



ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์
ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
พ.ศ. 2559
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของ นางสุพรรณิ สุนทรา แล้ว
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... (รองศาสตราจารย์ ดร.ประดิษฐ์ เอกทัศน์)	ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ (ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย)
..... (รองศาสตราจารย์ ชีรัชย์ บุญมาธรรม)	กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ (ผู้ทรงคุณวุฒิ)
..... (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เจริญศิริ)	กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก)
..... (รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา)	กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม)
..... (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชินี อัดถาวร)	กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

..... (รองศาสตราจารย์ ดร.ยุภาพร ภูภาค) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนิท ดีเมืองซ้าย)
คณบดีคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
	วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ชื่อเรื่อง : ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาล
ตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผู้วิจัย : สุพรรณิ สุนทรา **ปริญญา :** รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ดร.วิทยา เจริญศิริ **อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก**
รศ.ดร.เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา **อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม**
ผศ.ดร.สุธินี อัดถากร **อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม**

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2559

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชน ต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 368 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิและการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .96 เมื่อรวบรวมข้อมูลแล้วใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล โดยหาค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t – test (Independent Samples) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว F – test (One – way ANOVA).

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาล ตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ 1. ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับชุมชน ภาครัฐและเอกชน 2. ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชน

3. ด้านงานประชาสัมพันธ์ แก่ สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน และ 4. ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้ำ 2) ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา อาชีพและหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 3) ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ ควรมีข่าวสารมาติดต่อประชาสัมพันธ์โครงการอย่างต่อเนื่อง ควรมีโครงการที่นำเสนอมีความน่าเชื่อถือ และมีการนำข้อมูลโครงการมาประชาสัมพันธ์ในบอร์ดของหมู่บ้านอย่างสม่ำเสมอ ควรมีการสร้างจิตสำนึก และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของทุกภาคส่วน ควรเสริมสร้างการพัฒนาองค์กรและการมีส่วนร่วมในการบริหารทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ และสร้างระบบสนับสนุนการตัดสินใจ การวางแผนการจัดการวิกฤติและความเสี่ยง ควรมีการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มชุมชนในละแวกใกล้เคียง และมีการดำเนินการเพื่อบำเพ็ญประโยชน์และช่วยเหลือกิจการด้านต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมสุขภาพอนามัย การศึกษา การกีฬา นันทนาการ ในชุมชน สนับสนุนให้ชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ และร่วมสร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมการจัดกิจกรรมการอนุรักษ์ และสืบทอด ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมภายในท้องถิ่น

TITLE : The Opinions of People toward Public Relations Development of Waeng
Nang Sub-District Municipality, Mueang District, Maha sarakham Province.

AUTHOR : Supanee Soonthra **DEGREE :** M.P.A (Public Administration)

ADVISORS : Asst.Prof.Dr.Witaya Charoensiri Major Advisor

Assoc.Prof.Dr.Saowalak Nikornphittaya Co-advisor

Asst.Prof.Dr.Suthinee Athakorn Co-advisor

RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY, 2016

ABSTRACT

The purposes of the research were to survey the opinions of people toward public relations development of Waeng Nang Sub - District Municipality, Mueang District, Maha sarakham Province, to compare the opinions of people toward the public relations development regarding gender, educational background, occupation and village, and to find some useful suggestions for developing the public relations of Waeng Nang Sub - District Municipality, Mueang District, Maha sarakham Province. The samples were 368 over – 18 – year - old residents with voting right in Waeng Nang Sub - District Municipality, Mueang District, Maha sarakham Province. The samples were selected by the stratified random sampling and simple random sampling techniques. The research instrument was a questionnaire with a .96 reliability index. The statistics used were percentage, frequency, mean, standard deviation, the t - test Independent Samples and the F - test (One - Way ANOVA).

The results were as follow : 1) The overall opinion of people toward the public relations development of Waeng Nang Sub - District Municipality, Mueang District, Maha sarakham Province was at a high level. The four - high rated items of the public relations were cultural and local wisdom promotion with public and private sector support, building good relations with community and mass media, sustainable community development, and

public relations of Waeng Nang Sub - District Municipality. 2) The opinions of people toward the public relations development regarding the different genders, educational backgrounds, occupations and villages were not different at the .05 level of the statistical significance. 3) In conclusion, the study suggests that the public relations should be regularly done. The proposed project should be reliable. News should be always advertised on the public relation board. Behaviors and recognition of all sectors should be improved. Participatory development should be employed for job efficiency of the organization. There should be a system of decision making, planning for crisis and risk management. The good relations with people in the communities should be improved. The social activities, health, education, sports, and entertainment, should be organized for people in the communities. The community - based learning center should be established for life - long learning and improving the quality of life, including preserving arts, culture, and religion in the communities.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จได้ด้วย ความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.วิทยา เจริญศิริ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธินี อรรถากร กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ตั้งแต่ต้นจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ประดิษฐ์ เอกทัศน์ ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัยสอบ วิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ชีรชัย บุญมาธรรม ผู้ทรงคุณวุฒิสอบวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้ คำแนะนำที่มีประโยชน์ยิ่งทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ นายปรมัตต์ สิทธิจินดา นางสาวพะยอม แก้วโยธา และ นายสมพิศ มัชประโม ที่ได้กรุณาตรวจสอบ ปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ และให้ คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะบุคคลที่มีความสำคัญยิ่ง ที่ผู้วิจัยใคร่ขอแสดงความขอบคุณไว้ ณ ที่นี้ได้แก่ นายชัยวัฒน์ คันธา นายกเทศมนตรีตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ประชาชน ในเขตเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่ได้ให้ความร่วมมือและ สนับสนุนในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

คุณค่าและประโยชน์จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขออุทิศเพื่อบูชาคุณของ บิดา มารดา และบูรพาจารย์ ที่ให้การอบรมสั่งสอน ให้สติปัญญาและคุณธรรมเกิดขึ้น อันเป็นเครื่องนำชีวิต สร้างความเจริญด้านการศึกษาและประสิทธิ์ประสาทวิชาให้ผู้วิจัยจนประสบผลสำเร็จ

สุพรรณณี สุนทรธา

สารบัญ

หัวเรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญตารางภาคผนวก	ฎ
สารบัญแผนภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น	9
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ	14
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	19
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนางานประชาสัมพันธ์	39
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร	48
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ชุมชน	50
การบริหารราชการท้องถิ่นรูปแบบเทศบาล	54

หัวเรื่อง	หน้า
บริบทของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม	60
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	68
กรอบแนวคิดการวิจัย	76
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	77
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	77
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	79
การเก็บรวบรวมข้อมูล	81
การวิเคราะห์ข้อมูล	81
สถิติที่ใช้ในการวิจัย	82
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	84
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	84
ลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล	84
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	85
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	108
สรุปผลการวิจัย	108
อภิปรายผล	110
ข้อเสนอแนะ	113
บรรณานุกรม	116
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	123
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ของเครื่องมือ	130
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	132
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์	134
ประวัติผู้วิจัย	140

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการสาธารณะ 18
2	หน้าที่ของเทศบาลต้องทำตาม พระราชบัญญัติเทศบาล (ฉบับที่ 12) พ.ศ.2546 มาตรา 50, 53 และ 56 58
3	หน้าที่ของเทศบาลต้องทำตาม พระราชบัญญัติเทศบาล (ฉบับที่ 12) พ.ศ.2546 มาตรา 51, 54 และ 57 59
4	ข้อมูลประชากรเทศบาลตำบลเวียงน้าง 61
5	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 79
6	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 86
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการ พัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคาม จำแนกเป็นรายด้านและโดยรวม 87
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อ การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคาม ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้าง โดยรวมและ จำแนกเป็นรายข้อ 88
9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อ การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคาม ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชน และการพัฒนาท้องถิ่น แบบยั่งยืน โดยรวมและจำแนกเป็นรายข้อ 89

ตารางที่	หน้า
10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชน โดยรวมและจำแนกเป็นรายชื่อ	91
11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชน โดยรวม และจำแนกเป็นรายชื่อ	92
12 เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตาม เพศ	94
13 เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามการศึกษา	95
14 เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามการศึกษาแตกต่างกัน	97
15 เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอาชีพ	99
16 เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอาชีพแตกต่างกัน	100
17 เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามหมู่บ้านที่อาศัยอยู่	102

ตารางที่	หน้า
18 เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของ เทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามหมู่บ้าน ที่อาศัยอยู่แตกต่างกัน	104
19 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางาน ประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม	106



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางที่		หน้า
1	ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม IOC	131
2	ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือการวิจัย	133



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1	โครงสร้างการแบ่งส่วนการบริหารของเทศบาล	56
2	โครงสร้างการบริหารงานเทศบาลตำบลเวียงน้ำ	63
3	กรอบแนวคิดการวิจัย	76



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การประชาสัมพันธ์เป็นกลไกสำคัญยิ่ง สำหรับการบริหาร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความนิยมความเข้าใจที่ดีของหน่วยงานและการสนับสนุน จากประชาชนต่อหน่วยงาน การที่ประชาชนไม่เข้าใจนโยบาย วัตถุประสงค์ และการดำเนินงานของหน่วยงานอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ง่าย ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน การบอกกล่าวการชี้แจง การเผยแพร่ นโยบายวัตถุประสงค์การดำเนินงานและกิจกรรมผลงานต่าง ๆ ของหน่วยงาน ตลอดจนข่าวคราว ความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน สถาบัน ให้กับกลุ่มประชาชน เป้าหมายและประชาชนทั่วไป ได้ทราบและรู้เห็นกิจกรรมหรือการกระทำดังกล่าว นับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจ ให้แก่หน่วยงานทำให้หน่วยงานเป็นที่รู้จัก เข้าใจ เลื่อมใส ศรัทธาแก่ประชาชน รวมทั้งทำให้เกิดความรู้สึกเป็นไปในทางที่ดีต่อหน่วยงาน ซึ่งเหมาะสมแก่สภาพสังคมปัจจุบันที่มีแนวโน้มขยายตัวออกเป็นสังคมที่สลับซับซ้อนยิ่งขึ้น ทำให้หน่วยงานและประชาชนเกิดความเห็นต่างและมีช่วงต่างกันขึ้น การประชาสัมพันธ์ จึงมีบทบาทในการทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงความเข้าใจ ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกและสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน อันจะนำไปสู่ความร่วมมือกันที่สุดในที่สุด และบรรลุถึงความเข้าใจร่วมกัน การประชาสัมพันธ์ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนหรือให้ประชาชนเข้าใจสัมพันธ์กัน และงานกิจการต่าง ๆ ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เกือบทั้งนั้น ถ้าทุกคนตั้งใจทำให้ผลประโยชน์แก่ส่วนรวมก็เชื่อได้ว่าส่วนรวมจะอยู่เย็นเป็นสุข วิรัช ลภีรัตนกุล (2542 : 23-24)

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technology) มีบทบาทสำคัญ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างกว้างขวางและไม่มีขอบเขตจำกัด สามารถรับรู้ร่วมกันได้ในเวลาที่รวดเร็วด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีการพัฒนาได้อย่างทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งการสื่อสารของประเทศไทยก็ได้ล้ำหลัง และกำลังก้าวเข้าสู่ยุคแห่งสังคมข้อมูลข่าวสารหรือยุคสารสนเทศได้อย่างชัดเจน ด้วยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้อย่างกว้างขวางและแพร่หลาย การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในยุคข้อมูลข่าวสาร ที่เรียกว่า “ยุคโลกาภิวัตน์” นับว่าเป็นยุคของโลกไร้พรมแดนการติดต่อสื่อสาร ระหว่างคนในสังคมโลก

หน่วยงาน องค์กรและสถาบันต่าง ๆ เชื่อมโยงเกี่ยวเนื่องกันเป็น ไปอย่างรวดเร็ว “ การ ประชาสัมพันธ์ ” จึงเป็นกิจกรรมที่สำคัญ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อสังคม ผู้บริหารจะต้อง มีวิสัยทัศน์ มีความรู้และประสบการณ์ในเรื่องความสัมพันธ์ขององค์กรและสังคมภายนอก เพราะยุคข้อมูลข่าวสาร ประชาชนในสังคมและสังคมโลก มีความตื่นตัวต่อ การรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร หน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการติดต่อ สื่อสารมากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงต้องมีการปรับปรุงองค์กร และทัศนคติ ของข้าราชการ พนักงานให้ เอื้อ ต่อการอำนวยความสะดวกและเกิดประโยชน์สูงสุด ต่อประชาชนตามหลักธรรมาภิบาล และพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร พ.ศ. 2540 จึงจำเป็นอย่างยิ่ง ที่หน่วยงานจะต้องดำเนินการ ชี้แจงเผยแพร่ ปรับปรุง และพัฒนาดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ก้าวทันต่อยุคของ การเปลี่ยนแปลง นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์ (2545 : 11 – 12)

งานประชาสัมพันธ์ว่าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสาร การติดต่อสื่อสาร และการ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ประชาชน และหน่วยงานต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ การบริหารราชการเกิดประสิทธิภาพ ได้รับการสนับสนุนที่ดีจากประชาชน และหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องและให้บริการที่ดีมีความสะดวกรวดเร็ว เกิดความพึงพอใจ การบริหารให้มีความ รวดเร็วและประสบความสำเร็จ ตามเป้าหมายที่วางไว้นั้น ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ที่ดี นอกจากนี้ยังต้องยอมรับความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่จะเป็นตัวกำหนด นโยบายและทิศทางการบริหารองค์กร ดังนั้นผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ในหน่วยงาน จึงต้องให้ ความสำคัญ ต่อการประชาสัมพันธ์ ควบคู่ไปกับการดำเนินงานตามภารกิจที่ตั้งไว้และงานที่ ได้รับมอบหมาย ให้ต่อเนื่องกันไปไม่มีที่สิ้นสุด สุพัตรา มาศดิตถ์ (2543 : 3-5)

การประชาสัมพันธ์บริหารงานองค์กรให้ประสบผลสำเร็จนั้น จำเป็นอย่างยิ่งต้อง อาศัยความร่วมมือ ของบุคลากรในองค์กร การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่ง ในการสร้างความสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการผสมผสานความร่วมมือระหว่างสถาบัน หน่วยงาน กับประชาชน เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจอันดี ในอันที่จะประสานแนวคิด วัตถุประสงค์ นโยบายการดำเนินงานของสถาบัน หน่วยงานให้สอดคล้องต้องกันกับ แนวคิดและความ ต้องการของประชาชน ชี้แจงทำความเข้าใจให้เหตุผลในข้อขัดข้องบางประการ การประชาสัมพันธ์ จึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับชื่อเสียง ภาพพจน์ของหน่วยงาน และเป็นกระบวนการ สร้างความสำเร็จ ของการบริหารในทุกหน่วยงาน ทุกองค์กร และสถาบันทั้งภาครัฐ และเอกชน เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นพื้นฐานของปรัชญาสังคมแห่งการจัดการ หรือ

การบริหาร การบริหารงานจะบรรลุเป้าหมายมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับว่าผู้บริหารจะเห็นคุณค่าและมีความสามารถในการใช้การประชาสัมพันธ์ ให้เป็นประโยชน์และมีประสิทธิภาพมากเท่าใด รวมทั้งการปฏิบัติงานขององค์กรที่จะดำเนินด้วยความซื่อสัตย์ มีผลงาน สามารถนำไปเผยแพร่ให้ประชาชน ได้รับทราบการสร้างคามสนใจให้แก่ประชาชน จะต้องมีเทคนิคหรือ วิธีการให้ประชาชนเกิดความสนใจ ในเรื่องหรือสิ่งที่เราประสงค์จะสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชน โดยส่วนรวมด้วยการใช้เครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จะต้องมีการวางแผนในการใช้สื่อ หรือเครื่องมือที่รัดกุม เหมาะสมรวมทั้งวิธีการเทคนิคในการใช้สื่อต่าง ๆ และคุณภาพของเครื่องมือหรือสื่อ นั้น ๆ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ บางครั้งต้องใช้สื่อหรือเครื่องหมายหลาย ๆ ประเภทประกอบกัน เช่น การแถลงชี้แจงด้วยวาจา การใช้เอกสาร สิ่งพิมพ์ การจัดนิทรรศการและเหตุการณ์พิเศษ การใช้สื่อมวลชนช่วยกระจายข่าว เช่น โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง ภาพยนตร์ เป็นต้น วิจิตร อวระกุล (2540 : 3)

เทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม สังกัดกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย เป็นองค์กรของภาครัฐ มีอำนาจหน้าที่ของเทศบาลตำบลตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอน การกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 รวมถึงนโยบายและแนวทางการปฏิบัติแห่งรัฐการประชาสัมพันธ์องค์กร จึงจำเป็นที่บุคลากรจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในเทคนิคและระบบการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ตลอดจนหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งการดำเนินการขององค์กรจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องปฏิบัติงานให้เกิดความคุ้มค่าและโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี เพื่อเป็นการตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการกระจายความเจริญลงสู่ท้องถิ่น และเป็นไปอย่างถูกต้องโปร่งใส และมีประสิทธิภาพสูงสุดแก่ประชาชน

สภาพปัญหาของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง คือ ปัญหางานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก ขาดระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การให้บริการข้อมูลข่าวสาร ของเทศบาลตำบลเวียง ต่อสาธารณชนไม่เป็นระบบไม่ครอบคลุม ไม่เป็นปัจจุบันขาดการประสานงานกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารยังมีน้อย จึงทำให้งานประชาสัมพันธ์ไม่มีระบบงานที่มีประสิทธิภาพ และบุคลากรที่รับผิดชอบยังขาดความรู้ความเข้าใจ ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ เทศบาลตำบลเวียง

นาง. (2557 : 10) ด้วยสภาพปัญหาและความจำเป็นดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะบุคลากรในเทศบาลตำบลเวียงน้ำ มีความตระหนักและเห็นความสำคัญ ความจำเป็นในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายให้สามารถติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชนทั่วไป หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และหมู่บ้านที่อาศัยอยู่
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

สมมติฐานการวิจัย

1. ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง
2. ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย โดยศึกษาจากงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้ำ (2549 : 26 – 30) ดังนี้

1.1 งานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้ำ

- 1.2 งานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน
- 1.3 งานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดี ต่อชุมชนและสื่อมวลชน
- 1.4 งานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชน

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- 2.1 ประชากร คือ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 4,557 คน เทศบาลตำบลเวียงน้าง (2557 : 3)
- 2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้สูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973 : 727) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 368 คน

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านตัวแปร ดังนี้

- 3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - 3.1.1 เพศ
 - 3.1.2 ระดับการศึกษา
 - 3.1.3 อาชีพ
 - 3.1.4 หมู่บ้านที่อาศัยอยู่
- 3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ โดยศึกษาจากงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้าง (2549 : 26 – 30) ดังนี้
 - 3.2.1 งานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้าง
 - 3.2.2 งานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน
 - 3.2.3 งานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชน
 - 3.2.4 งานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชน

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่วิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลา ในการดำเนินการระหว่างเดือนสิงหาคม 2557 – ตุลาคม 2557

5. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เขตเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกถึง ความคิด ความรู้ ความรู้สึก และความเชื่อ ที่นำไปสู่การคาดคะเน หรือการแปลผลเกี่ยวกับพฤติกรรม หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ อาจมีแนวโน้มที่จะมีความเห็นทั้งทางบวกและทางลบต่อสิ่งใด สิ่งหนึ่ง ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ความคิดเห็นของประชาชน ต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ของเทศบาลตำบล เวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ประชาชน หมายถึง ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดทิศทางและแนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพสามารถสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กร กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนและในงานวิจัยครั้งนี้ หมายถึง งานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 4 ด้าน คือ

1. งานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน่าง หมายถึง การได้รับทราบนโยบายของผู้บริหารเทศบาลตำบลเวียงน่าง การได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของเทศบาลตำบลเวียงน่าง การได้รับความรู้ใหม่ ๆ และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง และความชัดเจนของเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง และความสะดวกในการเข้าถึง/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ เทศบาลตำบลเวียงน่าง

2. งานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน หมายถึง สนับสนุนการใช้สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสารที่เหมาะสมกับชุมชนและ

ท้องถิ่นของเทศบาลตำบลเวียงน้าง สนับสนุนจัดให้มีศูนย์ประชาสัมพันธ์แก่ชุมชนหรือท้องถิ่น การจัดบริการด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ชุมชนหรือท้องถิ่น โดยผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่ได้รับ สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและช่วยเหลือสังคมได้ และการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์สู่ชุมชนและท้องถิ่นร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

3. งานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชน หมายถึง การสนับสนุนให้ชุมชน สื่อมวลชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความสำเร็จ ของชุมชนอย่างต่อเนื่อง การสร้างความเข้าใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรที่ถูกต้องแก่ประชาชนและสื่อมวลชน สร้างความเชื่อมั่นและความศรัทธา ด้านความรับผิดชอบขององค์กรแก่ชุมชนและสื่อมวลชน ประสานสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเทศบาลตำบลเวียงน้างกับชุมชนสื่อมวลชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน และปลูกสร้างจิตสำนึกการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการนำไปใช้ของทุกภาคส่วน

4. งานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชน หมายถึง การรวบรวมแหล่งทรัพยากรในชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานหรือองค์กรภาครัฐและเอกชน ในการประชาสัมพันธ์งานด้านวัฒนธรรมต่าง ๆ ถ่ายทอดองค์ความรู้ โดยใช้สื่อต่าง ๆ ด้านการประชาสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ชุมชนอย่างเหมาะสม การร่วมสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อถ่ายทอด วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และการสร้างความเชื่อมั่นและความศรัทธา ด้านความรับผิดชอบต่อในงานประชาสัมพันธ์ แก่ชุมชนและสื่อมวลชน

เทศบาล หมายถึง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 แก้ไขเพิ่มเติมถึงฉบับที่ 13 พ.ศ. 2552 และในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง เทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ข้อสนเทศที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานอื่น ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ และเป็นประโยชน์ต่อการบริหารและการปฏิบัติงานของผู้เกี่ยวข้อง ของเทศบาลตำบลแวงน่าง



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่องานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบล
เวียงน้ำอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ แล้ว
นำเสนอเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
4. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนางานประชาสัมพันธ์
5. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
6. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ชุมชน
7. การบริหารราชการท้องถิ่นรูปแบบเทศบาล
8. บริบทของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
10. กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

1. ความหมายของความคิดเห็น

จิรายุ ทรัพย์สิน (2540 : 16) ได้อธิบายว่า ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด
ของบุคคลที่แสดงออก เพื่อให้ผู้อื่นได้สามารถที่จะเรียนรู้ตลอดจนสามารถที่จะประเมินค่า
ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือประเด็นใดประเด็นหนึ่งการลงความเห็นอาจจะเป็นไปในลักษณะเห็น
ด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ อันเนื่องจากสถานการณ์ สิ่งแวดล้อม การติดต่อกับภายนอก
การเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ และการพบปะสังสรรค์ประจำวัน

จำลอง เงินดี (2540 : 12-86) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าเป็นความรู้สึก
ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะที่ไม่ลึกซึ้ง เหมือนทัศนคติความคิดเห็นนั้นอาจจะ
กล่าวได้ว่าเป็นการแสดงของทัศนคติที่ได้จากสังเกตและวัดได้จากคน แต่มีส่วนที่แตกต่างไป

จากทัศนคติตรงที่ทัศนคตินั้นเจ้าตัวอาจจะตระหนักหรือไม่ตระหนักก็ได้หรือเป็นการแสดงออกทางการพูด หรือคำตอบที่บุคคลได้แสดงต่างจากเจตคติ คือ ความคิดเห็นจะเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะขณะที่เจตคติจะเป็นเรื่องทั่ว ๆ ไปมีความหมายกว้างกว่า ได้แก่

1.1 ความเชื่อ ทัศนะ การพิจารณา การวินิจฉัย หรือการประเมินอย่างมีรูปแบบในใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ

1.2 การแสดงออกถึงการพิจารณา หรือคำแนะนำอย่างมีรูปแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญหรือการแสดงออก เช่น การตัดสินใจ การพิจารณาคดี หรือการวินิจฉัยอย่างมีรูปแบบด้วยเหตุผลตามกฎหมายหรือเกณฑ์ที่ขึ้นอยู่กับกรณีที่มีกฎหมายรองรับ

ธวัชชัย นาคฤทธิ์ (2540 : 9) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกด้านความรู้สึก ความเชื่อต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือเหตุการณ์หนึ่งเหตุการณ์ใดจากการใช้สติปัญญา ความรู้ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้นเป็นส่วนช่วยในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งอาจเป็นการพูดหรือเขียนอาจจะถูกต้องหรือไม่ก็ได้ และอาจจะได้รับการยอมรับ หรือไม่ยอมรับก็ได้เช่นกัน ความคิดเห็นนี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาสถานการณ์ หรือเมื่อมีข้อเท็จจริงปรากฏขึ้นมา

อัจฉรา กลิ่นสุคนธ์ (2544 : 10) ได้สรุปว่า ความคิดเห็น คือ ความรู้ของบุคคล สิ่งของหรือสถานการณ์ในช่วงเวลาหนึ่ง อาจเป็นแสดงออกในทางบวกหรือลบก็ได้

วิสูตร จงชูมิชย์ (2549 : 13) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อและการตัดสินใจในการพิจารณาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือประเด็นหนึ่ง โดยอาศัยความรู้ การรับรู้ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมเป็นส่วนช่วยในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งความเห็นของแต่ละบุคคลจะเป็นที่ยอมรับหรือปฏิเสธจากบุคคลอื่นๆ ได้

Kolesnik (1970 : 7 ; อ้างถึงใน ชัยยงค์ ภูณตร์ 2543 : 21) ให้คำนิยามว่าความคิดเห็นเป็นการแสดงออกซึ่งการตัดสินใจจากการประเมินค่า (Evaluation Judgment) หรือ ทัศนะ เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะและความคิดเห็นย่อมได้รับอิทธิพลจากทัศนคติ

Davis (1972 : 4) กล่าวไว้ว่า ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคล ในอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเป็นการประเมินผลสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากสถานการณ์สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ หรือความคิดเห็นเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ

Webster (1983 : 125) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าความคิดเห็นเป็นความเชื่อที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนความรู้อันแท้จริงหรือความแน่นอน แต่ตั้งอยู่ที่จิตใจ

การลงความคิดเห็นของแต่ละบุคคลจะเป็นไปตามที่บุคคลนั้นเป็นจริงหรือตรงตามที่คิดไว้

Best (1977 : 169) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกในด้านความเชื่อที่นำไปสู่การคาดคะเนหรือการแปลผลเกี่ยวกับพฤติกรรมหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ

Julius and Kole (1983 : 142 ; อ้างใน ดำรงฤทธิ์ หลอดคำ 2538 : 14-15) ได้ให้คำจำกัดความของความคิดเห็น ใน Dictionary of the Sciences ไว้ 3 ลักษณะ คือ

ลักษณะที่ 1 ความคิดเห็น คือ การพิจารณาตัดสินใจ ความเชื่อ หรือความเชื่อจากบุคคลอื่นในบางประเด็นความคิดเห็นอาจแสดงออกทางคำนิยามหรือชนิดของเหตุผล หรือหลักฐานที่มีอยู่ ซึ่งความสำคัญของความคิดเห็นอาจจะมากน้อยต่างกันแล้วแต่บุคคลความคิดเห็นมีหลายลักษณะจึงแบ่งเป็นระดับของความคิดเห็น ระดับของความสำคัญ และความเที่ยงตรงกับตนเองดังนั้นอาจจะมีแนวโน้มที่จะมีความเห็นทั้งทางบวกและทางลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อย่างไรก็ตามความคิดเห็นอาจผิดพลาดได้หากไม่มีมูลความจริง

ลักษณะที่ 2 เคยมีการแบ่งความคิดเห็นจากทัศนคติและระบบค่านิยม ซึ่งคนมีพื้นฐานอยู่ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกอย่างแคบและตรงจุด สามารถทำให้ทราบถึงความในใจของบุคคลมากกว่าทัศนคติดังนั้นเมื่อความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับลักษณะการเปลี่ยนแปลงภายนอกและมีความจำกัด มีรากฐานมาจากระบบทัศนคติซึ่งมีความคงทนกว่าเปลี่ยนแปลงได้น้อย มีขอบเขตกว้างกว่าและความเกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลเป็นอย่างมากจะไม่พบว่า การแสดงความคิดเห็นแยกจากทัศนคติหรือลักษณะของตนเอง

ลักษณะที่ 3 ถ้าความคิดเห็นเป็นสิ่งที่มิชีวิตมันสามารถวัดได้ และได้มีการพัฒนาเครื่องมือในการวัดขึ้นมา โดยปกติจะมีการเก็บรวบรวมความคิดเห็นของคนจำนวนมาก ตัวอย่าง เช่น ประชามติ เป็นการสุ่มตัวอย่างปัญหาที่ซับซ้อน และการวัดความคิดเห็นทัศนคติเทคนิคการวางแผน และการสร้างแบบสอบถามนำมาใช้ในการวิจัย ทำให้นักวิจัยบางคนกำหนดความเห็นดังกล่าว

สรุปได้ว่าความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกถึง ความคิด ความรู้ ความรู้สึก ความเชื่อที่นำไปสู่การคาดคะเน หรือการแปลผลเกี่ยวกับพฤติกรรม หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ อาจมีแนวโน้มที่จะมีความเห็นทั้งทางบวกและทางลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็น

2.1 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความคิดเห็น

จิราวุธ ทรัพย์สิน (2540 : 19-20) ได้สรุปปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็น ดังนี้ ความคิดเห็นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลที่แสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่จำเป็นต้องคล้ายกันหรือเหมือนกันเสมอไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของแต่ละบุคคลที่ได้รับอิทธิพล ต่อการแสดงออกในเรื่องนั้น ๆ ปัจจัยที่ทำให้เกิดความคิดเห็นสรุปได้ดังนี้

2.1.1 ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย (Genetic and Physiological Factor) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านพันธุกรรมจะมีผลต่อระบบความก้าวร้าวของบุคคล และจะมีผลต่อการศึกษาทัศนคติหรือความคิดเห็นของบุคคลนั้น ๆ ได้ ส่วนปัจจัยด้านสรีระ เช่น อายุ ความเจ็บป่วย และผลที่เกิดจากการใช้สารเสพติด จะมีผลต่อความคิดเห็นและทัศนคติของบุคคล

2.1.2 ประสบการณ์ของบุคคล โดยตรง (Direct Personal Experience) คือ บุคคลได้รับความรู้สึกและความคิดเห็นต่าง ๆ จากประสบการณ์โดยตรง เป็นการกระทำหรือได้พบเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ โดยตนเองทำให้เกิดทัศนคติหรือความคิดเห็นจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ

2.1.3 อิทธิพลจากครอบครัว (Parental Inference) เป็นปัจจัยบุคคล เมื่อเป็นเด็กจะได้รับอิทธิพลจากการเลี้ยงดูอบรมของพ่อแม่และครอบครัว

2.1.4 ทัศนคติและความคิดเห็นต่อกลุ่ม (Group Determinant of Attitude) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นหรือทัศนคติของแต่ละกลุ่มจะต้องมีสังคม และอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มดังนั้น ความคิดเห็นและทัศนคติต่าง ๆ จะได้รับการถ่ายทอด และมีแรงกดดันจากกลุ่ม

2.2 ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

กิตติ สุทธิสัมพันธ์ (2542 : 12-13) ได้สรุป ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคล ซึ่งทำให้บุคคลแต่ละคนแสดงความคิดเห็นที่อาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันออกไป คือ

2.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

1) ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย คือ เพศ อวัยวะ ความครบถ้วนสมบูรณ์ของอวัยวะต่าง ๆ คุณภาพสมอง

2) ระดับการศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อการแสดงออก ซึ่งความคิดเห็นและการศึกษาทำให้บุคคลมีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ มากขึ้น และคนที่มีความรู้มาก มักจะมี

ความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล

- 3) ความเชื่อ ค่านิยม และเจตคติของบุคคลต่อเรื่องต่าง ๆ ซึ่งอาจ
จะได้อาจจากการเรียนรู้กลุ่มบุคคลในสังคม หรือจากการอบรมสั่งสอนของครอบครัว
- 4) ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจ
ในหน้าที่และความรับผิดชอบต่องาน ซึ่งจะส่งผลต่อความคิดเห็น

