

## การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง Development of The Public Relations System of Ang Thong

พัชราภา ขาวบริสุทธิ์<sup>1</sup>

10.14456/jrgbsrangsit.2018.26

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง ศึกษาสภาพปัญหาในการรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองอ่างทอง และแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผสมผสานกับการวิจัยเชิงคุณภาพมีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สุ่มตัวอย่างจากประชาชนจำนวน 390 คนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองอ่างทอง และมีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ จะทำกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ และประชาชนที่อยู่ในเขตเทศบาลเมืองอ่างทอง จำนวน 4 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ประกอบอาชีพค้าขาย อาศัยอยู่ชุมชนตลาดหลวง 2 ในเขตเทศบาลเมืองอ่างทองเป็นเวลา 16 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ และชื่นชอบในการประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย ในด้านเนื้อหา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบแผ่นพับมากที่สุด ในด้านระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง พบว่า การประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง เป็นไปตามกระบวนการ และขั้นตอนตามหลักการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในระดับหนึ่ง โดยมีการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ ที่ได้มาจากหนังสือราชการ มีการวิจัย และรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนในด้านปัญหา พบว่าสื่ออุปกรณ์ที่ใช้ในการประกาศประชาสัมพันธ์มีการชำรุด และงบประมาณทางด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีจำกัด

เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองเกิดประโยชน์สูงสุด เทศบาลเมืองอ่างทองควรพัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ และครอบคลุมทุกๆ ด้านตลอดจนพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์และบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในบริการข้อมูลข่าวสาร ในฐานะศูนย์กลางข่าวสารของประชาชน

**คำสำคัญ:** สื่อประชาสัมพันธ์, การพัฒนาระบบ

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต จังหวัดปทุมธานี

### Abstract

The objective of this research was to explore the public relations of Ang Thong Municipality and problems of the news and information acknowledgment of people in the municipal area as well as possible approaches for improvement of the organization's public relations system. The research is mixed research base on the quantitative research and qualitative research. The research methodology included the data collection conducted via questionnaires distributed to 390 samples. Four informants including public relation officers and related people were also interviewed. In addition, the obtained the data were then analyzed using frequencies, percentages, means, and standard deviations.

It was found form the study that most of samples were female and were over 50 year old. Most of them were and had been living in Talat Luang 2 Community, Ang Thong Municipality, for 16 years and over. In addition, most of samples were satisfied with public relations via public address system. In terms of content, it was found that they were satisfied with the content presented in leaflets at the highest level. The organization's public relations system was found to follow general standards of public relations, researching information from a variety of official documents as well as conducting related research to gain public feedbacks. In teams of problems uncounted, it was found that public relations media were not in good condition and the public relations operation was not so effective due to limited budget. It was also found that people taking part in the organization's public relations operation through their participation in activities and projects.

To enhance the effectiveness of its public relations system, Ang Thong Municipality was recommended to improve its public relations operation by increasing its public relations channels to cover the public's needs and improving its public relations system as well as personnel to enhance its performance as to be the center of news and information for the public.

**Keywords:** Media Relations, System development

## 1. บทนำ

การประชาสัมพันธ์เป็นหนึ่งในช่องทางสื่อสารที่สำคัญในการสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงสาธารณชนทั่วไป งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องมือสื่อสาร นักประชาสัมพันธ์ต้องรู้การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้ได้ผล ในอดีตสื่อมวลชนกระแสหลัก อาทิ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และสิ่งพิมพ์ เป็นเครื่องมือสื่อสารหลักที่นักประชาสัมพันธ์ใช้ในการสื่อสารองค์กร แต่เมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้าเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการถือกำเนิดของสื่อใหม่ (new media) เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ เป็นเทคโนโลยีที่ถูกรับมาใช้อย่างกว้างขวางในวงวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ (Taylor and Kent, 2010) ด้วยการนำข้อมูลหรือกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรมาเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ ห้องสนทนา การส่งผ่านอีเมล การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Galloway, 2005)

