



พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบล (Development of Public Relations System for Sub-District Administration Organizations)

ปิยดา สุนทร ปิยะพันธ์*

Piyata Sunthonpiyapan

บทคัดย่อ

การวิจัยปฏิบัติการ (Operations Research) ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการประชาสัมพันธ์ ปัญหา และความต้องการในการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบล รวมทั้งแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมสามารถนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 31 คน เป็นกลุ่มทดลอง และสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 31 คน เป็นกลุ่มควบคุม มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งก่อนและหลังกิจกรรมแทรกแซง ประกอบด้วยการอบรมเชิงปฏิบัติการ การฝึกทักษะ การศึกษาดูงาน การบริหารจัดการหอกระจายข่าวหมู่บ้าน และการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบล ตลอดจนการนิเทศติดตามประเมินผล

ผลการวิจัยพบว่าปัญหาในการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลคือสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล ขาดความรู้และทักษะในการประชาสัมพันธ์ ประชาชนขาดความสนใจในการรับรู้ข่าวสารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดการส่งเสริมสนับสนุน และสื่อประชาสัมพันธ์ดำเนินการในรูปของธุรกิจมากเกินไป นอกจากนี้ยังพบว่าองค์การบริหารส่วนตำบล มีความต้องการให้มีการพัฒนาความรู้และทักษะการประชาสัมพันธ์ให้กับสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลให้มีการจัดทำแผนงานโครงการประชาสัมพันธ์ สำหรับการจัดกิจกรรมแทรกแซงได้ทำให้สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความรู้และทัศนคติในการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น เพื่อเผยแพร่ข่าวสารตรงกับความต้องการของประชาชน ทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจในการรับฟังข่าวสารและเกิดความร่วมมือระหว่างประชาชนกับองค์การบริหารส่วนตำบลมากขึ้น

คำสำคัญ : ระบบการประชาสัมพันธ์, องค์การบริหารส่วนตำบล

* อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี



Abstract

This operations research studied the problems and needs for public relations of Tambon Administration. An attempt was made to develop an effective guideline for improving public relations system.

Tumbon was treated as the experimental group, while Khunthalay as the control. Both Tumbons were in Muang District of Makhamtia. All off the 31 members of the experimental group, and all of the 31 members of the control group were purposively selected.

The interventions which were given to the experimental group consisted of the following: a workshop training on public relations skills improvement, an organized study tour for the member, a revamped administrative system, an organized meeting for creating a public relations plan for Tumbon Administration Organization, and an installation of a monitoring and evaluation system.

The results from the analyze of data indicated that the members of the Tumbon Admistration did not possess enough knowledge and skill for public relations. In addition, the population in the catchments area of the Tambon Administrations Organization did not show enough interest in receiving the information disseminated by the Tumbon Administration Organization. This was attributed to the lack of supports from the responsible agencies, and to the ways in which relations programs were run for and over – emphasized on profits making. This research also showed that, due to an awareness of the problems, the members of the Tambon Administration had a strong desire for improving their knowledge on and skills for public relations. Moreover, these members wanted to have a clear organized plan for scheduling public relations programs

The interventions developed in this study did improve the levels of knowledge on and degrees of favorableness toward more systematic public regions strategies. This improvement resulted in stronger monument potential for dissemination of information that was of particular interest to the public among the members of Makhamtia Tumbon Administration, which eventually resulted in more satisfaction and cooptation between the Tumbon Administration Organization and the public.

Keyword : Public Relations System, Sub-District Administration Organizations



บทนำ

เมื่อประมาณ 40 ปีมาแล้ว หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 หลักการประชาสัมพันธ์ได้มีการพัฒนาและแพร่หลายออกไปจากสหรัฐอเมริกาสู่ยุโรปตะวันตก เอเชีย และเข้ามาถึงประเทศไทย แต่ความหมายของการประชาสัมพันธ์ก็มักจำกัดแต่ในเรื่องการให้ข่าวสาร และการสื่อสารสองทาง (Two – way Communication) เสียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งถือว่าการประชาสัมพันธ์ในยุคแรกซึ่งแตกต่างกับปัจจุบันที่พบว่า ในองค์กรหลาย ๆ องค์กรได้มีการให้ข่าวสาร และแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่เหมาะสม และเพียงพอที่จะทำให้สาธารณชนเข้าใจ และยอมรับ หรือพูดอีกแง่หนึ่งองค์กรมิได้กำหนดเป้าหมายทางสังคมและไม่ได้วางแผนพฤติกรรมทางสังคมให้บรรลุเป้าหมายนั้น ระบบการประชาสัมพันธ์แผนใหม่จึงหันมาจัดระบบโครงสร้าง การวางแผนปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสังคมให้เป็นไปในทิศทางเสริมความสำเร็จสมบูรณ์ขององค์กร เพื่อสะดวกแก่การทำความเข้าใจกับการวางแผนขององค์กร