2.2.2 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

- 1) สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มี
อิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นของบุคคลเป็นการได้รับรู้ข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ
ของแต่ละบุคคล
- 2) กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้องมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคลเพราะเมื่อ
บุคคลอยู่ในกลุ่มใดหรือสังคมใด ก็จะต้องยอมรับและปฏิบัติตามเกณฑ์ของกลุ่มหรือสังคมนั้น
ซึ่งทำให้บุคคลนั้นมีความคิดเห็นไปตามกลุ่มหรือสังคมที่อยู่
- 3) ข้อเท็จจริงในเรื่องต่าง ๆ หรือสิ่งต่าง ๆ ที่บุคคลแต่ละคนได้รับทั้งนี้เพราะ
ข้อเท็จจริงที่บุคคลได้รับความแตกต่างกัน ก็มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน
สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็น คือ สิ่งที่ทำให้บุคคลแสดงความคิดเห็นต่อ
เรื่องใดเรื่องหนึ่งในระดับใดและไปในทิศทางใด ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยทางพันธุกรรม อายุ ระดับ
การศึกษาความเชื่อ และอิทธิพลจากครอบครัว

3. การวัดความคิดเห็น

การที่จะทราบความคิดเห็นของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งนั้น จะต้องมีการวัด
วัดที่เชื่อถือได้ มีผู้เสนอการวัดความคิดเห็นไว้ พอสรุปได้ ดังนี้

วัลลภ รัฐฉัตรานนท์ (2545 : 102-117) ได้เขียนประกอบการเรียนการสอนของ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เรื่องการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการวัดว่า มาตรา
วัดเจตคติหรือทัศนคติ หรือความคิดเห็น ที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายมี 4 วิธี คือ

3.1 วิธีแบบสเกลวัดความต่างทางศัพท์ (S-D Scale) เป็นวิธีวัดทัศนคติ หรือ
ความคิดเห็น โดยอาศัยคุณสมบัติที่มีความหมายตรงกันข้าม เช่น ดี – เลว ขยัน – ขี้เกียจ เป็นต้น

3.2 Likert – Scale เป็นวิธีการสร้างมาตรวัดทัศนคติ หรือความคิดเห็นที่นิยม
กันมากที่สุด เพราะเป็นวิธีสร้างมาตรวัดที่ง่าย ประหยัดเวลา ผู้ตอบสามารถแสดงทัศนคติ
ในทางชอบหรือไม่ชอบ โดยยึดอันดับความชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งอาจมีคำตอบในการเลือก 5
หรือ 4 คำตอบ และให้คะแนน

3.3 Guttman Scale เป็นวิธีการสร้างมาตรวัดออกเป็นปริมาตรแล้วเปรียบเทียบตำแหน่งของความคิดเห็นหรือทัศนคติในทางเดียว และเสมือนว่าสเกลที่มีช่วงห่างเท่ากัน

3.4 Thurstone Scale เป็นวิธีการสร้างมาตรวัดออกเป็นปริมาตรแล้วเปรียบเทียบตำแหน่งของความคิดเห็นหรือทัศนคติในทางเดียว และเสมือนว่าเป็นสเกลที่มีช่วงห่างเท่ากัน

พนารัตน์ พ่วงบุญปลูก (2542 : 18) ได้เสนอแนะว่า วิธีที่ง่ายที่สุดในการที่จะบอกถึงความคิดเห็นถึงจำนวนร้อยละของคำตอบในแต่ละข้อความ จะทำให้เห็นว่า ความคิด จะออกมาในลักษณะเช่นไร และจะสามารถทำตามความคิดเห็นเหล่านั้นได้หรือไม่ความคิดเห็นที่ออกมาได้นั้นจะทำให้ผู้บริหารเห็นสมควรหรือไม่เห็นสมควร ในอันที่จะดำเนินตามนโยบายได้หรือล้มเหลว

กรรณิการ์ ชูติพงศ์ศาสวัต (2544 : 53) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนที่เป็นความรู้สึกหรือความเชื่อ ส่วนที่เป็นความรู้สึกหรือการประเมินและส่วนที่เป็นพฤติกรรม ทำให้การวัดจะต้องนำทั้ง 3 องค์ประกอบและต้องวัดเป็นภาพรวมโดยพิจารณาจากกิริยาท่าที การตอบสนอง ต่อสิ่งเร้าในหลายประการร่วมกันนอกจากนั้นการวัดความคิดเห็นยังบ่งบอกถึงปริมาณ ความมากน้อยของความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งเร้าและทิศทางอีกด้วย

สรุปได้ว่า การวัดความคิดเห็น คือ การวัดระดับความรู้สึกนึกคิดต่อเรื่องที่ต้องการวัด โดยมีเครื่องมือที่ใช้วัดเพื่อบ่งบอกถึงปริมาณ ความมากน้อยของความคิดเห็นต่อสิ่งนั้น ๆ ซึ่งอาจกำหนดเป็นค่าคะแนนแล้วนำมาเปรียบเทียบเป็นระดับความคิดเห็น

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

1. ความหมายของการบริการ

การบริการตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” ได้มีผู้ให้ความหมายการบริการไว้แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

ศิริพร ดันติพลูวินัย (2538 : 12) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการคืองานอะไรก็ตามที่ทำให้ผู้อื่นได้รับความพึงพอใจ สะดวกสบาย งานบริการที่ดี คือการที่ทำให้ลูกค้าพอใจ (Customer's satisfaction) ซึ่งลูกค้าทุกคนมีความต้องการและความคาดหวัง

วีระพงษ์ เถลิมาจระรัตน์ (2544 : 6-7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ คือ กระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือ

ผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับสัมผัสและต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริการและส่งมอบสู่ผู้รับบริการเพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีบริการนั้นและมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการหรือชนะใจลูกค้า ความเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้ารวมถึงความรู้ความสามารถในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสม

สงครามชัย ลีทองดี, นवलจันทร์ พูลสมบัติ และกาญจนา ภูตรชน (2544 : 4) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการคือ การรับใช้ให้ความสะดวกต่าง ๆ ในการบริการมีความหมายถึง กระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการนั้น และสามารถอธิบายได้โดยใช้ตัวอักษรย่อลักษณะเด่นของการบริการ ไว้ดังนี้

S = Smiling + sympathy คือ การยิ้มแย้ม เอาใจใส่เข้าอกเข้าใจ

E = Eart Response คือ การตอบสนองต่อความประสงค์ของลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจโดยมีทันเอ่ยปากเรียกหา

R = Respectful คือ การแสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติลูกค้า

V = Voluntariness Manner คือ ลักษณะการให้บริการแบบสมัครใจและเต็มใจทำ

I = Image Enhancing คือ การแสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการและเสริมภาพพจน์ขององค์กร

C = Courts คือ กริยาอ่อน โขน สุภาพ มีความอ่อนน้อมถ่อมตน

E = Enthusiasm คือ ความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้นขณะบริการ และให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอสามารถตอบสนองลูกค้าได้เหนือกว่าความคาดหวัง

สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความเต็มใจ ทันเวลา มีคุณภาพจนทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ โดยการให้บริการด้วยความยิ้มแย้มเอาใจใส่ผู้รับบริการ การให้เกียรติผู้รับบริการ มีความสุภาพอ่อน โขน อ่อนน้อมถ่อมตนก็จะเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอย่างมากเกินกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าจะได้รับ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ศิริพร ตันติพลวินัย (2538 : 5-8) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการไว้ว่า ความพึงพอใจผู้รับบริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญ ดังนี้

1. สถานที่บริการการเข้าถึงบริการ ได้สะดวก เมื่อลูกค้ามีความต้องการขอยืมก่อนให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเล ที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ
2. การส่งเสริมแนะนำการบริการความพึงพอใจของผู้รับบริการ เกิดขึ้นได้จาก การได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อถือก็จะมีความรู้สึกดีกับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมา
3. ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย เช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงลูกค้าเป็นสำคัญ แสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ
4. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศ ของการบริการ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการเกี่ยวข้องกับการออกแบบสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีผนัง การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้งานบริการ เช่น ถูกระดาษ หวีใส่ของ ซองจดหมายฉลากสินค้า เป็นต้น
5. ขบวนการบริการมีวิธีการนำเสนอในขบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญ ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัว และสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ เช่น การนำเสนอเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดระบบข้อมูลการสำรองห้องพักรองแรมหรือสายการบินการใช้เครื่องฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการรับ – โอนสายในการติดต่อองค์การต่าง ๆ เป็นต้น

3. ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

พิภพ อุดม (2537 : 62-65) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการไว้ว่า ผู้รับบริการย่อมมีความต้องการและคาดหวังในการไปรับบริการทุกครั้ง เมื่อไปรับบริการ ประสบกับสถานการณ์ที่เป็นจริงเปรียบเทียบกับความต้องการก่อนไปรับบริการและแสดงออกมาเป็นระดับความพึงพอใจสามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีความสุขของผู้รับบริการเมื่อได้รับการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารมีชื่อแห่งหนึ่ง และไม่ผิดหวังที่อาหารอร่อยและบริการรวดเร็วหรือลูกค้าเดินทางด้วยรถไฟถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัยและตรงตามกำหนดเวลา

เป็นต้น

2. ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มประทับใจของผู้รับบริการเมื่อได้รับการบริการเกินความคาดหมายที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าเติมน้ำมันรถที่สถานบริการน้ำมันแห่งหนึ่งพร้อมกับได้รับการตรวจเครื่องยนต์และเติมลมฟรี หรือลูกค้าไปซื้อของที่ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งและได้รับรางวัลพิเศษโดยไม่คาดคิดมาก่อนเพราะเป็นลูกค้ารายที่กำหนดให้กับรางวัล

4. วิธีวัดความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของหน่วยงานรัฐ

วิธีวัดความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของหน่วยงานของรัฐสามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านการบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) หรือการวัด โดยวัตถุประสงค์วิสัย และด้านความพึงพอใจในการได้รับการบริการ (Client Satisfaction) หรือการวัดโดยอัตวิสัย แต่ละด้านก็จะมีวิธีการวัดที่แตกต่างกันออกไป เกี่ยวกับเรื่องนี้จะขอหยิบยกความคิดของผลการศึกษาเป็นกรณีศึกษาได้สรุปวิธีประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการสาธารณะ

มิติ (Dimension)	อัตวิสัย (Subjective)	วัตถุวิสัย (Objective)
-มุ่งเน้นหน้าที่ ของการบริการ	-พิจารณาที่ประชาชน	-พิจารณาที่ผู้ให้บริการ
-เป้าหมายของ การบริการ	-พิจารณาหน้าที่ทางการเมือง 1. พิจารณาที่การสนองตอบ (Responsiveness) ต่อความต้องการของ ประชาชนและข้อเรียกร้องของ ประชาชน 2. พิจารณาความเสมอภาค (Equity) ใน การกระจายบริการ	-พิจารณาหน้าที่ทางเศรษฐกิจ 1. พิจารณาหน้าที่ ประสิทธิภาพ (Efficiency) เช่น พิจารณาจากผลิตภาพ (Productivity) 2. พิจารณาที่ประสิทธิผล (Effectiveness) เช่น
ผลของนโยบาย ที่ปรากฏ	-พิจารณาที่ผลกระทบ 1. เป็นตัวไข้นำไปสู่แง่มุมต่างๆ ของ การให้บริการ 2. เป็นสิ่งที่ปรากฏตามสายตาของ ประชาชนและเป็นการประเมินผลการ ปฏิบัติงานของหน่วยปกครองท้องถิ่น 3. ทำให้เห็นการมีส่วนร่วมของ ประชาชน 4. ข้อมูลด้านนี้จะทำให้เห็นถึง ปทัสสถานทางประชาธิปไตย	-พิจารณาจากการประเมินผล -พิจารณาจากผลผลิต 1. แสดงให้เห็นได้ในเชิง ปริมาณ 2. เป็นข้อมูลที่สามารถนำไป คิดและประเมินได้ 3. มีหลักการและเทคนิค 4. ง่ายต่อการตีความและ มาตรฐานรองรับอยู่
-ข้อดี		
-ข้อด้อย	1. ไม่สามารถทำให้เห็นผลผลิตของการ บริการ 2. เป็นการพิจารณาในแบบทั่วๆ ไปไม่ ลึกซึ้ง 3. เกิดปัญหาด้านเกณฑ์การรับรู้และ เกณฑ์ในการประเมิน	1. อาจเกิดอคติ (Bias) ในเรื่อง ของข้อมูลข่าวสารและการ รายงาน 2. มีการเปลี่ยนแปลงคำจำกัด ความที่ใช้วัดตลอดเวลา

มิติ (Dimension)	อัตวิสัย (Subjective)	วัตถุวิสัย (Objective)
	4. ตัวบ่งชี้ทัศนคติของประชาชน ที่มีบริการนั้นยังไม่กระจ่างชัด	3. เน้นแต่ละข้อมูลเชิงปริมาณ 4. เน้นเป้าหมายของหน่วยงาน

ที่มา : เรื่องบุญ สิทธิรังศรี (2535 : 27)

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญต่อหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ในการเผยแพร่ข้อมูลหรือสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นต่อองค์กรนั้น ๆ โดยต้องอาศัยปัจจัยหลาย ๆ อย่างที่อำนวยความสะดวกดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพซึ่งการประชาสัมพันธ์นั้น มีผู้ได้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ดังนี้

บุญเกื้อ ครรหาเวช (2542 : 13) คำว่าประชาสัมพันธ์ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า (Public Relations) Public หมายถึง ประชา กลุ่มบุคคลหรือประชาชน ซึ่งมีลักษณะ 3 ประการคือ

1. พบกับปัญหาอันหนึ่ง
2. มีความเห็นเกี่ยวกับการจัดการกับปัญหานั้นแตกต่างกัน
3. ได้มีการอภิปรายปัญหานั้นมติของกลุ่มเรียกว่าประชาชาติ

Relations หมายถึง สัมพันธ์หรือความเกี่ยวข้องผูกพันแบบสองฝ่ายถ้ารวมความแล้วการประชาสัมพันธ์ก็คือการเกี่ยวข้องผูกพันกับกลุ่มคนนั่นเอง

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ (2541 : 2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสารทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นจากสถาบันหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งไปสู่กลุ่มเป้าหมายโดยมีการวางแผนกำหนดวัตถุประสงค์และดำเนินการเพื่อบอกกล่าวให้ทราบเพื่อชี้แจงให้เข้าใจถูกต้องอันเป็นการเสริมสร้างและรักษา (To Build and Sustain) ความสัมพันธ์ที่ติดต่อดจจนเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีอันจะนำไปสู่การสนับสนุนและการให้รับความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

วิรัช ภิรัตกุล (2546 : 4-5) คำว่า “การประชาสัมพันธ์” หากวิเคราะห์ดูตามรูปศัพท์แล้วเป็นคำที่เราแปลมาจากภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” ซึ่งสามารถแปลออกมาได้ว่า Public แปลว่าประชาหมายถึง หมู่คนและคำว่า Relations แปลว่าสัมพันธ์หมายความว่าผูกพันดังนั้นคำว่าประชาสัมพันธ์หมายความว่าเกี่ยวข้องกับผูกพันกับหมู่บ้าน

วิจิตร อวาทกุล (2541 : 17) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์อีกว่าการประชาสัมพันธ์เป็นศิลป์ และศาสตร์ของหน่วยงานที่จะสื่อสารความรู้สึนึกคิดกิจกรรม และวิธีที่องค์การสถาบันหน่วยงานปฏิบัติเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับสังคมและประชาชน

อุบลวรรณ ปิติพัฒนะ โฆษิต (2542 : 1) ได้ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ หมายถึงรูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสาร เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสารทั้งที่เป็นข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็นจากสถาบันหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง ไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยมีการวางแผนกำหนดวัตถุประสงค์และดำเนินการ เพื่อบอกกล่าวให้ทราบเพื่อชี้แจง ให้เข้าใจถูกต้องอันเป็นการสร้างเสริมและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีตลอดจน เพื่อสร้างชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดีอันจะนำไปสู่การสนับสนุนและ การได้รับความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

सानติ อนุตรชัชวาล (2542 : 16) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า หมายถึง การเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือสนับสนุนทำให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธา ความเข้าใจอันดีและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

จากความหมายของการประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปความหมายโดยรวมว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามของหน่วยงานในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไม่วิธีใดวิธีหนึ่งไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยมีการวางแผนกำหนดวัตถุประสงค์และดำเนินการ เพื่อบอกกล่าวให้บุคคลทั้งบุคคลภายในและภายนอกหน่วยงานหรือระหว่างหน่วยงานที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน อันประโยชน์ในการดำเนินงานของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย

2. ประเภทของการประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปการประชาสัมพันธ์อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภทคือ

2.1 การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบันเอง ได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่เสมียนพนักงาน ลูกจ้างรวม ตลอดจนถึงนักการภารโรงคนขับรถภายในองค์กรสถาบันให้เกิดมีความรักใคร่กลมเกลียวสามัคคีกัน ในหมู่เพื่อนร่วมงานรวม ทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญและความรักใคร่ผูกพันจงรักภักดี (Loyalty) ต่อหน่วยงาน

การประชาสัมพันธ์ภายในจึงมีความสำคัญมากการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรสถาบันจะดีไปไม่ได้เลยหากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพเพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงาน จะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วยและการสร้างความสัมพันธ์อันดี ภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการและการดำเนินงานขององค์กร สถาบันเป็นไปด้วยความราบรื่นคล่องตัวและมีประสิทธิภาพรวมทั้งการที่พนักงานลูกจ้างภายในสถาบัน มีความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดี ก็จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย

สำหรับสื่อและเครื่องหมายที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้น อาจใช้การติดต่อสื่อสารด้วยวาจาแบบซึ่งหน้า (Face of Face) หรืออาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์กร (House Journal) ช่วยเช่น หนังสือเวียนจดหมายของภายในวารสารภายใน เป็นต้น

2.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ประชาชนทั่วไปและประชาชนที่องค์กรสถาบันเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็นผู้นำในท้องถิ่นลูกค้าผู้บริโภครวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียงฯลฯ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ความเข้าใจในตัวสถาบันและให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี

การประชาสัมพันธ์ภายนอก ต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่หรือจำนวนมากจึงอาจใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสารมวลชนด้วย ได้แก่สื่อมวลชน (Mass Media) เช่น หนังสือพิมพ์วิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ภาพยนตร์ เป็นต้นซึ่งปัจจุบันองค์กรสถาบันต่าง ๆ ก็นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าช่วยในการประชาสัมพันธ์

3. หลักการประชาสัมพันธ์

วิรัช ภิรัตกุล (2546 : 145-148) ได้เสนอหลักใหญ่ ๆ ของการประชาสัมพันธ์ 3 ประการสรุปได้ดังนี้

1. การบอกกล่าวเผยแพร่ให้ทราบคือ การบอกเล่าชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบายวัตถุประสงค์การดำเนินงาน และผลงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์กรสถาบันให้ประชาชน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดการป้องกันความเข้าใจผิด ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่า ที่จะมาทำการแก้ไขในภายหลังสำหรับการแก้ไขความเข้าใจผิดจะต้องรีบดำเนินการแก้ไข โดยด่วนเป็น ไปอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์เมื่อมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์การสถาบันขึ้นในกลุ่มประชาชน

3. การสำรวจประชามติองค์กรสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพต้องรู้ ซึ่งถึงความรู้ทัศนคติของประชาชนต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไรชอบหรือไม่ชอบสิ่งไหน เพื่อองค์กรสถาบันจะสามารถตอบสนองให้สอดคล้องกับความรู้ทัศนคติและความต้องการของประชาชน

ชม ภูมิภาค (2546 : 41-43) ได้ให้หลักการประชาสัมพันธ์เพื่อดำเนินงานประสบผลสำเร็จดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง คือ ระหว่างสถาบันและประชาชนที่เกี่ยวข้องทั้งสองฝ่ายจะต้องเน้นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร
2. การประชาสัมพันธ์เป็นงานหนึ่งในกระบวนการการบริหารและการจัดการ
3. หัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์ทางสถาบันต้องอยู่ในฐานะที่รับทราบและกำหนดนโยบายของสถาบันพอสมควร ดังนั้นจึงมีความสะดวกในการติดต่อกับผู้บริหารระดับสูง
4. การประชาสัมพันธ์ต้องยึดถือหลักศีลธรรมรายงานทั้งหลายต้องเป็นจริง
5. การประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลต้องให้ประชาชนรู้สึก ว่างานประชาสัมพันธ์ยึดถือผลประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลัก
6. การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องอาศัยข้อเท็จจริง ในการดำเนินงานมิใช่ยึดถือความคิดเห็นส่วนใหญ่

7. จุดหมายปลายทางของการประชาสัมพันธ์ คือ ประชาคมและเป็นประชาคมที่เกิดความรู้จริงจากเหตุผลมากกว่าอารมณ์
8. การประชาสัมพันธ์แตกต่างจากการโฆษณาชวนเชื่อ
9. การประชาสัมพันธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ในส่วนที่เป็นศาสตร์นั้น ต้องอาศัยความรู้ทางทฤษฎีจากมวลความรู้หลายด้านอาทิจิตวิทยา มานุษยวิทยา สังคมวิทยา การปกครอง การเมือง การเศรษฐกิจ การสื่อสาร และวิจัยต่าง ๆ ในด้านศิลป์ต้องอาศัยประสบการณ์และคุณสมบัติส่วนตัวที่เหมาะสม
10. การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีการวางแผนอย่างดี ทั้งในด้านจุดมุ่งหมายและวิธีการที่จะบรรลุจุดมุ่งหมาย
11. การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องใช้เวลาใช้ความอดทน และความต่อเนื่องอย่างมีระบบ
12. การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะอย่างร่วมกันอย่างมีระบบ
13. งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มาก
14. งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการจูงใจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของบุคคลในชั้นสูงเช่นทัศนคติ
15. งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่ายหลายระดับทั้งในสถาบันและนอกสถาบัน
16. การเห็นความสำคัญในงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารระดับสูงของสถาบันเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์
17. งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ประกอบไปด้วยงานกระจายข่าวสารและกิจกรรมประกอบกัน
18. ความชำนาญในงานประชาสัมพันธ์ของหัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์และความรู้ในกระบวนการบริหารของหัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งต่อความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์
19. ความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์ที่แสดงออกมาให้เห็นได้ประการหนึ่งคือชื่อเสียงของหน่วยงานดีและมีความกลมเกลียวกันในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งประชาชนในสถาบันและนอกสถาบัน

20. หากกิจการใหม่ ๆ ของสถาบันได้รับการยอมรับรวดเร็วก็เป็นเครื่องแสดงถึงประสิทธิภาพของงานประชาสัมพันธ์อย่างหนึ่ง

วิจิตร อวาทกุล (2541 : 193-205) ได้กล่าวถึงหลักการของการประชาสัมพันธ์พอสรุปได้ดังนี้

1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ก่อนการดำเนินงานทุกชนิด
2. ศึกษาวัตถุประสงค์นโยบายของหน่วยงาน
3. ตั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมาย
4. ศึกษาของฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
5. ให้งานสร้างผลงานเพื่อเผยแพร่
6. ทำการประชาสัมพันธ์ภายในก่อน
7. ศึกษาและเข้าใจความต้องการประเมินค่าที่ความรู้สึกและทัศนคติ

ของกลุ่มต่างๆ

8. ศึกษาสำรวจกระแสประชามติโดยทั่วถึง
9. ใช้ความคิดและความละเอียดอ่อน
10. ประกอบด้วยความรู้สึกนึกคิดที่ดี
11. ตั้งคำขวัญในการสร้างจุดสนใจ
12. ถือประโยชน์สังคมส่วนรวม
13. ยึดถือความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินการ
14. ดำเนินการด้วยความรับผิดชอบ
15. งานประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของทุกคนที่จะต้องช่วยกันสร้างช่วยกันทำ
16. คิดใคร่ครวญก่อนเผยแพร่ข้อเท็จจริง
17. ปราศจากการกลั่นแกล้งให้ร้ายป้ายสี
18. เน้นการกระทำปฏิบัติและบริการ
19. ตระหนักและดำเนินการในด้านมนุษยสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ
20. อยู่เบื้องหลังการดำเนินการ
21. ให้งานมีบทบาททางสังคม
22. ให้ความรู้ความเข้าใจมีข้อมูลอย่างกว้างขวาง โน้มน้าวและจูงใจด้วยวิธี

ละมุนละไม

23. ดำเนินการเผยแพร่ให้กว้างขวาง

24. ดำเนินการประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอต่อเนื่องกันไป
25. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง
26. สื่อสัมพันธ์แบบทางคู่หรือยูกวิถึ
27. ด้วยความหนักแน่นอดทน
28. ดำเนินแบบง่าย ๆ และธรรมดา
29. อาศัยผู้ที่มีความสามารถช่วยในการประชาสัมพันธ์
30. หมั่นตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง
31. ป้องกันไว้ดีกว่าการแก้
32. ศึกษาและใช้กลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์
33. ยึดหลักและรักษาจรรยาบรรณของการประชาสัมพันธ์
34. มีความรู้ในเทคนิคและกลไกของการประชาสัมพันธ์
35. มีศิลปะและรสนิยมดี
36. การประชาสัมพันธ์เป็นทัพหลังของกิจการ

4. วัตถุประสงค์ประชาสัมพันธ์

วีริชิต ภีรตันกุล (2546 : 152-154) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปว่ามีดังต่อไปนี้

1. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนความนิยมจากประชาชนเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานและความอยู่รอดขององค์การสถาบัน วัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายประการหนึ่ง ของการประชาสัมพันธ์สถาบัน จึงเป็นไปเพื่อมุ่งสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน หรือกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ จึงประกอบไปด้วยการปลุกกระตุ้นเพื่อสร้างและธำรงไว้ เพื่อความนิยมเชื่อถือศรัทธาจากประชาชนอันจะทำให้เกิดความนิยมเลื่อมใสศรัทธาในนโยบาย และการดำเนินกิจการต่าง ๆ ของสถาบันรวมทั้งผลงานต่าง ๆ ที่ได้กระทำมาแล้วทำให้การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปด้วยความสะดวกราบรื่น และบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายของสถาบันการได้รับความนิยมศรัทธา ด้วยแรงสนับสนุนจากประชาชนจึงเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกที่สถาบันจะต้องคำนึงถึงและให้ความสนใจเป็นพิเศษ
2. เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงของสถาบันมิให้เสื่อมสลายชื่อเสียงขององค์การสถาบันนับว่า เป็นสิ่งสำคัญมากหน่วยงานสถาบันบางแห่งถึงกับยอมเสียสละ

ผลประโยชน์สำคัญต่าง ๆ บางประการ ไปเพื่อแลกกับการรักษาชื่อเสียงของสถาบัน ทั้งนี้เพราะชื่อเสียงของสถาบันย่อมมีส่วนเกี่ยวพันเชื่อมโยงไปถึงภาพลักษณ์ขององค์การสถาบันด้วย หากองค์การสถาบันมีชื่อเสียงที่เป็นไปในทางลบหรือเสื่อมเสียภาพลักษณ์ที่ประชาชนมีต่อสถาบันแห่งนั้น ย่อมเป็นไปในทางลบหรือไม่ดีเช่นกันประชาชนอาจมีความรังเกียจไม่อยากจะคบค้าสมาคมด้วยหรืออาจไม่ให้ความร่วมมือแก่องค์การหรือสถาบันแห่งนั้นได้

องค์การทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นองค์การประเภทใด จึงต้องพยายามปกป้องและรักษาชื่อเสียงของตนไว้ให้ดีเสมอจะต้องมีการดำเนินงานที่ซื่อสัตย์สุจริตตรงไปตรงมา และมีความประพฤติดีไม่เลศนัย เพื่อสร้างและรักษาชื่อเสียงที่ดีขององค์การสถาบันไว้รวมทั้งการแสดงออกถึงความมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม และการเป็นพลเมืองดีมีการบริจาคเงินช่วยเหลือสาธารณกุศลเป็นครั้งคราว การเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสังคมต่าง ๆ การให้บริการผลประโยชน์แก่สังคมส่วนรวมเป็นต้น สิ่งเหล่านี้นับเป็นส่วนหนึ่งที่ต้อง้องการสถาบันกระทำขึ้น เพื่อชื่อเสียงเกียรติคุณและภาพลักษณ์แห่งสถาบันของตนองค์การสถาบันทุกแห่งจะต้องระมัดระวัง และให้ความสนใจเป็นพิเศษในเรื่องเกี่ยวกับชื่อเสียงของหน่วยงานด้วยการพยายามสร้างชื่อเสียงที่ดี และรักษาชื่อเสียงไว้มิให้มัวหมองหลีกเลี่ยงการประพฤติปฏิบัติต่างๆที่จะนำความเสื่อมเสียมาสู่หน่วยงานหรือสถาบันของตน

3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในซึ่งหมายถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มประชาชนภายในหน่วยงานหรือบุคลากรภายในองค์การสถาบัน

สุพิน ปัญญาภัก (2546 : 123-127) กล่าวถึงการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า ไม่ว่าจะแบ่งประเภทของการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างไรก็ตามสามารถสรุปสาระสำคัญของวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้คือ

1. เพื่อสร้างความนิยมการประชาสัมพันธ์เป็นกลไกหนึ่งของการบริหาร เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นแก่สถาบันทำให้กิจการของสถาบันเจริญก้าวหน้า และมีความมั่นคง สถาบันจึงควรประชาสัมพันธ์ในลักษณะการปลูกเร้าเผยแพร่นโยบาย และการดำเนินงานรวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประชาชนรับรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน

2. เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงการเสริมฐานะของสถาบันให้มั่นคง กระทำได้โดยการเผยแพร่คุณค่าความดีประโยชน์ และฐานะของสถาบันให้ประชาชนรู้จักคุ้นเคยในช่วงจังหวะที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดเกี่ยวกับข่าวลือหรือสถานการณ์ในทางลบของสถาบัน

3. เพื่อความเข้าใจอันดีการให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารของสถาบันด้วยความ เป็นจริง และต่อเนื่องต้องชี้แจงข้อเท็จจริงของสถาบันให้บุคลากรภายในสถาบันทราบ เป็นระยะ ๆ เพื่อความเข้าใจในทิศทางเดียวกันส่วนกลุ่มบุคคลภายนอกสถาบันก็ต้องดำเนินการ ให้เกิดความเข้าใจ โดยเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ผ่านสื่อมวลชนรวมทั้งการจัดนิทรรศการเพื่อ ส่งเสริมให้กิจการของสถาบันดำเนินไปด้วยความราบรื่น และเกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

ประชุม รอดประเสริฐ (2546 : 15) ได้เน้นถึงลักษณะของวัตถุประสงค์ที่ดี ที่สามารถนำไปเป็นเครื่องชี้แนวทางในการดำเนินงานได้ 5 ประการคือ

1. มีความเป็นไปได้ในการดำเนินงาน (Sensible)
2. สามารถวัดและประเมินผลได้ (Measurable)
3. ระบุสิ่งที่ต้องการดำเนินงานอย่างชัดเจน และเฉพาะเจาะจงมากที่สุด

(Attainable)

4. มีความเป็นเหตุเป็นผลในการปฏิบัติงาน (Reasonable)
5. มีขอบเขตของเวลาที่แน่นอนในการปฏิบัติงาน (Time)

สรุปได้ว่าวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์นั้นกระทำขึ้น เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนเพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและ เพื่อป้องกันปัญหาต่างๆต่าง ๆ รวมทั้งการ ขจัดปัญหาเหล่านั้นให้หมดสิ้นลงไปด้วย ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะสัมฤทธิ์ผลได้ย่อมขึ้นอยู่กับ ความร่วมมือของบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งฝ่ายบริหารของสถาบัน

5. องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

วัฒนา พุทธางกูรานนท์ (2546 : 205) ได้กล่าวว่าองค์ประกอบในการ ประชาสัมพันธ์มี 4 ขั้นตอนคือ

1. การวิเคราะห์มวลชนและการวิเคราะห์สถาบันเอง
2. การตั้งจุดมุ่งหมายและการกำหนดนโยบาย
3. การดำเนินการสื่อสารและจูงใจ
4. การวิเคราะห์และการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องกัน