นอกจากนี้แล้วการประชาสัมพันธ์ยังเป็นกลไกสำคัญอย่างยิ่งในการอำนวยความสะดวกต่อการบริหารงานขององค์กรต่างๆ เพราะการบริหารมิได้อาศัยแต่เพียงทรัพยากรทางการบริหาร เช่น คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการบริหารการจัดการเท่านั้น ยังต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรสถาบัน กับกลุ่มประชาชนเป้าหมายทั้งภายใน และภายนอกองค์กร ในการสร้างภาพลักษณ์ ความเข้าใจที่ดีและได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากทุกภาคส่วน ประกอบกับการประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานในระบบการสื่อสารสองทาง (Two – Way Communication) เพื่อสื่อสารติดต่อไปมาซึ่งกัน และกัน ซึ่งเป็นกลไกในการสะท้อนความคิดเห็นย้อนกลับ (Feedback) เพื่อให้การบริหารงานขององค์กรเกิดการพัฒนานำไปสู่ความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (พรทิพย์ อัสวานวัตร, 2552)

ทั้งนี้ในระดับท้องถิ่นจะเห็นได้ว่าเทศบาลมีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายหลายประการ ซึ่งต้องอาศัยความรู้ความสามารถของบุคคลหลายฝ่ายระบบการบริการที่เอื้ออำนวย และการร่วมมือของประชาชนเป็นสำคัญ ดังนั้นการบริหารจัดการของเทศบาลจะดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชนภายในเขตเทศบาลอย่างพร้อมเพรียง จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ประชาชนยังให้ความสนใจ และให้ความร่วมมือไม่เพียงพอทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการดำเนินงานของเทศบาลที่ยังไม่ตรงกับความต้องการของประชาชน เช่น งบประมาณส่วนใหญ่ที่นำไปใช้ในทางที่ประชาชนไม่ต้องการ หรือไม่มีการตรวจสอบความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ และบางครั้งจะยึดถือความเห็นของคนเพียงบางกลุ่มเป็นหลักในการดำเนินงานจึงเป็นเหตุทำให้ประชาชนขาดความสนใจ และไม่ให้ความร่วมมือเท่าที่ควรสิ่งที่จะทำให้เทศบาล และประชาชนเข้าใจกันได้ คือ การประชาสัมพันธ์ นั่นเอง (อรรรรณ สุวพันธุ์, 2560)

ดังนั้นการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง” จึงมีความสำคัญต่อความร่วมมือของประชาชนในการดำเนินงานของเทศบาลเมืองอ่างทอง

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองอ่างทอง
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง

### 3. การดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง” มุ่งที่จะศึกษาสภาพการประชาสัมพันธ์และปัญหาอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง โดยผู้ศึกษาได้ใช้การเก็บข้อมูลคือ เชิงปริมาณเป็นหลัก ผสมผสานกับการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกให้เป็นเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูลจากประชาชนที่อยู่ในเขตความรับผิดชอบของเทศบาลเมืองอ่างทอง

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือประชาชนในที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตชุมชนเทศบาลเมืองอ่างทอง ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 14,221 คน (เทศบาลเมืองอ่างทอง, 2559)

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 390 ชุด โดยผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองอ่างทอง จำนวน 390 ชุด ซึ่งผู้ศึกษาได้ขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่กองสวัสดิการและสังคม ของเทศบาลเมืองอ่างทอง ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลให้ เนื่องจากกองสวัสดิการและสังคม จะได้พบเจอประชาชนได้บ่อยกว่ากองอื่นๆ เพราะมีการจัดอบรมทุกพื้นที่ของเขตการดูแลเทศบาลเมืองอ่างทอง อยู่เป็นประจำ พร้อมรวบรวมเอกสารกลับมาในช่วงวันที่ 14-18 สิงหาคม พ.ศ. 2560 ใช้ระยะเวลาในการเก็บ 5 วัน จึงสามารถเก็บคืนมาได้ 380 ชุด คิดเป็นร้อยละ 97.43 แล้วนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณด้วยระบบคอมพิวเตอร์

การทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ของเทศบาลเมืองอ่างทอง จะเป็นการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์เทศบาลเมืองอ่างทอง 2 ท่าน เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากผู้ปฏิบัติงานจริงพร้อมกับ ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองอ่างทอง อีก 2 ท่าน เพื่อให้ครอบคลุมในการศึกษาครั้งนี้

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องพร้อมลงรหัส (coding) เรียบร้อยแล้ว ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปและใช้วิธีการพรรณนาจากผลการวิเคราะห์ (Description analysis) ตามรายละเอียดของข้อมูลที่ได้มาจากการแจกแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์เชิงปริมาณจากการตอบแบบสอบถามโดยวิธีการทางสถิติด้วยการคำนวณค่าความถี่ (frequency) ค่าเฉลี่ย (mean) อัตราส่วนร้อยละ (percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่อการอธิบายค่าระดับของตัวแปรต่างๆ เพื่อบ่งชี้และยืนยันผลการประเมินให้เที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น

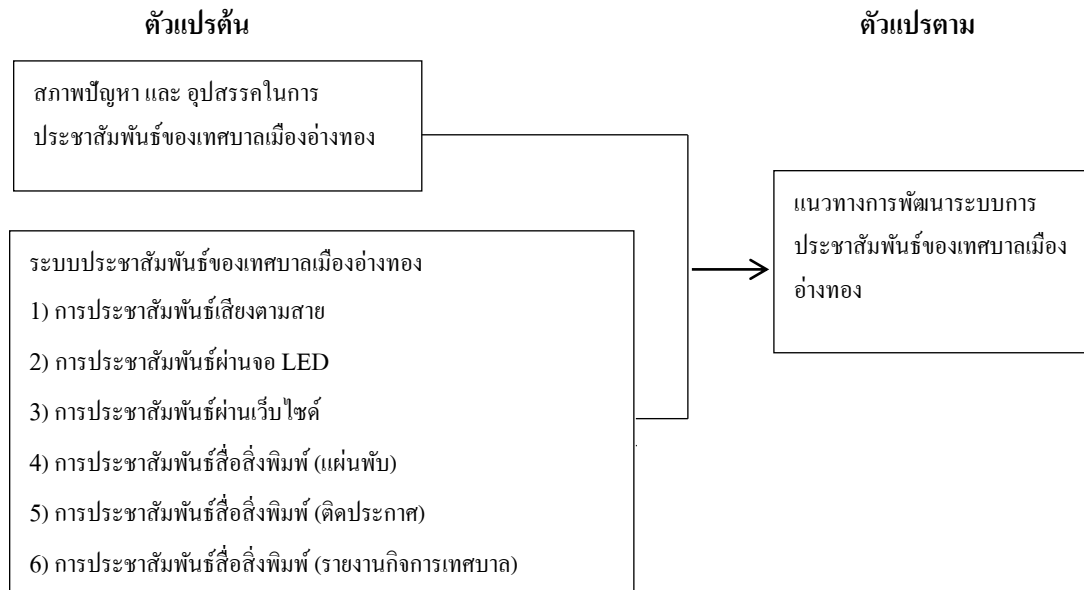
### 4. กรอบแนวความคิดการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาสภาพปัจจุบันของปัญหา อุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง ตลอดจนแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์รวมทั้งหมด 6 ประการด้วยกัน

- 1) การประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย
- 2) การประชาสัมพันธ์ผ่านจอ LED
- 3) การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์
- 4) การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ)

- 5) การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (ตีพิมพ์)
- 6) การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (รายงานกิจการเทศบาล)

### การดำเนินการประชาสัมพันธ์



รูปที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย  
ที่มา: ปรับปรุงมาจาก ชัย สุวพันธ์, 2560

## 5. ผลการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ศึกษาจากกลุ่มผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง และผู้ที่อยู่ในเขตเทศบาลเมืองอ่างทอง การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์สรุปข้อมูลได้ดังนี้