จากแผนประชาสัมพันธ์ด้านการศึกษาของรัฐบาลที่มุ่งมั่นจะพัฒนาคุณภาพการศึกษาและขยายโอกาสให้ทั่วถึงทุกกลุ่ม เพื่อให้การศึกษาเป็นกระบวนการพัฒนาคนให้มีขีดความสามารถเต็มศักยภาพมีคุณภาพชีวิตที่ดี และเป็นแรงผลักดันที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศให้เจริญรุ่งเรืองต่อไป ทั้งนี้เป็นไปตามแนวคิดทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ซึ่งมุ่งพัฒนาคนให้มีโอกาส มีความเสมอภาคที่จะได้รับการพัฒนาให้เป็นไปตามศักยภาพอย่างเต็มที่ทั้งทางร่างกาย จิตใจ สติปัญญา และความสามารถ เพื่อให้เป็นคนดี มีสุขภาพดี มีสุขและคุณธรรม มีความรู้ความสามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณค่าทุกช่วงวัย

ของชีวิต เป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จของการพัฒนาสังคมและพัฒนาในทุก ๆ เรื่อง ดังนั้นการดำเนินเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงนโยบายของรัฐบาลดังกล่าวของส่วนราชการและองค์กรต่าง ๆ โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับบุคลากรภายในและภายนอกองค์กร จึงมีความสำคัญยิ่งต่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 2540, 58) ทั้งนี้ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารของสถาบัน องค์กร หน่วยงานกับประชาชนหรือสังคมเพื่อเป็นการพัฒนาเสริมสร้างพื้นฐานรักษาภาพพจน์สัมพันธ์ภาพอันดีให้ได้รับการสนับสนุน รักใคร่ นับถือ นิยมยกย่อง เลื่อมใสศรัทธา ฯลฯ (วิจิตร อวทะกุล, 2534, 1)

จากการที่รัฐบาลทุกยุคทุกสมัยได้มีนโยบายที่จะกระจายอำนาจการปกครองไปสู่ท้องถิ่นให้มากขึ้น เพื่อประชาชนผู้เป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยได้มีโอกาสในการปกครองตนเองซึ่งเดิมรูปแบบการปกครองเป็นสภาตำบล และได้ดำเนินการปรับปรุงข้อกฎหมายเพื่อให้อำนาจกับสภาตำบลมากขึ้นเป็นลำดับ จนกระทั่งได้มี พ.ร.บ. สภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 มีเกณฑ์กำหนดให้สภาตำบลยกฐานะเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลตามมาตรา 40 ดังนั้นเมื่อสิ้นปีงบประมาณ 2539 จึงมีสภาตำบลที่ยกฐานะเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลแล้ว 2,760 แห่ง และในปี 2541 ก็ได้รับการยกฐานะเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลครบทุกตำบลทั่วประเทศ (กรมการปกครอง, 2539)

องค์การบริหารส่วนตำบลมีบทบาทและความสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น เนื่องจากมีอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ตลอดจนมีหน้าที่ต้องทำกิจกรรมในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลใน



หลายด้าน เช่น จัดให้มีการบำรุงรักษาทางน้ำและทางบก รักษาความสะอาดของถนน ทางน้ำ ทางเดิน และที่สาธารณะ รวมทั้งกำจัดขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิกูล ป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ส่งเสริมการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ ค้ำครอง ดูแล และบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

จากบทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลที่กล่าวมานั้น จะเห็นได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนในชนบท ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 80 ของประเทศ ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้เอง จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลอย่างต่อเนื่อง โดยการติดตามข่าวสารทางสื่อมวลชน การสังเกต และการร่วมประชุมกับสภาองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งพบว่าบริการไม่ตรงกับความต้องการของประชาชน บางโครงการที่กำหนดขึ้นโดยสภาองค์การบริหารส่วนตำบลประชาชนไม่เห็นด้วย และไม่ให้ความร่วมมือ หรือบางครั้งลุกลามถึงขั้นเดินขบวนต่อต้านโครงการ ทั้งนี้เพราะการพัฒนาด้านอาชีพไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงประชาชนจึงไม่ให้ความสนใจทำให้ไม่เกิดการรวมกลุ่ม และไม่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริม นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลไม่สามารถสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์กรกับประชาชน หรือระหว่างประชาชนด้วยกันเอง จึงมีความขัดแย้งอยู่เสมอจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลอย่างต่อเนื่อง โดยการติดต่อข่าวสารทางสื่อมวลชน การสังเกต และการ

ประชุมร่วมกับสภาองค์การบริหารส่วนตำบล และได้พบว่า การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลยังมีความบกพร่องอยู่มาก เช่น การใช้งบประมาณในการพัฒนาสาธารณูปโภคไม่ตรงกับความต้องการของประชาชน บางโครงการที่กำหนดขึ้นโดยสภาองค์การบริหารส่วนตำบลประชาชนไม่เห็นด้วย และไม่ให้ความร่วมมือ หรือบางครั้งลุกลามไปจนถึงขั้นเดินขบวนต่อต้าน เหมือนที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งส่งผลให้การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมไม่บรรลุตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้

จากความสำคัญที่องค์การบริหารส่วนตำบลเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนในชนบท ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ และเป็นประชาชนที่มีความต้องการในการพัฒนา รวมทั้งการเอาใจใส่ในหลาย ๆ ด้านอย่างมาก โดยจะสังเกตได้ว่าปัญหาต่าง ๆ ที่มีในสังคมไทย เช่น ปัญหาการศึกษา ปัญหาความยากจน ปัญหาแรงงาน ปัญหาสุขภาพ ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และปัญหาอื่น ๆ องค์การบริหารส่วนตำบลมีส่วนร่วมในการรับรู้และเข้ามาแก้ไขไม่มากนักน้อย ดังนั้นหากองค์การบริหารส่วนตำบลมีปัญหาในการบริหาร เช่น การอนุมัติงบประมาณเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ มีการต่อต้านจากประชาชนโดยที่องค์การบริหารส่วนตำบลไม่สามารถแก้ไข หรือจัดการกับปัญหาเหล่านั้นได้เองก็จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเป็นอย่างยิ่ง

ดังปัญหาในเบื้องต้นที่จะเกิดขึ้นขององค์การบริหารส่วนตำบล ขาดการจัดระบบการประชาสัมพันธ์ที่ดี และเหมาะสมในท้องถิ่นคือ ประชาชนขาดความรู้ ความเข้าใจ ไม่เห็นความสำคัญ และวางแผนอำนาจในการปกครองตนเอง ในระบอบประชาธิปไตยก่อให้เกิดปัญหาการเลือกตั้งไม่



บริสุทธิคุณธรรม มีการซื้อสิทธิ์ขายเสียง ประชาชนขาดความร่วมมือในท้องถิ่น อาจถูกถามไปถึงมีการต่อต้านการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลหรือหน่วยงานราชการอื่น เนื่องจากขาดการรับรู้ในการตัดสินใจของผู้บริหาร ประชาชนขาดโอกาสในการตรวจสอบการดำเนินงานของผู้บริหาร เนื่องจากไม่สามารถที่จะรับรู้ข่าวสารตามสิทธิ์ และความจำเป็นที่จะได้รับรู้ ทำให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชันได้มากขึ้น ประชาชนไม่ได้รับข่าวสารที่ตรงกับความต้องการ ไม่ได้เสนอความคิดเห็นหรือสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างถูกต้อง ทำให้การพัฒนาไม่ตรงทิศทางที่ต้องการ ผู้บริหารขาดเครื่องมือที่จะช่วยให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