สมเกษ จันทรินาม (2546 : 31-32) การประชาสัมพันธ์เป็นพื้นฐานของปรัชญา สังคมแห่งการจัดการหรือการบริหาร (Public Relation in Based on a Social Philosophy of Management) การจัดการตามแนวคิดของวิชาการบริหารนั้นหมายถึงกิจกรรมที่กำหนด แบ่งสรรการใช้ทรัพยากรเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์การ และโดยที่การ ประชาสัมพันธ์เป็นภาระหน้าที่ของฝ่ายจัดการที่ต้องประเมินถึงความคิดเห็นของประชาชน

รวมทั้งกำหนดและดำเนินนโยบายขององค์กร โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชน ซึ่ง การที่ต้องการปฏิบัติดังกล่าวนี้เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจและยอมรับในตัวองค์กร สถาบันฉะนั้นการประชาสัมพันธ์จึงกระทำขึ้น เพื่อสร้างสรรค์ความนิยมให้แก่องค์กรสถาบัน และถือเป็นภาระหน้าที่หรือความรับผิดชอบของฝ่ายบริหารระดับสูง (Top Management) ซึ่ง การประชาสัมพันธ์ดังกล่าวจะประสบความสำเร็จได้ ก็ต่อเมื่อผู้บริหารระดับสูงจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจและซาบซึ้งถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี

การประชาสัมพันธ์เป็นปรัชญาสังคมที่แสดงออกในด้านการตัดสินใจนโยบาย (Public Relation is a Social Philosophy Expressed in Policy Decision) ดังได้กล่าวมาแล้ว ว่าการประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริหาร (Administration Process) ฉะนั้น การจัดการหรือการบริหารที่ดีของการประชาสัมพันธ์ จึงจะเริ่มมาจากฝ่ายบริหารระดับสูงและ เกี่ยวพันลงมาถึงคนที่อยู่ในองค์กรหรือเกี่ยวข้องกัน กับองค์กรหน่วยงานองค์กรทุกแห่งย่อม มีนโยบายในการดำเนินของตน ซึ่งนโยบายนี้จะถูกกำหนดขึ้นเป็นแนวทางปฏิบัติ เพื่อการ ดำเนินงานของหน่วยงานนั้น ๆ นโยบายเหล่านี้จะครอบคลุมถึงหน้าที่ต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง นโยบายจะเป็นสิ่งที่กำหนดความรับผิดชอบเบื้องต้น ของฝ่ายบริหาร โดยการตัดสินใจนโยบาย ย่อมสะท้อนถึงผลประโยชน์ที่องค์กร พึงจะให้ต่อส่วนรวมการตัดสินใจนโยบายจึงควรจะมี มุ่งที่ประชาชนและผู้บริโภคเป็นหลัก (Consumer Oriented) มากกว่าที่จะพะวงแต่มุ่งต่อบริษัท (Company Oriented) การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่มีผลต่อเนื่องจากนโยบายที่เหมาะสม (Public Relation is Action Resulting From Sound Policies) องค์ประกอบพื้นฐานประการที่ 3 ของการประชาสัมพันธ์ นั้นเกิดจากการกระทำที่ส่งผลมาจากการดำเนินนโยบายที่ดีเหมาะสม ของฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหารเพราะการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะต้องเริ่มต้น ด้วยนโยบายการบริหารงานที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชน ซึ่งย่อมสะท้อนให้ เห็นถึงปรัชญาสังคมของการบริหารได้เป็นอย่างดี

การประชาสัมพันธ์คือการติดต่อสื่อสาร (Public Relation is Communication) การติดต่อสื่อสาร (Communication) นับว่าเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ (Human Behavior) การติดต่อของมนุษย์ จึงเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เรากำหนดความหมายขึ้นมา (Assign Meaning) และเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน ฉะนั้นการติดต่อสื่อสารจึงเกี่ยวข้องและแทรกแซงอย่างกว้างขวางมากต่อพฤติกรรมมนุษย์

วิทยา อ่อนช้อย (2547 : 15-17) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการจัดงานประชาสัมพันธ์ ว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จัดขึ้นสนับสนุนหรือเสริมงานอื่นเป็นสำคัญ เพื่อให้การจัดงาน

ประชาสัมพันธสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้บริหารและผู้ดำเนินงานประชาสัมพันธจะต้องวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบที่เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ ดังต่อไปนี้

1. นโยบายของหน่วยงานหรือองค์กรงานประชาสัมพันธจะดำเนินไปด้วยดีจะต้องทราบนโยบายที่เด่นชัดของหน่วยงานหรือองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายแผนงานวิธีการจัดการประชาสัมพันธ
 2. การประพฤติดนของหน่วยงานหรือองค์กรการประพฤติปฏิบัติหรือการดำเนินการทั้งหลายของหน่วยงานองค์กรหากเป็นไปในรูปที่สังคมให้ความเห็นชอบหรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดีการดำเนินการ เพื่อการประชาสัมพันธก็จะเป็นไปได้ง่าย ๆ ประหยัด บางครั้งการประพฤติปฏิบัติที่ดีของหน่วยงานหรือองค์กรก็เป็นงานประชาสัมพันธในตัวของมันเอง
 3. บุคลากรหากไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ แล้วการดำเนินการทั้งหลายขององค์กรย่อมเป็นการยากที่จะให้คนทั้งหลายชื่นชมยอมรับหรือให้การสนับสนุนและคล้อยตาม
 4. งบประมาณลักษณะการได้มาของงบประมาณเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธมี 3 รูปแบบคือ
 - 4.1 งบประมาณดำเนินการโดยตรง
 - 4.2 งบประมาณที่ได้จากการบริจาค
 - 4.3 งบประมาณที่หาได้เอง
 5. วัสดุอุปกรณ์เป็นเครื่องมือที่จะทำให้การประชาสัมพันธบรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย
 6. การจัดการเมื่อทราบนโยบายที่แน่ชัดหน่วยงานประชาสัมพันธจะต้องมีการจัดการหรือการบริหารภายใต้กรอบขอความสามารถ ของบุคลากรงบประมาณวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ทั้งหลาย เพื่อให้งานประชาสัมพันธดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- งานประชาสัมพันธจึงเป็นงานของทุก ๆ คนรวมทั้งผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานนั้น ๆ ด้วยคำแนะนำนโยบายจะต้องถูกกลั่นกรองให้แน่ชัดว่าวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ได้วางแผนไว้นั้น สามารถนำไปใช้ได้เข้าใจง่ายมีรูปแบบและการประสานงานดีการควบคุมแผนการประชาสัมพันธได้แน่นอน และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธต้องมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์อย่างดี

6. กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

กรณีการ์ อัสวครเดชา (2546 : 4-5) การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีกระบวนการที่ต้องทำต่อเนื่องกัน 4 ขั้นตอนคือ

1. การศึกษาข้อมูล (Research – Listening) เป็นการหยั่งความคิดทัศนคติและปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำและนโยบายของสถาบันและประเมินค่าเป็นการหาความจริงเกี่ยวกับว่า “อะไรคือปัญหาของเรา”

2. การวางแผน (Planning – Decision Making) เกี่ยวข้องกับการนำเอาทัศนคติความคิดเห็นความคิดและปฏิกิริยาต่าง ๆ มา เพื่อพิจารณาวางแผนนโยบายของสถาบันจะได้แผนงานที่ได้ประโยชน์ทุกฝ่ายเป็นขั้นที่จำเป็นต้องตัดสินใจว่า “จะสามารถทำอะไรได้บ้าง”

3. การปฏิบัติงาน – การสื่อสาร (Communications – Action) เกี่ยวข้องกับการอธิบายให้ ผู้ที่มีอำนาจหรือมีผลต่อ โครงการของเรา ถึงสิ่งที่เราจะดำเนินการบอกว่า “เราทำสิ่งต่างๆเหล่านี้ไปทำไม”

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นการประเมินผลดูว่าแผนงานที่เราวางไว้ และเทคนิคที่เราทำ ได้ผลเพียงไร “เราทำงานได้ผลอะไรบ้าง”

รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2546 : 3-4) กระบวนการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนใหญ่ๆ (The Four-Step Process) ซึ่งจะต้องหมุนเวียนต่อเนื่องกันอยู่ตลอดเวลา

1. การสำรวจและกำหนดปัญหา (Defining the Problem/Fact Finding) เป็นการประมวลผลข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันหน่วยงานทั้งในแง่ความรู้ความคิดเห็นทัศนคติและพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากนโยบายและการดำเนินงานของสถาบันซึ่งอาจพบได้ โดยการศึกษาค้นคว้าจริงจากการติดต่อสื่อสารทางสื่อมวลชน และการวิจัยเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มประชาชนเป้าหมายเพื่อดูว่า “อะไรกำลังเกิดขึ้นในขณะนี้”

2. การวางแผนและการกำหนดแผนงานการปฏิบัติ (Planning and Programming) เมื่อทราบปัญหาที่เกิดขึ้นในสถาบันแล้วจึงนำมาตัดสินใจวางแผนโดยกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมายวัตถุประสงค์การปฏิบัติการและกลยุทธ์การสื่อสารต่าง ๆ โดยพิจารณาว่า “เราควรจะทำอะไรและทำเพื่ออะไร”

3. การปฏิบัติการและการสื่อสาร (Taking Action and Communicating) ขั้นตอนนี้เป็น การลงมือปฏิบัติและทำการสื่อสารตามที่ได้วางแผนและกำหนดไว้แล้วในขั้นตอนที่ 2 เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้เช่นจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Events)

เผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) ฯลฯ เป็นขั้นตอนที่จะต้องพิจารณาว่า “เราจะทำอย่างไรและจะพูดอย่างไร” เพื่อให้เหมาะสม

4. การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Evaluating the Program) เป็นการตัดสินผลการปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้รวมทั้งประเมินประสิทธิภาพผลของการเตรียมแผนงานและการสนับสนุนแผนงาน โดยการสำรวจผลและความคิดจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายโดยตรง ในขั้นตอนนี้เราสามารถปรับปรุงบางสิ่งบางอย่างในแผนและดำเนินการต่อเนื่องกันไปหรืออาจจะระงับแผนการดำเนินงานทั้งหมดก็ได้เมื่อทราบว่า “เราได้ทำอะไรไปแล้วบ้าง”

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2547 : 19) กล่าวว่าหลักการประชาสัมพันธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ซึ่งมีระเบียบแบบแผนมีเหตุมีผลมีการศึกษาค้นคว้าในด้านกระบวนการ เพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมนุษย์ ทั้งระหว่างกลุ่มของประชาชนและกับองค์การสถาบันที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ธรรมชาติของการประชาสัมพันธ์ยังมีลักษณะการดำเนินงานที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถรวมทั้งประสบการณ์และทักษะของบุคคลเข้าร่วมประกอบด้วย

ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แล้ว ได้มีนักวิชาการพยายามชี้ให้เห็นว่างานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องมีระบบการทำงานที่เป็นกระบวนการดังที่

Cutlip, Scott M. and Center, Allen H. (1978 : 91 - 94) ได้แบ่งกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ

1. การวิจัย – การรับฟัง (Research - Listening) เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการหาข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2. การวางแผน – การตัดสินใจ (Planning - Decision - Making) เป็นขั้นตอนของการวางแผนและการตัดสินใจว่าจะใช้กิจกรรมและกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ใดบ้างในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือการแก้ไขปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่

3. การสื่อสาร (Communications) เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้ในขั้นตอนที่สอง โดยใช้เครื่องมือเทคนิคและกลยุทธ์ทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งที่จะติดตามว่างานประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำไปนั้นให้ผลดีมากขึ้นเพียงใด

วาสนา จันทร์สว่าง (2547 : 38-39) ได้กล่าวถึงกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลการวิจัยและการรับฟังความคิดเห็นและการสำรวจประชามติ เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลต่าง ๆ การศึกษานโยบายวัตถุประสงค์เหตุการณ์สถานการณ์และภูมิหลังเพื่อปัญหาต่าง ๆ ของหน่วยงาน โดยการค้นคว้าหาข้อมูลทั้งในและนอกหน่วยงานเมื่อหาปัญหาได้แล้วควรดำเนินการเก็บรวบรวมปัญหาข้อมูลต่าง ๆ ไว้จัดทำแฟ้มแยกเรื่องต่าง ๆ เพื่อดำเนินการแก้ไขและดำเนินการประชาสัมพันธ์ต่อไป

2. การวางแผนและการตัดสินใจเป็นการดำเนินงานต่อจากขั้นแรกคือ การนำข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้มาพิจารณาประกอบการวางแผนและตัดสินใจเพื่อหาแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้ได้ผลดีมากที่สุด การวางแผนประชาสัมพันธ์ต้องให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เป้าหมายความทันต่อเหตุการณ์ โดยการกำหนดกลุ่มเป้าหมายกำหนดวิธีการดำเนินงานการเลือกสารเลือกสื่อหรือช่องทางในการใช้โทรศัพท์ และการกำหนดกิจกรรมเวลาบุคลากรและงบประมาณค่าใช้จ่ายด้วย

3. การติดต่อสื่อสารถึงประชาชนหลังจากที่ได้วางแผนดำเนินงานแล้วเป็นขั้นตอนของการที่จะติดต่อสื่อสารกับประชาชนการออกไปดำเนินการตามแผน และขั้นตอนของการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารการแถลงข่าวสื่อมวลชน การนำเยี่ยมชมกิจการ การจัดรายการวิทยุกระจายเสียงและการจัดรายการโทรทัศน์เป็นต้น ซึ่งต้องคำนึงถึงกระบวนการสื่อสารและปฏิกิริยาสะท้อนกลับเพื่อการสื่อสารสองทาง

4. การควบคุมและการประเมินผลการควบคุมคือการพยายามให้ทุกสิ่งเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ส่วนการประเมินผลเป็นการตรวจสอบหาข้อบกพร่อง หาข้อมูลใหม่และรีบไปวิเคราะห์หาทางปรับปรุงการดำเนินงานแล้วหมุนเวียนไปสู่ขั้นตอนที่หนึ่งเป็นกระบวนการต่อเนื่องกันไปอย่างมีความสำคัญเป็นผล ซึ่งกันและกันทุกขั้นตอนการประเมินผลเป็นการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน เพื่อดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องในการดำเนินงานรวมทั้งการวางแผนต่อไป

กระบวนการประชาสัมพันธ์ไม่ได้สิ้นสุดในขั้นตอนการประเมินผล แต่งานที่กระทำอย่างต่อเนื่อง และหวังผลระยะยาวนักประชาสัมพันธ์ต้องนำผลการประเมินที่ได้รับจากปฏิกิริยาตอบกลับ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนปรับปรุงแผนการประชาสัมพันธ์ต่อไป

7. กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์

ในปัจจุบันท้องถิ่นมีกิจกรรมสำคัญ ที่จำเป็นต้องให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของท้องถิ่นตลอดจน การกำกับดูแลการปฏิบัติงานของท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น อาทิการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลการจัดทำงบประมาณ โครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ

และการบริการสาธารณะ ซึ่งเหล่านี้ต้องอาศัยประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้นประกอบกับการดำเนินการปัจจุบันของท้องถิ่นนั้น ยังไม่ได้นำความคิดเห็นของประชาชนมาดำเนินการ เนื่องจากท้องถิ่นขาดการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบ ดังนั้นการที่จะให้ท้องถิ่นดำเนินการภารกิจขององค์กรบรรลุสู่เป้าหมายและประชาชน ได้รับประโยชน์สูงสุดนั้น จำเป็นต้องมีการนำกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์มาช่วยในการปฏิบัติงาน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีของประชาชนที่มีต่อท้องถิ่น

ดังนั้นกลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ ซึ่ง วิจิตร อวาทกุล (2541 : 17) และชม ภูมิภาค (2546 : 41) ได้กล่าวไว้ดังนี้

กลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ ที่จะทำให้งานประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ นั้นการประชาสัมพันธ์ ต้องมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ทุกครั้งและ จะต้องมีการตรวจสอบ กระแสของประชาคมที่ขึ้นต้นก่อน ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ต้องมีการศึกษาถึงวัตถุประสงค์ของ หน่วยงานชัดเจน เพื่อให้สอดคล้องตรงตามนโยบายและต้องศึกษางานของฝ่ายต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้อง เพื่อทราบส่วนดีส่วนที่เด่นส่วนที่บกพร่อง ต้องนำไปแก้ไขโดยการสร้างผลงานให้ ประชาชน ได้รู้จักและคุ้นเคยในการรับรู้ข่าวสาร ทั้งนี้ต้องมีการประชาสัมพันธ์ภายในให้ ทัวถึงก่อนและต้องทำความเข้าใจความต้องการ สามารถประเมินค่าที่ความรู้สึกและทัศนคติ ของกลุ่มต่างๆตลอดจนการสำรวจกระแสประชาคมโดยทั่วถึงด้วย

นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินการ และความถูกต้อง และมีการใช้ความคิดและความละเอียดรอบครอบไม่เป็นภัยต่อสังคมมีการตั้ง คำขวัญในการสร้างจุดสนใจ โดยถือประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและสร้างความเข้าใจร่วมกัน ดำเนินการประชาสัมพันธ์ด้วยความถูกต้อง และรับผิดชอบมีส่วนร่วมต่อสังคมต้องมีการคิด ใคร่ครวญก่อนเผยแพร่ข้อเท็จจริงปราศจากการกลั่นแกล้ง ให้ร้ายป้ายสีเน้นการกระทำปฏิบัติ และบริการควบคู่ไปกับการเผยแพร่มีมนุษยสัมพันธ์ต่อทุกคนอย่างสม่ำเสมอและต้องอยู่ เบื้องหลังการดำเนินการ เพื่อผลักดันงานหน่วยงานให้รู้ดไปข้างหน้า โดยให้หน่วยงานมี บทบาททางสังคมและประชาชนสร้างความรู้ความเข้าใจมีข้อมูลอย่างกว้างขวาง ใช้วิธีโน้มน้าว และจูงใจด้วยวิธีละมุนละไมมีการเผยแพร่ข่าวสารอย่างทั่วถึงและประชาสัมพันธ์อย่าง สม่ำเสมอต่อเนื่องตลอดเวลา

อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ ต้องยึดกระบวนการสื่อสารแบบทางคู่ เพื่อให้เกิดความ เข้าใจและความรู้สึกนึกคิดของกันและกันมีความหนักแน่นอดทนพร้อมที่จะรับคำ วิพากษ์วิจารณ์รับฟังความคิดเห็นหรือผลสะท้อน ที่มาจากประชาชนหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องมา

พิจารณาแก้ไขปรับปรุงและมีวิธีการดำเนินการแบบง่าย ๆ แต่มีคุณภาพมีการหมั่นตรวจสอบ ข้อมูลและพร้อมที่จะแก้ไขอยู่เสมอต้องยึดหลักและรักษาจรรยาบรรณของการประชาสัมพันธ์ ทุกครั้ง ตลอดจนเข้าใจประเพณีของสังคมต้องมีความรู้ในด้านเทคนิคและกลไกของการ ประชาสัมพันธ์สามารถขอความอนุเคราะห์หรือขอความร่วมมือผู้ที่สามารถเปลี่ยนแปลงชักจูง ความคิดเห็นของคนหมู่มากได้ด้วย นอกจากนี้แก่นักประชาสัมพันธ์ต้องมีศิลปะและรสนิยมที่ดี เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นทัพหลังของกิจการ ซึ่งจะต้องติดตามผลที่ตามมาไม่ว่าจะเป็นคำ วิพากษ์วิจารณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดจนผลสะท้อนทำให้ความรู้สึกความคิดที่สะท้อนมา

นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์นั้นต้องมีหัวหน้างานประชาสัมพันธ์ที่ต้องอยู่ใน ฐานะที่รับทราบและกำหนดนโยบายของหน่วยงานพอสมควร เพื่อความสะดวกในการติดต่อกับผู้บริหารระดับสูงและต้องให้ประชาชนรู้สึกว่าการประชาสัมพันธ์นั้นยึดถือประโยชน์ของ สาธารณเป็นหลักและงานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการจูงใจในการเปลี่ยนแปลง ของบุคคลในชั้นสูง เช่น ทศนะคติโดยมีจุดมุ่งหมายคือประชามติและเป็นประชามติที่เกิด ความรู้จริงจากเหตุผลมากกว่าอารมณ์ที่ต้องอาศัยข้อเท็จจริง ในการดำเนินงานมิใช่ยึดถือความ คิดเห็นส่วนใหญ่อีกทั้งต้องรับฟังความคิดเห็นส่วนใหญ่ของผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงาน เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ของความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์ โดยที่นักประชาสัมพันธ์ ต้องมีความรู้ในกระบวนการบริหาร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งต่อความสำเร็จของงาน ประชาสัมพันธ์ที่แสดงออกมาให้เห็นได้อีกประการหนึ่ง คือ ชื่อเสียงของหน่วยงานที่ดีและมี ความกลมเกลียวในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งประชาชนในหน่วยงานและนอกหน่วยงาน

จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์นั้นนักประชาสัมพันธ์จะต้องมีการสำรวจ ประชามติทุกครั้ง เพื่อจะได้ทราบว่าประชาชนต้องการหรือไม่ต้องการอะไรชอบหรือไม่ชอบ สิ่งใดตลอดจนท่าทีของหน่วยงานเป็นอย่างไรด้วย นอกจากนี้นักประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นผู้มี กาลเทศะและความเหมาะสมเสมอกล้าตัดสินใจได้รวดเร็วและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ได้เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์มีความคิดแปลกใหม่ ที่มีเหตุผลและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ กับการดำเนินการประชาสัมพันธ์และต้องรู้หลักปรัชญาแห่งการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งความรู้ ทั่วไปเกี่ยวกับเรื่องการทำงานภายในองค์การเป็นผู้ที่มีความใฝ่หาความรู้อยู่เสมอ เพื่อให้ทันโลก ทันเหตุการณ์เข้าใจพฤติกรรมของผู้อื่น มีความอดทนหนักแน่นมีความรู้ในเรื่องการจัดระเบียบ หน่วยงานและมีใจรักการประชาสัมพันธ์ สามารถเชื่อมโยงความเข้าใจแก่กลุ่มประชาชนทั้ง ภายในและภายนอกตลอดจนรู้จักใช้เครื่องมือที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

จากแนวความคิดของนักวิชาการหลายท่านที่ได้กล่าวมาข้างต้น ได้มีการเสนอกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จมีลักษณะคล้ายคลึงกัน และผู้ศึกษาสรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์ประสบผลสำเร็จในการเผยแพร่ข่าวสารการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดการสำรวจประชามติของสถาบันและกลุ่มประชาชน ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ต้องรู้และเข้าใจการประชาสัมพันธ์และต้องทำหน้าที่เป็นผู้รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น สามารถให้คำแนะนำปรึกษาและทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเพื่อเชื่อมโยงความเข้าใจแก่กลุ่มประชาชนทั้งภายในและภายนอก ตลอดจนรู้จักใช้เครื่องมือสื่อสารและสามารถติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ทุกครั้งที่มีการประชาสัมพันธ์

โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นปัจจุบันนี้มีการรับโอนภารกิจราชการกระจายอำนาจหน้าที่เพิ่มขึ้น และเป็นองค์กรที่อยู่ใกล้ชิดประชาชนในการพัฒนาบริการสาธารณะการสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ล้วนแต่เป็น โจทย์ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้าไปดำเนินการแก้ไขปัญหาเหล่านั้นให้สำเร็จลุล่วง ด้วยวิธีการที่หลากหลายแต่ส่วนใหญ่ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์องค์การทำให้การพัฒนาในเชิงรุกขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากขาดการมีส่วนร่วมจากประชาชน ในท้องถิ่นนั้นเพราะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขาดการพัฒนากลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์นั่นเอง

จะเห็นได้ว่าการเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้นจะต้องเข้าใจในความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้อื่น และต้องมีความอดทนสามารถตัดสินใจได้เป็นอย่างดีมีความคิดที่สร้างสรรค์และต้องรู้หลักการและปรัชญาแห่งการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสิ่งสำคัญที่สุดคือนักประชาสัมพันธ์ต้องมีจริยธรรมและมีความซื่อสัตย์ต่ออาชีพของตน ซึ่งจะเป็จุดเริ่มต้นของการพัฒนาทุกๆด้านก็คือการพัฒนาคนให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

8. ช่องทางการประชาสัมพันธ์

หน่วยงานราชการนั้น ถือได้ว่าเป็นหน้าตาของรัฐบาลเพราะหน่วยงานราชการคือผู้ตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการดำเนินงานต่าง ๆ การที่หน่วยงานราชการจะทำงานใด ๆ นั้นจะต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เข้าชี้แจงกับประชาชนให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ และสามารถปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง ซึ่งหน่วยงานราชการจะต้องใส่ใจในการที่จะทำการประชาสัมพันธ์กับรัฐบาล โดยหน่วยงานราชการต้องมีความเข้าใจในนโยบายของรัฐบาลตามที่เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 46)กล่าวไว้ดังนี้

1. ประกาศของกระทรวงทบวงกรมต่าง ๆ
 2. กฎของกระทรวงทบวงกรมต่าง ๆ
 3. การปฏิบัติตนอย่างถูกต้องของประชาชนในการติดต่อขอรับบริการจากหน่วยงานราชการนั้น ๆ
 4. การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นที่จะส่งผลกระทบต่อประชาชนพร้อมทั้งคำอธิบาย
 5. การจงใจให้ประชาชนยอมรับการเปลี่ยนแปลง
 6. การประกาศข่าวดีและเรื่องราวอันเป็นผลประโยชน์ของประชาชน
 7. การมีบทบาทในการส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นในบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่จะทำให้ประชาชนเห็นว่าหน่วยงานราชการนั้น มีผลงานและเอาใจใส่ดูแลงานที่เป็นภาระในพื้นที่
 8. ประกาศให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตของประชาชน
 9. การชี้แจงปัญหาการทำงานต่าง ๆ ที่หน่วยงานราชการไม่สามารถที่จะเอื้ออำนวยให้กับประชาชนได้ตามที่ประชาชนต้องการ ด้วยการให้หลักการกฎเกณฑ์ระเบียบกติกาคือคำอธิบายให้ประชาชนยอมรับ
 10. การรายงานผลการปฏิบัติงานของราชการ เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ถึงความคืบหน้าของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน
- ประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นวิถีทางในการที่จะสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน เพื่อเผยแพร่ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งแท้ที่จริงแล้วการเผยแพร่เป็นเพียงเครื่องมือหนึ่งในหลายร้อยเครื่องมือของการประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่และเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานนั้น ควรที่จะใช้ในรูปแบบของสารคดีหรือบทความการประชุมสัมมนาเพื่อที่จะสามารถอธิบายเนื้อหาสาระให้ประชาชนได้เข้าใจอย่างถ่องแท้
- ซึ่งเทศบาลตำบลเวียงน่าง จึงได้นำแนวทางดังกล่าวมากำหนดช่องทางการประชาสัมพันธ์ 2 ลักษณะดังนี้
1. ได้มีการพัฒนาด้านเนื้อหาของข่าวสาร เพื่อให้มีรูปแบบข้อมูลข่าวสาร โดยเน้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการต่าง ๆ ตลอดจนการบริการสาธารณะของเทศบาล เช่น การประชาสัมพันธ์นโยบายรัฐบาล นโยบายผู้บริหารสำราญรู้เกี่ยวกับกฎหมายชาวบ้านข่าวสารการประชาสัมพันธ์

การเลือกตั้งการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและผลการปฏิบัติงานของเทศบาล

2. ได้มีการพัฒนาด้านกรรมวิธีการกระจายเสียงโดยการพัฒนาการใช้สื่อของเทศบาลให้เป็นระบบมีการติดตามตรวจสอบข่าวสารทุกระดับ จากประชาชน โดยการสอบถามผู้นำชุมชนในพื้นที่และมีการให้บริการแก่หน่วยงานอื่น ๆ ที่จะนำข้อมูลมาเผยแพร่ให้ประชาชนทราบอีกทางหนึ่ง เพื่ออำนวยความสะดวกให้ทุกหน่วยงานได้นำข้อมูลข่าวสารมาเผยแพร่ผ่านทางเสียงตามสายและหอกระจายข่าว เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง

เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ดังนั้นทุกหน่วยงาน จึงได้มีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์มาเป็นลำดับ โดยทุกหน่วยงานจะต้องมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์องค์กร ดังนี้

1. ให้อุบลคณายนอกได้รู้จักและเห็นภาพลักษณ์หรือภาพพจน์ในทางบวก
2. ให้ทุกหน่วยงานมีการศึกษาวางแผนและสื่อสารให้อุบลคณายนอกได้รู้จักองค์กรมากขึ้น พร้อมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ให้คนในองค์กรมีจิตสำนึกเดียวกันและมีพฤติกรรมที่สะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ในภาพรวมขององค์กร แล้วเมื่อหน่วยงานได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปแล้ว จะทำให้เกิดความร่วมมือในการติดต่อประสานงานทำให้องค์กรเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

9. ปัจจัยนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จด้วยงานประชาสัมพันธ์

ด้วยในปัจจุบันนี้การบริหารงานทั้งภาครัฐและเอกชนใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสู่ความสำเร็จนั้น ประกอบกับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไป และเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทุกองค์กร จึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นทุกองค์กรต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้เกิดความทันสมัยให้สมกับยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งต้องใช้เครื่องมือทางด้านอิเล็กทรอนิกส์เป็นแกนนำโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือสื่อสารในการเพิ่มความรวดเร็วในการเก็บข้อมูลต่าง ๆ ขององค์กรและองค์กรต้องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาสื่อสารการตลาดหรือทางโทรทัศน์และสื่ออื่น ๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจของข่าวสารการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

ในปัจจุบันบทบาทของการประชาสัมพันธ์นั้น มีความสำคัญในทุก ๆ ด้านของการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ในสังคม ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะทำให้สังคมมีการพบปะ ร่วมคิดร่วมทำ และร่วมสร้างสรรค์ก่อให้เกิดการพัฒนาหลาย ๆ ด้าน ซึ่งส่งผลในด้านเศรษฐกิจและสังคม การเมืองในท้องถิ่นการประชาสัมพันธ์จะเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้าใจที่ดีให้เกิดขึ้นได้

ในสังคม ซึ่ง เรื่องกิตติ์ เหลืองสกุลทอง (2542 : 38) ได้กล่าวถึงบทบาทของการประชาสัมพันธ์ที่มีในสังคมดังนี้

บทบาทของการประชาสัมพันธ์ต่อสังคมนั้น การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการที่ไม่เพียงแต่มุ่งเผยแพร่ข่าวสารจากกลุ่มสังคมหนึ่ง หรือจากหน่วยงานหนึ่ง ไปอีกกลุ่มสังคมหนึ่งหรือหน่วยงานหน่วยงานหนึ่ง แต่เพียงด้านเดียวเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมให้กลุ่มสังคมต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในการพิจารณาตัดสินคุณค่าของสังคม ช่วยให้ความคิดและเป้าหมายรวมทั้งความต้องการร่วมกันในการบรรลุสู่ทิศทางเดียวกันและความเป็นจริงเป็นจรงยิ่งขึ้น การประชาสัมพันธ์ทำให้สังคม เปิดเกิดความเข้าใจและรู้สึกเห็นใจระหว่างกลุ่มสังคมเกิดความมั่นคงขึ้นในรัฐ

บทบาทของการประชาสัมพันธ์ ต่อระบบเศรษฐกิจระบบธุรกิจอุตสาหกรรมหรือเศรษฐกิจที่แท้จริงจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความไว้วางใจจากประชาชนและการที่ประชาชน จะให้ความไว้วางใจต่อหน่วยงานธุรกิจและกิจการอุตสาหกรรมใดหน่วยงานธุรกิจและอุตสาหกรรมนั้น จะต้องสร้างความเข้าใจที่ดีให้เกิดขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้จากการประชาสัมพันธ์

บทบาทของการประชาสัมพันธ์ต่อการเมืองเมื่อพิจารณาขอบข่ายของสังคมประชาธิปไตยการประชาสัมพันธ์ มีบทบาทสำคัญยิ่งในฐานะเป็นสื่อกลางที่มีกระจายรายงานข้อเท็จจริงและชี้แจงเสนอความคิดเห็น อันจะยังให้เกิดประชามติขึ้นมา ซึ่งฝ่ายที่เป็นเสียงข้างน้อย จะต้องยอมรับและทำตามประชามติของเสียงข้างมากเสมอ ในสังคมประชาธิปไตยเสรีภาพในการเผยแพร่ความคิดเห็นและข่าวสาร ซึ่งเป็นหลักสำคัญทางการประชาสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าบทบาทของการประชาสัมพันธ์นั้น มีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งจะมีผลต่อสังคมต่อระบบเศรษฐกิจและการเมืองในการสร้างความเข้าใจที่ดีให้เกิดขึ้นทั้งสองฝ่าย ซึ่งจะทำให้การอยู่ร่วมกันของมนุษย์ในสังคมมีการพัฒนาขึ้นนั้นย่อมเกิดขึ้นได้จากการประชาสัมพันธ์นั่นเอง