5.1 ระบบการประชาสัมพันธ์ และกระบวนการดำเนินงานที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองได้เน้นการปฏิบัติงานมากกว่าการจัดทำเอกสาร มีวิธีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลโดยส่วนใหญ่มุ่งเน้นเผยแพร่และสานต่อนโยบายของภาครัฐ ส่วนกลาง จังหวัด อำเภอ ซึ่งได้ข้อมูลมาจากหนังสือราชการต่างๆ รวมทั้งยังได้ข้อมูลมาจากประชาชนและหน่วยงานทั่วไป โดยให้ความสำคัญต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้นมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการประชุมเพื่อกำหนดแนวทางในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ ลักษณะของสื่อมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเสียงตามสาย และ จอ LED เป็นหลัก แต่ยังคงใช้สื่ออื่นๆ ควบคู่ไปด้วย มีการติดตามประเมินผลด้วยการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ด้วยการพบปะพูดคุย หรือเมื่อมีการประชุม ก็จะมีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพิ่มเติม เพื่อสอบถามความพึงพอใจของประชาชน หรือมีความต้องการสิ่งใดเพิ่มเติมโดยการเสนอความคิดเห็นแล้วนำไปนำเสนอในที่ประชุมเพื่อพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ต่อไป

5.2 ปัญหาและอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประกอบด้วย

1. การปรับปรุงพัฒนาสื่อต่างๆที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง
2. การมีงบประมาณที่ใช้ในการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ที่มีอย่างจำกัด

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองในฐานะผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

1. ปรับปรุงพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองให้เป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชน และจัดให้มีการสร้างเครือข่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์
  2. เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง เป็นเครื่องมือส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือทุกภาคส่วนทั้งในส่วนของการและเอกชน ดังนั้นเนื้อหาข่าวสารจึงมีความเหมาะสมทันต่อเหตุการณ์ และทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง และได้เห็นความพยายามในการพัฒนาปรับปรุงระบบการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประโยชน์กับประชาชนให้มากที่สุด
- 5.3 ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง ในฐานะของประชาชนผู้รับข้อมูลข่าวสาร

1. การปรับปรุงพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองยังไม่มีมีความครอบคลุมพื้นที่เขตการดูแลเท่าที่ควร การเข้าถึงประชาชนมีข้อจำกัด

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองในฐานะของประชาชนผู้รับข้อมูลข่าวสาร

1. ควรที่จะพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์ให้มีความหลากหลายในการเข้าถึงข่าวสารการประชาสัมพันธ์ได้ในทุกๆ สถานที่
2. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ควรมีการพัฒนาความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองเกิดประโยชน์สูงสุด
3. ควรเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เช่น Facebook เว็บไซต์ต่างๆ

## 6. การอภิปรายผล

ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองอ่างทอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจเรียงตามอันดับดังนี้ อันดับแรก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (ติดประกาศ) อันดับที่สอง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (รายงานกิจการเทศบาล) อันดับที่สาม ได้แก่ การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ) อันดับสี่ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ อันดับห้า ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านจอ LED และสื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ) และอันดับสุดท้าย คือ การประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย

หลังจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามกับประชาชน จะเห็นได้ว่าประชาชนมีความพึงพอใจใน และชื่นชอบเปิดรับการประชาสัมพันธ์ผ่านการประกาศเสียงตามสาย และการประชาสัมพันธ์ผ่านทางจอ LED มากที่สุด แต่จากการประเมินในเรื่องความพึงพอใจในเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร พบว่า ประชาชนจะมีความพึงพอใจในด้านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่า เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ (การติดประกาศ) ด้วยเนื้อหาข้อมูลข่าวสารของการติดประกาศที่เป็นส่วนของทางราชการจะมีข้อมูลที่ละเอียดที่ชัดเจน ทั้งวัน เวลา สถานที่ ที่มีความครบถ้วน และรวดเร็ว หรือสื่อสิ่งพิมพ์ (รายงานกิจการเทศบาล) ที่ประชาชนสามารถหยิบมาอ่าน และทราบข้อมูลเกี่ยวกับคณะผู้บริหารเทศบาล หัวหน้าส่วน และ กิจกรรม กิจการ ที่ทางเทศบาลได้ดำเนินการไปแล้ว หรือกำลังดำเนินการอยู่ พร้อมกับ