องค์การบริหารส่วนตำบลมะขามเตี้ย และองค์การบริหารส่วนตำบลขุนทะเล อำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีลักษณะปัญหาค้ำค้ำคลึงกัน ซึ่งเกิดจากการขาดระบบประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม กล่าวคือ องค์การบริหารส่วนตำบลไม่สามารถสร้างความเข้าใจกับประชาชนได้ จึงทำให้โครงการต่าง ๆ ต้องยกเลิกไป นอกจากนี้แล้วองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 2 แห่งยังมีปัญหาเกิดขึ้นหลายด้าน เช่น ปัญหาการว่างงานถูกเลิกจ้างเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ปัญหาอาชญากรรม ยาเสพติด และการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น

การศึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยพบว่า สาเหตุสำคัญ ๆ มาจากการที่องค์การบริหารส่วนตำบล ขาดระบบการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ไม่สามารถสื่อสารกับประชาชนในท้องถิ่นแบบสองทาง (Two – way Communication) คือ การเผยแพร่ข่าวสารจากองค์การบริหารส่วนตำบลสู่ประชาชน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน และเพื่อการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน เพื่อนำมาใช้ให้เกิด

ประโยชน์ต่อการพัฒนาให้ตรงตามที่ประชาชนต้องการ โดยผู้วิจัยยังพบได้อีกว่าในแต่ละองค์การบริหารส่วนตำบลนั้น มีสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น หอกระจายข่าวหมู่บ้าน ป้ายประกาศข่าวหรือสื่อบุคคลพร้อมอยู่แล้ว แต่ไม่มีการจัดระบบการบริหารงานให้เหมาะสม จึงยังไม่สามารถใช้สื่อต่าง ๆ เหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การหาแนวทางในการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบลให้มีความเหมาะสม เป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างความเข้าใจในตำบลให้ประชาชนให้ได้รับรู้เรื่องราวข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นโดยตรง และได้เสนอความคิดเห็นสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง ตลอดจนเป็นการเปิดรับข่าวสารภายนอกและเผยแพร่ข่าวสารของตำบลเพื่อให้ภายนอกได้รับรู้ อันจะเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ทั้งนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี เป็นสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มีภารกิจหลักตามพระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ พ.ศ. 2538 ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การให้บริการวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง การวิจัย การให้บริการทางวิชาการแก่สังคม การปรับปรุงถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และส่งเสริมวิทยฐานะครู ซึ่งภารกิจหลักดังกล่าวมีความจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างและผลักดันให้เกิดความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นกับกลุ่มบุคลากรภายในและภายนอกสถาบัน (ศูนย์ประชาสัมพันธ์สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ, 2542, 1) ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญที่จะทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการในเรื่องการจัดการความรู้ด้านระบบการประชาสัมพันธ์ต่อ



นักศึกษาโปรแกรมวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการ
จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันในการ
ประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบลในเขต
อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการ
ประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขต
อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อหาแนวทางพัฒนาระบบการ
ประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลให้
เหมาะสมยิ่งขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยจะทำให้ทราบถึงสภาพการณ์
ปัจจุบัน และความต้องการประชาสัมพันธ์ของการ
บริหารส่วนตำบล และได้แนวทางในการพัฒนา
ระบบการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วน
ตำบลที่เหมาะสม สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์
ต่อการพัฒนาท้องถิ่น ตลอดจนเป็นแบบอย่างในการ
บริหารส่วนตำบลอื่นๆ นำไปปรับใช้ให้เกิด
ประโยชน์ต่อไป

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่องพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์
สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบล ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิง
ปฏิบัติการ (operations research) ผู้วิจัยได้พิจารณา
เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งเป็นกลุ่มทดลอง และกลุ่ม
ควบคุมองค์การบริหารส่วนตำบล คือ พื้นที่ รายได้
และจำนวนประชากรในการบริหารงานโครงการ
ต่างๆ ในองค์การบริหารส่วนตำบล โดยกำหนดให้
องค์การบริหารส่วนตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง

จังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งเป็นกลุ่มทดลอง จำนวน
31 คน เป็นกลุ่มตัวอย่าง และกำหนดให้สมาชิกสภา
องค์การบริหารส่วนตำบลขุนทะเลเป็นกลุ่มควบคุม
จำนวน 31 คน เป็นกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูล
จากภาคสนามเป็นการวิเคราะห์ทั้งในเชิงปริมาณ และ
เชิงคุณภาพ โดยข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์โดยการ
หาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และเปรียบเทียบความ
แตกต่างก่อนและหลังกิจกรรมแทรกแซง โดยใช้
ค่าสถิติ Chi-square และ Wilcoxon Signed Ranks
Test) และข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นการศึกษาแบบ
พรรณนา ซึ่งได้จากการสังเกต การสนทนา และ
เอกสารความเป็นมาของชุมชน แผนงานโครงการ
ต่างๆ ขององค์การบริหาร