นอกจากนี้การพัฒนาการประชาสัมพันธ์จะประสบผลสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อ บุคลากรในหน่วยงานเป็นตัวแทนในการช่วยประชาสัมพันธ์ โดยต้องทำตัวให้เป็นทูตขององค์กร โดยเฉพาะพนักงานประชาสัมพันธ์ต้องเป็นตัวหลักและพนักงานอื่น ๆ เป็นตัวช่วยเสริม สามารถติดต่อหรือตอบข้อซักถามเทคนิคหรือบริการข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ให้กับหน่วยงานหรือองค์กรตลอดจนสามารถติดต่อบุคคลได้ทั้งภายในและภายนอก ซึ่งบุคลากรหรือตัวแทนขององค์กรต้องมีการวิจัยวางแผนการจัดเก็บข้อมูล มีการรับฟังความคิดเห็นคำแนะนำปรึกษา มีทักษะในการเขียนเผยแพร่แก้ไขภาพลักษณ์มีความซื่อสัตย์สุจริตเสียสละมีจรรยาบรรณ

มีทัศนคติที่รักษาความลับ คำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรและต้องมีการนำเสนอข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ เป็นไปตามกฎระเบียบบรรทัดฐานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีวัฒนธรรม ทางภาษาที่สุภาพเรียบร้อย ตลอดจนมีเทคนิคในการนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัยน่าสนใจและ สามารถโน้มน้าวให้ผู้ฟังเข้าใจชัดเจน จนสามารถนำไปปฏิบัติตามหรือให้ความร่วมมือได้เป็น อย่างดีประกอบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ให้หน่วยงานมีการประชาสัมพันธ์ ทุกหน่วยงานโดยให้หน่วยงานต่าง ๆ มีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกดังนี้

1. ให้ทุกหน่วยงานของรัฐมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอกได้ รู้จักองค์กรมากยิ่งขึ้นองค์กรมีการสื่อสารในลักษณะที่ดีจะช่วยสร้างภาพลักษณ์หรือภาพพจน์ ในทางบวกทำให้องค์กรมีความเจริญงอกงาม
2. ให้ทุกหน่วยงานของรัฐมีการศึกษาวางแผนการประชาสัมพันธ์และมีการ สื่อสารให้บุคคลภายนอกได้รู้จักองค์กรมากขึ้น ตลอดจนมีการประชาสัมพันธ์ให้คนในองค์กร มีจิตสำนึกเดียวกันที่จะสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ในภาพรวมขององค์กรที่ดีและเมื่อหน่วยงาน ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปแล้วจะทำให้เกิดความร่วมมือในการติดต่อประสานงานและ องค์กรเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนางานประชาสัมพันธ์

1. ความหมายของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์

คำว่า “การพัฒนางานประชาสัมพันธ์” เป็นคำที่ใช้กันแพร่หลายมากในปัจจุบันทั้งนี้ เพราะการพัฒนางานประชาสัมพันธ์กำลังเป็นที่ได้รับความสนใจ ด้วยเหตุที่เป็นงานที่ช่วยสร้าง เสริมความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น ๆ ซึ่งมี นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางการประชาสัมพันธ์หลายท่านได้ ให้ความหมายของการพัฒนา งานประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ หมายความว่า ความพยายามที่มีการวางแผนและ เป็นการกระทำที่ต่อเนื่องในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยการกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านั้นเกิดทัศนคติที่ดีต่อ หน่วยงานกิจกรรมหรือสินค้าของหน่วยงาน เพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจาก ประชาชนในระยะยาว ซึ่ง พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2536) และรุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2541) ได้ให้ ความหมายของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสาร เพื่อ ถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสาร ทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นจากสถาบันหรือหน่วยงานใด

หน่วยงานหนึ่งไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยมีการวางแผนกำหนดวัตถุประสงค์และ
 ดำเนินการเพื่อบอกกล่าวให้ทราบ เพื่อชี้แจงให้เข้าใจถูกต้องอันเป็นการสร้างเสริมและรักษา
 ความสัมพันธ์ที่ดีตลอดจน เพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีอันจะนำไปสู่การสนับสนุนและ
 การได้รับความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ทั้งนี้ ศานติ อนุตรชัชวาล (2542) กล่าวว่า
 การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ยังเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานองค์การ
 สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือสนับสนุนทำให้เกิดความ
 เลื่อมใสศรัทธาความเข้าใจอันดีและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ จึงเป็นกระบวนการสื่อสารของสถาบันองค์การ
 หน่วยงานกับประชาชนหรือสังคม เพื่อเป็นการสร้างเสริมฟื้นฟูธำรงรักษาภาพจน์
 สัมพันธภาพอันดี ให้ได้รับการสนับสนุนรักใคร่นับถือนิยมยกย่องเลื่อมใสศรัทธา เพื่อให้เกิด
 ความร่วมมือและบรรลุจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ การสื่อสารประชาสัมพันธ์นั้นทำให้เกิดการ
 เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง โดยอาศัยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ายุคของข้อมูลข่าวสาร
 ทำให้มาตรฐานพฤติกรรมของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไป การประชาสัมพันธ์มีบทบาทและ
 ความสำคัญต่อสังคมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ที่จะบรรลุเป้าหมายนั้นต้องมีการ
 วางแผนตามความเห็นของ สุทิน ปัญญามาก (2526) ได้สรุปไว้มีอยู่ 4 ประการด้วยกันคือ

1. การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ต้องมีการวางแผนเป็นระบบเป็นขั้นตอนมี
 การศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มประชาชนของหน่วยงานให้มากที่สุดมีการกำหนด
 วัตถุประสงค์ และยุทธวิธีที่ชัดเจนและการดำเนินการประชาสัมพันธ์ต้องมีเอกภาพและ
 สอดคล้องกันทุกขั้นตอน
2. การพัฒนางานประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่ต่อเนื่องการประชาสัมพันธ์
 เป็นสิ่งที่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องหยุดไม่ได้และต้องใช้ความพยายาม โดยไม่มีที่สิ้นสุดทั้งนี้
 เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่กระทำเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดหรือความคิดเห็นของ
 ประชาชนซึ่งเรียกว่า “ประชามติ” เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา จึงจำเป็นที่
 จะต้องรักษาความคิดเห็นที่สนับสนุนหน่วยงานให้คงที่ตลอดไป โดยการให้ข้อมูลข่าวสารที่
 ถูกต้องอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ
3. การพัฒนางานประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและทัศนคติ
 การประชาสัมพันธ์ เป็นการกระทำเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดความคิดเห็นและทัศนคติของคน
 โดยจุดมุ่งหมายที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ คือ การ โน้มน้าวจิตใจของประชาชนที่เกี่ยวข้อง
 ให้มีทัศนคติที่ดีมีภาพลักษณ์ที่ดีกับหน่วยงาน

4. การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ต้องสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่กระทำขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชนต้องเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดจากความเข้าใจที่ถูกต้องและจริงใจ ซึ่งกันและกัน ไม่ขัดแย้งกันกล่าวคือ หน่วยงานสมควรต้องเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือกิจกรรมที่ถูกต้องและจริงใจซึ่งกันและกัน ไม่ขัดแย้งกัน

จะเห็นได้ว่าการพัฒนางานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อกลุ่มคนทุกองค์กร ซึ่ง ลักษณะ สตะเวทิน (2540) ได้สรุปไว้เช่นเดียวกันว่า การประชาสัมพันธ์เป็นสื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนและระหว่างกลุ่มประชาชนด้วยกัน โดยใช้วิธีการหรือใช้เครื่องมือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานกับประชาชน ในการแก้ไขความเข้าใจผิดที่มีต่อสถาบัน ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง เพื่อทราบความต้องการที่กระทำทีของกันและกัน ซึ่งการประชาสัมพันธ์เป็นการเอาชนะจิตใจหรือประชามติเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

จากความหมายและคำจำกัดความของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางการประชาสัมพันธ์ต่างก็ให้ความหมาย และคำจำกัดความที่ใกล้เคียงสอดคล้องกันสามารถสรุปและอธิบายเกี่ยวกับการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ได้ดังนี้

การพัฒนางานประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจและความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อกันตลอดจนเกิดการยอมรับและสนับสนุนร่วมมือ ซึ่งกันและกัน ซึ่งถือว่าการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารสองทางคือมีการติดต่อสื่อสารจากหน่วยงานไปสู่ประชาชน ในขณะที่เดียวกันหน่วยงานก็จะต้องรับประชามติหรือข่าวสารต่าง ๆ จากประชาชน เพื่อวางแผนดำเนินการและปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานของหน่วยงานให้เป็นไปตามที่ประชาชนต้องการและพอใจ ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานของหน่วยงานเป็นไปด้วยความราบรื่นและประสบผลสำเร็จและการประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่ต้องมีการกระทำควบคู่ไปกับการเผยแพร่กล่าวคือเมื่อหน่วยงานได้กระทำหรือดำเนินงานในสิ่งใด ไปหน่วยงานจะต้องเผยแพร่ข่าวสารสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นให้ประชาชนได้รู้ได้เข้าใจได้ชื่นชมและเมื่อใดที่หน่วยงานได้บอกกล่าวข่าวสารเรื่องราวสิ่งใด ๆ ไปแล้วหน่วยงานก็ต้องกระทำตามที่ได้พูดได้บอกกล่าวออกไปด้วย

อีกนัยหนึ่งการพัฒนางานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้องเป็นจริงความดีงามและผลประโยชน์ของประชาชน โดยใช้การประชาสัมพันธ์เป็นงาน

ที่ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของประชามติกล่าวคือ จะต้องมีการตรวจสอบประเมินถึงประชามติแล้วนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนและปฏิบัติ โดยใช้การประชาสัมพันธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ต้องอาศัยหลักทฤษฎีและศิลปะ ในการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในการปฏิบัติงานนักประชาสัมพันธ์จะต้องมีทั้งความรู้ทางทฤษฎีด้านต่าง ๆ ในเรื่องของจิตวิทยา มานุษยวิทยา สังคมวิทยา การเมือง การปกครอง การเศรษฐกิจ การสื่อสารการวิจัย ฯลฯ และต้องมีทักษะความชำนาญในการทำงาน ประชาสัมพันธ์ที่ต้องอาศัย ทั้งประสบการณ์และคุณสมบัติส่วนตัว โดยเฉพาะทักษะในการพูด การเขียน การใช้เครื่องมือสื่อสาร

นอกจากนี้การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ยังถือว่าเป็นงานระดับนโยบายและเป็นเครื่องมือของฝ่ายบริหารระดับสูง เพื่อผลักดันงานนโยบายให้ขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จอย่างรวดเร็วเห็นได้ว่าองค์กรสถาบันทุกแห่งทุกประเภทต่างก็นำเอาการประชาสัมพันธ์ไปใช้กับองค์กรสถาบันของตนอย่างกว้างขวางแพร่หลาย และเป็นงานที่ต้องมีการวางแผนและการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ใช้เวลาและให้ผลในระยะยาว การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มุ่งสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชนให้ประชาชนมีความเข้าใจ มีทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดีไว้วางใจมีความนิยมยกย่องเชื่อถือศรัทธายอมรับสนับสนุนในหน่วยงานซึ่งจะเป็นเช่นนี้ ได้ต้องอาศัยเวลาและจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเพราะสิ่งเหล่านี้ไม่อาจเกิดขึ้นได้ในเวลาอันรวดเร็วแต่เมื่อเกิดขึ้นแล้วก็จะดำรงอยู่และส่งผลดีในระยะยาว

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดทิศทางและแนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพสามารถสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน

2. วัตถุประสงค์ของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์

การบริหารงานใด ๆ ก็ตามการกำหนดวัตถุประสงค์ถือว่าเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญยิ่งเป็นการแสดงถึงจุดมุ่งหมายของกิจกรรมที่มีความชัดเจนสำหรับวัตถุประสงค์ของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา (2532) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ควรมีลักษณะดังนี้

1. เพื่อสร้างค่านิยมการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนสร้างความนิยมชมชอบ โดยการแสดงให้เห็นถึงคุณงามความดีการเผยแพร่ให้รู้การชี้แจงให้เข้าใจ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใสและเกิดความผูกพันทางใจ

2. เพื่อป้องกันชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสียในมุมมองของประชาชนและผู้เข้ารับบริการ ซึ่งจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้ประชาชนเกิดความนิยมชมชอบเกิดความเลื่อมใสศรัทธาต่อองค์กร

3. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและขอความร่วมมือในการสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง มีเหตุผลไม่ให้เกิดขึ้นเพราะการจูงใจด้วยกลลวงที่มีขอบ นอกจากนี้วัตถุประสงค์ของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ซึ่ง ประจวบ อืนออด. (2532) ได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ วัตถุประสงค์ของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ภายในและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ภายนอกไว้ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อให้การสื่อสารภายในสถาบันเป็นไปอย่างคล่องตัว ทั้งจากระดับบริหารไปสู่ระดับปฏิบัติการและระหว่างบุคลากรด้วยกันคือ ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในกิจกรรมการดำเนินงานของสถาบันและการสาธารณกุศลให้ข้อมูลข่าวสารอันจำเป็น ที่จะช่วยให้บุคลากรเกิดความรอบรู้ในการทำงานเกิดความเข้าใจและมีภาพพจน์ที่ดีต่อฝ่ายบริหารและต่อสถาบัน เป็นส่วนรวมทำให้บุคลากรเกิดความภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของสถาบัน

วัตถุประสงค์ของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ภายนอกเพื่อเผยแพร่ข่าวสารให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสถาบัน แก่กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกสถาบัน เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีและแก้ไขความเข้าใจผิดหรือแก้ไขสถานการณ์อันเป็นผลทางลบต่อสถาบันประกอบด้วย วิจิตร อาวะกุล (2541) ยังได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์นั้นคือการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กรและ เพื่อสร้างความนิยมชมชอบเลื่อมใสศรัทธาจากประชาชนพนักงานตลอดจนป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิดคลาดเคลื่อนตลอดจนเพื่อดำเนินรักษาความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับกลุ่มต่าง ๆ ไม่ให้เสื่อมคลายตลอดเวลา ซึ่งการประชาสัมพันธ์นั้นจะช่วยกระตุ้นเพิ่มพูนความสัมพันธ์เพิ่มขวัญกำลังใจในหมู่ประชาชนพนักงานหุ้นส่วนผู้เกี่ยวข้องทุกกลุ่มอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนเป็นการบริการด้านสาธารณประโยชน์ผลประโยชน์ที่เป็นธรรมกับสังคมในการสร้างความเชื่อถือไว้วางใจจากประชาชน ซึ่งจะทำให้ประชาชนมั่นใจในองค์กรมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ วิรัช ภิรัตกุล (2542) ยังได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ทั่วไปของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์นั้นว่า เป็นการสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนความนิยมจากประชาชนเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานและความอยู่รอดขององค์กรสถาบัน วัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์สถาบัน

จึงเป็นไป เพื่อมุ่งสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนหรือกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ จึงประกอบไปด้วยการปลุกกระตุ้น เพื่อสร้างและชำระไว้ เพื่อความนิยมเชื่อถือศรัทธา จากประชาชนอันจะทำให้เกิดความนิยมเลื่อมใสศรัทธาใน นโยบายและการดำเนินกิจการต่าง ๆ ของสถาบันรวมทั้งผลงานต่าง ๆ ที่ได้กระทำมาแล้วทำให้ การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปด้วยความสะดวกราบรื่นและบรรลุวัตถุประสงค์ตาม เป้าหมายของสถาบันการได้รับความนิยมศรัทธาด้วยแรงสนับสนุนจากประชาชน จึงเป็นสิ่ง สำคัญอันดับแรกที่สถาบันจะต้องคำนึงถึงและให้ความสนใจเป็นพิเศษ

อีกประการหนึ่งก็เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงของสถาบันมิให้เสื่อมคลายชื่อเสียง ขององค์การสถาบันนับว่าเป็นสิ่งสำคัญมากหน่วยงานสถาบันบางแห่งถึงกับยอมเสียสละ ผลประโยชน์สำคัญต่าง ๆ บางประการไป เพื่อแลกกับการรักษาชื่อเสียงของสถาบัน ทั้งนี้เพราะ ชื่อเสียงของสถาบันย่อมมีส่วนเกี่ยวข้องกับเชื่อมโยงไปถึงภาพลักษณ์ขององค์การสถาบันด้วยหาก องค์การสถาบันมีชื่อเสียง ที่เป็นไปในทางลบหรือเสื่อมเสียภาพลักษณ์ที่ประชาชนมีต่อสถาบัน แห่งนั้นย่อมเป็นไปในทางลบหรือไม่ดีเช่นกัน ประชาชนอาจมีความรังเกียจไม่ยอมคบค้า สماعคมด้วยหรืออาจไม่ให้ความร่วมมือแก่องค์การหรือสถาบันแห่งนั้นได้

องค์การทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นองค์การประเภทใด จึงต้องพยายามปกป้องและรักษา ชื่อเสียงของตนไว้ให้ดีที่สุด จะต้องมีการดำเนินงานที่ซื่อสัตย์สุจริตตรงไปตรงมาและมีความ ประพฤติดีไม่มีเลศนัย เพื่อสร้างและรักษาชื่อเสียงที่ดีขององค์การสถาบันไว้รวมทั้งการ แสดงออกถึงความมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมและการเป็นพลเมืองดีสิ่งเหล่านี้ นับเป็นส่วนหนึ่งที่ต้ององค์การสถาบันกระทำขึ้น เพื่อชื่อเสียงเกียรติคุณและภาพลักษณ์แห่ง สถาบันของตนองค์การสถาบันทุกแห่งจะต้องระมัดระวังและให้ความสนใจเป็นพิเศษในเรื่อง เกี่ยวกับชื่อเสียงของหน่วยงานด้วยการพยายามสร้างชื่อเสียงที่ดีและรักษาชื่อเสียงไว้มิให้มัว หมองหลีกเลียงการประพฤติปฏิบัติต่าง ๆ ที่จะนำความเสื่อมเสียมาสู่หน่วยงานหรือสถาบัน ของตน นอกจากนี้การสร้างความสัมพันธ์ภายในของกลุ่มประชาชนภายในหน่วยงานหรือ บุคลากรภายในองค์การสถาบัน ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดวัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์ของ สุพิน ปัญญา มาก (2529) ที่ได้แบ่งประเภทของการประชาสัมพันธ์ไว้มี สารสำคัญดังนี้วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ก็ เพื่อสร้างความนิยมการประชาสัมพันธ์ เป็นกลไกหนึ่งของการบริหาร เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นแก่สถาบันทำให้กิจการของ สถาบันเจริญก้าวหน้าและมีความมั่นคงสถาบันจึงควรประชาสัมพันธ์ในลักษณะการปลุกเร้า เผยแพร่ นโยบายและการดำเนินงานรวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประชาชนรับรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อ

สร้างความเข้าใจอันดีต่อกันและเพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงการเสริมฐานะของสถาบันให้มั่นคงกระทำได้ โดยการเผยแพร่คุณความดีประโยชน์และฐานะของสถาบันให้ประชาชนรู้จักคุ้นเคยในช่วงจังหวะที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดเกี่ยวกับข่าวลือหรือสถานการณ์ในทางลบของสถาบัน

ซึ่งรวมถึง เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีการให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารของสถาบันด้วยความเป็นจริงและต่อเนื่องต้องชี้แจงข้อเท็จจริงของสถาบันให้บุคลากรภายในสถาบันทราบเป็นระยะ ๆ เพื่อความเข้าใจในทิศทางเดียวกันส่วนกลุ่มบุคคลภายนอกสถาบันก็ต้องดำเนินการให้เกิดความเข้าใจ โดยเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ผ่านสื่อมวลชนรวมทั้งการจัดนิทรรศการส่งเสริมให้กิจการของสถาบันดำเนินไปด้วยความราบรื่นและเกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกัน นอกจากนี้หน้าที่และจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่งที่ เสรีวงษ์มณฑา (2540) ได้กล่าวไว้สรุปได้ว่า จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์นั้นก็ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารของการประชาสัมพันธ์ต้องเป็นการเพิ่มมูลค่าข่าวสาร จึงต้องมีการนำเสนอในรูปของข่าวบทความการให้สัมภาษณ์การจัดนิทรรศการการทำสัมมนาการทำเป็นสารคดีเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ ตลอดจนการสร้างภาพพจน์สร้างความรักความชื่นชมในองค์กรรวมถึงความเข้าใจอันดีต่อกันเมื่อประชาสัมพันธ์ไปแล้ว ประชาชนเกิดความเข้าใจแล้วก็จะชอบ ซึ่งเป็นหลักความเชื่ออย่างหนึ่งว่า เมื่อชอบแล้วก็พร้อมที่จะให้การสนับสนุนนอกจากนี้แล้วองค์กรต้องให้ความรู้แก่ประชาชน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือการประชาสัมพันธ์สามารถทำให้เกิดความเชื่อถือได้ถ้านำเสนอในรูปแบบที่น่าเชื่อถือไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของข่าวการสัมภาษณ์บทความต่าง ๆ เพื่อสร้างความสนใจให้กับประชาชนมากยิ่งขึ้น

จากแนวคิดของนักวิชาการข้างต้นผู้ศึกษา จึงเห็นว่าวัตถุประสงค์ของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์นั้น สรุปได้ว่าวัตถุประสงค์ของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์นั้นกระทำขึ้นเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและความเชื่อถือศรัทธาในองค์กรแก่ประชาชนในการสร้างความร่วมมือซึ่งการกระทำดังกล่าว จะสัมฤทธิ์ผลได้ย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือของบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งฝ่ายบริหารขององค์กร

3. องค์ประกอบของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์

การพัฒนางานประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามในการที่จะสร้างและประสานความเข้าใจระหว่างองค์กรกับประชาชนที่เกี่ยวข้องทั้งประชาชนภายในและประชาชนภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดภาพพจน์และความสัมพันธ์อันดีงามจึงเป็นหน้าที่ของนัก

ประชาสัมพันธ์ที่จะต้องมีการดำเนินงานอย่างมีขั้นตอน ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และบรรลุผลสำเร็จ ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ดังนี้

องค์ประกอบของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์เป็นพื้นฐานของปรัชญาสังคมแห่งการจัดการหรือการบริหารตามแนวความคิดของวิชาการบริหารนั้นหมายถึง กิจกรรมที่กำหนดแบ่งสรรการใช้ทรัพยากร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์การและ โดยที่การประชาสัมพันธ์เป็นภาระหน้าที่ของฝ่ายจัดการที่ต้องประเมินถึงความคิดเห็นของประชาชนรวมทั้งกำหนดและดำเนินนโยบายขององค์การ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชน ซึ่งการที่ต้องปฏิบัติดังกล่าวนี้ เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจและยอมรับในตัวองค์สถาบันฉะนั้นการประชาสัมพันธ์จึงกระทำขึ้น เพื่อสร้างสรรค์ความนิยมนำให้แก่องค์การสถาบันและถือเป็นภาระหน้าที่หรือความรับผิดชอบของฝ่ายบริหารระดับสูง ซึ่งการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อผู้บริหารระดับสูงจะต้องมีความรู้ความเข้าใจและซาบซึ้งถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี

การพัฒนางานประชาสัมพันธ์เป็นปรัชญาสังคมที่แสดงออกในด้านการตัดสินใจนโยบายดังได้กล่าวมาแล้ว ว่าการประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริหารฉะนั้นการจัดการหรือการบริหารที่ดีของการประชาสัมพันธ์ จึงจะเริ่มมาจากฝ่ายบริหารระดับสูงและเกี่ยวพันลงมาถึงคนที่อยู่ในองค์การหรือเกี่ยวข้องกันกับองค์การหน่วยงานองค์การทุกแห่งย่อมมีนโยบายในการดำเนินงานของตน ซึ่งนโยบายนี้จะถูกกำหนดขึ้นเป็นแนวปฏิบัติเพื่อการดำเนินงานของหน่วยงานนั้น ๆ นโยบายเหล่านี้จะครอบคลุมถึงหน้าที่ต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง นโยบายจะเป็นสิ่งที่กำหนดความรับผิดชอบเบื้องต้นของฝ่ายบริหาร โดยการตัดสินใจนโยบายย่อมสะท้อนถึงผลประโยชน์ที่องค์การพึงจะให้ต่อส่วนรวม การตัดสินใจนโยบายจึงควรจะมีมุ่งที่ประชาชนและผู้บริโภคเป็นหลักมากกว่าที่จะพะวงแต่มุ่งต่อบริษัท

การพัฒนางานประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่มีผลต่อเนื่องจากนโยบาย ซึ่งมีองค์ประกอบพื้นฐานประการที่ 3 ของการประชาสัมพันธ์นั้นเกิดจากการกระทำที่ส่งผลมาจากการดำเนินนโยบายที่ดีเหมาะสมของฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหารเพราะการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะต้องเริ่มต้นด้วยนโยบายการบริหารงานที่เหมาะสม โดยคำนึงประโยชน์ของประชาชน ซึ่งย่อมสะท้อนให้เห็นถึงปรัชญาสังคมของการบริหารได้เป็นอย่างดี การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสารการติดต่อสื่อสารนับว่าเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์การติดต่อของมนุษย์ จึงเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เรากำหนดความหมายขึ้นมาและเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ซึ่งกันและกันฉะนั้นการ

ติดต่อสื่อสารจึงเกี่ยวข้อง และแทรกแซงอย่างกว้างขวางมากต่อพฤติกรรมมนุษย์ ซึ่ง สมเกษ จันทรนาม (2543) ได้กล่าวไว้ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ได้รับผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพดีนั้นจะต้องประสบปัญหาพื้นฐานหลายประการด้วยกันในการดำเนินงานการวางแผนหรือความรับผิดชอบเกี่ยวกับแผนงานประชาสัมพันธ์การจัดแบ่งหน่วยงานและผู้ร่วมงานตลอดจนงบประมาณที่ควรจะได้รับ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญอันหนึ่งในการที่จะดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพ

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จัดขึ้น สนับสนุนหรือเสริมงานอื่นเป็นสำคัญเพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้บริหารและผู้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ซึ่ง วิทยา อ่อนช้อย (2531) ได้กล่าวไว้ นโยบายของหน่วยงานหรือองค์กรนั้น จะต้องเด่นชัดและต้องมีการกำหนดแผนงานวิธีการจัดการประชาสัมพันธ์ได้อย่างเป็นระบบ และองค์กร ต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้วยการส่งเสริมบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จะช่วยให้ได้รับการยอมรับจากสังคม ซึ่งจะเป็นการประชาสัมพันธ์องค์กรด้วยตัวเองและช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในหลาย ๆ ด้านไม่ว่าจากงบประมาณโดยตรงขององค์กร หรือจากเงินจากการบริจาคและจากงบประมาณที่หาเองได้อีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้การใช้เครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ก็มีความสำคัญที่จะทำให้งานประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมายและการบริหารจัดการที่ดีจะช่วยให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้

ดังนั้นจากความเห็นของนักวิชาการหลาย ๆ ท่านที่กล่าวมาแล้วนั้น ผู้ศึกษาสรุปสาระสำคัญได้ว่าการพัฒนางานประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานของทุก ๆ คน ซึ่งรวมถึงผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานนั้น ๆ ด้วยจะเห็นได้ว่าคำแนะนำและนโยบายจะต้องถูกกลั่นกรองให้แน่ชัดว่าวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ได้วางแผนไว้นั้นสามารถนำไปใช้ได้เข้าใจง่ายมีรูปแบบและการประสานงานดีการควบคุมแผนการประชาสัมพันธ์ได้แน่นอน และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ความสามารถหลายด้าน และมีประสบการณ์ในการดำเนินงานด้านงานประชาสัมพันธ์ทั้งผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเกี่ยวกับองค์กรข่าวสารการประชาสัมพันธ์เครื่องมือสื่อสารบุคลากรการประชาสัมพันธ์งบประมาณการบริหารองค์กรและประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาตัดสินใจอย่างดีจะเป็นผลให้การพัฒนางานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่ง ของการติดต่อสื่อสารเพราะกระบวนการสื่อสาร เป็นการเคลื่อนย้ายข้อมูลข่าวสาร จากผู้ส่งไปยังผู้รับด้วยข้อมูลข่าวสารที่ทำให้ผู้รับเข้าใจ ซึ่ง ต้องอาศัยหลักการสื่อสารที่ดีซึ่ง ดุษฎี นิลคำ (2548 : 57) ได้อธิบายการสื่อสารจะต้องประกอบ ไปด้วย

1. ผู้ส่งสาร ซึ่งเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการส่งข่าวสาร/ข้อมูลให้ผู้รับสาร โดยมีวิธีการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ลักษณะของผู้รับสารอาจมีความแตกต่างกันในด้าน ภาวการณ์รับรู้ความรู้สึกทัศนคติความเชื่อและระดับความรู้ ซึ่งผู้ส่งสารพึงตระหนักถึงการ เลือกโอกาสและวิธีการที่เหมาะสมที่เอื้อให้ผู้รับสารเข้าใจและตอบสนองได้ง่าย โดยผู้ส่งสาร ต้องการที่จะบอกหรือแจ้งข่าวสารเหตุการณ์ข้อมูลหรือสิ่งอื่นใด ให้ผู้รับสารทราบหรือเกิด ความเข้าใจและต้องการให้การศึกษาที่มีลักษณะเป็นวิชาการ เพื่อให้ผู้รับสารมีความรู้เพิ่มขึ้น ตลอดจนสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นการพูดเขียนหรือแสดงกริยาท่าทาง จูงใจให้เกิดการคล้อยตามหรือปฏิบัติตามข้อเสนอแนะ

2. สารสิ่งที่แสดงออกมา โดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใด ๆ ที่สามารถทำให้เกิด การรับรู้ร่วมกันได้สารจะเกิดขึ้น ได้ต่อเมื่อผู้ส่งสารเกิดความคิดขึ้นและต้องการจะส่งหรือ ถ่ายทอดความคิดนั้น ไปสู่การรับรู้ของผู้รับสารความสำคัญของสารที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสาร คือ การทำหน้าที่ให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนอง

3. สื่อหรือช่องทางในการสื่อสารใด ๆ ที่ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางให้ทำ หน้าที่นำสาร ไปยังผู้รับสารสื่อมีหลายประเภท เช่น สื่อธรรมชาติสื่อมนุษย์สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

4. ผู้รับสารเป็นองค์ประกอบสุดท้ายในกระบวนการสื่อสารการสื่อสารใด ๆ จะไม่ประสบความสำเร็จถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจหน้าที่และบทบาทของตนเองที่มีต่อการสื่อสาร ทั้งนี้ผู้รับจะต้องทราบเรื่องราวเหตุการณ์หรือสิ่งอื่นใดที่ผู้ส่งสารได้แจ้งให้ทราบหากเป็น ข่าวสารใหม่ ผู้รับสารจะได้ทราบสิ่งใหม่เพิ่มเติมและถ้าเป็นสิ่งที่เคยทราบมาก่อนแล้ว จะเป็นการ ยืนยันความถูกต้องของสาร ซึ่งจะเป็นการสร้าง ความเข้าใจที่ถูกต้องในข่าวสารนั้นและผู้รับ สารจะต้องแสวงหาความรู้จากข่าวสารสร้างความพอใจสามารถตัดสินใจในการเลือกรับ ข่าวสารได้

5. ปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสารเป็นการแสดงปฏิกริยาตอบสนองของผู้รับสาร หลังจากได้รับสารมาว่ามีความเข้าใจต่อสิ่งที่รับมาหรือไม่อย่างไร เพื่อให้การสื่อสารบรรลุ จุดมุ่งหมาย

