญในการจัดบริการสาธารณะและการพัฒนาพื้นที่ในด้านต่าง ๆ อาทิ การจัดการสิ่งแวดล้อม การพัฒนาสาธารณูปโภค การให้บริการด้านสังคม และการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ การดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลางจึงมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการรับรู้และการประเมินของประชาชนในพื้นที่ว่าหน่วยงานมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และยึดหลักธรรมาภิบาลมากน้อยเพียงใด แนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) ได้เสนอให้หน่วยงานภาครัฐนำหลักการบริหารของภาคเอกชนมาประยุกต์ใช้ โดยให้ความสำคัญกับการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ประสิทธิภาพ ความคุ้มค่า และความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้ทรัพยากรสาธารณะ ควบคู่กับการกำกับดูแลโดยหลักธรรมาภิบาล (Hood, 1991; Osborne & Gaebler, 1992; Osborne, 2010) แนวคิดดังกล่าวทำให้การประเมินผลการดำเนินงานและการรับรู้ของประชาชนต่อภาพลักษณ์องค์กรกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสะท้อนระดับความสำเร็จของการบริหารงานภาครัฐในเชิงประจักษ์

จากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่ายังมีการศึกษาที่เกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในบริบทเฉพาะพื้นที่ค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะการศึกษาที่เชื่อมโยงการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรเข้ากับหลักธรรมาภิบาลและแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างขององค์ความรู้ที่ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการจัดบริการสาธารณะและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ภาพลักษณ์ขององค์กรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น การยอมรับ และความร่วมมือจากประชาชนในพื้นที่ การรับรู้ภาพลักษณ์ของประชาชนอาจแตกต่างกันตามประสบการณ์การรับบริการและปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งหากขาดข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ชัดเจน องค์กรอาจไม่สามารถกำหนดแนวทางพัฒนาได้อย่างตรงประเด็น

องค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนในพื้นที่ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี แต่ยังไม่ปรากฏข้อมูลอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กร และความแตกต่างของการรับรู้ดังกล่าวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ดังนั้น การศึกษาระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรและการเปรียบเทียบตามปัจจัยส่วนบุคคล จึงมีความจำเป็น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการ การสื่อสารองค์กร และการยกระดับคุณภาพการให้บริการสาธารณะให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และยั่งยืนต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

## วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จำนวน 10,649 คน นำมาคำนวณขนาดตัวอย่าง ด้วยการใช้สูตรของ ทาโร ยามานะ ได้จำนวน 385.87 คน (Yamane,1970) และเพื่อความเหมาะสมและเพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูล จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 386 คน และการสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้หลักการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยกำหนด "หมู่บ้าน" เป็นชั้นของประชากร จำนวนทั้งสิ้น 22 ชั้น จากนั้นคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของแต่ละชั้นด้วยวิธีการจัดสรรแบบสัดส่วน (Proportional Allocation) โดยพิจารณาจากจำนวนประชากรในแต่ละหมู่บ้าน เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีการกระจายตัวสอดคล้องกับสัดส่วนของประชากรในพื้นที่ใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นแล้ว ผู้วิจัยได้จัดทำบัญชีรายชื่อประชากรในแต่ละหมู่บ้านเป็นกรอบรายชื่อ (Sampling Frame) และดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่างภายในแต่ละชั้นด้วยวิธีสุ่มอย่างง่ายโดยการ จับสลาก เพื่อให้ได้รายชื่อผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนที่กำหนดในแต่ละหมู่บ้าน กรณีผู้ที่ถูกสุ่มไม่สะดวกให้ข้อมูลหรือไม่สามารถติดต่อได้ ผู้วิจัยจะดำเนินการสุ่มรายชื่อทดแทนจากบัญชีรายชื่อของหมู่บ้านเดียวกันด้วยวิธีการจับสลาก จนได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนดรวมทั้งสิ้น 386 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาที่เคยติดต่อหรือใช้บริการหน่วยงาน และตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1. ความเชื่อมั่นในความโปร่งใส 2. ความเป็นมืออาชีพ 3. ความรวดเร็วในการให้บริการ 4. ความสัมพันธ์อันดีและความรับผิดชอบต่อประชาชน โดยใช้มาตราประมาณค่าในการวัดระดับความคิดเห็น วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และสถิติอ้างอิง ได้แก่ t-test และ F-test (One-way ANOVA)

## สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

ผล การวิจัยเรื่อง การรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง และ (2) เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในพื้นที่ ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลางโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านความเชื่อมั่นในความโปร่งใสมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านความเป็นมืออาชีพ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ และด้านความสัมพันธ์อันดีและความรับผิดชอบต่อประชาชน ตามลำดับ นอกจากนี้ ผลการเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าเพศไม่ส่งผลให้การรับรู้ภาพลักษณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาที่เคยติดต่อหรือใช้บริการหน่วยงานที่ต่างกัน ส่งผลให้การรับรู้ภาพลักษณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบางด้าน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาการบริหารจัดการและการสื่อสารองค์กรให้สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

## เอกสารอ้างอิง

ธสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2562). คู่มือการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good governance). สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.  
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2564). แนวทางการพัฒนาระบบราชการไทยสู่การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.  
Hood, C. (1991). A public management for all seasons? Public Administration, 69(1), 3–19. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.1991.tb00779.x>  
Kotler, P. (2000). Marketing management (10<sup>th</sup> ed.). Prentice Hall.  
Osborne, D., & Gaebler, T. (1992). Reinventing government: How the entrepreneurial spirit is transforming the public sector. Addison-Wesley.  
Osborne, S. P. (2010). The new public governance? Emerging perspectives on the theory and practice of public governance. Routledge.  
Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.