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

1. สภาพปัจจุบันปัญหาในการประชาสัมพันธ์
ขององค์การบริหารส่วนตำบลคือสมาชิกสภา
องค์การบริหารส่วนตำบล ขาดความรู้และทักษะใน
การประชาสัมพันธ์ ประชาชนขาดความสนใจใน
การรับรู้ข่าวสาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดการ
ส่งเสริมสนับสนุน และสื่อประชาสัมพันธ์ดำเนินการ
ในรูปของธุรกิจมากเกินไป
2. องค์การบริหารส่วนตำบล มีความต้องการ
ให้มีการพัฒนาความรู้และทักษะการประชาสัมพันธ์
ให้กับสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลให้มีการ
จัดทำแผนงานโครงการประชาสัมพันธ์
3. แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์
ขององค์การบริหารส่วนตำบลคือการจัดกิจกรรม
แทรกแซงซึ่งจะทำให้สมาชิกสภาองค์การบริหาร
ส่วนตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัด
สุราษฎร์ธานี มีความรู้และทัศนคติในการประชา
สัมพันธ์เพิ่มขึ้นเพื่อให้สามารถเผยแพร่ข่าวสารตรง



กับความต้องการของประชาชน ทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจในการรับฟังข่าวสารและเกิดความร่วมมือระหว่างประชาชนกับองค์การบริหารส่วนตำบลมากขึ้น

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบลในครั้งนี้ สามารถบรรลุจุดมุ่งหมายที่ต้องการ คือ ได้แนวทางในการพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบล ให้องค์การบริหารส่วนตำบล สามารถใช้การประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาท้องถิ่น สามารถสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน ตลอดจนสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นในชุมชน ทำให้การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จะเห็นได้จากการมีส่วนร่วมของประชาชนในกลุ่มทดลอง ซึ่งเกิดจากการรับฟังข่าวสาร คือ ทำให้ประชาชนได้เสนอความคิดเห็นในโครงการต่าง ๆ ที่องค์การบริหารส่วนตำบลจัดทำขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ผสมผสานแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ มาใช้ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ รวมทั้งการจัดรูปแบบการใช้หอกระจายข่าว และการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ

จากการดำเนินกิจกรรมแทรกแซงโดยมีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง พบว่า ประชาชนมีการตื่นตัวในการรับฟังข่าวสารมากขึ้น การเผยแพร่ข่าวสารขององค์การบริหารส่วนตำบลมากขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มทดลองเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ภายในตำบลใช้หอกระจายข่าว และการประชาสัมพันธ์ภายนอกโดยใช้สื่อวิทยุ วิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์การบริหารส่วนตำบลมาจัดขึ้นได้รับ

ความร่วมมือเป็นอย่างดีจากทุกฝ่าย องค์การบริหารส่วนตำบลมาจัดขึ้นได้จัดทำโครงการในการพัฒนาไว้ เคยมีกระแสการคัดค้านจากประชาชนในตำบลอย่างมาก แต่เมื่อองค์การบริหารส่วนตำบลได้มีการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์แล้ว กระแสคัดค้านดังกล่าวลดลง ส่วนในองค์การบริหารส่วนตำบลขุนทะเล ซึ่งเป็นกลุ่มควบคุมประชาชนไม่มีความตื่นตัวในการรับฟังข่าวสาร สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลขุนทะเลไม่มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น เนื่องจากไม่มีการพัฒนาที่เกิดจากกิจกรรมแทรกแซง ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ จุดอ่อนที่พบมีอยู่ 3 ประการ คือ 1) การอนุมัติงบประมาณในการจัดกิจกรรมแทรกแซงขององค์การบริหารส่วนตำบลยังมีความยุ่งยากเนื่องจากไม่อยู่ในแผนการใช้งบประมาณปกติขององค์การบริหารส่วนตำบล 2) สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลอยู่ในตำแหน่งตามวาระซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงก็จะสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่ได้มีการพัฒนาตามการวิจัยครั้งนี้ 3) หอกระจายข่าวหมู่บ้าน ซึ่งถือว่าเป็นสื่อที่สำคัญที่สุดในการเผยแพร่ข่าวสารให้เข้าถึงประชาชน ไม่ได้มีการจัดตั้งตามทำเลที่เหมาะสม เนื่องจากตั้งตามบ้านผู้ดูแล เช่น บ้านผู้ใหญ่บ้าน บางหมู่บ้านจึงกระจายเสียงได้ไม่ทั่วทั้งหมู่บ้าน ส่วนจุดแข็ง คือ ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการประชาสัมพันธ์ด้วยตนเอง ทำให้เกิดความร่วมมือในท้องถิ่น และสามารถลดความขัดแย้งที่เคยเกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 รัฐบาลโดยกระทรวงมหาดไทย ควรพิจารณาส่งเสริมและพัฒนาระบบการ