การสื่อสารจะประสบความสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่นั้น วิจิตรอาวะกุล (2541 : 18) กล่าวว่า ความเชื่อถือในเรื่องของผู้ให้ข่าวแหล่งข่าว เพื่อให้ผู้รับทราบเกิดความ มั่นใจหรือเต็มใจความเหมาะสมมีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ แก่กลุ่มชนนั้น และมีการ กระทำที่ต่อเนื่อง และถูกช่องทางของการสื่อสาร อีกทั้งต้องคำนึงถึงความสามารถของผู้รับสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างเช่น สถานที่โอกาสนิสัยความรู้พื้นฐานและความชัดเจนของการ สื่อสารที่เข้าใจง่ายเนื่องจากการสื่อสาร จำเป็นต้องอาศัยผู้ส่งสารสื่อสารหรือช่องทางผู้รับสาร และปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสารเพื่อให้การสื่อสารนั้น ๆ ประสบผลสำเร็จ

อย่างไรก็ตามความล้มเหลวของการประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมาในอดีตคือ การให้ ความสำคัญของการสื่อสารที่มุ่งออกไปทางเดียวมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวซึ่ง ไม่ได้มีการศึกษาหรือฟังเสียงสะท้อนปฏิกริยา หรือความต้องการจากประชาชนที่แท้จริง เพื่อให้สามารถนำกลับมาศึกษาพิจารณาปรับปรุงพัฒนาการประชาสัมพันธ์ใหม่ ให้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การสื่อสารแบบสองทางว่าการประชาสัมพันธ์ เปรียบเสมือนกระจกเงาที่สะท้อนภาพความคิดเห็นของประชาชน มาให้หน่วยงานมองเห็นและ ให้ประชาชนมองเห็นภาพของหน่วยงานการประชาสัมพันธ์ ที่จะเป็นกระจกเงาให้หน่วยงาน จะต้องมีความชัดเจน ทิศทางชัดเจน การใช้วิธีการสื่อสารและช่องรับข่าวสารปัญหาประมวล กระแสประชามติให้ได้ภาพของความคิดเห็นของประชาชน ที่แท้จริงทั้งด้านความเที่ยงตรง แน่นนอนตลอดจนการแปลความหมายของพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ถูกต้องเพื่อการปรับปรุงแก้ไขการ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ซึ่ง นอกจากนี้ เกศินี จุฑาวิจิตร (2542 : 39) เห็นว่าสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องใช้ในการประชาสัมพันธ์นั่นก็คือ เครื่องมือสำหรับการประชาสัมพันธ์การสื่อสาร เป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาอย่างแท้จริง ควรมีลักษณะที่ต้องให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้อง ในกระบวนการสื่อสาร และต้องเป็นสื่อที่ผลิตในท้องถิ่นเริ่มจากสภาพความเป็นจริงที่มีอยู่ใน ชุมชนซึ่งจะต้องสนับสนุนบทบาทของเจ้าหน้าที่ที่มีการสื่อสาร โดยใช้คนเป็นเป้าหมายไม่ แสวงหากำไรซึ่งต้องใช้สื่อสร้างคุณค่าความเข้าใจและความเป็นชุมชน

จะเห็นได้ว่านักวิชาการหลาย ๆ ท่านให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ต้องรู้หลักการสื่อสาร เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

แต่การสื่อสารอย่างเดียว อาจทำให้มีการรับรู้ไม่เพียงพอจึงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือเพื่อช่วยเหลือในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจในการรับข้อมูลข่าวสารมากขึ้นและการใช้สื่อจะต้องให้ประชาชนเข้าใจความหมายและให้ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในชุมชนด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ชุมชน

การประชาสัมพันธ์ชุมชน คือ การที่องค์การสถาบันสร้างสรรค์ความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจเป็นชุมชนในละแวกใกล้เคียง อันได้แก่ กลุ่มประชาชนผู้ซึ่งอาศัยอยู่ใกล้บริเวณองค์การสถาบัน หรือใกล้บริเวณ โรงงาน หรือสำนักงานบริษัทธุรกิจตั้งอยู่ ซึ่งชุมชนเหล่านั้นเปรียบเสมือนเพื่อนบ้านในละแวกใกล้เคียง (Neighborhood) การประชาสัมพันธ์ชุมชนหรือการสร้างชุมชนสัมพันธ์ที่ดี (Good Community Relations) จึงเป็นงานประชาสัมพันธ์ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของหน่วยงานต่าง ๆ

1. ประเภทของชุมชน

ชุมชนสามารถจำแนกออกอย่างกว้าง ๆ เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ตามลักษณะของชุมชนคือ

1.1 ชุมชนชนบท ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มคนที่อาศัยตามชนบท ท้องทุ่งนา มีบ้านเรือนตั้งอยู่กระจัดกระจายทั่วไป และมีอยู่กันเป็นหมู่บ้าน ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการติดต่อและกระทำการกิจกรรมร่วมกัน ชุมชนแบบนี้จะมีลักษณะพึ่งพาอาศัยกันเป็นอย่างมาก ความสัมพันธ์ของผู้คนชนบทจะเป็นในรูปแบบของความสัมพันธ์แบบปฐมภูมิ (Primary Group) คือมีความใกล้ชิดสนิทสนมกันมากแบบครอบครัวญาติมิตรที่อยู่ในละแวกเดียวกัน เพราะโครงสร้างทางสังคมของชุมชนชนบทนี้ ส่วนมากจะประกอบด้วยกลุ่มที่เป็นเครือญาติที่เกี่ยวข้องต่อกัน

1.2 ชุมชนในเมืองจะประกอบไปด้วยกลุ่มชนขนาดใหญ่ อาศัยอยู่ร่วมกันเป็นจำนวนมากในอาณาบริเวณขนาดเล็กหรือมีอาณาเขตจำกัด และมีผู้คนอยู่จำนวนมากอยู่ร่วมกันเป็นจำนวนมากอยู่กันอย่างหนาแน่นกลุ่มผู้คนเหล่านี้มีความสนใจและมีสถาบันต่าง ๆ แบบเดียวกัน ลักษณะของความสัมพันธ์แบบชุมชนเมือง จะเป็นในรูปแบบของความสัมพันธ์แบบทุติยภูมิ (Secondary Group) คือมีความสัมพันธ์กันแบบผิวเผิน ไม่สนิทสนมกันแบบชุมชน

ชนบท เพราะรูปแบบทางสังคมของชุมชนแบบนี้ประกอบด้วยกลุ่มชนที่มีความสนใจร่วมกันเท่านั้น

2. ความจำเป็นที่จะต้องมีส่วนร่วมของชุมชน

องค์กรสถาบันต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรธุรกิจ ซึ่งตั้งอยู่ในชุมชนต่างๆ ทั้งองค์กรสถาบันและประชาชนในชุมชนต่างก็ยอมได้ ฟังพาอาศัยซึ่งกันและกันมีความร่วมมือกัน ในกิจกรรมต่าง ๆ ในลักษณะน้ำพึ่งเรือเสือพึ่งป่า เพราะมนุษย์กับองค์กรสถาบันยอมจำเป็นต้องเกี่ยวข้องกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ บุคคลจะไม่สามารถดำเนินชีวิตอย่างสุขสบายได้ ถ้าปราศจากองค์กรสถาบันและในขณะเดียวกัน องค์กรสถาบันก็สามารถดำรงยืนอยู่ได้เช่นกัน โดยปราศจากความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนในชุมชนนั้น

องค์กรสถาบันกับชุมชนจึงเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ออก และจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยกันดังกล่าวแล้ว องค์กรสถาบันจะเป็นผู้ตอบสนองหรือให้บริการแก่ชุมชน โดยการรับสมัครประชาชนเข้ามาเป็นแรงงาน หรือว่าจ้างมาเป็นคนงานในโรงงานและจ่ายค่าตอบแทนให้อย่างยุติธรรม หน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งขององค์กรสถาบันคือ การนำเอาผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจส่วนหนึ่งไปชำระค่าภาษีให้แก่รัฐ เพื่อนำไปบำรุงท้องถิ่นและชุมชนของตน รวมทั้งนำผลกำไรไปจัดซื้อวัตถุดิบจากประชาชนในท้องถิ่นหรือชุมชนนั้น เพื่อนำไปผลิตอีกต่อหนึ่งเป็นไปในลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน เช่น โรงงานอุตสาหกรรมน้ำตาลซื้ออ้อยจากบรรดาเกษตรกรชาวไร่ในท้องถิ่นไปเป็นวัตถุดิบป้อนเข้าโรงงาน เพื่อผลิตน้ำตาลต่อไป

นอกจากนี้องค์กรสถาบันยังต้องทำหน้าที่เป็นผู้นำทางด้านการสร้างสรรค์ท้องถิ่น และช่วยเหลือสังคมส่วนรวม อันได้แก่ การช่วยเหลือการกุศล และการส่งเสริม หรือการเป็นผู้นำทางด้านวัฒนธรรมอันดีงาม (Cultural Leadership) อันเป็นการแสดงถึงบทบาทของการเป็นพลเมืองอันดีงาม เพื่อให้ชุมชนเกิดความนิยมเลื่อมใส

3. วัตถุประสงค์ของโครงการประชาสัมพันธ์ชุมชน

โดยทั่วไปแล้ว วัตถุประสงค์ของโครงการประชาสัมพันธ์ชุมชนหรือชุมชนสัมพันธ์นั้นขึ้นอยู่กับขนาดของชุมชนว่าชุมชนนั้นมีขนาดอย่างไร ขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก รวมทั้งยังขึ้นอยู่กับความต้องการของชุมชนนั้น ๆ ด้วย ตลอดจนขึ้นอยู่กับทรัพยากรและเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ที่จะให้การสนับสนุนต่อโครงการดังกล่าว อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์ที่สำคัญ ๆ ของการประชาสัมพันธ์ชุมชนสัมพันธ์ มีดังต่อไปนี้

- 3.1 เพื่อบอกกล่าวชี้แจงเรื่องราวข่าวสารขององค์การให้ประชาชนได้ทราบ เช่น นโยบายการดำเนินงาน หน้าที่รับผิดชอบและการช่วยเหลือเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อชุมชนขององค์การ
- 3.2 เพื่อชี้แจงและตอบโต้ต่อคำวิพากษ์วิจารณ์จากกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ ซึ่งอาจจะวิพากษ์วิจารณ์องค์การด้วยความเข้าใจผิดหรืออาจได้รับข่าวสารเพื่อการบอกเล่าอย่างผิดๆ ในเรื่องราวขององค์การ
- 3.3 เพื่อแสดงถึงความสำคัญขององค์การที่มีต่อชุมชน ในฐานะผู้สร้างสรรค์ความเจริญแก่ชุมชนในท้องถิ่น รวมทั้งการเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนนั้นๆ
- 3.4 เพื่อค้นหาและสัดรับฟังว่า ประชาชนในชุมชนมีความคิดเห็นหรือพุดถึงนโยบายและการดำเนินงานขององค์การอย่างไรบ้าง
- 3.5 เพื่อส่งเสริมสวัสดิการของชุมชนและโฆษณาเผยแพร่ให้ชุมชนในท้องถิ่นนั้นเป็นที่น่าสนใจแก่บรรดานักท่องเที่ยวธุรกิจการลงทุน กล่าวคือ มีนักท่องเที่ยวมาแวะเที่ยว มีนักธุรกิจเข้ามาลงทุนในชุมชนนั้น เพื่อความเจริญก้าวหน้าของชุมชน
- 3.6 เพื่อสร้างความสัมพันธ์นิคสนมกับประชาชนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำท้องถิ่นเชิญให้บรรดาผู้นำเหล่านี้มาพบปะพูดคุยกับฝ่ายบริหารงานขององค์การ
- 3.7 เพื่อให้ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา อันได้แก่ โรงเรียน วิทยาลัย ในชุมชนนั้น เช่น การบริจาคเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์การศึกษา
- 3.8 เพื่อแสดงบทบาทความเป็นผู้นำทางการส่งเสริมอนุรักษ์ศิลปะ และวัฒนธรรมที่ดีงาม
- 3.9 เพื่อส่งเสริมสุขภาพอนามัยแก่ชุมชน เช่น การบริจาคเครื่องมืออุปกรณ์แพทย์แก่โรงพยาบาล ทาชาดจังหวัด รวมทั้งการส่งเสริมสนับสนุน โครงการสุขภาพอนามัยชุมชน
- 3.10 เพื่อส่งเสริมด้านการกีฬา นันทนาการ เพื่อความพักผ่อนหย่อนใจและความเพลิดเพลินของชุมชน เช่น จัดการแข่งขันกีฬา เกมสการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ เป็นต้น
- 3.11 เพื่อร่วมมือกับองค์กรสถาบันอื่น ๆ ในชุมชน เพื่อความเข้าใจอันดีต่อกัน และความพึงพาอาศัยกันและกัน
- 3.12 เพื่อการแสดงถึงบทบาทการเป็นพลเมืองดี แสดงให้เห็นถึงสถาบันธุรกิจแห่งนี้เป็นพลเมืองดี(Good Citizen) และนายจ้างที่ดี มีการบำเพ็ญประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมโดยรวม

4. การวางแผนโครงการประชาสัมพันธ์ชุมชน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หรือชุมชนประชาสัมพันธ์ต้องมีการวางแผนโครงการดำเนินงานอย่างรอบคอบ โดยมีการสำรวจวิจัยถึงสภาพปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนในชุมชน ตลอดจนความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทั้งด้านการเมืองเศรษฐกิจและสังคม

การวางแผนประชาสัมพันธ์ อาจจะทำได้ทั้งโครงการระยะยาวและระยะสั้น ซึ่งจะต้องอาศัยการตัดสินใจร่วมกันกับฝ่ายจัดการ หรือฝ่ายบริหารขององค์การ นอกจากนี้ ยังต้องมีการวางแผนการใช้เครื่องมือหรือสื่อในการดำเนินงานด้วย อาจจะมีสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพื่อใช้สื่อและเครื่องมือที่สื่อสารเหล่านี้ช่วยเสริมการดำเนินการด้านการบอกกล่าว ชี้แจงถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงานขององค์การ รวมทั้งใช้การจัดการเหตุการณ์พิเศษ การโฆษณาท้องถิ่น การเผยแพร่ ประชุมพบปะกับผู้นำความคิดเห็น ตลอดจนเผยแพร่กระจายข่าวสารขององค์การสู่กลุ่มพนักงานลูกจ้างนำไปเผยแพร่กระจายสู่เพื่อนบ้านและประชาชนในชุมชนนั้น ๆ

5. เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ชุมชน

5.1 สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ การทำหนังสือแนะนำกิจการ โดยสามารถทำในรูปของรายงานประจำปี วารสาร หนังสือประวัติของกิจการ แผ่นพับฯ รวมถึงข่าวสารการเคลื่อนไหวเกี่ยวกับองค์การ ส่งให้ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มพลังต่าง ๆ ศูนย์อิทธิพล บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น ห้องสมุด หรือกลุ่มผู้ที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมเยี่ยมชมกิจการ ทั้งนี้เพื่อให้มีการถ่ายทอดข่าวสารที่ถูกต้องขององค์การ ไปสู่ประชาชนในท้องถิ่นให้ได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอจะเป็นวิธีลดความเข้าใจผิดหรือข่าวลือที่อาจเกิดขึ้น

5.2 สื่อมวลชน ได้แก่ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนประเภทต่างๆ รวมโดยอาจจัดทำภาพยนตร์ โดยโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ สารคดี สปอตวิทยุ บทความ รวมถึงการทำสปอตโฆษณา เพื่อสังคมรวมถึงการจัดทำเพื่อข่าวแจกให้หนังสือพิมพ์อย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น

5.3 กิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ได้แก่ การจัดกิจกรรมในวาระต่าง ๆ เป็นครั้งคราวเพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลในชุมชนได้เข้าร่วมเยี่ยมชมกิจการ หรือได้มีโอกาสเสนอความคิดเห็นให้กับองค์การเช่น การจัดทำนิทรรศการในวาระพิเศษ การจัดทำการแข่งขันกีฬาระหว่างพนักงานกับกลุ่มบุคคลในชุมชน การจัดทำการกุศลตามประเพณีในท้องถิ่น เป็นต้น

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ทำให้ทราบว่า การประชาสัมพันธ์ชุมชน นับเป็นกิจกรรมหนึ่งของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การสถาบัน ที่ไม่ควรละเลยหรือมองข้าม เพราะการทำกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์การย่อมทำให้ประชาชนเกิดความรับรู้ว่าองค์การนั้นเป็นห่วงและไม่ทอดทิ้งชุมชน ให้ความไว้วางใจแล้วก็จะค่อย ๆ กลายเป็นความระลึกถึง ผูกพันกับองค์การเสมอ ซึ่งเป็นผลดีกับองค์การทั้งในด้านการดำเนินงาน ภาพลักษณ์ รวมไปถึงการจำหน่ายและการบริการ อีกทั้งยังเป็นอีกวิธีการหนึ่ง ที่สามารถป้องกันปัญหาในด้านการต่อต้านจากชุมชน ได้อีกด้วย องค์การสถาบันจึงจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์ชุมชนอย่างถูกต้อง และพึงตระหนักเสมอว่า จะต้องทำเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง หากองค์การสถาบันใดมุ่งหวังที่จะใช้งานชุมชนสัมพันธ์เป็นเครื่องมือเพื่อผลประโยชน์ขององค์การแล้วย่อมนำมาซึ่งปัญหาและอุปสรรคมากมายในการดำเนินงานและส่งผลลบโดยตรง ต่อภาพลักษณ์ขององค์การ

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ชุมชน จึงเป็นอีกแนวคิดที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการศึกษาวิจัย งานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ในครั้งนี้ด้วย

การบริหารราชการท้องถิ่นรูปแบบเทศบาล

หลวง ชูเพ็ญ (2548 ก : 1-58) ให้ความหมายของเทศบาลว่า เป็นหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นที่จัดตั้งขึ้นในเขตชุมชนที่มีความเจริญรัฐบาลใช้เทศบาลในการบริหารเมืองเป็นหลัก ซึ่งหลายประเทศที่ประสบความสำเร็จในการใช้ “เทศบาล” เป็นเครื่องมือสำคัญในการปกครองประเทศโดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วสำหรับหน่วยการบริหารของไทยนั้นเทศบาลเป็นรูปแบบการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นในเขตชุมชนเมืองที่ใช้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2476 ที่ผ่านมามหาสารคามมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบองค์กรอย่างต่อเนื่องมาตลอด ปัจจุบันรูปแบบองค์กรของเทศบาลเป็นไปตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 แก้ไขเพิ่มเติมถึง ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2546 แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ เทศบาลตำบล เทศบาลเมือง และเทศบาลนคร มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 1,619 แห่ง (ข้อมูล ณ วันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2551) เป็นเทศบาลนคร 23 แห่ง เทศบาลเมือง 140 แห่ง และเทศบาลตำบล 1,456 แห่ง กระทรวงมหาดไทย (2551) :หนังสือราชการ)

1. หลักเกณฑ์การจัดประเภทเทศบาล

1.1 เทศบาลตำบล ได้แก่ ท้องถิ่นซึ่งมีประกาศกระทรวงมหาดไทย ยกฐานะขึ้นเป็นเทศบาลตำบล ประกาศกระทรวงมหาดไทยนั้นให้ระบุชื่อและเขตเทศบาลด้วย

1.2 เทศบาลเมือง ได้แก่ ท้องถิ่นอันเป็นที่ตั้งศาลากลางจังหวัด หรือท้องถิ่นชุมชนที่มีราษฎรตั้งแต่หนึ่งหมื่นคนขึ้นไป ทั้งมีรายได้พอควรแก่การที่จะปฏิบัติหน้าที่อันต้องทำตามพระราชบัญญัติเทศบาล และซึ่งมีประกาศกระทรวงมหาดไทยยกฐานะเป็นเทศบาลเมืองในประกาศให้ระบุชื่อและเขตของเทศบาลไว้ด้วย

1.3 เทศบาลนคร ได้แก่ ท้องถิ่นชุมชนที่มีราษฎรตั้งแต่ห้าหมื่นคนขึ้นไปทั้งมีรายได้พอควรแก่การที่จะปฏิบัติหน้าที่อันต้องทำตามพระราชบัญญัติเทศบาลฉบับนี้และมีประกาศกระทรวงมหาดไทยยกฐานะเป็นเทศบาลนคร

2. โครงสร้างเทศบาล

พระราชบัญญัติเทศบาล (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2546 ได้แบ่งโครงสร้างของเทศบาลออกเป็น 2 ส่วน คือ สภาเทศบาลและนายกเทศมนตรี

สภาเทศบาลประกอบด้วยสมาชิกสภาเทศบาล ซึ่งมาจากการเลือกตั้งของประชาชน ตามกฎหมายว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่นจำนวนตามขนาดของเทศบาล คือ เทศบาลตำบล 12 คน เทศบาลเมือง 18 คน และเทศบาลนคร 24 คน

นายกเทศมนตรีมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชน ตามกฎหมายว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น นายกเทศมนตรีมีระยะเวลาการดำรงตำแหน่งคราวละสี่ปีนับแต่วันเลือกตั้ง แต่จะดำรงตำแหน่งติดต่อกันเกินสองวาระไม่ได้ในกรณีที่นายกเทศมนตรีดำรงตำแหน่งไม่ครบระยะเวลาสี่ปีก็ให้ถือว่าเป็นหนึ่งวาระและเมื่อได้ดำรงตำแหน่งสองวาระติดต่อกันแล้วจะดำรงตำแหน่งได้อีก เมื่อพ้นระยะเวลาสี่ปีนับแต่วันพ้นจากตำแหน่ง นายกเทศมนตรีอาจแต่งตั้งรองนายกเทศมนตรี ซึ่งมีใช้สมาชิกสภาเทศบาล เป็นผู้ช่วยเหลือในการบริหารราชการของเทศบาลตามที่นายกเทศมนตรีมอบหมายได้ตามขนาดของเทศบาล คือ เทศบาลตำบลไม่เกินสองคน เทศบาลเมืองไม่เกินสามคนและเทศบาลนครไม่เกินสี่คน

นายกเทศมนตรีอาจแต่งตั้งที่ปรึกษาและเลขานุการ ซึ่งมีใช้สมาชิกสภาเทศบาลได้ โดยในกรณีเทศบาลตำบลให้แต่งตั้งได้ จำนวนรวมกันไม่เกินสองคน เทศบาลเมืองให้แต่งตั้งได้จำนวนรวมกันไม่เกินสามคน และเทศบาลนครให้แต่งตั้งได้จำนวนรวมกันไม่เกินห้าคน

พนักงานเทศบาลเป็นเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นของเทศบาลที่ปฏิบัติงานอันเป็นภารกิจประจำสำนักงานหรืออาจนอกสำนักงานก็ได้ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนทั้งในเรื่อง ทะเบียนราษฎร การสาธารณสุข การศึกษา ฯลฯ



ที่มา : พระราชบัญญัติเทศบาล (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 25461-58)

แผนภาพที่ 1 โครงสร้างการแบ่งส่วนการบริหารของเทศบาล

ส่วนงานหลักของเทศบาลประกอบด้วย 6 ส่วน ได้แก่ ทควม ชูเพ็ญ. (2548 ข)

1. สำนักงานปลัดเทศบาล มีหน้าที่ดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายระเบียบแบบแผนและนโยบายของเทศบาล เป็นเลขานุการของสภาเทศบาลและคณะเทศมนตรีเกี่ยวกับงานสารบรรณ งานธุรการ งานนิติการ งานทะเบียน งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ตลอดจนงานอื่น ๆ ที่มีได้กำหนดไว้เป็นงานหน่วยงานใดโดยเฉพาะ เช่น สถานธนาภิบาล

2. กองคลัง มีหน้าที่เกี่ยวกับการเงินและการบัญชี การจัดเก็บภาษีต่าง ๆ เช่น ภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีป้าย งานจัดทำงบประมาณ งานผลประโยชน์ของเทศบาล ควบคุมดูแลพัสดุและทรัพย์สินของเทศบาล

3. กองการสาธารณสุข มีหน้าที่แนะนำช่วยเหลือด้านการเจ็บป่วยของ ประชาชน การป้องกันและการระงับโรคติดต่อ การรักษาความสะอาด งานสัตวแพทย์ตลาด สาธารณะ สุสานฌาปนสถาน สาธารณะ การสุขาภิบาล และงานด้านสาธารณสุขตลอดจน ควบคุมการประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอนามัยของประชาชน เช่น การแต่งผม การจำหน่ายอาหาร รวมทั้งงานสาธารณสุขอื่น ๆ ให้เป็นไปตามกฎหมายหรืองานที่ได้รับ มอบหมาย

4. กองช่าง มีหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับงานโยธา งานสำรวจแบบแผนผังเมือง งานบำรุงรักษาทางบก ทางระบายน้ำ สวนสาธารณะ งานสถาปัตยกรรม งานสาธารณูปโภคงาน เกี่ยวกับไฟฟ้า งานควบคุมการก่อสร้างอาคาร เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง

5. กองการประปา มีหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับการให้บริการและจำหน่ายน้ำ สะอาด ตลอดจนจัดเก็บผลประโยชน์ในการนี้

6. กองการศึกษา มีหน้าที่ดำเนินการด้านการศึกษาระดับประถมศึกษาของ เทศบาล งานการสอน การนิเทศ การศึกษา งานสวัสดิการสังคม และนันทนาการ ตลอดจน การปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. หน้าที่ของเทศบาล

เทศบาลมีอำนาจหน้าที่ในการจัดระบบบริการสาธารณะ เพื่อประโยชน์ของ ประชาชนในท้องถิ่นของตนเองตามพระราชบัญญัติเทศบาล (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2546 มาตรา 50 ถึง มาตรา 57 แบ่งแยกหน้าที่ของเทศบาลไว้ 2 ส่วน คือ หน้าที่ต้องทำและหน้าที่อาจจัดทำ นอกจากนี้ยังกำหนดหน้าที่ของเทศบาลแต่ละประเภทไว้แตกต่างกัน ดังนี้

1. หน้าที่ต้องทำ เป็นหน้าที่ตามกฎหมายบังคับให้เทศบาลต้องจัดทำเพื่อให้ เกิดผลดีแก่ท้องถิ่น เทศบาลตำบล มาตรา 50 เทศบาลเมือง มาตรา 54 และเทศบาลนคร มาตรา 57 ดังตารางที่ 1

2. หน้าที่อาจจะทำ เป็นอำนาจหน้าที่ที่เทศบาลอาจจัดทำหรือไม่ก็ได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับรายได้ ทรัพย์สิน เจ้าหน้าที่ และความสามารถของเทศบาลนั้น ๆ เป็นเกณฑ์ ได้สรุปแบ่งหน้าที่ตามประเภทของเทศบาลไว้ ดังตารางที่ 2

3. อำนาจหน้าที่ตามที่กฎหมายเฉพาะอื่น ๆ นอกจากอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติเทศบาล (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2546 แล้ว ยังมีหน้าที่ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 มาตรา 16 เช่นเดียวกันกับองค์การบริหารส่วนตำบล และกฎหมายเฉพาะอื่น ๆ ที่กำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของเทศบาลในการดำเนินกิจการให้เป็นไปตามกฎหมายอื่น ๆ

ตารางที่ 2 หน้าที่ของเทศบาลต้องทำตาม พระราชบัญญัติเทศบาล (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2546 มาตรา 50, 53 และ 56

เทศบาลตำบล	เทศบาลเมือง	เทศบาลนคร
1. รักษาความสงบเรียบร้อยของประชาชน	มีหน้าที่เช่นเดียวกับเทศบาลตำบลตามข้อ 1-9 และมีหน้าที่เพิ่มเติมดังนี้	มีหน้าที่เช่นเดียวกับเทศบาลตำบลตามข้อ 1-9 และ
2. ให้มีและบำรุงทางบกและทางน้ำ	1. ให้มีน้ำสะอาดหรือการประปา	เทศบาลเมืองข้อ 1-7 และมีหน้าที่เพิ่มเติมดังนี้
3. รักษาความสะอาดของถนนหรือทางเดิน และที่สาธารณะ รวมทั้งการกำจัดขยะมูลฝอยสิ่งปฏิกูล	2. ให้มีโรงฆ่าสัตว์	1. ให้มีและบำรุงการสงเคราะห์มารดาและเด็ก
4. ป้องกันและระงับโรคติดต่อ	3. ให้มีและบำรุงสถานที่ทำการพิทักษ์และรักษาคนเจ็บไข้	2. กิจการอย่างอื่นซึ่งจำเป็นเพื่อการสาธารณสุข
5. ให้มีเครื่องใช้ในการดับเพลิง	4. ให้มีและบำรุงทางระบายน้ำ	3. การควบคุมสุขลักษณะและอนามัยในร้านจำหน่ายอาหาร โรงมหรสพและสถานบริการ
6. ให้ราษฎรได้รับการศึกษาอบรม	5. ให้มีและบำรุงส้วมสาธารณะ	4. จัดการเกี่ยวกับที่อยู่และการบำรุงแหล่งเสื่อมโทรม
7. ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน และผู้พิการ	6. ให้มีและบำรุงการไฟฟ้าหรือแสงสว่างโดยวิธีอื่น	5. จัดให้มีและควบคุมท่าเรือท่าข้ามและที่จอดรถ
8. บำรุงศิลปะจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น	7. ให้มีการดำเนินกิจการโรงรับจำนำหรือสถานสินเชื่อท้องถิ่น	6. การวางผังเมืองและควบคุมการก่อสร้าง

เทศบาลตำบล	เทศบาลเมือง	เทศบาลนคร
9. หน้าที่อื่นตามที่กฎหมายบัญญัติให้เป็นหน้าที่ของเทศบาล		7. การส่งเสริมกิจการท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 หน้าที่ของเทศบาลที่อาจจัดทำตาม พระราชบัญญัติเทศบาล (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2546
มาตรา 51, 54 และ 57

เทศบาลตำบล	เทศบาลเมือง	เทศบาลนคร
1. ให้มีน้ำสะอาดหรือการประปา 2. ให้มีโรงฆ่าสัตว์ 3. ให้มีตลาด ท่าเทียบเรือและท่าข้าม 4. ให้มีสุสานและฌาปนสถาน 5. บำรุงและส่งเสริมการทำมาหากินของราษฎร 6. ให้มีและบำรุงสถานที่ทำการพิทักษ์และรักษาคนเจ็บไข้ 7. ให้มีและบำรุงการไฟฟ้าหรือแสงสว่างโดยวิธีอื่น	1. ให้มีตลาด ท่าเทียบเรือและท่าข้าม 2. ให้มีสุสานและฌาปนสถาน 3. บำรุงและส่งเสริมการทำมาหากินของราษฎร 4. ให้มีและบำรุงการสงเคราะห์มารดาและเด็ก 5. ให้มีและบำรุงโรงพยาบาล 6. ให้มีสาธารณสุขการ 7. จัดทำกิจการซึ่งจำเป็นเพื่อการสาธารณสุข 8. จัดตั้งและบำรุงโรงเรียนอาชีวศึกษา	มีหน้าที่เช่นเดียวกับเทศบาลเมืองข้อ 1-12

บริบทของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

1. สภาพทั่วไป

1.1 สภาพที่ตั้ง

เทศบาลตำบลเวียงน้ำ ห่างจากที่ว่าการอำเภอเมืองมหาสารคาม ประมาณ 5 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับตำบลต่าง ๆ ดังนี้

ด้านทิศเหนือ ตั้งแต่หลักเขตที่ 1 ซึ่งตั้งอยู่ตามแนวเส้นฉากกับศูนย์กลางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 23 บ้านไผ่-อุบลราชธานี ฟากใต้ ระยะ 500 เมตร ตรงจุดที่ห่างจากจุดศูนย์กลางถนน รพช. หมายเลข มก.12047 บรรจบกับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 23 บ้านไผ่-อุบลราชธานี ตามแนวทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 23 บ้านไผ่-อุบลราชธานี ไปทางทิศตะวันตก ระยะ 200 เมตร

จากหลักเขตที่ 1 เป็นเส้นขนานกับศูนย์กลางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 23 บ้านไผ่-อุบลราชธานี ระยะ 500 เมตร ไปทางทิศตะวันออก ผ่านทางหลวงจังหวัดมหาสารคาม หมายเลข 2040 แยกทางหลวงหมายเลข 23 (นางไย) บรรจบทางหลวงหมายเลข 2063 (วาปีปทุม) ถึงหลักเขตที่ 2 ซึ่งตั้งอยู่ตามแนวเส้นตั้งฉากกับศูนย์กลางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 23 บ้านไผ่-อุบลราชธานี ตรงจุดที่ห่างจากศูนย์กลางที่ดินนบ้านนางไยไปบรรจบกับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 23 ตามแนวทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 23 บ้านไผ่-อุบลราชธานี ไปทางทิศตะวันออกระยะ 500 เมตร