แผนการดำเนินการในอนาคต และนโยบายที่จะเกิดขึ้นของภาครัฐ ซึ่งประชาชนในภาพรวมมีความพึงพอใจมาก ในด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ทางเทศบาลได้จัดทำขึ้นในทุกๆ ช่องทางสื่อการประชาสัมพันธ์

จากที่ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ ผู้บริหารเทศบาลเมืองอ่างทอง พร้อมกับ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองอ่างทอง พบว่า กระบวนการและขั้นตอนของการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองอันดับหนึ่งนั้น คือ การศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เป็นการศึกษาข้อเท็จจริง ของข้อมูลต่างๆ ที่ได้มาจากหนังสือราชการ และจากหน่วยงานอื่นๆ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนอย่างถูกต้องเหมาะสม จึงจะต้องการฟังความคิดเห็นจากประชาชน และคณะผู้บริหาร ซึ่งทางเทศบาลเมืองอ่างทอง จะมีการสำรวจตรวจสอบความคิดเห็นประชามติ ตลอดจนความคิดเห็นของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองอ่างทอง ว่ามีปฏิกิริยาต่อการดำเนินงาน หรือต่อนโยบายของเทศบาลหรือไม่ ซึ่งเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนคิดว่าเหมาะสมคือ เนื้อหาที่มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ มีการประชาสัมพันธ์อยู่ตลอดเวลา แต่ความนิยมและพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ของประชาชนแต่ละคนนั้นจะไม่เหมือนกัน ซึ่งหลักการประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องยึดหลักการประชาสัมพันธ์ก่อนการดำเนินงาน คือ การพยายามให้ความรู้ ความเข้าใจกับประชาชน ชี้แจงประชาชนให้มากที่สุดและกว้างที่สุด และให้ครอบคลุมถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้นจะเกิดประสิทธิภาพได้ ประชาชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง ทั้งในส่วนของกิจกรรมต่างๆ การเข้าร่วม โครงการต่างๆ การขอความร่วมมือในการช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการเข้ามาแสดงความคิดเห็น ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง ในฐานะผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นั้นมาจากงบประมาณที่มีอย่างจำกัด ส่งผลให้การพัฒนาและปรับปรุงระบบการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างล่าช้า และไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชนเนื่องจากจำนวนประชากร และจำนวนครัวเรือนที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้การประชาสัมพันธ์เข้าถึงประชาชนได้อย่างจำกัด ปัญหาอุปสรรคในฐานะผู้รับข่าวสาร นั้นคือ การเกิดข้อจำกัด หรือมีข้อจำกัดของประชาชนที่ประกอบอาชีพ มีวิถีชีวิต และมีช่วงเวลากิจการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันออกไป อาทิเช่น ผู้ประกอบการพ่อค้า แม่ค้า ผักผลไม้ที่มีช่วงเวลากิจการดำเนินงานตอนกลางคืน และพักผ่อนในเวลากลางวัน ส่งผลให้การเข้าถึง หรือการมาขอใช้บริการเป็นไปอย่างจำกัด และระบบการกระจายเสียงการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่ประชาชนนิยม ขึ้นขอบที่จะเปิดรับมักจะมีปัญหาในเรื่องของการเข้าถึง เพราะมีจำนวนอุปกรณ์ที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ (ลำโพง) ไม่เพียงพอต่อจำนวนประชาชน และจำนวนชุมชนที่เพิ่มปริมาณขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (พรทิพย์ อัสวานุวัตร, 2552) พบว่า การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลโรงช้างนั้น คือหลักการประชาสัมพันธ์ที่ดี จะต้องยึดหลักการประชาสัมพันธ์ก่อนการดำเนินงาน คือ การพยายามให้ความรู้ ความเข้าใจกับประชาชนชี้แจงประชาชนให้มากที่สุดและกว้างที่สุด และให้ครอบคลุมถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้นจะเกิดประสิทธิภาพ

โดยสรุปจะเห็นได้ว่า กระบวนการ และขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเป็นอันดับแรก เป็นการค้นคว้าหาข้อเท็จจริงก่อนดำเนินการประชาสัมพันธ์ ที่อาจจะได้ข้อมูลมาจากหนังสือราชการ การวิจัย และการรับฟังข้อคิดเห็น ซึ่งเป็นการสำรวจประชามติ ทศนคติ ตลอดจนปฏิกิริยาที่ประชาชนผู้เกี่ยวข้องมีต่องาน หรือนโยบายของเทศบาล เนื้อหาข้อมูลที่ประชาชนคิดว่าเหมาะสมต้องเป็นข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งตรงกับหลักการประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องยึดถือหลักการดำเนินการประชาสัมพันธ์ก่อนการดำเนินการทุกอย่าง พยายามให้ความรู้ความเข้าใจด้วยข้อมูลที่เปิดกว้างมากที่สุด ควรทำให้กว้างขวางและทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย



โดยการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ และเทคนิคที่จะใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ประชาชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง ทั้งนี้ในการเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม การขอความร่วมมือกับทางเทศบาลให้ช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น ปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองในฐานะของผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เกิดขึ้นได้ล่าช้าเนื่องจากการมีงบประมาณที่จำกัด ส่งผลให้การปรับปรุงพัฒนาระบบสื่อการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพเป็นไปอย่างล่าช้า และไม่ทันต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงของจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในเขตชุมชน ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง ในฐานะของผู้รับข้อมูลข่าวสารเกิดจากข้อจำกัดของประชาชนที่มีการประกอบอาชีพ หรือมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกันไป ทำให้การเข้าถึง หรือการมาขอใช้บริการเป็นไปอย่างจำกัด

## 7. บทสรุป

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบสื่อการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง ได้ทำการศึกษาการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองในด้านสื่อต่างๆ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย การประชาสัมพันธ์ผ่านจอ LED การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ) การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (ติดประกาศ) การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (รายงานกิจการเทศบาล) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสื่อที่เหมาะสมในการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองให้มีประสิทธิภาพต่อไป

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 390 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มากที่สุด รองลงมา คือ 41-50 ปี และ 31-40 ปี มีสถานภาพการสมรส มากที่สุดรองลงมา คือ มีสถานภาพโสด และ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มากที่สุด รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนต้น และ ปวส./อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มากที่สุด รองลงมา คือ พนักงาน/ลูกจ้าง และเกษตรกร มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มากที่สุด รองลงมา คือ มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองอ่างทอง อาศัยอยู่ 16 ปีขึ้นไปมากที่สุด รองลงมา คือ อาศัยอยู่ 11-15 ปี และอาศัยอยู่ 6-10 ปี โดยมีการอาศัยอยู่ในชุมชนตลาดหลวง 2 มากที่สุด รองลงมา คือ อาศัยอยู่ในชุมชนตลาดหลวง และชุมชนโรงเจ ประชาชนส่วนใหญ่ รับประทานข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง จากการประกาศเสียงตามสาย ซึ่งมีความชื่นชอบรับฟังการประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย

2. ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง พบว่า ในภาพรวมประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองอ่างทอง ในระดับมาก เมื่อทำการจัดอันดับ พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองอ่างทองจากการประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (ติดประกาศ) เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (รายงานกิจการเทศบาล) การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ) การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ผ่านจอ LED และการประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย ตามลำดับ เมื่อจำแนกออกเป็นแต่ละสื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่า



2.1 การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (ติดประกาศ) พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจากเทศบาลเมืองอ่างทอง ในด้านสื่อสิ่งพิมพ์ (ติดประกาศ) อยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความพึงพอใจในเรื่องเนื้อหาข่าวสารมีความชัดเจน เป็นอันดับหนึ่ง ส่วนอันดับสุดท้าย คือ เนื้อหาข้อมูลข่าวสารรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

2.2 การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (รายงานกิจการเทศบาล) พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองอ่างทอง ในด้านสื่อสิ่งพิมพ์ (รายงานกิจการเทศบาล) อยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความพึงพอใจในเรื่องมีความครบถ้วน ถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มีการจัดลำดับเนื้อหาที่ทำให้เข้าใจได้ง่าย ส่วนอันดับสุดท้าย คือ รูปแบบตัวอักษรมีความสวยงามอ่านง่าย

2.3 การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ) พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองอ่างทอง ในด้านสื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ) อยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความพึงพอใจในเรื่องการจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน อ่านแล้วเข้าใจง่าย เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ รูปแบบตัวอักษรอ่านง่ายสบายตา ส่วนอันดับสุดท้าย คือ มีความครบถ้วน ถูกต้อง ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร

2.4 การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองอ่างทอง ในด้านเว็บไซต์ อยู่ใน ระดับมาก โดยมีระดับความพึงพอใจในเรื่องการเข้าถึงข้อมูล และการดาวน์โหลดได้ง่ายและรวดเร็ว เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ การสืบค้นข้อมูลได้ง่าย ได้ง่าย และสะดวก ส่วนอันดับสุดท้าย คือ มีช่องทางการติดต่อเสนอแนะ

2.5 การประชาสัมพันธ์ผ่านจอ LED พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองอ่างทอง ในกาประชาสัมพันธ์ผ่านจอ LED อยู่ใน ระดับมาก โดยมีระดับความพึงพอใจในเรื่องข้อความข่าวสารสั้นกระชับเข้าใจง่าย เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ภาพบนจอ LED มีความสว่างชัดเจน ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ผ่านจอ LED

2.6 การประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองอ่างทอง ในการประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย อยู่ใน ระดับมาก โดยมีระดับความพึงพอใจในเรื่องของความน่าสนใจของเนื้อหาประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ความเหมาะสมของช่วงเวลาการประชาสัมพันธ์ (11.30-12.00น.) และ (16.30-17.00น.)

## 8. ข้อเสนอแนะ

1. การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง จากการศึกษาในภาพรวม ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองอ่างทอง ในระดับมาก ดังนั้นแล้ว กระบวนการ และขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเป็นอันดับแรก เพื่อทราบข้อเท็จจริงก่อนดำเนินการประชาสัมพันธ์ และทราบปฏิกิริยาที่ประชาชนผู้เกี่ยวข้องมีต่อเทศบาล เนื้อหาข้อมูลต้องเป็นข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ โดยการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ และเทคนิคที่จะใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ควรให้ประชาชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น ปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง เพื่อให้การปรับปรุงพัฒนา

ระบบสื่อการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ยังมีปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง อันเกิดจากข้อจำกัดของประชาชนที่มีการประกอบอาชีพ หรือมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกันไป ทำให้การเข้าถึง หรือ การมาขอใช้บริการเป็นไปอย่างจำกัด โดยเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองอ่างทองจากการประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (ติดประกาศ) เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่ การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (รายงานกิจการเทศบาล) การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ) การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ผ่านจอ LED และการประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย ตามลำดับ เมื่อจำแนกออกเป็นแต่ละสื่อการประชาสัมพันธ์ โดยสามารถเสนอแนะแต่ละได้เพิ่มเติมได้ดังนี้

1) การประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย ควรมีความครอบคลุมทั่วถึงไปในทุกพื้นที่การดูแลของเทศบาลเมืองอ่างทอง เนื่องจากมีจำนวนมีประชาชน และชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้การประกาศเสียงตามสาย หรือการประชาสัมพันธ์เสียงตามสายไม่มีความครอบคลุมอย่างทั่วถึง จึงทำให้ประชาชนบางชุมชนไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารของทางเทศบาลเมืองอ่างทอง

2) การประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ ควรมีการจัดทำเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสม และมีช่องทางให้ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็น ร้องเรียนได้ นอกจากนี้แล้วควรมีการจัดหาผู้ดูแล และตอบคำถามประชาชน ผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อการเข้าถึงประชาชน และสามารถให้คำตอบแก่ประชาชนทางเว็บไซต์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง ทั้งนี้ก็เพื่อให้ทราบถึงปัญหาต่างๆ ที่ประชาชนต้องการร้องเรียน และสร้างความสะดวกให้กับประชาชนได้มากกว่านี้

3) การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ) เนื่องจากข้อมูลข่าวสารบางส่วนที่มีเนื้อหามาก และจะต้องชี้แจงให้กับประชาชนได้รับทราบตามนโยบายของรัฐบาล หรือกฎระเบียบต่างๆ อาทิ เช่น การประชาสัมพันธ์ในเรื่องของภาษีป้าย ภาษีโรงเรือน และอีกหลายๆ เรื่อง ผู้ศึกษาคิดเห็นว่า ทางเทศบาลเมืองอ่างทองควรที่จะจัดให้มีการตีพิมพ์แผ่นพับให้มากขึ้นในแต่ละช่วงเวลาอย่างต่อเนื่อง เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ในรูปแบบของตัวอักษรเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนได้อย่างละเอียดมากขึ้น ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่ก็มีความเห็นว่าเป็นด้านเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ) นั้น มีความเหมาะสมและน่าสนใจอยู่แล้ว เพียงแต่การเผยแพร่และการตีพิมพ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองไม่มีความต่อเนื่อง

4) การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ (รายงานกิจการเทศบาล) เป็นรายงานประจำปีงบประมาณที่บอกผลการดำเนินงานของเทศบาล และบอกแผนการดำเนินงานในอนาคต ซึ่งทางด้านเนื้อหาในรายงานกิจการนั้นประชาชนให้ความสนใจ และมีความพึงพอใจมากแต่เดิมอยู่แล้ว แต่ในทุกปีงบประมาณใหม่ควรมีการแจกจ่ายงานกิจการให้มีความทั่วถึงประชาชนมากกว่านี้ เนื่องจากมีประชาชนหลากหลายชุมชนต้องการอ่านหนังสือรายงานกิจการของเทศบาลเมืองอ่างทอง แต่ทั้งนี้การแจกจ่ายไม่ทั่วถึงและไม่เพียงพอต่อความต้องการเท่าที่ควร และยังมีประชาชนบางกลุ่มไม่เข้าใจว่ารายงานกิจการ คือ อะไร และเอาไว้ทำอะไร เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีมากขึ้น ควรมีการแจกจ่ายที่เข้าถึงประชาชนทุกหมู่บ้าน ตามหัวหน้าชุมชน เพื่อการขอยืมอ่านได้อย่างสะดวกมากที่สุด

## 9. เอกสารอ้างอิง

เทศบาลเมืองอ่างทอง (2559). งานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองจังหวัดอ่างทอง. [แผ่นพับ]. (ม.ป.ท.).

พรทิพย์ อัสวานวัตร. (2552). การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลโรงช้างอำเภอมหาราช

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, (Unpublished Master's independent study), มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.

ชัย สุวพันธ์. (2 สิงหาคม 2560). นายกเทศมนตรี เทศบาลเมืองอ่างทอง, [บทสัมภาษณ์].

อรรรรณ สุวพันธุ์. (10 สิงหาคม 256). รองนายกเทศมนตรี เทศบาลเมืองอ่างทอง, [บทสัมภาษณ์].

Galloway, C. (2005). Cyber-Public Relations and dynamic touch. *Public Relations Review*,

31(Electronic Version), 572-577.

Taylor, M. and Kent, Michal L. (2010). Anticipating Socialization in the Use of Social Media in Public Relations:

a Content Analysis of PRSA's Public Relations Tactics. *Public Relations Review* (36), 207-214.