ประชาสัมพันธ์ร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์โดยมีสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเป็นหน่วยงานสนับสนุนทางด้านวิชาการ แผนงานในระดับจังหวัด ตลอดจนเป็นที่ปรึกษาในทางนโยบายการประชาสัมพันธ์

1.2 รัฐบาลควรกำหนดบทบาทหน้าที่ส่วนประชาสัมพันธ์ อบต.โดยมีกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นผู้รับผิดชอบ ให้มีบทบาทหน้าที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์ Two-Way Communications เพื่อเผยแพร่นโยบายรัฐบาลทั้งในระดับชาติและระดับจังหวัดให้ประชาชนรับรู้ ทำให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม ตลอดจนสะท้อนปัญหาจากประชาชนสู่รัฐบาล เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาอย่างถูกทิศทาง และตรงกับความต้องการของประชาชน

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิจัยและพัฒนา

2.1 ควรให้มีการวิจัยพัฒนากลยุทธ์และแนวปฏิบัติที่ดีในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน

2.2 ควรมีการทดลองนำการวิจัยครั้งนี้ไปทำการวิจัยดำเนินการในระดับอำเภอ เพื่อสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ในระดับอำเภอ สู่ตำบลและหมู่บ้านอย่างเป็นระบบ

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ได้รับทุนอุดหนุนการทำวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำหรับการอุดหนุนเงินทุนวิจัยสำหรับผู้วิจัยรุ่นใหม่ ทำให้งานวิจัยสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ และขอขอบพระคุณสำหรับการ

สนับสนุนการดำเนินการวิจัยตลอดระยะเวลาของโครงการจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ตลอดจนการสนับสนุนในการทำวิจัยจากศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพของเนื้อหา ให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานทุกขั้นตอน และขอขอบพระคุณผู้ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2539). **คู่มือ**

พนักงานส่วนตำบล. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท.

โกวิท พวงงาม. (2546). **การปกครองท้องถิ่นไทย**

หลักการและมิติใหม่ในอนาคต. กรุงเทพมหานคร : วิญญูชน.

คณะกรรมการการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ. (2540).

แนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์

พ.ศ.2540-2544. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ็นเจโปรโมชัน จำกัด.

จุมพล รอดคำดี. (2548). **สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา**.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดวงพร คำณูวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง.(2541).

สื่อสารการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สามเจริญพาณิชย์

ธงชัย สันติวงษ์. (ม.ป.ป.) **การวางแผน**.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2547). **การมีส่วนร่วม**

หลักการพื้นฐาน เทคนิค กรณีตัวอย่าง. เชียงใหม่ : สิริลักษณ์การพิมพ์.



บุญธรรม จิตต์อนันต์. (2540). การวิจัยทางสังคมศาสตร์.

กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุบผา สุดสวัสดิ์.(2535). การเขียนโครงการ.

กรุงเทพมหานคร : พิกัดอักษร.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์.(2539). การวิจัยเพื่อการ

ประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : ห้าง

หุ้นส่วนจำกัด ขงพลเทรดดิ้ง

ลัษณา สตะเวทิน. (2540). หลักการประชาสัมพันธ์.

กรุงเทพมหานคร : เฟื่องฟ้าพรินต์ติ้ง จำกัด

วิจิตร อาวะกุล. (2534 ก). การประชาสัมพันธ์ หลัก

และวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์

ไทยวัฒนาพานิช.