ด้านทิศตะวันออก จากหลักเขตที่ 2 เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ถึงหลักเขตที่ 3 ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนบ้านดงน้อย ฟากเหนือ ตรงจุดที่อยู่ห่างจากจุดศูนย์กลางที่ดินนบ้านดงน้อยบรรจบกับทางหลวงจังหวัดหมายเลข 2040 แยกทางหลวงหมายเลข 23 (นางไย) บรรจบกับทางหลวงหมายเลข 2063 (วาปีปทุม) ตามแนวถนนไปทางบ้านดงน้อยไปทางทิศตะวันออก ระยะทาง 1,700 เมตร

จากหลักเขตที่ 4 ซึ่งตั้งอยู่ถนนบ้านจันทน์ ฟากตะวันออก ตรงจุดที่อยู่ตามแนวเส้นขนานกับศูนย์กลางทางหลวงจังหวัดหมายเลข 2040 แยกทางหลวงหมายเลข 23 (นางไย) บรรจบทางหลวง

ด้านทิศตะวันตก จากหลักเขตที่ 5 เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ผ่านถนนไปทางบ้านหินลาด ถึงหลักเขตที่ 6 ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนไปบ้านหินลาด ฟากเหนือตรงจุดที่

อยู่ห่างจากจุดศูนย์กลางที่ถนน รพช. หมายเลข 12047 บรรจบกับถนนไปบ้านหินลาด ตามแนวถนนไปบ้านหินลาดไปทางทิศตะวันตก ระยะ 300 เมตร

1.2 เนื้อที่

อาณาเขตของเทศบาลตำบลเวียงน้าง มีเนื้อที่ประมาณ 9.88 ตารางกิโลเมตร

1.3 ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูงไม่มีภูเขา ระดับพื้นที่โดยเฉลี่ยสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 130-230 เมตร พื้นที่ทางการเกษตรมีสภาพเป็นดินทรายขาดอินทรีย์วัตถุ โดยมีลักษณะเป็นเนินลาด มีเพียงลำห้วยเล็ก ๆ โดยมีลักษณะเป็นเนินลาด มีเพียงลำห้วยเล็ก ๆ อยู่กระจัดกระจายไม่มีน้ำขัง มีป่าไม้เบญจพรรณ ไม่มีภูเขา ไม่มีแม่น้ำ

1.4 สภาพทางการปกครอง

จำนวนหมู่บ้านมี 4 หมู่บ้าน ได้แก่

1.4.1 หมู่ที่ 1 บ้านหนองแวง

1.4.2 หมู่ที่ 8 บ้านหนองแวง

1.4.3 หมู่ที่ 9 บ้านหนองเส็ง

1.4.4 หมู่ที่ 11 บ้านหนองเจริญ

ตารางที่ 4 ข้อมูลประชากรเทศบาลตำบลเวียงน้าง

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	จำนวนหลังคาเรือน	จำนวนประชากร		รวม
			ชาย	หญิง	
1	บ้านหนองแวง	402	771	795	1,566
8	บ้านหนองแวง	402	771	795	1,566
9	บ้านหนองเส็ง	219	315	325	640
11	บ้านหนองเจริญ	423	384	401	785
รวม		1,446	2,241	2,316	4,557

ที่มา : เทศบาลตำบลเวียงน้าง. 2557 : 3

1.5 สภาพทางเศรษฐกิจ

1.5.1 อาชีพประชากรในเขตเทศบาลตำบลเวียงน่างมีการประกอบอาชีพหลักคือ เกษตรกรรม อาชีพรองลงมาคือ รับจ้างและค้าขาย

1.5.2 การปลูกพืช เศรษฐกิจที่ปลูกในเขตเทศบาลตำบลเวียงน่าง ได้แก่ ข้าว ปอ ข้าวโพด ไม้ผล และพืชผักต่างๆ

1.5.3 สภาพทางสังคม

การศึกษา

- | | |
|-------------------------------|--------|
| 1) โรงเรียนประถมศึกษา | 1 แห่ง |
| 2) ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กของเอกชน | 1 แห่ง |

1.5.4 สถาบันและองค์กรทางศาสนา

วัด/สำนักสงฆ์	5 แห่ง
---------------	--------

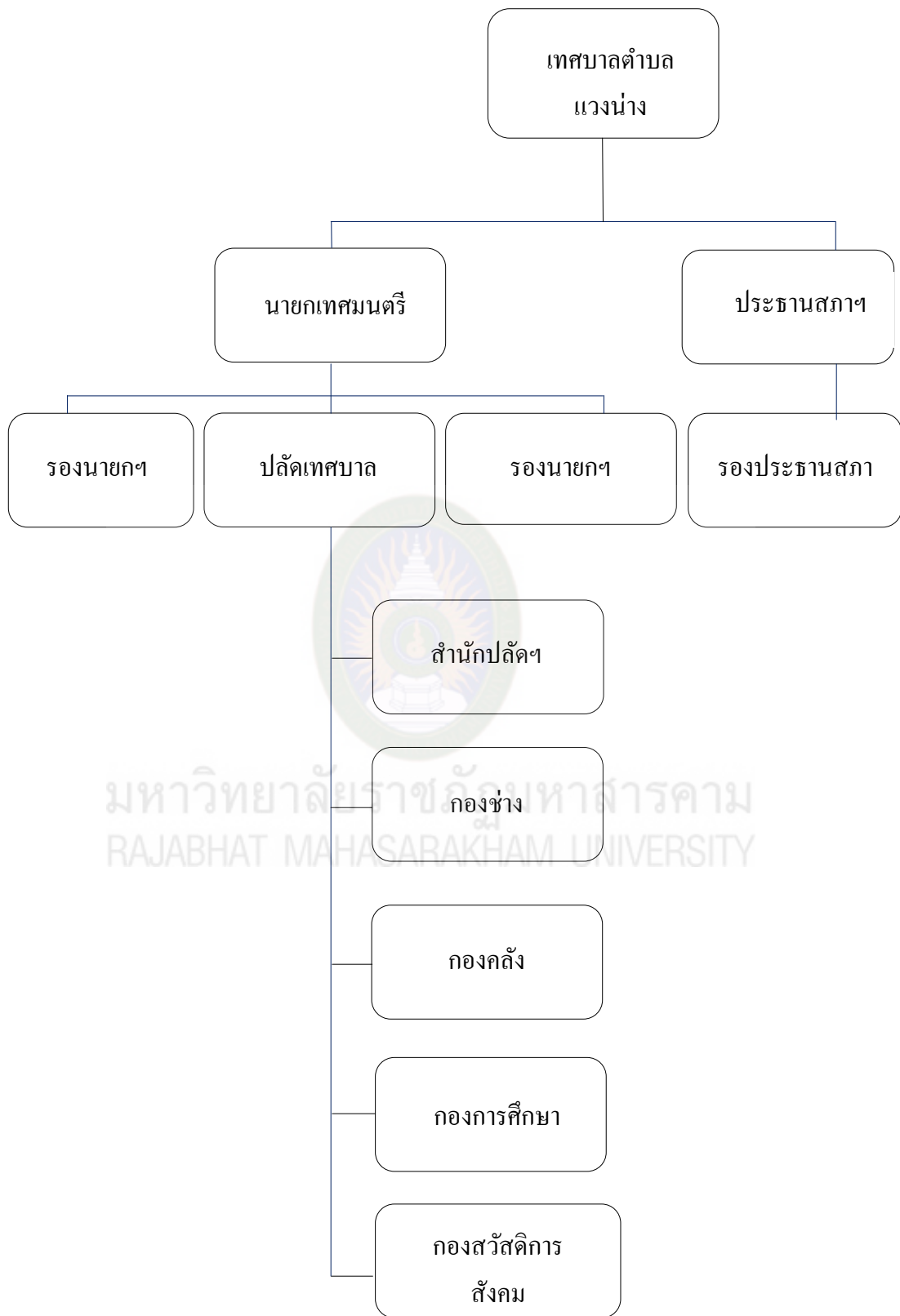
1.5.5 สาธารณสุข

สถานีอนามัยประจำตำบล/หมู่บ้าน	1 แห่ง
สถานพยาบาลเอกชน	3 แห่ง

1.5.6 ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินปีอมยามตำรวจ 1 แห่ง

สรุปได้ว่า ปัจจุบันเทศบาลตำบลเวียงน่าง มีฐานะเป็นนิติบุคคลและเป็นราชการส่วนท้องถิ่น มีโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ ตามที่กฎหมายกำหนด มีหน้าที่ในการพัฒนาเทศบาลในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม นำทางการเมืองระดับท้องถิ่นหรือนายกเทศมนตรีตำบลมาจากการเลือกตั้ง โดยตรงจากประชาชน มีวาระการดำรงตำแหน่ง 4 ปี มีอำนาจหน้าที่กำหนดนโยบายโดยไม่ขัดต่อกฎหมายรับผิดชอบ ในการบริหารราชการเทศบาล เทศบัญญัติระเบียบและข้อบังคับของทางราชการ ปฏิบัติหน้าที่ตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้และกฎหมายอื่น ๆ

เทศบาลเป็นรูปแบบการปกครองท้องถิ่นที่เป็นประชาธิปไตยรูปแบบหนึ่ง เพราะมีลักษณะการจัดโครงสร้างทั้งฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายบริหารที่มาจาก การเลือกตั้ง โดยตรงจากประชาชน



แผนภาพที่ 2 โครงสร้างการบริหารงานเทศบาล ตำบลเวียงน้าง

ที่มา : เทศบาลตำบลเวียงน้าง. 2556 :159

2. อัตรากำลัง

2.1 สมาชิกสภาเทศบาล	จำนวน	12 คน
2.2 พนักงานเทศบาล	จำนวน	24 คน
2.3 ลูกจ้างประจำ	จำนวน	1 คน
2.4 พนักงานจ้างตามภารกิจ	จำนวน	6 คน
2.5 พนักงานจ้างทั่วไป	จำนวน	8 คน
2.6 ลูกจ้างชั่วคราว	จำนวน	9 คน
2.7 ลูกจ้างบริการ	จำนวน	28 คน

3. วิสัยทัศน์การพัฒนาเทศบาล

“มุ่งมั่นพัฒนาชุมชนแขวงนางน้ออยู่ ควบคู่การบริหารที่ดี ประชาชนมีส่วนร่วม รวมพลังสร้างวัฒนธรรมอันดีงาม”

4. พันธกิจหลัก

เพื่อให้การพัฒนาเทศบาลตำบลแขวงนางน้อ บรรลุผลตามวิสัยทัศน์และอำนาจหน้าที่ ตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2546 และพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ที่ได้กำหนดไว้จึงได้กำหนดแนวทางการพัฒนาตามภารกิจดังนี้

4.1 ภารกิจหลักและภารกิจรองที่เทศบาลจะดำเนินการภารกิจหลัก

- 4.1.1 ด้านการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน
- 4.1.2 ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต
- 4.1.3 ด้านการจัดระเบียบชุมชนสังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย
- 4.1.4 ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 4.1.5 ด้านการพัฒนาการเมืองและการบริหาร
- 4.1.6 ด้านการส่งเสริมการศึกษา
- 4.1.7 ด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยภารกิจรอง
- 4.1.8 การฟื้นฟูวัฒนธรรมและส่งเสริมประเพณี
- 4.1.9 การสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพกลุ่มอาชีพ
- 4.1.10 การส่งเสริมการเกษตรและการประกอบอาชีพทางการเกษตร

4.1.11 ด้านการวางแผนการส่งเสริมการลงทุน

4.2 จุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา

ด้านการเมืองและการบริหาร

4.2.1 ส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตยในระบบรัฐสภา

อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข

4.2.2 ประสานงานกับสมาชิกสภาเทศบาลส่วนราชการภายในตำบลและส่วนราชการอื่น ๆ ตลอดจนองค์กรเอกชนอย่างใกล้ชิด เพื่อรับทราบถึงปัญหาและความต้องการของประชาชนในพื้นที่อย่างแท้จริงอันจะนำมาสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันเพื่อจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นที่ไม่ซ้ำซ้อนสามารถใช้งบประมาณที่มีอยู่ในการแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4.2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกระดับเฉพาะอย่างยิ่งการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น

4.2.4 พัฒนาและปรับปรุงองค์กรทั้งในด้าน โครงสร้างบุคลากรอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องจักรกลเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานพร้อมที่จะรองรับการถ่ายโอนภารกิจตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ตลอดจนการทำงานให้สอดคล้องกับประกาศคณะกรรมการกระจายอำนาจฉบับลงวันที่ 13 สิงหาคม 2546

4.3 นโยบายด้านเศรษฐกิจเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและการเติบโตทางเศรษฐกิจของสังคมโดยรวม

4.3.1 พัฒนาและปรับปรุงวิธีการผลิตภาคเกษตร โดยเน้นเกษตรกรอินทรีย์เพื่อลดรายจ่ายและเพิ่มรายได้แก่เกษตรกรให้มีความเป็นอยู่อย่างพอเพียงตลอดจนขยายโอกาสในการลงทุนเพิ่มขึ้น

4.3.2 พัฒนาและจัดหาแหล่งน้ำเพิ่มเติม เพื่อให้ประชาชนมีน้ำใช้อย่างเพียงพอทั้งการอุปโภคบริโภคตลอดจนการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์

4.3.3 ก่อสร้างและทำนุบำรุงเส้นทางคมนาคมให้อยู่ในสภาพดีมีแสงสว่างเพียงพอ เพื่อความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัยในการสัญจรการขนถ่ายผลิตผลทางการเกษตร การท่องเที่ยวและดึงดูดนักลงทุนเพื่อให้มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น

4.3.4 ส่งเสริมการลงทุนและสนับสนุนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยการพัฒนาทักษะแนวคิดในการปรับปรุงคุณภาพรูปแบบตลอดจนกระบวนการ

ผลิตที่มีประสิทธิภาพโดยเน้นการใช้วัสดุและแรงงานที่สามารถจัดหาได้ในท้องถิ่นแต่ต้องไม่ทำลายสภาพแวดล้อมพร้อมทั้งช่วยจัดหาตลาดในการจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ

4.4 นโยบายด้านสังคม

4.4.1 รมรงค์และต่อต้านยาเสพติดทุกชนิดให้หมดไป โดยเน้นการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นทั้งภาคราชการและภาคประชาชน

4.4.2 ส่งเสริมการกีฬาและสาธารณสุข เพื่อให้ประชาชนทุกเพศทุกวัยมีสุขภาพดีตลอดจนส่งเสริมให้เยาวชนที่มีความสามารถในกีฬาประเภทต่าง ๆ เข้าร่วมการแข่งขันที่มีการจัดขึ้นในทุกระดับ

4.4.3 ส่งเสริมการศึกษา เพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชนให้มีความรักเรียนรักพ่อแม่รักครูอาจารย์ให้ความเคารพผู้อาวุโสและเป็นแบบอย่างที่ดีแก่บุคคลในชุมชน/สังคม

4.4.4 ส่งเสริมและขยายโอกาสด้านการศึกษา เพื่อพัฒนาและเพิ่มพูนให้ประชาชนมีความรู้มีอาชีพที่ยั่งยืนตลอดไป

4.4.5 ส่งเสริมโครงการอาหารปลอดภัย (FOOD SAFETY) ตามร้านค้าและแหล่งชุมชน

4.4.6 ส่งเสริมความเป็นธรรม และ โอกาสที่เท่าเทียมกันในสังคม

4.4.7 ส่งเสริมทำนุบำรุงศาสนา และอนุรักษ์วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น

4.4.8 สนับสนุนบทบาทของประชาชนทุกหมู่เหล่าให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมมากขึ้น

4.4.9 ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และเร่งแก้ไขปัญหาสังแวดล้อมเฉพาะอย่างยิ่งที่เกิดจากสิ่งปฏิกูลขยะมูลฝอยและน้ำเสียที่เกิดขึ้นในอนาคต

4.4.10 ป้องกันและช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนจากภัยธรรมชาติและอัคคีภัย

4.4.11 ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีในสังคม

4.4.12 ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดียิ่งขึ้นทั้งในเด็กสตรี คนชราและผู้พิการ

5. งานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง

เทศบาลตำบลเวียงน้าง (2549 : 26-30) ได้กำหนดกรอบงานประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

5.1 งานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้าง

ขั้นตอนและแนวทางปฏิบัติ

5.1.1 การได้รับทราบนโยบายของผู้บริหารเทศบาล ตำบลเวียงน้าง

5.1.2 การได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของเทศบาลตำบล

เวียงน้าง

5.1.3 การได้รับความรู้ใหม่ ๆ และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน

5.1.4 ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารของเทศบาล ตำบลเวียงน้าง

และความชัดเจนของเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาล ตำบลเวียงน้าง

5.1.5 ความสะดวกในการเข้าถึง/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบล

เวียงน้าง

5.2 งานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน

ขั้นตอนและแนวทางปฏิบัติ

5.2.1 สนับสนุนการใช้สื่อ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสารที่เหมาะสมกับชุมชนและท้องถิ่นของเทศบาล ตำบลเวียงน้าง

5.2.2 สนับสนุนจัดให้มีศูนย์ประชาสัมพันธ์แก่ชุมชนหรือท้องถิ่น

5.2.3 การจัดบริการด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ชุมชนหรือท้องถิ่น โดยผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ

5.2.4 ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่ได้รับ สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและช่วยเหลือสังคมได้

5.2.5 การให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์สู่ชุมชน และท้องถิ่นร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

5.3 งานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชน

ขั้นตอนและแนวทางปฏิบัติ

5.3.1 การสนับสนุนให้ชุมชน สื่อมวลชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความสำเร็จของชุมชนอย่างต่อเนื่อง

5.3.2 การสร้างความเข้าใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรที่ถูกต้องแก่ประชาชน และสื่อมวลชน

5.3.3 สร้างความเชื่อมั่นและความศรัทธา ด้านความรับผิดชอบขององค์กร แก่ชุมชนและสื่อมวลชน

5.3.4 ประสานสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเทศบาล ตำบลเวียงนาง กับชุมชน สื่อมวลชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน

5.3.5 ปลูกสร้างจิตสำนึก การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการนำไปใช้ของ ทุกภาคส่วน

5.4 งานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ท้องถิ่นร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชน

ขั้นตอนและแนวทางปฏิบัติ

5.4.1 การรวบรวมแหล่งทรัพยากรในชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม

5.4.2 การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานหรือองค์กรภาครัฐและเอกชน ใน การประชาสัมพันธ์งานด้านวัฒนธรรมต่าง ๆ

5.4.3 ถ่ายทอดองค์ความรู้ โดยใช้สื่อต่าง ๆ ด้านการประชาสัมพันธ์ทาง วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ชุมชนอย่างเหมาะสม

5.4.4 การร่วมสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการประชาสัมพันธ์เพื่อ ถ่ายทอดวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

5.4.5 การสร้างความเชื่อมั่นและความศรัทธาด้านความรับผิดชอบต่อในงาน ประชาสัมพันธ์แก่ชุมชนและสื่อมวลชน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีงานวิจัยที่เป็นประโยชน์และเป็นแนวทาง ที่สำคัญต่องานประชาสัมพันธ์ของเทศบาล ตำบลเวียงนาง ดังนี้

สุธิดา คำวงษา (2545 : 100-110) ได้วิจัยการประชาสัมพันธ์และการรับรู้ข่าว ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาเขตนครพนม มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าว เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ 3 ด้านดังนี้ คือ สื่อบุคคลมีการเผยแพร่ข่าว

โดยอาจารย์เจ้าหน้าที่นิสิตข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจประชาชนทั่วไป และนักเรียน นักศึกษาด้านสื่อมวลชน โดยการขอความอนุเคราะห์ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทาง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นผู้สื่อข่าวท้องถิ่นสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดนครพนม และ จังหวัดใกล้เคียง ด้านสื่อสิ่งพิมพ์มีการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ โดยใช้คำย่อที่จดหมายข่าว จดหมายราชการข้าราชการครูมีการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ใน ระดับน้อยข้าราชการครูที่มีเพศต่างกันมีการรับรู้ข่าว โดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน

พจนานุกรม (2545 : 103-109) ได้วิจัยสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนา การดำเนินงานสารสนเทศของสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือใน การดำเนินงานสารสนเทศ 6 ด้านคือ ด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้านการประมวลผลข้อมูล ด้านการจัดเก็บรักษาข้อมูล ด้านการนำเสนอข้อมูล ด้านการเผยแพร่ข้อมูล และด้านการพัฒนา ระบบเครือข่ายและฐานข้อมูลผลการวิจัยพบว่า

1. มีสภาพการดำเนินงานสารสนเทศ ดังนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบ รายงานประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS จัดเก็บรักษาข้อมูลในแฟ้มเอกสารนำเสนอ ข้อมูลด้วยเอกสารรายงานเผยแพร่ ด้วยการจัดป้ายนิเทศการเชื่อมโยงสารสนเทศกับเครือข่าย อินเทอร์เน็ตและจัดทำฐานข้อมูลด้วย Word

2. บุคลากรโดยรวมและจำแนกตามสถานภาพและกองที่สังกัดมีปัญหา การดำเนินงานสารสนเทศ โดยภาพรวมและรายด้านทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับปานกลางยกเว้น ด้านการพัฒนาและฐานข้อมูลอยู่ในระดับมากและบุคลากรกองวิทยาลัยเทคนิค มีปัญหาด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการประมวลผลข้อมูลและด้านการนำเสนอข้อมูล อยู่ในระดับน้อยและบุคลากรในกองการศึกษาอาชีวศึกษามีปัญหา โดยภาพรวมและรายด้านทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับมาก

3. บุคลากรเห็นด้วยต่อแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสารสนเทศ โดยภาพรวมและรายด้านทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับมาก

อุบล ธานี (2547 : 140-149) ได้ทำการวิจัยการพัฒนาการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ศูนย์การศึกษาพิเศษประจำจังหวัดร้อยเอ็ดพบว่า มีการดำเนินการพัฒนาตามกล ยุทธ์ 4 วิธีได้แก่ การประชุมสัมมนาการศึกษาคุณภาพการจัดกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และ การเผยแพร่ข่าวสารทางสื่อมวลชนพบว่า บุคลากรในศูนย์การศึกษาพิเศษประจำจังหวัดร้อยเอ็ด มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ได้มีการกำหนดทิศทางการพัฒนาวิสัยทัศน์ การประชาสัมพันธ์พันธกิจยุทธศาสตร์ โครงการกิจกรรมที่จะดำเนินการเพื่อพัฒนา

การประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินการประชุมสัมมนาพบว่า บุคลากรของศูนย์เข้าร่วมการประชุมทุกคนผู้เข้าร่วมประชุมอบรมมีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานและทุกคนมีความกระตือรือร้นในการประชุมอบรมผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาต่างรับฟังความคิดเห็นของกลุ่มมีความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์มากขึ้น สามารถที่จะนำความรู้ไปปฏิบัติได้ด้านการศึกษาดูงานพบว่าบุคลากรมีความรู้จากการศึกษาดูงานและได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ได้รับประสบการณ์เป็นอย่างมากในด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นแบบอย่างที่ดี ในการนำไปปฏิบัติบุคลากรทุกคนให้ความสนใจ และเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนที่ได้รับมอบหมายมีความกระตือรือร้นในหาการหาข้อมูล เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์แต่ยังข้อจำกัดในเรื่องของเวลาอยู่ด้านการจัดกิจกรรม กลุ่มสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ได้แก่ การทำวารสารประชาสัมพันธ์การทำแผ่นพับเจ้าหน้าที่ทุกคน ให้ความร่วมมือมีความสนใจและรับผิดชอบอย่างเต็มความสามารถและผลการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดี จากการทำเอกสารเผยแพร่ทำให้ผู้ปกครองได้รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในศูนย์และชุมชนให้ความสนใจ โดยได้เสนอแนะและแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการนำมาปรับปรุงในการจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป

นวนลจันทร์ วิเศษศรี (2548 : 100-102) ได้วิจัยการพัฒนาดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนบ้านหัวสะพาน อำเภอเทพสถิต จังหวัดชัยภูมิ พบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการดำเนินงานมีการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานและมีการสำรวจความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการในชุมชนดำเนินการพัฒนา โดยใช้กลยุทธ์ 3 กลยุทธ์คือการฝึกอบรมความรู้และทักษะเกี่ยวกับ งานประชาสัมพันธ์การศึกษาดูงาน โรงเรียนที่ประสบความสำเร็จด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ซึ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมต่าง ๆ มีการวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นลยลักษณ์อักษรมีการจัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการ เพื่อรับผิดชอบการปฏิบัติงานอย่างเป็นลยลักษณ์อักษรทำให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบและควบคุมการปฏิบัติงานได้ตามขั้นตอนการปฏิบัติให้มีการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ตามแผนงานที่ได้วางไว้ทุกขั้นตอนทำให้ผู้ปฏิบัติมีแนวทางในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน สามารถทราบได้ว่างานต่าง ๆ จะแล้วเสร็จเมื่อใด และสามารถวางแผนงานล่วงหน้าต่อไปสำหรับงานอื่น ๆ ได้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์สามารถปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์แต่ละกิจกรรมได้สำเร็จลุล่วง ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแผนและจากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนบ้านหัวสะพานดีมาก

รัชนิกร อินทรักษา (2548 : 99-106) ได้วิจัยการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานของส่วนราชการสังกัดกระทรวงแรงงาน และสวัสดิการสังคม จังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่าบุคลากร โดยรวมและจำแนกตามประเภทของหน่วยงานมีการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีการใช้สื่อบุคคลอยู่ในระดับมากบุคลากรสังกัดประเภทหน่วยงาน แตกต่างกันมีการใช้สื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน โดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้านไม่แตกต่างกัน

ภัทรวรรณ ชนพัฒน์จิร โขติ (2549 : 100-103) ได้วิจัยการพัฒนาระบบงาน

ประชาสัมพันธ์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีกรอบการพัฒนา งานประชาสัมพันธ์ 3 ด้านคือ งานประชาสัมพันธ์ภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัย งานเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน และงานบริการด้านข้อมูลข่าวสารพบว่า งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจต่อการให้บริการ ในการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย จัดทำสื่อในการประชาสัมพันธ์ได้ อย่างเหมาะสมเพื่อติดต่อสื่อสาร ได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ส่วนงานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ หน่วยงานต่อสาธารณชนพบว่า เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจในการรวบรวมและเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายวัตถุประสงค์การดำเนินการผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนความ เคลื่อนไหวขององค์กรให้ทุกฝ่ายได้รับทราบอย่างถูกต้อง ทันเหตุการณ์เป็นปัจจุบันและ ต่อเนื่อง โดยวิธีการจัดทำข่าวสารบนเว็บไซต์การจัดทำสารบัญชิตดการจัดทำประกาศและการ จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และงานบริการด้านข้อมูลข่าวสารพบว่า เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจการจัดระบบตรวจสอบระบบ และแสวงหาข้อมูลข่าวสารมา ให้บริการมากขึ้นและครอบคลุมไม่สลับซับซ้อน การเข้าใช้ระบบสะดวกรวดเร็วประหยัดเวลา และมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามควรที่จะพัฒนาระบบการบริการด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อ นำเสนอและประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายรูปแบบ

วรรณภา คงเดช (2551 : 85-87) ได้ศึกษาการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

องค์การบริหารส่วนตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ปัญหาที่พบ คือ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาระบบงาน ประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร มีน้อยและไม่ต่อเนื่องจึงได้พัฒนา โดย การอบรมการศึกษาดูงานและการนิเทศหลังจากการอบรม และศึกษาดูงานแล้วผลปรากฏว่า เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจทำให้เกิดการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารมีความ ครอบคลุมและทั่วถึงควรจัดส่งเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เข้าร่วมประชุมสัมมนา

อบรมหรือการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจให้สามารถปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ให้บรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งต้องดำเนินการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

สิงหะ เฉลยฤทธิ์ (2551 : 108-110) ได้ศึกษาการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลมุกดาหาร อำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร ก่อนดำเนินการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์พบว่า ข้อมูลข่าวสารไม่เป็นปัจจุบันส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องล่าช้าไม่ต่อเนื่อง จึงได้พัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ โดยใช้กลยุทธ์ในการพัฒนา คือ การประชุมระดมความคิดการประชุมเชิงปฏิบัติการและการนิเทศติดตามผล และผลการพัฒนาพบว่า ผู้ร่วมศึกษาค้นคว้ามีความรู้ความเข้าใจและสามารถพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ตามขั้นตอน ได้ทุกคนและแก้ปัญหาการบริหารจัดการระบบงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พอสรุปได้ว่าหน่วยงานส่วนใหญ่ยังมองไม่เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ยังไม่เข้าใจงานประชาสัมพันธ์จึงไม่จัดบุคลากรที่รับผิดชอบและงบประมาณให้ โดยเฉพาะงานประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานฝากไว้กับงานอื่น ๆ เท่านั้น

สุรารักษ์ สีแสง (2551 : 118-120) ได้ศึกษาการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี โดยใช้กลยุทธ์การประชุมสัมมนาการฝึกอบรมทำให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจ การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีศูนย์ Hotline ประสานงานเครือข่าย ประชาสัมพันธ์มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารมีเครือข่าย ประชาสัมพันธ์สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการติดต่อสื่อสารทั่วถึงมากขึ้น เป็นปัจจุบันรวดเร็วถูกต้องและต่อเนื่อง แต่ยังมีจุดอ่อนที่ควรพัฒนาคืองานประชาสัมพันธ์ขาดงบประมาณในการสนับสนุนและส่งเสริมงานประชาสัมพันธ์ เพื่อพัฒนาบุคลากรมีค่อนข้างจำกัดการศึกษาเปรียบเทียบระดับการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ตามตัวแปรต้นคือเพศการศึกษาอาชีพและหมู่บ้านที่อาศัยอยู่พบว่าตัวแปรต้นที่มีผลทำให้การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือเพศการศึกษาอาชีพและหมู่บ้านที่อาศัยอยู่

กัญชลี สุขศรีสง่า (2552 : 102-103) ได้วิจัยการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลสำราญ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า การพัฒนาระบบงาน ประชาสัมพันธ์ โดยใช้กลยุทธ์การประชุมเชิงปฏิบัติการและการศึกษาดูงานทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงงานประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบลทั้งระบบ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบใน กิจกรรมต่าง ๆ ทำงานได้คล่องตัวเกิดความมั่นใจการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากองค์การบริหาร ส่วนตำบลไปสู่ชุมชนรวดเร็วทั่วถึง ทันสมัย ทันเหตุการณ์ องค์การบริหารส่วนตำบลมี ข้อเสนอเทศสำหรับการพัฒนาแก้ไขปรับปรุง และยังเป็นข้อเสนอเทศสำหรับองค์การบริหารส่วน ตำบลอื่น ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและบุคคลที่สนใจ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการ พัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วิชญ์วริน พูลผลอำนวย (2552 : 98-100) ได้ศึกษาระบบงานประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานประชาสัมพันธ์สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ก่อนการพัฒนากำหนดการในการสร้างเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ ภายในและภายนอกสำนักงานประชาสัมพันธ์สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดนครราชสีมา มีความ ล่าช้าในการติดต่อสื่อสาร ทำให้เสียโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของเครือข่ายภายในและ ภายนอกสำนักงานงานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ไม่เป็นปัจจุบันขาดความต่อเนื่องและงานบริการ ข้อมูลข่าวสารไม่เป็นระบบข้อมูลข่าวสาร มีน้อยขาดความสะดวกรวดเร็วในการค้นคว้าทำให้ ขาดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังพบปัญหาในเรื่องขาดบุคลากรที่รับผิดชอบ งานประชาสัมพันธ์ โดยตรงจากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากการพัฒนาระบบงาน ประชาสัมพันธ์พบว่า เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความรู้ความเข้าใจพัฒนา ระบบงานประชาสัมพันธ์ดี และมีประสิทธิภาพการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและ ภายนอกการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชนและการให้บริการด้านข้อมูล ข่าวสารมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การเก็บรวบรวมระเบียบคำสั่งกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับงาน วัฒนธรรมเป็นหมวดหมู่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ ทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น เจ้าหน้าที่เกิดความรู้ความเข้าใจ สามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างต่อเนื่อง

พรธิดา ภาสีท้วนอก (2552 : 97-101) ได้วิจัยการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ องค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า บุคลากรมีความรู้ ความสามารถในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็น ไปอย่างมีระบบตามกรอบงาน ประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ด้าน คือ งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์การบริหารส่วนตำบล ศรีภูมิก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลง การดำเนินงานสามารถดำเนินการปฏิบัติตามขั้นตอนและ

วิธีการแต่ละขั้นตอนงานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารองค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิ ต่อสาธารณชน ก่อให้เกิดความราบรื่น ในการดำเนินงานส่งผลให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ครบถ้วน สมบูรณ์ถูกต้องสะดวกรวดเร็ว ผู้ปฏิบัติรับผิดชอบสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้อย่าง เป็นระบบ งานบริการด้านข้อมูลข่าวสารผู้ปฏิบัติงานสามารถดำเนินงานตามขั้นตอนและ วิธีการของแต่ละขั้นตอนได้อย่างถูกต้อง ทำให้ระบบงานประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหาร ส่วนตำบลศรีภูมิ มีความรวดเร็วถูกต้องและเป็นปัจจุบันและผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชาชนที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนา ระบบงานประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิแตกต่างกัน

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Calvin (2001 : 1279-A) ได้วิจัยบทบาทในงานด้านประชาสัมพันธ์ของครู ในชั้นเรียน : การศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติของครูผู้สอนในชั้นเรียนกับผู้บริหารในวิทยาลัย Bryan ISD กับวิทยาลัย College Station ISD ในเมือง Brazos County รัฐเท็กซัสพบว่า 1) ครูใน ชั้นเรียนรู้สึกว่าการปฏิบัติงานในการประชาสัมพันธ์ของครูมีผลต่อการประสบความสำเร็จ ของโรงเรียน 2) ผู้บริหารสถานศึกษาก็ยังรู้สึกเช่นกันว่าบทบาทในการประชาสัมพันธ์ ของครูมีผลต่อการประสบความสำเร็จของโรงเรียน 3) ครูในชั้นเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการฝึกอบรมทั้งก่อนที่จะเข้าไปปฏิบัติงานในด้านการประชาสัมพันธ์และเมื่อขณะที่ ปฏิบัติงานอยู่ 4) ในการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของครูและ ผู้บริหารนั้นควรจะต้องบูรณาการด้านเทคนิคพิเศษอื่น ๆ ซึ่งจำเป็นสำหรับการปฏิรูบบทบาท รวมเข้าไว้ใน โปรแกรมการอบรมด้วย

Turk (2001 : 3400-A) ได้วิจัยผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ใน สถาบันการศึกษาขั้นอุดมศึกษา : การศึกษารูปแบบการทำงานแบบร่วมมือรูปแบบการ ประชาสัมพันธ์และบทบาทในการประชาสัมพันธ์พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลไม่มีรูปแบบการ ประชาสัมพันธ์หรือบทบาทในการประชาสัมพันธ์แบบใดที่เป็นรูปแบบหรือบทบาทที่สำคัญใน สถาบันการศึกษาขั้นอุดมศึกษา แต่จะเป็นการผสมรวมของรูปแบบและบทบาทเหล่านั้น ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่า น่าจะขึ้นอยู่กับปัญหาหรือโอกาสมากกว่าสุดท้ายมีความเป็นไปได้อย่างมาก ที่วิธีการทำงานแบบร่วมมือจะมีประโยชน์ในระดับปานกลางต่องานด้านการประชาสัมพันธ์ และต่อผู้ปฏิบัติงานเหล่านั้น ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์และหรือแสดงบทบาท ในการเป็นผู้บริหารจัดการแบบ 2 ทาง

Chen (2003 : 1235) ได้ศึกษาถึงการประชาสัมพันธ์ โดยใช้อินเทอร์เน็ตที่ทำให้วิธีการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข่าวสารเปลี่ยนแปลงไป ข่าวสารสามารถส่งได้ทุกเวลาและมีความรวดเร็วรวดเร็วไม่มีขีดจำกัดทุกคนสามารถนำเสนอข่าวได้เองจนทำให้เกิดโลกใหม่ในทุกวันนี้แต่ข้อเสียคือข่าวสารส่งได้ภายในไม่กี่วินาที โดยไม่คำนึงถึงว่าข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ ถูกต้องหรือไม่การศึกษานี้เป็นการค้นหาถึงความตระหนักการเตรียมความพร้อมต่อผลกระทบในการทำงานการพัฒนาหนทางใหม่ ๆ จากอินเทอร์เน็ต

Sharif (2004 : 2693-A) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้อินเทอร์เน็ตโดยผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ในประเทศคูเวต : เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาการบริการงานการประชาสัมพันธ์ โรงเรียน เพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียนพัฒนา โดยใช้กลยุทธ์การฝึกอบรมเกี่ยวกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตและการมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งานทำให้ทราบปัญหาที่ชัดเจนแนวทางการดำเนินงาน โรงเรียนควรตั้งเป็นคณะกรรมการดำเนินการเก็บข้อมูล เพื่อจะได้ข้อมูลที่ชัดเจนครอบคลุมในการวางแผนดำเนินการวางแผนควรให้บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวางแผนการติดต่อสื่อสารการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โรงเรียนควรเน้นงานพัฒนาบุคลากรการเพิ่มความรู้ทักษะกระบวนการประชาสัมพันธ์ การประเมินผลปัญหาการประเมินผลอยู่ที่การกำหนดวัตถุประสงค์ในการประเมินผลงาน

Lowry (2001 : 1274) ได้ศึกษาเชิงปริมาณเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย โดยองค์กรด้านการข่าวในส่วนท้องถิ่นศึกษาครั้งนี้ทำการทดสอบว่าองค์กรด้านการข่าวในเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้ ได้ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างไรบ้างจากเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยทุกแห่งภายในประเทศ ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาลส่วนท้องถิ่นและใช้เวลาศึกษาแบบ 4 ปี โดยมีการสำรวจข้อมูลจากองค์กรที่เป็นสื่อด้านการข่าวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ อีก 6 แห่งเพิ่มเติมด้วยผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงระหว่างทัศนคติขององค์กรที่เป็นสื่อในเรื่องเกี่ยวกับเว็บไซต์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกับคุณประโยชน์ที่เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยมีต่อสื่ออื่นนอกจากนี้ยังพบด้วยว่าองค์กรที่เป็นสื่อด้านการข่าวได้ใช้อินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้นและยังมีการทำนายไว้ว่าจะเป็นไปอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

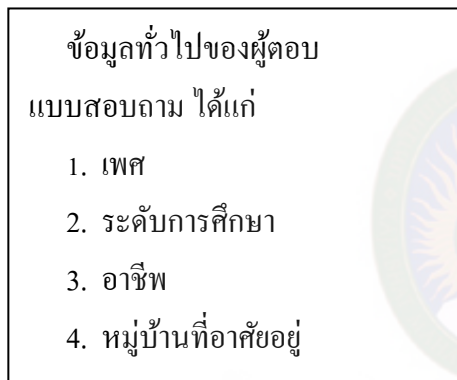
สรุปได้ว่าจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศดังกล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของแต่ละแห่ง โดยสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้การศึกษางานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลแวงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ประสบผลสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น โดยบุคลากรและ

เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านประชาสัมพันธ์ต้องร่วมมือแก้ไขปัญหา โดยการวางแผนการปฏิบัติงานการศึกษากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การพัฒนางานอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

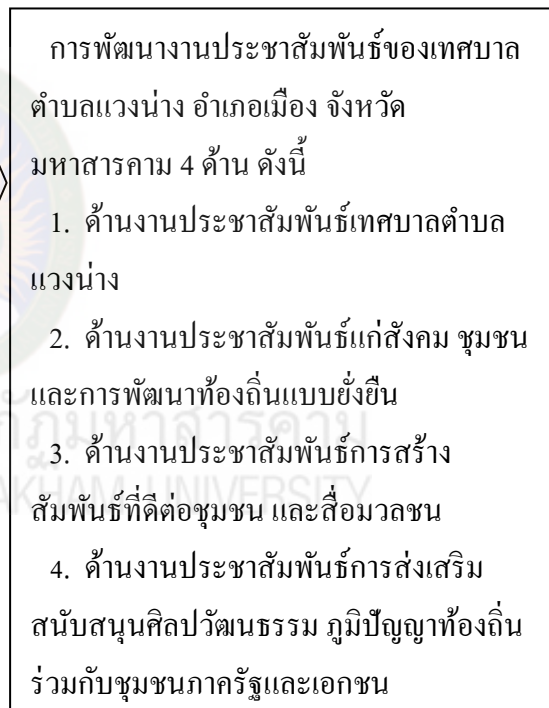
กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังแผนภาพที่ 3

ตัวแปรอิสระ (Independent variables)



ตัวแปรตาม (Dependent variables)



แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยนำเสนอขั้นตอนการวิจัยตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร คือ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 4,557 คน เทศบาลตำบลเวียง (2557 : 3)

2. กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 368 คน ซึ่งได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973 : 727) ดังนี้

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งการวิจัย

ครั้งนี้ได้กำหนดให้มีค่าเท่ากับ .05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตร} \quad n &= \frac{4,557}{1 + [4,557 (0.05)^2]} \\ &= 367.72 \text{ คน} \end{aligned}$$

จากการคำนวณ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 367.72 คน เพื่อให้เป็นไปตามหลักของการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ปัดเศษให้เป็นจำนวนเต็ม ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 368 คน

3. การสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่าง ตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มข้อมูลโดยใช้โควตา เก็บให้ครบทุกหมู่บ้าน

3.2 เลือกตัวอย่างโดยอาศัยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับสลาก โดยผู้วิจัยเตรียมกล่องใส่รายชื่อ 4 กล่องตามจำนวนหมู่บ้าน พร้อมเขียนชื่อหมู่บ้านไว้ข้างกล่องและจัดทำบัญชีรายชื่อทุกหน่วยประชากร ให้ครบถ้วนตามจำนวนหมู่บ้าน และเขียนรายชื่อประชากรแต่ละรายชื่อเป็นอิสระจากกันนำลงกล่องรายชื่อแต่ละหมู่บ้านแล้วทำการจับสลาก พร้อมทั้งบันทึกในบัญชีรายชื่อที่จัดทำไว้ และนำรายชื่อที่จับได้ใส่ลงกล่องคืนแล้วดำเนินการจับสลากตามขั้นตอนแรก เพื่อให้ทุกรายชื่อมีโอกาสถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างได้เท่า ๆ กัน

กรณีจับได้รายชื่อเก่าผู้วิจัยจะนำไปใส่กล่องคืนและจับใหม่จนกว่าจะครบตามจำนวนสัดส่วนของแต่ละหมู่บ้านและจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง 368 คน ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	ประชากร (จำนวน)	กลุ่มตัวอย่าง (จำนวน)
1	บ้านหนองแวง	1,566	127
2	บ้านหนองแวง	1,566	127
3	บ้านหนองเส็ง	640	51
4	บ้านหนองเจริญ	785	63
	รวม	4,557	368

ที่มา : เทศบาลตำบลแวงน่าง 2557 : 3

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทาง โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ เป็นแบบสอบถามรายการ (Check Lists)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลแวงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เป็นแบบสอบถามตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ (Likert Type) มี 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลแวงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

2. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ศึกษาการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการจัดทำแผน และทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลแวงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม วิธีสร้างแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

2.2 ร่างแบบสอบถามโดยอาศัยข้อมูล จากข้อ 2.1 ให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดในการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบล แวงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 4 ด้าน

2.3 สร้างแบบสอบถาม และนำเสนอคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบแก้ไข เสนอแนะ ปรับปรุง เพื่อความเหมาะสม และความถูกต้อง

2.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อ 2.3 เสนอผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหา และความปรนัยของเครื่องมือ ด้านโครงสร้าง ด้านเนื้อหา และการใช้ภาษา ผู้ทรงคุณวุฒิประกอบด้วย

2.4.1 นายปรมัตต์ สิทธิจินดา วุฒิการศึกษา ร.ป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์) ตำแหน่ง นักบริหารงานพัฒนาชุมชนเทศบาลตำบลแวงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

2.4.2 นางสาวพยอม แก้วโยธา วุฒิการศึกษา กศ.ม. (ภาษาไทย) ตำแหน่งครูชำนาญการพิเศษ โรงเรียนบรบือวิทยาคาร อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้ภาษา

2.4.3 นายสมพิศ มัชประโม วุฒิการศึกษา กศ.ม.(วัดผลประเมินผล) ตำแหน่งผู้อำนวยการโรงเรียนชุมชนบ้านจัวบา ตำบลจัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดผลและประเมินผล

3. การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ในการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการ โดยการหาค่า IOC (Index of Congruence) ที่ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.67 ขึ้นไป โดยการหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) ตามเกณฑ์ ดังนี้ บุญชม ศรีสะอาด (2545 : 100)

+1 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ การวิจัยและนิยามศัพท์เฉพาะ

0 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์การ วิจัยและนิยามศัพท์เฉพาะ

-1 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญแน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ การวิจัยและนิยามศัพท์เฉพาะ

3.1 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อตรวจสอบ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา ให้ถูกต้องตามหลักวิชาและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3.2 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญมาแก้ไขและเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหา และความปรนัยของเครื่องมือด้านโครงสร้างด้านเนื้อหา

3.3 นำแบบสอบถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ .67 ขึ้นไป หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ในเขตเทศบาลตำบลเวียงน่าน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยจะนำมาทำการทดสอบหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบสอบถาม และการหาค่าสัมประสิทธิ์อย่างง่าย ระหว่างรายข้อกับรวมทุกข้อ (Item-total Correlation) แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ (α - Coefficient) ของ (Cronbach s Alpha Coefficient) บุญชม ศรีสะอาด (2545 : 99)

3.4 นำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการปรับปรุง แล้วจัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ถึงนายกเทศมนตรีตำบลเวียงน่าน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อขอความอนุเคราะห์และอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
2. ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 368 ชุด โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง
3. จากนั้น นำมาวิเคราะห์ โดยวิธีการทางสถิติด้วยการคำนวณทางคอมพิวเตอร์ และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล นำผลที่ได้เสนอในรูปแบบตารางและแปรผลโดยการบรรยาย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดข้อมูล เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. แบบสอบถามมีลักษณะคำถามแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลางน้อย น้อยที่สุดผู้วิจัยนำมาตรวจให้คะแนนและแปลความหมายคะแนน ดังนี้ บุญชม ศรีสะอาด. (2545 : 103)

ความคิดเห็นมากที่สุด	ให้ 5 คะแนน
ความคิดเห็นมาก	ให้ 4 คะแนน
ความคิดเห็นปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
ความคิดเห็นน้อย	ให้ 2 คะแนน
ความคิดเห็นน้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน

2. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยได้ทำการหาค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเป็นรายกลุ่ม โดยมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ รังสรรค์ สิงหเลิศ (2551 : 186)

ค่าเฉลี่ย	ความคิดเห็น
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

สำหรับข้อมูลที่ได้จากคำถามปลายเปิดได้ทำการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดและดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการจัดจำแนกประเภทข้อความที่มีลักษณะเหมือนกันหรือ คล้ายคลึงกันให้อยู่ในประเภทเดียวกัน จากนั้นวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบของความเรียง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำหลักสถิติมาประกอบการวิเคราะห์แบบสอบถาม ดังนี้

1. หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะที่ต้องการวัดใช้สูตร สมนึก ภัททิยธนี (2546 : 220)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ แทน ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ โดยใช้วิธีหาความเชื่อมั่นใช้ค่าสัมประสิทธิ์ (Alpha Coefficient) ของ (Cronbach)

3. สถิติที่ใช้กับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ การแจก

แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4. สถิติที่ใช้กับการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5. สถิติที่ใช้เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ ใช้ t-test (Independent Samples) ส่วน ระดับการศึกษา อาชีพ และหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ ใช้ F – test (One – way ANOVA) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และหากพบความแตกต่างจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

6. สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อเสนอแนะ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และการพรรณนาความตามเนื้อหา (Content Analysis)



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาล ตำบลแวงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยจะได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลความหมายจากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนด ความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- | | | |
|-----------|-----|---|
| n | แทน | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง |
| \bar{X} | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean) - |
| S.D. | แทน | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| SS | แทน | ผลรวมของค่าส่วนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares) |
| t | แทน | ค่าสถิติทดสอบ t (t - test) |
| F | แทน | ค่าสถิติทดสอบ F (F - Test) |
| df | แทน | ระดับความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom) |
| MS | แทน | ค่าเฉลี่ยผลรวมของส่วนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares) |
| * | แทน | มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 |

ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และหมู่บ้านที่อาศัยอยู่โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมจำแนกเป็นรายด้านและรายข้อ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ ใช้ t-test ส่วนระดับการศึกษา อาชีพ และหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ใช้ค่าความแปรปรวนทางเดียว F-test(One – Way ANOVA)

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยทำการสรุปประเด็นคำถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผลปรากฏ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามเพศระดับการศึกษา อาชีพ และหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	227	61.69
1.2 หญิง	141	38.31
รวม	368	100.00
2. ระดับการศึกษา		
2.1 ประถมศึกษา	136	36.96
2.2 มัธยมศึกษา	108	29.34
2.3 อนุปริญญา	101	27.44
2.4 ปริญญาตรีขึ้นไป	23	6.26
รวม	368	100.00
3. อาชีพ		
3.1 รับจ้าง	111	30.16
3.2 เกษตรกร	141	38.32
3.3 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	57	15.49
3.4 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	59	16.03
รวม	368	100.00
4. หมู่บ้านที่อาศัยอยู่		
4.1 หมู่ที่ 1 บ้านหนองแวง	127	34.52
4.2 หมู่ที่ 8 บ้านหนองแวง	127	34.52
4.3 หมู่ที่ 9 บ้านหนองเส็ง	51	13.85
4.4 หมู่ที่ 11 บ้านหนองเจริญ	63	17.11
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 61.69 เป็นเพศหญิง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 38.31 การศึกษาส่วนใหญ่ระดับประถมศึกษา จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 36.96 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 29.34 และอนุปริญญาจำนวน 101 คน

คิดเป็นร้อยละ 27.44 ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 38.32 รองลงมาคือรับจ้าง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 30.16 และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.03 ส่วนใหญ่มีหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ หมู่ที่ 1 กับหมู่ที่ 8 บ้านหนองแวง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 34.52 รองลงมาคือ หมู่ที่ 11 บ้านหนองเจริญ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 17.11 และหมู่ที่ 9 บ้านหนองเส็ง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.85

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมจำแนกเป็นรายด้านและรายข้อ

1. วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามจำแนกเป็นรายด้านและโดยรวม

การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้ำ	3.58	0.53	มาก
2. ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคมชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน	3.76	0.48	มาก
3. ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชน	3.93	1.13	มาก
4. ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริมสนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชน	4.25	0.43	มาก
รวม	3.88	0.44	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริมสนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชน ($\bar{X}=4.25$) ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชน ($\bar{X}=3.93$) ด้านงานประชาสัมพันธ์แก้สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน ($\bar{X}=3.76$) และด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้าง ($\bar{X}=3.58$)

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้างจำแนกเป็นรายข้อ

ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้าง	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การได้รับทราบนโยบายของผู้บริหารเทศบาลตำบลเวียงน้าง	4.09	0.62	มาก
2. การได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของเทศบาลตำบลเวียงน้าง	4.21	0.54	มาก
3. การได้รับความรู้ใหม่ ๆ และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน	3.43	0.99	ปานกลาง
4. ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารของเทศบาลตำบลเวียงน้าง	3.24	1.06	ปานกลาง
5. ความสะดวกในการเข้าถึง/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้าง	2.95	1.08	ปานกลาง
รวม	3.58	0.53	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้างโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับมากจำนวน 2 ข้อและอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 3 ข้อ เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ การได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของเทศบาลตำบลเวียงน้าง ($\bar{X}=4.21$) การได้รับทราบนโยบายของผู้บริหารเทศบาลตำบลเวียงน้าง ($\bar{X}=4.09$) การได้รับความรู้ใหม่ๆ และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ($\bar{X}=3.43$) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารของเทศบาลตำบลเวียงน้าง ($\bar{X}=3.24$) และความสะดวกในการเข้าถึง/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้าง ($\bar{X}=2.95$)

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืนจำแนกเป็นรายข้อ

ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. สนับสนุนการใช้สื่อ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสารที่เหมาะสมกับชุมชนและท้องถิ่นของเทศบาลตำบลเวียงน้าง	4.03	0.64	มาก
2. สนับสนุนจัดให้มีศูนย์ประชาสัมพันธ์แก่ชุมชนหรือท้องถิ่น	3.50	0.99	ปานกลาง
3. การจัดบริการด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ชุมชนหรือท้องถิ่นโดยผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ	3.20	1.09	ปานกลาง
4. ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่ได้รับ สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและช่วยเหลือสังคมได้	3.97	0.69	มาก

ดำเนินงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
5. การให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์สู่ชุมชนและท้องถิ่นร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน	4.12	0.55	มาก
รวม	3.76	0.48	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคมชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับมากจำนวน 3 ข้อและอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 2 ข้อ เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้การให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์สู่ชุมชนและท้องถิ่นร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ($\bar{X}=4.12$) สนับสนุนการใช้สื่อ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสารที่เหมาะสมกับชุมชนและท้องถิ่นของเทศบาลตำบลเวียงน้าง ($\bar{X}=4.03$) ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่ได้รับ สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและช่วยเหลือสังคมได้ ($\bar{X}=3.97$) สนับสนุนจัดให้มีศูนย์ประชาสัมพันธ์แก่ชุมชนหรือท้องถิ่น ($\bar{X}=3.50$) และการจัดบริการด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ชุมชนหรือท้องถิ่น โดยผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ($\bar{X}=3.20$)

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการ
พัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัด
มหาสารคาม ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และ
สื่อมวลชนจำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดี ต่อชุมชน และสื่อมวลชน	\bar{X}	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. การสนับสนุนให้ชุมชน สื่อมวลชนมีส่วน ร่วมแสดงความคิดเห็นในการเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์ความสำเร็จของชุมชนอย่าง ต่อเนื่อง	4.12	0.55	มาก
2. การสร้างความเข้าใจด้านภาพลักษณ์ของ องค์กรที่ถูกต้องแก่ประชาชนและสื่อมวลชน	4.17	0.57	มาก
3. สร้างความเชื่อมั่นและความศรัทธาด้าน ความรับผิดชอบขององค์กรแก่ชุมชนและ สื่อมวลชน	3.27	0.99	ปานกลาง
4. ประสานสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเทศบาลตำบล เวียงน้างกับชุมชนสื่อมวลชน หน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน	3.73	0.91	มาก
5. ปฏิบัติสร้างจิตสำนึก การปรับเปลี่ยน พฤติกรรมและการนำไปใช้ของทุกภาคส่วน	4.34	4.79	มาก
รวม	3.93	1.13	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์
ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้าง
สัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นราย
ข้อ พบว่าระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบล
เวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามอยู่ในระดับมากจำนวน 4 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง

1 ข้อ เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ปลูกสร้างจิตสำนึก การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และการนำไปใช้ของทุกภาคส่วน ($\bar{X}=4.34$) การสนับสนุนให้ชุมชน สื่อมวลชนมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็นในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความสำเร็จของชุมชนอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}=4.12$) การสร้างความเข้าใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรที่ถูกต้องแก่ประชาชนและ สื่อมวลชน ($\bar{X}=4.17$) ประสานสัมพันธ์ที่ีระหว่างเทศบาลตำบลเวียงน่าง กับชุมชนสื่อมวลชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ($\bar{X}=3.73$) และสร้างความเชื่อมั่นและความศรัทธาด้านความ รับผิดชอบขององค์กรแก่ชุมชนและสื่อมวลชน ($\bar{X}=3.27$)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการ พัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคาม ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชนจำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุน ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับ ชุมชนภาครัฐและเอกชน	\bar{X}	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. การรวบรวมแหล่งทรัพยากรในชุมชนและ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม	4.08	0.71	มาก
2. การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานหรือ องค์กรภาครัฐและเอกชนในการ ประชาสัมพันธ์งานด้านวัฒนธรรมต่าง ๆ	4.39	0.55	มาก
3. ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยใช้สื่อต่าง ๆ ด้าน การประชาสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมและภูมิ ปัญญาท้องถิ่นสู่ชุมชนอย่างเหมาะสม	4.42	0.56	มาก
4. การร่วมสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการ ประชาสัมพันธ์เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมและภูมิ ปัญญาท้องถิ่น	4.43	0.59	มาก

ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุน ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับ ชุมชนภาครัฐและเอกชน	\bar{X}	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
5. การสร้างความเชื่อมั่นและความศรัทธาด้าน ความรับผิดชอบในงานประชาสัมพันธ์แก่ ชุมชนและสื่อมวลชน	3.92	0.62	มาก
รวม	4.25	0.43	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านงานประชาสัมพันธ์ส่งเสริมสนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ การร่วมสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการประชาสัมพันธ์เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ($\bar{X}=4.43$) ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยใช้สื่อต่าง ๆ ด้านการประชาสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ชุมชนอย่างเหมาะสม ($\bar{X}=4.42$) การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานหรือองค์กรภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์งานด้านวัฒนธรรมต่าง ๆ ($\bar{X}=4.39$) การรวบรวมแหล่งทรัพยากรในชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม ($\bar{X}=4.08$) และการสร้างความเชื่อมั่นและความศรัทธาด้านความรับผิดชอบในงานประชาสัมพันธ์แก่ชุมชนและสื่อมวลชน ($\bar{X}=3.92$)

ขั้นตอนที่ 3 เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ แตกต่างกัน ดังตารางที่ 12-18

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตาม เพศ

ด้าน	เพศ				t	Sig. (two-tailed)
	ชาย		หญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้าง	2.78	0.61	2.98	0.59	1.81	.072
2. ด้านงานประชาสัมพันธ์แก้สังคมชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน	2.77	0.70	2.96	0.86	1.33	.187
3. ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชน	3.01	0.63	3.20	0.75	1.45	.150
4. ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริมสนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชน	2.79	0.62	2.65	0.74	1.09	.278
รวม	2.83	0.51	2.94	0.43	1.02	.311

จากตารางที่ 12 พบว่า ประชาชน ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 13 ผลเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	Df	Ss	ms	F	Sig
งานประชาสัมพันธ์ เทศบาลตำบล เวียง	ความแตกต่างระหว่าง กลุ่ม	3	2.016	1.008	3.121	.065
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	114.971	.323		
	รวม	367	116.987			
งานประชาสัมพันธ์ แก้สังคม ชุมชนและ การพัฒนาท้องถิ่น แบบยั่งยืน	ความแตกต่างระหว่าง กลุ่ม	3	.467	.229	.612	.543
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	113.017	.374		
	รวม	367	113.475			
งานประชาสัมพันธ์ การสร้างสัมพันธ์ที่ดี ต่อชุมชน	ความแตกต่างระหว่าง กลุ่ม	3	.281	.141	.298	.742
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	167.928	.472		
	รวม	367	168.209			
งานประชาสัมพันธ์ การส่งเสริม สนับสนุน ศิลปวัฒนธรรม	ความแตกต่างระหว่าง กลุ่ม	3	1.363	.681	1.574	.209
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	154.139	.433		
	รวม	367	155.502			
รวม	ความแตกต่างระหว่าง กลุ่ม	3	.810	.405	1.392	.250
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	103.523	.291		
	รวม	367	104.332			

จากตารางที่ 13 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา ทั้งโดยรวมและรายด้าน พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษา

แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงนาง
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ 0.05



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ด้าน	ระดับการศึกษา											
	ประถมศึกษา		แปลผล	มัธยมศึกษา		แปลผล	อนุปริญญา		แปลผล	ปริญญาตรีขึ้นไป		แปลผล
	\bar{X}	S. D		\bar{X}	S. D		\bar{X}	S. D		\bar{X}	S. D	
1. ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้าง	3.83	0.76	มาก	3.95	0.82	มาก	3.60	0.87	มาก	3.74	0.77	มาก
2. ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนฯ	3.70	0.78	มาก	3.52	0.74	มาก	3.68	0.81	มาก	3.81	0.74	มาก
3. ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนฯ	3.10	0.82	ปานกลาง	3.33	1.01	ปานกลาง	3.32	0.90	ปานกลาง	3.33	1.01	ปานกลาง
4. ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรมฯ	3.11	1.12	ปานกลาง	2.89	1.25	ปานกลาง	3.10	1.13	ปานกลาง	3.12	1.17	ปานกลาง
รวม	3.62	0.82	มาก	3.65	0.91	มาก	3.60	0.84	มาก	3.67	0.83	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ประถมศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียง ($\bar{X} = 3.83$) และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน ๑ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.10$)

มัธยมศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียง มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.95$) และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริมสนับสนุนศิลปวัฒนธรรมมีค่าน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.89$)

อนุปริญญา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนฯ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.68$) และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริมสนับสนุนศิลปวัฒนธรรมมีค่าน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.10$)

ปริญญาตรีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนฯ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.81$) และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริมสนับสนุนศิลปวัฒนธรรมมีค่าน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.12$)

ตารางที่ 15 เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอาชีพ

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	Df	Ss	ms	F	Sig
ประชาสัมพันธ์ เทศบาลตำบล เวียงน้าง	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3	.872	.436	1.337	.264
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	116.115	.326		
	รวม	367	116.987			
ประชาสัมพันธ์ แก้ตั้งชุมชน ฯ	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3	.374	.187	.500	.607
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	133.101	.374		
	รวม	367	133.457			
ประชาสัมพันธ์ การสร้างสัมพันธ์ ที่ดีต่อชุมชน ฯ	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3	1.077	.539	1.147	.319
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	167.132	.469		
	รวม	367	168.209			
ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริม สนับสนุน ฯ	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3	1.088	.544	1.254	.287
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	154.414	.434		
	รวม	367	155.502			
รวม	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3	.111	.056	.190	.829
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	104.221	.293		
	รวม	367	104.332			

จากตารางที่ 15 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอาชีพ โดยรวมและรายด้าน พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 16 ผลเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้างอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
จำแนกตามอาชีพแตกต่างกัน

ด้าน	รับจ้าง		เกษตรกร		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	
	\bar{X}	S. D	\bar{X}	S. D	\bar{X}	S. D	\bar{X}	S. D
1. ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้าง	3.99	0.78	3.85	0.78	3.82	0.74	3.74	0.82
2. ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนฯ	3.84	0.77	3.62	0.79	3.68	0.77	3.69	0.72
3. ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน ฯ	3.25	0.82	3.20	0.82	3.15	0.90	3.48	0.89
4. ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริมสนับสนุนศิลปวัฒนธรรมฯ	3.11	0.82	3.42	0.73	2.85	1.12	2.92	1.50
รวม	3.69	0.80	3.76	0.74	3.56	0.81	3.69	0.88

จากตารางที่ 16 พบว่าผลเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางาน
 ประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอาชีพ
 รับจ้างโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ใน
 ระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.99$)
 อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรม
 มีค่าน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.11$)

เกษตรกร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ใน
 ระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} =$
 3.85) อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน ฯ
 มีค่าน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.20$)

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน
 พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด
 ($\bar{X} = 3.82$) อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุน
 ศิลปวัฒนธรรมมีค่าน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.85$)

ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน
 พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียง มีค่าเฉลี่ยสูง
 ที่สุด ($\bar{X} = 3.74$) อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม
 สนับสนุนศิลปวัฒนธรรมมีค่าน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.92$)

ตารางที่ 17 เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามหมู่บ้านที่อาศัยอยู่

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	Df	Ss	ms	F	Sig
ประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้าง	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3	2.016	1.008	3.121	.065
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	114.971	.323		
	รวม	367	116.987			
ประชาสัมพันธ์แก่สังคมชุมชน ๑	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3	.467	.229	.612	.543
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	113.017	.374		
	รวม	367	113.475			
ประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน ๑	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3	.281	.141	.298	.742
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	167.928	.472		
	รวม	367	168.209			
ประชาสัมพันธ์การส่งเสริมสนับสนุน ๑	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3	1.363	.681	1.574	.209
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	154.139	.433		
	รวม	367	155.502			
รวม	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3	.810	.405	1.392	.250
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	364	103.523	.291		
	รวม	367	104.332			

จากตารางที่ 17 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ ทั้งโดยรวมและรายด้าน พบว่า ประชาชนที่มีหมู่บ้านที่อาศัยอยู่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง ไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 18 เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามจำแนกตามหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ แตกต่างกัน

ด้าน	หมู่บ้านที่อาศัยอยู่											
	หมู่ที่ 1		แปลผล	หมู่ที่ 8		แปลผล	หมู่ที่ 9		แปลผล	หมู่ที่ 11		แปลผล
	\bar{X}	S. D		\bar{X}	S. D		\bar{X}	S. D		\bar{X}	S. D	
1. ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้าง	3.83	0.76	มาก	3.90	0.82	มาก	3.60	0.87	มาก	3.74	0.77	มาก
2. ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนฯ	3.70	0.78	มาก	3.52	0.74	มาก	3.68	0.81	มาก	3.81	0.74	มาก
3. ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน ฯ	3.10	0.82	ปานกลาง	3.33	1.01	ปานกลาง	3.32	0.90	ปานกลาง	3.33	1.01	ปานกลาง
4. ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรมฯ	3.11	1.12	ปานกลาง	2.89	1.25	ปานกลาง	3.10	1.13	ปานกลาง	3.12	1.17	ปานกลาง
รวม	3.62	0.82	มาก	3.65	0.91	มาก	3.60	0.84	มาก	3.67	0.83	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามหมู่บ้านที่อาศัยอยู่

หมู่ที่ 1 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียง ($\bar{X} = 3.83$) และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน ๑ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.10$)

หมู่ที่ 8 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียง ($\bar{X} = 3.90$) และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรมฯ มีค่าน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.89$)

หมู่ที่ 9 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนฯ ($\bar{X} = 3.68$) และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรมฯ มีค่าน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.10$)

หมู่ที่ 11 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนฯ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.81$) และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรมฯ มีค่าน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.12$)

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการ
พัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ข้อเสนอแนะ	จำนวน
1. ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงนาง	
1.1 ควรมีข่าวสารมาคิดเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการอย่างต่อเนื่อง	36
1.2 ควรมีโครงการที่นำเสนอมีความน่าเชื่อถือ	28
1.3 มีการนำข้อมูลโครงการมาประชาสัมพันธ์ในบอร์ดของหมู่บ้านอย่างสม่ำเสมอ	23
2. ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน	
2.1 ควรมีการสร้างจิตสำนึกและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของทุกภาคส่วน	41
2.2 ควรเสริมสร้างการพัฒนาองค์กรและการมีส่วนร่วมในการบริหารทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ	30
2.3 สร้างระบบสนับสนุนการตัดสินใจ การวางแผนการจัดการวิกฤติและความเสี่ยง	25
3. ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชน	
3.1 ควรมีการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มชุมชนในละแวกใกล้เคียง	63
3.2 มีการดำเนินการเพื่อบำเพ็ญประโยชน์และช่วยเหลือกิจการด้านต่างๆ เช่น การส่งเสริมสุขภาพอนามัย การศึกษา การกีฬา นันทนาการ ในชุมชน	33
4. ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชน	
4.1 สนับสนุนให้ชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ และร่วมสร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต	38
4.2 ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการอนุรักษ์ และสืบทอด ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม ภายในท้องถิ่น	35

จากตารางที่ 19 พบว่า ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. **ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน้ำ** มีข้อเสนอแนะจำนวน 3 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ควรมีข่าวสารมาคิดเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการอย่างต่อเนื่องควรมีโครงการที่นำเสนอมีความน่าเชื่อถือ และมีการนำข้อมูลโครงการมาประชาสัมพันธ์ในบอร์ดของหมู่บ้านอย่างสม่ำเสมอ

2. **ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน** มีข้อเสนอแนะจำนวน 3 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ควรมีการสร้างจิตสำนึกและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของทุกภาคส่วน ควรเสริมสร้างการพัฒนาองค์กรและการมีส่วนร่วมในการบริหารทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ และสร้างระบบสนับสนุนการตัดสินใจ การวางแผนการจัดการวิกฤติและความเสี่ยง

3. **ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชน** มีข้อเสนอแนะจำนวน 2 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ควรมีการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มชุมชนในละแวกใกล้เคียงและมีการดำเนินการเพื่อบำเพ็ญประโยชน์และช่วยเหลือกิจการด้านต่างๆ เช่น การส่งเสริมสุขภาพอนามัย การศึกษา การกีฬา นันทนาการ ในชุมชน

4. **ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น** ร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชนมีข้อเสนอแนะจำนวน 2 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่สนับสนุนให้ชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ และร่วมสร้างสรรค์ภูมิปัญญา ท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมการจัดกิจกรรมการอนุรักษ์ และสืบทอด ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมภายในท้องถิ่น

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีการศึกษาประถมศึกษา มีอาชีพเกษตรกร และมีหมู่บ้านที่อาศัยอยู่หมู่ที่ 1 กับหมู่ที่ 8 บ้านหนองเวง

2. ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชนดำเนินงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชนดำเนินงานประชาสัมพันธ์แก้สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน และดำเนินงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน่าง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า

1. เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามจำแนกตามเพศ พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3. เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามจำแนกตามอาชีพ พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

4. เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามจำแนกตามหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ พบว่า ประชาชนที่มีหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

1. สรุปข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้

1.1 ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียง มีข้อเสนอแนะจำนวน 3 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ควรมีข่าวสารมาติด เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการอย่างต่อเนื่องควรมีโครงการที่นำเสนอมีความน่าเชื่อถือ และมีการนำข้อมูลโครงการมาประชาสัมพันธ์

ในบอร์ดของหมู่บ้านอย่างสม่ำเสมอ

1.2 ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน มีข้อเสนอแนะจำนวน 3 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ควรมีการสร้างจิตสำนึกและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของทุกภาคส่วน ควรเสริมสร้างการพัฒนาองค์กรและการมีส่วนร่วมในการบริหารทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ และสร้างระบบสนับสนุนการตัดสินใจ การวางแผนการจัดการวิกฤติและความเสี่ยง

1.3 ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชนมีข้อเสนอแนะจำนวน 2 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ควรมีการสร้างความสัมพันธ์กับ

กลุ่มชุมชนในละแวกใกล้เคียงและมีการดำเนินการเพื่อบำเพ็ญประโยชน์และช่วยเหลือกิจการต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมสุขภาพอนามัย การศึกษา การกีฬา นันทนาการในชุมชน

1.4 ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชนมีข้อเสนอแนะจำนวน 2 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ สนับสนุนให้ชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ และร่วมสร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมการจัดกิจกรรมการอนุรักษ์ และสืบทอดศาสนา ศิลปะวัฒนธรรมภายในท้องถิ่น

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามมีประเด็นที่น่าอภิปราย ดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1 ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามโดยรวม อยู่ในระดับมากผลการศึกษาที่พบจึงไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจในการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายวัตถุประสงค์การดำเนินการผลการปฏิบัติงานตลอดจนความเคลื่อนไหวขององค์กรให้ทุกฝ่ายได้รับทราบอย่างถูกต้องทันเหตุการณ์เป็นปัจจุบันและต่อเนื่องโดยวิธีการจัดทำข่าวสารบนเว็บไซต์ การจัดทำประกาศและการจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยเหตุนี้จึงทำให้ประชาชนเห็นว่ามีพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงมาศ เกิดทอง (2545 : 103-109) ได้วิจัยสภาพปัญหาและแนวทางการดำเนินงานสารสนเทศของสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า บุคลากรเห็นด้วยต่อแนวทางการพัฒนางานสารสนเทศโดยภาพรวม และรายด้านทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุบล ธนาสัย (2547 : 140-149) ได้ทำการวิจัยการพัฒนากิจการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ศูนย์การศึกษาพิเศษประจำจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า การประชาสัมพันธ์อยู่ใน

ระดับดีสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวลจันทร์ วิเศษศรี (2548 : 100-102) ได้วิจัยการพัฒนา
 ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนบ้านหัวสะพานอำเภอเทพสถิตจังหวัดชัยภูมิพบว่า
 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนบ้านหัวสะพานดีมาก
 สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิกร อินทรักษา (2548 : 99-106) ได้วิจัยการใช้สื่อเพื่อ
 ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของส่วนราชการสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
 จังหวัดนครพนมผลการศึกษาพบว่า บุคลากรโดยรวมและจำแนกตามประเภทของหน่วยงานมี
 การใช้สื่อ เพื่อประชาสัมพันธ์โดยมีการใช้สื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก

ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัย สุริดา คำวงษา (2545 : 100-110) ได้วิจัยการ
 ประชาสัมพันธ์และการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคามวิทยาเขตนครพนม
 พบว่า การรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับน้อย ผลการวิจัยไม่
 สอดคล้องกับงานวิจัย พงมาศ เกิดทอง (2545 : 103-109) ได้วิจัยสภาพปัญหาและแนวทาง
 พัฒนาการดำเนินงานสารสนเทศของสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษาในภาคตะวันออกเฉียง
 เหนือ พบว่า บุคลากรโดยรวมและจำแนกตามสถานภาพและกองที่สังกัดมีปัญหาการ
 ดำเนินงานสารสนเทศโดยภาพรวมและรายด้านทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง

สมมุติฐานข้อที่ 2 ประชาชนที่มีเพศระดับการศึกษา อาชีพ และหมู่บ้านที่อาศัยอยู่
 ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ
 อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามแตกต่างกัน

1. ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนางาน
 ประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน
 ผลการวิจัยที่พบไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ประชาชนทั้งชายและหญิง ได้รับการประชาสัมพันธ์ของ
 เทศบาลตำบลเวียงน้ำอย่างรวดเร็วถูกต้องทันเหตุการณ์เป็นปัจจุบันจึงทำให้ประชาชนที่มีเพศ
 ต่างกันมีความคิดเห็นในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธารักษ์ สีแสง (2551 : 118-120) ได้
 ศึกษาการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง
 จังหวัดขอนแก่นผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรต้นที่มีผลทำให้การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์
 ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสีอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น ไม่แตกต่างกันอย่างมี
 นัยสำคัญทางสถิติ คือ เพศ

ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พรธิดา ภาสีทวนอก (2552 : 97-101) ได้วิจัยการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์พบว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิแตกต่างกัน

2. ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัยที่พบไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องนับตั้งแต่คณะผู้บริหารท้องถิ่นจนถึงเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ได้ครบทุกคนโดยไม่จำกัดหรือเลือกปฏิบัติว่าประชาชนมีการศึกษามากน้อยเพียงใด

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธารักษ์ สีแสง (2551 : 118-120) ได้ศึกษาการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษา พบว่า ตัวแปรต้นที่มีผลทำให้การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือการศึกษา

ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พรธิดา ภาสีทวนอก (2552 : 97-101) ได้วิจัยการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิแตกต่างกัน

3. ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัยที่พบไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ประชาชนที่ประกอบอาชีพที่ต่างกันเห็นความสำคัญและต้องการรับบริการงานประชาสัมพันธ์ ให้เอื้อประโยชน์ที่เหมาะสมกับอาชีพของตนเท่านั้น จึงสนใจต่องานประชาสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ ด้วย

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธารักษ์ สีแสง (2551 : 118-120) ได้ศึกษาการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรต้นที่มีผลทำให้การพัฒนาระบบงาน

ประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคืออาชีพ

ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พรธิดา ภาสีท้วนอก (2552 : 97-101) ได้วิจัยการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิแตกต่างกัน

4. ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีหมู่บ้านที่อาศัยอยู่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัยที่พบไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ประชาชนที่มีหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ที่แตกต่างกันมีโอกาสได้รับงานประชาสัมพันธ์อย่างเท่าเทียมกัน ทำให้มีทัศนคติหรือความคิดเห็นต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธารักษ์ สีแสง (2551 : 118-120) ได้ศึกษาการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรต้นที่มีผลทำให้การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือหมู่บ้านที่อาศัยอยู่

ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พรธิดา ภาสีท้วนอก (2552 : 97-101) ได้วิจัยการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ประชาชนที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้ข้อมูลเสนอแนะบางประการ อันอาจเป็นประโยชน์ต่อเทศบาลตำบลเวียง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงนาง

1.1.1 เทศบาลตำบลควรอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนทุกชุมชนอย่างทั่วถึง

1.1.2 เทศบาลตำบลควรสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยสอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน

1.2 ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน

1.2.1 เทศบาลตำบลควรมีการจัดบริการด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ชุมชนหรือท้องถิ่นโดยผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ อย่างทั่วถึง

1.2.2 เทศบาลตำบลควรมีการจัดให้มีศูนย์ประชาสัมพันธ์แก่ชุมชนหรือท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

1.3 ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชน

1.3.1 เทศบาลตำบล ควรสร้างความเชื่อมั่นและความศรัทธาด้านความรับผิดชอบขององค์กรแก่ชุมชนและสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง

1.3.2 เทศบาลตำบลควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนสื่อมวลชนหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

1.4 ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชน

1.4.1 เทศบาลตำบลควรมีการสร้างเชื่อมั่นและความศรัทธาด้านความรับผิดชอบต่อในงานประชาสัมพันธ์แก่ชุมชนและสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง

1.4.2 เทศบาลตำบล ควรมีการรวบรวมแหล่งทรัพยากรในชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้พบว่าความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงนางด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืนอยู่ในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรวิจัยเกี่ยวกับปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

2.2 ควรมีการวิจัยในเชิงลึกเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางาน
ประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยเฉพาะประเด็น
เรื่องงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงนาง และงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการ
พัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม และพื้นที่อื่น ๆ เพื่อนำข้อมูลมา
เปรียบเทียบกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บรรณานุกรม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ ชุตติพงศ์ศาสด. (2544). **ความคิดเห็นเกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดราชบุรี. ปรินูญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต** กรุงเทพฯ ฯ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- กรรณิการ์ อัสวครเดชา. (2546). **สื่อและเครื่องมือประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ ฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**
- กัญชวลี สุขศรีสง่า. (2552). **การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขอนแก่น เขต 5. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.**
- กิตติ สุทธิสัมพันธ์. (2542). **ความคิดเห็นของตัวแทนส่งออกของต่อพิธีการศุลกากรในการนำสินค้าเข้าจากต่างประเทศ : ศึกษากรณีการนำเข้าทางสำนักงานศุลกากรท่าอากาศยานกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ ฯ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.**
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2542). **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่ 2. นครปฐม : สถาบันราชภัฏนครปฐม.**
- จำลอง เงินดี. (2540). **เอกสารคำสอนจิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ ฯ : ภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.**
- จิรายุ ทรัพย์สิน. (2540). **ความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณีนิสิตปริญญาตรี คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.**
- เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา. (2532). **เรื่องหลักการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ ฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.**
- ชม ภูมิภาค. (2546). **หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ ฯ : โอ.เอส.พรี้นติ้งเฮ้าส์.**
- ชัยขงค์ ภูเนตร์. (2543). **ความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรทางการศึกษาต่อรูปแบบการกระจายอำนาจการบริหารการศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดหนองบัวลำภู. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.**
- นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. (2545). **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ ฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**

- นวลจันทร์ วิเศษศรี. (2548). การพัฒนาดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนบ้านหัวสะพานอำเภอเทพสถิต จังหวัดชัยภูมิ. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ดำรงฤทธิ์ หลอดคำ. (2538). ความคิดเห็นของเกษตรกรต่อโครงการสนับสนุนแผนการผลิตของเกษตรกรในจังหวัดหนองบัวลำภู. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- คุณฐิ นิลคำ. (2548). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : ศูนย์ตำราอาจารย์นิมิต จิระสันติการ. _____ . (2549). งานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงนาง. มหาสารคาม : เทศบาลตำบลเวียงนาง.
- ตำบลเวียงนาง, เทศบาล. (2557). ทะเบียนราษฎร. มหาสารคาม : เทศบาลตำบลเวียงนาง.
- ธวัชชัย นาคฤทธิ์. (2540). ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้นของข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตร : ศึกษาเฉพาะกรณีของสำนักงานตำรวจภาค 1. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญเกื้อ ครอบหาเวช. (2542). การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ประจวบ อินนอด. (2532). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ประทุม รอดประเสริฐ. (2546). การบริหารโครงการ. กรุงเทพฯ : เนติกุลการพิมพ์.
- พจมาศ เกิดทอง. (2545). สภาพปัญหาและแนวทางพัฒนาการดำเนินงานสารสนเทศของสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษาการ. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พนารัตน์ พ่วงบุญปลูก. (2542). ความคิดเห็นของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอยในเขตเทศบาลตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2547). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ประกายพริก.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2536). ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- พรธิดาภา สีส้วนอก. (2552). การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบล
ศรีภูมิอำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- “พระราชบัญญัติเทศบาล (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2546,”. ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 117 ตอนที่ 41 ก
หน้า 222 - 257. 12 พฤษภาคม 2546.
- พิภพ อุดม. (2537). “การตลาดสำหรับธนาคาร,”. บริหารธุรกิจ. 17 (16) : 62 - 6 ;
ตุลาคม - ธันวาคม.
- ภัทรวรรณ ชนพัฒน์จิรโชติ. (2549). การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
- มหาดไทย, กระทรวง. (2551). หนังสือกระทรวงมหาดไทยที่ 0890. 2/1836 เรื่อง แจ้งข้อมูล
เทศบาลทั่วประเทศ. ลงวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2551.
- รัชนิกร อินทร์กษา. (2548). การใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานของส่วนราชการ
สังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม จังหวัดนครพนม. การศึกษาค้นคว้า
อิสระการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. (2546). การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ ๑ :
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เรื่องกิตต์ เหลืองสกุลทอง. (2542). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์. นครราชสีมา :
สถาบันราชภัฏนครราชสีมา.
- เรื่องบุญ สิริรังศรี. (2535). ความพึงพอใจของผู้รับบริการงานบัตรประจำตัวประชาชน
อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- ลัดดา สตะเวทิน. (2540). หลักการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ๑
กรุงเทพมหานคร.
- วรรณมา คงเดช. (2551). การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนบุญเจริญ อำเภอปาก
ช่อง จังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
- วัฒนา พุทธางกูรานนท์. (2546). หลักการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ ๑ :
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- วัลลภ รัฐฉัตรนนท์. (2545). เอกสารประกอบการเรียนระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐศาสตร์.
- วาสนา จันทร์สว่าง. (2547). ภาพลักษณ์ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สามเจริญพานิช. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิจิตร อาวะกุล. (2540). การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีการปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- _____. (2539). การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- _____. (2542). นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิษณุวริน พุฒผลอำนวย. (2552). การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิทยา อ่อนช้อย. (2547). การประชาสัมพันธ์. สุรินทร์ : สหวิทยาลัยอีสานใต้สุรินทร์.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. (2549). การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2546). หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิสูตร จงชูณิษฐ์. (2549). การศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบรบือต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลบรบือ อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. (2544). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ : บพิธการพิมพ์.
- ศิริพร ตันติพูลวินัย. (2538). การพยาบาลยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ : กองการพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข.
- ศานติ อนุตรชัชวาลย์. (2542). กระบวนการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาในจังหวัดอุดรธานี. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สงครามชัย ลีทองดี, นวลจันทร์ พูลสมบัติ และกาญจนา ภูตรชน. (2544). การจัดการคุณภาพสาธารณสุข : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- สมเกษ จันทร์นาม. (2546). การพัฒนาระบบสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. สารนิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต กรุงเทพฯ ฯ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- สิงหะ เฉษฐฤทธิ์. (2551). การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนมุกดาหาร อ.เมือง มุกดาหาร จ.มุกดาหาร. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุธิดา คำวงษา. (2545). การประชาสัมพันธ์และการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคามวิทยาเขตนครพนม. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุพัตรา มาศดิตถ์. (2543). คำบรรยายเรื่องนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ. กรุงเทพฯ ฯ : ม.ป.พ.
- สุพิน ปัญญาภัก. (2546). “บทบาทและวัตถุประสงค์ของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. หน้า 27 - 28. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). 108 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation). กรุงเทพฯ ฯ : บริษัท A.N. การพิมพ์.
- หกวณ ชูเพ็ญ. (2548 ก). “การกำกับการบริหารการปกครองส่วนท้องถิ่น,” ใน เอกสารประกอบการสอนวิชา 0108521. หน้า 1 – 58 : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- _____. (2548 ข). “องค์การภาครัฐที่ทำหน้าที่แทน “ตลาด” หรือ “ภาคเอกชน,” ใน เอกสารประกอบการสอนวิชา 0108511. หน้า 1 - 2. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อัจฉรา กลิ่นสุคนธ์. (2540). ความคิดเห็นของผู้อยู่อาศัยริมทางด่วนต่อผลกระทบบางประการ จากทางด่วนสายดาวคะนอง - ท่าเรือ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ ฯ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อุบล ธนาสัย. (2548). การพัฒนาการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ศูนย์การศึกษาพิเศษ ประจำจังหวัดร้อยเอ็ด. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต. (2542). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ ฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

- Best, J.W. (1977). **Research in Education**. 3rd ed. New Jersey : Prentice Hall.
- Calvin, C. D. (2001). "The Role of Classroom Teachers in Public Relations : A Comparison of the Perceptions of School Teachers and Administrators in Bryan ISD and College Station ISD in Brazos County, Texas," **Dissertation Abstracts International**. 62 (4) : 1279 - A ; October.
- Charif, R. K. (2004). "Parent Participation in District - level Curriculum Decision - Making : A Year in the Life of a School District," **Dissertation Abstracts International**. 60 (7) : 2349 - A ; January.
- Chen, L. (2003). "Rumor Control on the Internet : Are Public Relations Practitioners Ready for Dealing With Rumors on the Internet?," **Masters Abstracts International**. 41 (5) : 1235 ; October.
- Cutlip, Scott M. and Center, Allen H. (1978). **Effective Public Relations**. 5th ed. New Jersey : Prentice Hall.
- Davis, H. (1972). **Human Behavior of World - Man Relations and Organization Behavior**. New York : McGraw-Hill.
- Lowry, R.T. (2001). "A Quantitative of the Usage of University Public Relations Web Sites by Local News Organizations," **Masters Abstracts International**. 39 (5) : 1274 ; October.
- Sharif, Ahmad Ali. (2004). "Factors Affecting the Adoption of the Internet by Public Relations Practitioners in Kuwait : A Comparison of two Social Systems," **Dissertation Abstracts & International**. 64 (8) : 2693 - A ; February.
- Turk, E.C. (2001). "Public Relations Practitioners in Higher Education : Dominant Coalition, Public Relations Models, Public Relations Roles," **Dissertation Abstracts International**. 61 (9) : 3400 - A ; March.
- Webster's N. (1983). **Webster's New Twentieth Century Dictionary of the English Language**. Unabridged. N.Y : Simon and Schuster.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics : An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York : Harper Row.



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของ (Likert Five Rating Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 30 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

2. แบบสอบถามนี้ใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาทำวิจัยและประมวลผลในภาพรวมเท่านั้น คำตอบของท่าน ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ จึงไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อท่านทั้งสิ้น

3. กรุณาพิจารณาและตอบให้ครบทุกข้อตามสภาพจริงมากที่สุด เพื่อความสมบูรณ์ของเนื้อหาเพราะทุกคำตอบมีความสำคัญต่อประโยชน์ที่พึงจะมีต่อสังคมส่วนรวม ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากท่านในครั้งนี้ด้วยดี จึงขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

สุพรรณิ สุนทร

นักศึกษาระดับปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. ระดับการศึกษา

() ประถมศึกษา () มัธยมศึกษา
() อนุปริญญา () ปริญญาตรีขึ้นไป

3. อาชีพ

() รับจ้าง () เกษตรกร
() รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ () ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

4. หมู่บ้านที่อาศัยอยู่

() หมู่ที่ 1 บ้านหนองแวง () หมู่ที่ 8 บ้านหนองแวง
() หมู่ที่ 9 บ้านหนองเส็ง () หมู่ที่ 11 บ้านหนองเจริญ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นตามความเป็นจริงมากที่สุดเพียง 1 ช่อง

ข้อที่	ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
1. ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน่าง						
1.	การได้รับทราบนโยบายของผู้บริหารเทศบาลตำบลเวียงน่าง					
2.	การได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของเทศบาลตำบลเวียงน่าง					
3.	การได้รับความรู้ใหม่ ๆ และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน					
4.	ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารของเทศบาลตำบลเวียงน่าง					
5.	ความสะดวกในการเข้าถึง/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียงน่าง					
2. ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน						
6.	สนับสนุนการใช้สื่อ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสารที่เหมาะสมกับชุมชนและท้องถิ่นของเทศบาลตำบลเวียงน่าง					
7.	สนับสนุนจัดให้มีศูนย์ประชาสัมพันธ์แก่ชุมชนหรือท้องถิ่น					

ข้อที่	ความคิดเห็นของประชาชนต่อการ พัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาล ตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคาม	ระดับความคิดเห็น				
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
		5	4	3	2	1
8.	การจัดบริการด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารให้แก่ชุมชนหรือท้องถิ่น โดยผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ					
9.	ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่ได้รับ สามารถ นำไปใช้ในชีวิตประจำวันและ ช่วยเหลือสังคมได้					
10.	การให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์สู่ ชุมชนและท้องถิ่นร่วมกับหน่วยงานทั้ง ภาครัฐและเอกชน					
3.	ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดี ต่อชุมชน และสื่อมวลชน					
11.	การสนับสนุนให้ชุมชน สื่อมวลชนมี ส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการ เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความสำเร็จ ของชุมชนอย่างต่อเนื่อง					
12.	การสร้างความเข้าใจด้านภาพลักษณ์ ขององค์กรที่ถูกต้องแก่ประชาชนและ สื่อมวลชน					
13.	สร้างความเชื่อมั่นและความศรัทธาด้าน ความรับผิดชอบขององค์กรแก่ชุมชน และสื่อมวลชน					
14.	ประสานสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเทศบาล ตำบลเวียงน่างกับชุมชนสื่อมวลชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน					

ข้อที่	ความคิดเห็นของประชาชนต่อการ พัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาล ตำบลเวียงน่าง อำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคาม	ระดับความคิดเห็น				
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
		5	4	3	2	1
15.	ปลูกสร้างจิตสำนึก การปรับเปลี่ยน พฤติกรรมและการนำไปใช้ของทุกภาค ส่วน					
4.	ดำเนินงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมกับชุมชนภาครัฐและเอกชน					
16.	การรวบรวมแหล่งทรัพยากรในชุมชน และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับ ศิลปวัฒนธรรม					
17.	การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานหรือ องค์กรภาครัฐและเอกชนในการ ประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรมต่างๆ					
18.	ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยใช้สื่อต่าง ๆ ด้านการประชาสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ชุมชนอย่าง เหมาะสม					
19.	การร่วมสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ทางการประชาสัมพันธ์เพื่อถ่ายทอด วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น					
20.	การสร้างเชื่อมั่นและความศรัทธา ด้านความรับผิดชอบในงาน ประชาสัมพันธ์แก่ชุมชนและ สื่อมวลชน					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของ
เทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

โปรดให้เสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางาน
ประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ใน 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเวียง

.....
.....
.....

2. ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่สังคม ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน

.....
.....
.....

3. ด้านงานประชาสัมพันธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน และสื่อมวลชน

.....
.....
.....

4. ด้านงานประชาสัมพันธ์การส่งเสริม สนับสนุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับ
ชุมชนภาครัฐและเอกชน

.....
.....
.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ของเครื่องมือ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางภาคผนวกที่ 1 การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC)

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
2	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
5	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
6	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
7	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
8	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
9	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
10	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
11	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
12	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
13	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
14	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
15	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
16	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
17	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
18	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
19	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
20	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้



ภาคผนวก ค

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางภาคผนวกที่ 2 ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือการวิจัย

ข้อที่	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha If Item Deleted
1.	119.8750	1072.6250	.3429	.9623
2.	119.8500	1054.7462	.4589	.9620
3.	119.7205	1050.6147	.5379	.9614
4.	120.1750	1037.1737	.7563	.9603
5.	120.1000	1067.0154	.3415	.9626
6.	119.6500	1051.8744	.4996	.9617
7.	119.5000	1057.7949	.4843	.9617
8.	119.6750	1047.2506	.6139	.9610
9.	120.2500	1058.2949	.5479	.9613
10.	120.1750	1035.1224	.8213	.9600
11.	120.4750	1036.6147	.6571	.9608
12.	120.4750	1043.8455	.5951	.9611
13.	120.9500	1069.8949	.5269	.9615
14.	120.3750	1036.0865	.7396	.9603
15.	119.4250	1040.6609	.7282	.9604
16.	119.4250	1062.5583	.5472	.9613
17.	119.4000	1048.3487	.6932	.9606
18.	119.9250	1033.2506	.7395	.9603
19.	120.6000	1049.9897	.6051	.9601
20.	120.2750	1048.2558	.7185	.9606

หมายเหตุ

1. N of Cases = 40.0
2. N of Item = 20
3. Alpha = .9620



ภาคผนวก ง

หนังสือขอความอนุเคราะห์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ที่ ศธ 1520.02/ว1245

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.เมือง จ.มหาสารคาม 44000

15 กันยายน 2557

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย เพื่อทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณปรมัตต์ สิทธิจินดา

ด้วย นางสาวพรณี สุนทรานักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม กำลังศึกษาวิจัยและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรมหาวิทยาลัยฯ

ดังนั้น จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา เพื่อผู้วิจัยจะได้นำไปใช้ในการศึกษาวิจัยให้มีความสมบูรณ์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรธรรม)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร 0 - 4372 - 5438



ที่ ศธ 1520.02/ ว 1245

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม 44000

15 กันยายน 2557

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย เพื่อทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณสมพิศ มัชประโม

ด้วย นางสุพรรณิ สุนทรานักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม กำลังศึกษาวิจัยและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรมหาวิทยาลัยฯ

ดังนั้น จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง ด้านสถิติ เพื่อผู้วิจัยจะได้นำไปใช้ในการศึกษาวิจัยให้มีความสมบูรณ์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพโรวรรณ)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร 0 - 4372 - 5438



ที่ ศธ 1520.02/ ว 1245

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.เมือง จ.มหาสารคาม 44000

15 กันยายน 2557

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย เพื่อทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณพยอม แก้วโยธา

ด้วย นางสาวพรณี สุนทรา นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม กำลังศึกษาวิจัยและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรมหาวิทยาลัยฯ

ดังนั้น จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์พระคุณท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องด้านภาษา เพื่อผู้วิจัยจะได้นำไปใช้ในการศึกษาวิจัยให้มีความสมบูรณ์ต่อไป

จึงกราบนมัสการมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากพระคุณท่านด้วยดี กราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรวณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร 0 - 4372 - 5438



ที่ ศธ 1520.02/1246

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.เมือง จ.มหาสารคาม 44000

15 กันยายน 2557

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถามเพื่อทดลองใช้เครื่องมือการวิจัย

เรียน

ด้วย นางสุพรรณิ สุนทรานักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม กำลังศึกษาวิจัยและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรมหาวิทยาลัยฯ

ดังนั้นจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านได้โปรดอนุญาตให้ผู้วิจัยได้ทดลองใช้เครื่องมือการวิจัย โดยการสำรวจความคิดเห็นบุคลากรในหน่วยงานของท่าน เพื่อจะได้นำข้อมูลไปทำการวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร 0 - 4372 - 5438



ที่ ศธ 1520.02/1247

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.เมือง จ.มหาสารคาม 44000

15 กันยายน 2557

เรื่อง ขออนุญาตแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เรียน

ด้วย นางสาวพรณี สุนทรานักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม กำลังศึกษาวิจัยและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลเวียงนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรมหาวิทยาลัยฯ

ดังนั้น จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านได้โปรดอนุญาตให้ผู้วิจัยได้เข้าเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อจะได้นำข้อมูลไปทำการศึกษาวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร 0 – 4372 – 5438

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสุพรรณิ สุนทรา
วัน เดือน ปีเกิด	5 เมษายน 2512
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	161 ม.2 บ้านกุดเคน ตำบลหนองโน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
ตำแหน่งหน้าที่การทำงาน	นักวิชาการประชาสัมพันธ์
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สำนักงานเทศบาลตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2546	บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาวิชาการบัญชี สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
พ.ศ. 2559	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รป.ม.) สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม