

## HMOD-20

แนวทางปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบงานประชาสัมพันธ์ของ  
เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น  
The Guideline for Efficiency Improvement Public Relations System  
of Khonkaen Municipality Muang District, Khonkaen Province.

สุพรรณ กาสิชา\*

\*นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น โดยวิธีการสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายได้แก่ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้เสียในงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น จำนวน 75 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่าระบบงานประชาสัมพันธ์เทศบาล มี 2 ลักษณะคือ การประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก ปัญหาของระบบงานประชาสัมพันธ์ ที่พบคือ เทศบาลขาดการแยกประเภทสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสื่อ ทำให้สื่อบางประเภทไม่ตรงกับความต้องการ แนวทางปรับปรุงระบบงานประชาสัมพันธ์ เสนอให้มีการประชุมวางแผนการใช้สื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้รับสื่อ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ภายใน ควรนำระบบคอมพิวเตอร์ E-Office มาใช้แทนสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้ผู้รับสื่อได้รับข่าวสารพร้อมกัน และการประชาสัมพันธ์ภายนอก ควรผลิตสื่อโปสเตอร์เพิ่มเพื่อให้เพียงพอต่อการแจกจ่ายประชาชน

### ABSTRACT

The objective of this report was to find the guidelines for efficiency improvement of public relations system of Khon Kaen Municipality. The research was conducted by interviewing of 75 people from target group who were involved and benefited from the public relations system of Khon Kaen Municipality, following by data analysis. The results indicated 2 types of municipal public relations system which were internal and external public relations. The problem found on public relations system of the municipality was the lack of proper use of the media type suited for the group of receivers. For the guidelines for efficiency improvement of public relations system, it was suggested to have planning meeting to use the media types that would suit to the groups of receivers. E-Office should be used and replaced printing media to allow the receivers to receive the information at the same time. Posters should be used more as external public relations to be sufficient for the distribution to the public.

**คำสำคัญ:** ระบบงานประชาสัมพันธ์, เทศบาลนครขอนแก่น

**Key Words:** Guidelines for Efficiency Improvement, Public Relations System; Khon Kaen Municipality

### บทนำ

การประชาสัมพันธ์เป็นกลไกหนึ่งของการบริหาร เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นแก่หน่วยงาน ความนิยมจากประชาชนทำให้กิจการของหน่วยงานเจริญก้าวหน้า มีความมั่นคง หน่วยงานจึงมีการ

ประชาสัมพันธ์ในลักษณะปลูกเร้า เผยแพร่นโยบายและการดำเนินงานรวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประชาชนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดี นอกจากนี้การให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานด้วยความเป็นจริงและต่อเนื่อง โดยประชากรภายในหน่วยงานต้องชี้แจงแถลงข้อเท็จจริงของหน่วยงานให้ทราบเป็นระยะ ๆ เพื่อความเข้าใจไปในทางเดียวกัน ส่วนประชาชนภายนอกหน่วยงานก็ต้องดำเนินการให้เกิดความเข้าใจ โดยการเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ผ่านสื่อมวลชน รวมทั้งการจัดนิทรรศการก็จะทำให้เกิดความเข้าใจที่เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงาน (วิจิตร อวาทะกุล, 2541) นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว เป็นการกระทำที่ต่อเนื่องไม่มีวันจบสิ้นทั้งนี้เพราะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำเป็นต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้องสม่ำเสมอ การขาดการรับรู้เกี่ยวกับข่าวสารและกิจกรรมนาน ๆ จะเป็นสาเหตุของการเกิดความรู้ที่คลาดเคลื่อน และจะเป็นบ่อเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีซึ่งส่งผลต่อปฏิภพในทิศทางที่เป็นผลเสียต่อหน่วยงานได้ (เสรี วงมณฑา, 2541)

เทศบาลนครขอนแก่น เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง ที่ต้องดำเนินการติดต่อสัมพันธ์กับมวลชน มีหน้าที่พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เข้าถึงบริการสาธารณะ และสร้างคุณภาพชีวิตให้แก่คนในชุมชนมีเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดังนั้นงานประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในเทศบาลเพราะถือเป็นกลไกนำความประทับใจในภาพพจน์ที่ดีจากเทศบาลไปสู่กลุ่มประชาชนด้วยวิธีการบอกกล่าว และทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเทศบาล ซึ่งอาจจะกระทำ โดยการเผยแพร่ชี้แจงนโยบายและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานกิจกรรม และผลงานต่าง ๆ ของเทศบาล รวมทั้งข่าวความเคลื่อนไหว ของเทศบาลให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย และประชาชนทั่วไปได้ทราบ อย่างไรก็ตามหากกระบวนการประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพก็จะทำให้ประชาชน ชุมชน เกิดความประทับใจและมีภาพพจน์ที่ดีต่อเทศบาล มีความนิยม ศรัทธา เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อเทศบาล ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนด้วยการสร้างสัมพันธ์อันดีและการพัฒนาส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน เพื่อให้เกิดความรู้สึกนึกคิดที่ดีมีความกลมเกลียวราบรื่นระหว่างหน่วยงานหรือองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารงานทุกระดับ ตระหนักและให้ความสนใจ ให้การสนับสนุนการปฏิบัติงานอย่างจริงจังเพื่อให้บังเกิดผลดี แต่ปรากฏว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เทศบาลที่ผ่านมาโดยรวม ยังประสบปัญหาอุปสรรค คือ การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เทศบาลยังขาดการวางแผนที่เป็นรูปธรรม ไม่มีปฏิทินกำหนดการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ บุคลากรยังขาดความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ผู้เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เทศบาลและกลุ่มประชาชนผู้รับบริการในเขตเทศบาลนครขอนแก่นได้รับข้อมูลข่าวสารจากทางเทศบาลไม่เป็นปัจจุบันและต่อเนื่อง ผู้ศึกษาในฐานะบุคลากรของเทศบาลนครขอนแก่น จึงสนใจศึกษาแนวทางปรับปรุงประสิทธิภาพระบบงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหากระบวนการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

2. เพื่อศึกษาแนวทางปรับปรุงประสิทธิภาพระบบงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

### วิธีการวิจัย

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางปรับปรุงประสิทธิภาพระบบงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ผู้ศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์ โดยศึกษาสภาพปัญหา ระบบงานประชาสัมพันธ์และนำเสนอแนวทางปรับปรุงประสิทธิภาพระบบงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เทศบาลนครขอนแก่นและกลุ่มประชาชนผู้รับบริการในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จำนวน 75 คน โดยการเลือกอย่างแบบเฉพาะเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละและนำเสนอในรูปแบบการบรรยายเชิงพรรณนาความ

### ผลการวิจัย

1. **สภาพปัจจุบันระบบงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น** จากการศึกษาพบว่า งานประชาสัมพันธ์เทศบาลนครขอนแก่น เป็นงานการสื่อสารความคิดเห็น ข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ของเทศบาลนครขอนแก่นไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างเทศบาล หน่วยงาน องค์กร สถาบันและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง หน้าที่และความรับผิดชอบของงานประชาสัมพันธ์เทศบาลนครขอนแก่นมี 6 งาน ได้แก่ งานธุรการ งานข่าวและเผยแพร่ งานโสตทัศนูปกรณ์ งานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ งานบอร์ดประชาสัมพันธ์ และงานกิจกรรมพิเศษ มีจำนวนผู้ปฏิบัติในงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น ซึ่งแต่ละงานมีเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานโดยตรงตำแหน่งละ 1 งาน มีนักวิชาการประชาสัมพันธ์เป็นหัวหน้าในการควบคุมและกำกับดูแลการปฏิบัติงาน

สภาพปัจจุบันพบว่าระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น มีรูปแบบในการดำเนินงานเป็น 2 ลักษณะ คือ การประชาสัมพันธ์ภายในและการประชาสัมพันธ์ภายนอก

**1.1 การประชาสัมพันธ์ภายใน** เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายภายในประกอบด้วยข้าราชการฝ่ายการเมือง คือ นายกเทศมนตรี รองนายกเทศมนตรี สมาชิกสภาเทศบาล และข้าราชการประจำ พนักงาน ลูกจ้าง ประชาชนทั่วไป ได้รับทราบข่าวสารการดำเนินงานกิจกรรมหรือโครงการ นโยบายปัจจุบัน และแผนการดำเนินงานในอนาคตของเทศบาลนครขอนแก่น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งมีผลให้เกิดความรู้สึที่ดีในส่วนรวมและมีทัศนคติที่ดีต่อเทศบาลนครขอนแก่น มีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ตลอดจนสร้างความร่วมมือในการปฏิบัติงานของบุคลากรสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของเทศบาล ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และบอร์ดประชาสัมพันธ์

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน สื่อมวลชนและประชาชนผู้รับบริการเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ภายในของเทศบาลนครขอนแก่นผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ 3 ประเภท ได้แก่ สื่อบุคคล (นายกเทศมนตรี รองนายกเทศมนตรี เจ้าหน้าที่เทศบาล

นักประชาสัมพันธ์ เป็นต้น) สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือเวียน, จดหมายข่าว, จุลสาร/วารสาร, หนังสือพิมพ์) และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์เทศบาล, จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เช่น E-Mail, Facebook, LINE) พบว่า ผู้บริหาร เคยได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ภายในผ่านสื่อบุคคลและสื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 100.0 และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 71.5 ส่วนผู้ปฏิบัติงานและสื่อมวลชนทั้งหมดได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ภายในผ่านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 100.0 ในขณะที่มีประชาชนผู้รับบริการส่วนน้อยที่เคยได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ภายในของเทศบาล เมื่อพิจารณาสื่อที่ทำให้ประชาชนผู้รับบริการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ภายในของเทศบาลนั้นพบว่า สื่อบุคคลทำให้ประชาชนผู้รับบริการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ภายใน ร้อยละ 28.9 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ประชาชนผู้รับบริการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ภายใน ร้อยละ 24.2 และสื่อสิ่งพิมพ์ ทำให้ประชาชนผู้รับบริการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ภายใน ร้อยละ 20.0

**1.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอก** เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายภายนอก ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้นำชุมชนและประชาชนทั่วไป ได้ทราบข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหว การดำเนินงานกิจกรรมหรือโครงการ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ที่เป็นปัจจุบันและอนาคต สื่อประชาสัมพันธ์ภายนอกของเทศบาล ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่อโสตทัศนศาสตร์และสื่อกิจกรรม

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน สื่อมวลชนและประชาชนผู้รับบริการเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอกของเทศบาลนครขอนแก่นผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ 5 ประเภท ได้แก่ สื่อบุคคล (นักประชาสัมพันธ์, การให้สัมภาษณ์หรือการแถลงข่าว, ประชุม, ผู้นำชุมชน) สื่อสิ่งพิมพ์ (โปสเตอร์, ป้ายประกาศ/ป้ายคัดเอาท์, แผ่นพับ/ใบปลิว, ป้ายผ้า) สื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น, วิทยุ, โทรทัศน์, เคเบิล) สื่อโสตทัศน (เสียงตามสาย, วีดีโอแนะนำเทศบาล, รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่)และสื่อกิจกรรม (การจัดงาน เช่น งานวันเคาท์ดาวน์ งานมิวสิคเลิฟ งานวันสงกรานต์ งานวันออกพรรษา งานบุญคุณเมือง งานถนนศิลปะ และการจัดอบรมต่าง ๆ) พบว่า ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานทั้งหมดได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอกผ่านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่อโสตทัศน และสื่อกิจกรรม ร้อยละ 100.0 ในขณะที่สื่อมวลชน ส่วนมากได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอกผ่านสื่อกิจกรรมและสื่อมวลชน ร้อยละ 100.0 รองลงมาคือ สื่อบุคคล ร้อยละ 91.7 สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโสตทัศน ร้อยละ 83.4 และสำหรับประชาชนผู้รับบริการ ส่วนมากได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอกผ่านสื่อกิจกรรม ร้อยละ 86.7 รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 80.0 และสื่อมวลชน ร้อยละ 75.6

โดยสรุปการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอกและภายนอก ของเทศบาลนครขอนแก่นผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ พบว่า กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะตำแหน่งแตกต่างกัน เปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอกและภายนอกผ่านสื่อประเภทต่างๆ ของเทศบาลแตกต่างกัน

**2. ปัญหาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น** จากการวิเคราะห์ปัญหาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกของเทศบาลนครขอนแก่น ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน สื่อมวลชนและประชาชนผู้รับบริการ พบว่า ระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลขาดการแยกประเภทสื่อให้เหมาะสมกับลักษณะตำแหน่งของกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ ทำให้สื่อบางประเภทไม่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

สรุปปัญหาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกของเทศบาลนครขอนแก่นได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้เกี่ยวข้องซึ่งกับงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลโดยตรงคือ ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน และสื่อมวลชน และกลุ่มประชาชนผู้บริการ ดังนี้

## 2.1 การประชาสัมพันธ์ภายใน

2.1.1 กลุ่มผู้เกี่ยวข้องซึ่งกับงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาล พบว่า กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลมากที่สุดมีปัญหาเกี่ยวกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในประเด็นการไม่ได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook และ LINE รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ ในประเด็นการแจกข่าวประชาสัมพันธ์ล่าช้า ขาดความต่อเนื่องและสื่อบุคคลในประเด็น ความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสื่อของสื่อบุคคล

2.1.1 กลุ่มประชาชนผู้บริการ พบว่า กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลมากที่สุดมีปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ ในประเด็นสื่อไม่เพียงพอกับการแจกจ่าย รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในประเด็นข้อมูลประชาสัมพันธ์ไม่เป็นปัจจุบัน การค้นหาข้อมูลใช้เวลานานและสื่อบุคคลในประเด็นวิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอที่ไม่เหมาะสมของสื่อบุคคล

## 2.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอก

2.2.1 กลุ่มผู้เกี่ยวข้องซึ่งกับงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาล พบว่า กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลมากที่สุดมีปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ ในประเด็น ระบบงานประชาสัมพันธ์ขาดการวางแผนที่ดี ทำให้ได้ข่าวประชาสัมพันธ์ช้า รองลงมาคือ สื่อกิจกรรม ในประเด็นสื่อไม่ครอบคลุมเข้าถึงประชาชนทุกคน และสื่อมวลชน ในประเด็นสื่อทีวี เคเบิลและวิทยุ ที่มีระยะเวลาออกอากาศไม่แน่นอน เข้าไม่ถึงประชาชนทุกคน

2.2.2 กลุ่มประชาชนผู้บริการ พบว่า กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลมากที่สุดมีปัญหาเกี่ยวกับสื่อมวลชน ในประเด็นสื่อทีวี เคเบิลและวิทยุ ที่มีระยะเวลาออกอากาศไม่แน่นอน เข้าไม่ถึงประชาชนทุกคน รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ ในประเด็นสื่อสิ่งพิมพ์ไม่เพียงพอกับการแจกจ่ายประชาชนและสื่อบุคคล ในประเด็นความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ต้องการจะสื่อของสื่อบุคคล

3. แนวทางปรับปรุงประสิทธิภาพระบบงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่นตามความคิดเห็นของผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน สื่อมวลชนและประชาชนผู้รับบริการ พบว่า เทศบาลควรมีวางแผนและวิเคราะห์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์โดยคำนึงถึงความแตกต่างตามลักษณะตำแหน่งของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดและการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนี้

## 3.1 สื่อประชาสัมพันธ์ภายในเทศบาล

3.1.1 กลุ่มผู้เกี่ยวข้องซึ่งกับงานประชาสัมพันธ์เทศบาล ควรมีการฝึกอบรมสื่อบุคคล ได้แก่ นายกเทศมนตรี รองนายกเทศมนตรี เจ้าหน้าที่เทศบาล นักประชาสัมพันธ์ ผู้ช่วยงาน นักวิชาการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ความเข้าใจและความชำนาญในการถ่ายทอดข่าวสารอย่างถูกต้อง และผู้บริหารเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์มากขึ้น เทศบาลนำระบบคอมพิวเตอร์ E-Office มาใช้ แทนการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในการประกาศหรือประชาสัมพันธ์ข่าวภายในเทศบาล เทศบาลควรมีการประชุมวางแผนและวิเคราะห์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าเป็นประจำทุกปี เพื่อให้สามารถเลือกใช้สื่อได้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างแต่ละตำแหน่ง จัดให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแล

สื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยตรง เพื่อจัดระบบข้อมูลข่าวสารให้ถูกต้องสมบูรณ์เป็นปัจจุบัน ควรเพิ่มช่องทางการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน สื่อมวลชน ผ่านทาง Facebook และ LINE เพื่อให้ข่าวประชาสัมพันธ์ถึงกลุ่มเป้าหมายรวดเร็วยิ่งขึ้น และจัดทำและดูแลบอร์ด เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารภายในเทศบาลต่อประชาชนที่เดินทางมาติดต่อราชการ

3.1.2 กลุ่มประชาชนผู้รับบริการ ควรมีการ ผูกอบรมสื่อบุคคล ได้แก่ นายก และรองนายกเทศมนตรี เจ้าหน้าที่เทศบาลที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ความเข้าใจ และความชำนาญในการถ่ายทอดข่าวสารอย่างถูกต้อง ผู้บริหารเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์มากขึ้น จัดให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยตรง เพื่อจัดระบบข้อมูลข่าวสารให้ถูกต้องเป็นปัจจุบันและ จัดทำและดูแลบอร์ด เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารภายในเทศบาลต่อประชาชนที่เดินทางมาติดต่อราชการ

### 3.2 สื่อประชาสัมพันธ์ภายนอกเทศบาล

3.2.1 กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์เทศบาล ควรมีการผูกอบรมสื่อบุคคล ได้แก่ ผู้นำชุมชนและกรรมการชุมชน ให้ความรู้ความเข้าใจและความชำนาญในการถ่ายทอดข่าวสารอย่างถูกต้อง ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์มากขึ้น ผลิตสื่อโปสเตอร์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของเทศบาล เพิ่มจากเดิม 2,000 ฉบับเป็น 3,000 ฉบับต่อปี เพื่อให้เพียงพอต่อการแจกจ่ายประชาชน ปรับปรุงสื่อมวลชน ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ให้มีเนื้อหาข่าว น่าสนใจ มีสีสัน น่าอ่าน กำหนดช่วงเวลาเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อวิทยุให้กับเวลาข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ทุกคนได้รับฟังพร้อมกัน กำหนดเวลาในการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อทีวีหรือเคเบิลให้กับเวลาข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย คือ เวลา 12.00 น. เวลา 20.00 น. เวลา 24.00 น. เพราะเป็นเวลาที่ประชาชนอยู่บ้าน เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโสตทัศน เช่น จอ LED โปรเจคเตอร์ ให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้รับสาร ประทับใจและจดจำข่าวประชาสัมพันธ์มากขึ้น และมีการประเมินผลการใช้จ่ายงบประมาณการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกิจกรรม เพื่อประเมินความคุ้มค่า ผลประโยชน์ที่ได้รับ กลุ่มเป้าหมายที่จะเข้าชมงาน อันจะทำให้การใช้งบประมาณคุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุดกับกลุ่มเป้าหมาย

3.2.2 กลุ่มประชาชนผู้รับบริการ ควรมีการผูกอบรมสื่อบุคคล ได้แก่ ผู้นำชุมชนและกรรมการชุมชน ให้ความรู้ความเข้าใจและความชำนาญในการถ่ายทอดข่าวสารอย่างถูกต้อง และผู้บริหารเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์มากขึ้น ผลิตสื่อโปสเตอร์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของเทศบาล เพิ่มจากเดิม 2,000 ฉบับเป็น 3,000 ฉบับต่อปี เพื่อให้เพียงพอต่อการแจกจ่ายประชาชน ปรับปรุงสื่อประเภทมวลชน ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ให้มีเนื้อหาข่าว น่าสนใจ มีสีสัน น่าอ่าน กำหนดช่วงเวลาเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อวิทยุให้กับเวลาข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ทุกคนได้รับฟังพร้อมกัน กำหนดช่วงเวลาในการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อทีวีหรือเคเบิลให้กับเวลาข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย คือ เวลา 12.00 น. เวลา 20.00 น. เวลา 24.00 น. เพราะเป็นเวลาที่ประชาชนอยู่บ้าน และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโสตทัศน เช่น เพิ่มจำนวนสื่อเสียงสายพร้อมกับดูแลรักษาให้มีสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอและเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านจอ LED โปรเจคเตอร์ เพื่อให้ผู้รับสาร ประทับใจและจดจำข่าวประชาสัมพันธ์มากขึ้น

## อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

1. **สภาพและปัญหากระบวนการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น** พบว่า สภาพปัจจุบันในระบบงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น ประกอบด้วย 2 ลักษณะคือ การประชาสัมพันธ์ภายใน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ส่วนการประชาสัมพันธ์ภายนอก ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่อโสตทัศนศาสตร์และสื่อกิจกรรมซึ่งกระบวนการหรือวิธีการปฏิบัติ เทศบาลได้กำหนดแผนกประชาสัมพันธ์เป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมดโดยมีบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ 7 คน ปัญหาในระบบงานประชาสัมพันธ์ ที่พบคือ การไม่มีการกำหนดกลุ่มผู้รับสื่อที่ชัดเจนและไม่มีการกำหนดคุณสมบัติของผู้รับสื่อแต่ละกลุ่มและไม่มีการจำแนกประเภทของสื่อที่เหมาะสมกล่าวคือ เทศบาลยังคงประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อประเภทเดียวกันกับกลุ่มผู้รับสื่อทั้งหมด จึงทำให้ประชาชนบางกลุ่มไม่สามารถเข้าถึงหรือได้รับข้อมูลสอดคล้องกับแนวคิดเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ของวิมลพรรณ อภาเวท (2546) ที่ได้อธิบายว่า สื่อเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญยิ่งดังนั้นนักประชาสัมพันธ์ต้องเรียนรู้ถึงคุณสมบัติและลักษณะของสื่อประเภทต่างๆ เพื่อจะได้เลือกใช้ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ทำให้การดำเนินงานตามแผนการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้เกิดประสิทธิภาพ เพราะสื่อแต่ละสื่อสามารถใช้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน

2. **แนวทางปรับปรุงประสิทธิภาพระบบงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น** พบว่า แนวทางปรับปรุงประสิทธิภาพระบบงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาล ควรวางแผนและวิเคราะห์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์โดยคำนึงถึงความแตกต่างตามลักษณะตำแหน่งของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของ เสรี วงมณฑา (2541) ที่ได้อธิบายว่า การวางแผนงานประชาสัมพันธ์เป็นเสมือนหัวใจของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ดี ช่วยให้เกิดการประสานงานจัดอุปสรรคและปัญหาเข้าช้อนได้อย่างดี ถ้าขาดการวางแผนก็ยากที่งานนั้นจะดำเนินไปได้ตามวัตถุประสงค์หรือวัตถุประสงค์ที่มีอยู่ย่อมขาดประสิทธิภาพและทิศทางที่ถูกต้อง (วิจิตร อวระกุล, 2541) ดังนั้น การวางแผนจึงเป็นการกำหนดวิธีการปฏิบัติอย่างถูกต้องและมีเหตุผลเพื่อที่จะให้เป็นแนวทางในการดำเนินงานตามแผน เพื่อให้งานของทุกฝ่ายประสานสอดคล้องกันตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการอย่างสมบูรณ์เรียบร้อยและมีประสิทธิภาพตามหลักการวางแผนประชาสัมพันธ์ การกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมายจะต้องระบุให้แน่ชัดว่า กลุ่มเป้าหมายคือใคร การกำหนดแนวหัวเรื่องจะต้องกำหนดให้แน่นอนว่าแนวหัวเรื่องนั้นจะเป็นไปทางใด ตลอดจนการกำหนดสัญลักษณ์หรือข้อความสั้นๆ เป็นคำขวัญต่างๆ ที่จดจำง่ายหรือดึงดูดความสนใจและเตือนใจได้ดีการกำหนดช่วงระยะเวลาจะต้องมีการกำหนดช่วงระยะเวลาหรือจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนเรื่องกำหนดสื่อและเทคนิคต่างๆ ต้องกำหนดได้ว่าจะใช้สื่อหรือเครื่องมือใด รวมทั้งจะใช้เทคนิคอื่นๆ อะไรบ้างเข้าร่วมด้วย

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการศึกษาไปใช้

1.1 เทศบาลนครขอนแก่น ควรมีวางแผนและวิเคราะห์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์โดยคำนึงถึงความแตกต่างตามลักษณะตำแหน่งของกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อเป็นหลัก เพื่อให้สื่อ

ประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนี้

1) การประชาสัมพันธ์ภายใน เทศบาลควรรนำระบบคอมพิวเตอร์ E-Office มาใช้ เพื่อให้ทุกสำนักหรือกอง ได้รับคำสั่งหรือประกาศหรือประชาสัมพันธ์พร้อมกัน ไปพร้อมกับการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Facebook และ LINE เพื่อให้ข่าวประชาสัมพันธ์ถึงกลุ่มผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานและสื่อมวลชน รวดเร็วขึ้น และเสนอเทศบาลควรจัดทำและดูแลบอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในเทศบาลให้มีข้อมูลการเผยแพร่ข่าวสารภายในเทศบาลที่เป็นปัจจุบัน ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อเพิ่มช่องทางการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ภายในของเทศบาลให้ประชาชนผู้รับบริการได้ทราบเพิ่มขึ้น

2) การประชาสัมพันธ์ภายนอก เทศบาลควรมีการปรับปรุงพัฒนาสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อโซเชียลมีเดีย และสื่อสิ่งพิมพ์ ดังนี้ (1) สื่อบุคคล ควรมีการฝึกอบรมสื่อบุคคล ได้แก่ ผู้นำชุมชนและกรรมการชุมชน ให้ความรู้ความเข้าใจด้านประชาสัมพันธ์ และสื่อมวลชน มีการพัฒนาการพูด บุคลิก ลีลา ท่าทาง เพื่อเพิ่มความมั่นใจและความชำนาญในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง (2) สื่อโซเชียลมีเดีย ควรเพิ่มจำนวนสื่อเสียงสายให้ครอบคลุมทุกชุมชนพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น มีการดูแลรักษาให้มีสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ มีการจัดทำวีดีโอข่าวประชาสัมพันธ์ของเทศบาลและนำเสนอผ่านทางจอ LED โปรเจคเตอร์ เพื่อให้ผู้รับข่าวสารประทับใจและจดจำข่าวประชาสัมพันธ์มากขึ้น (3) สื่อสิ่งพิมพ์ ควรมีการผลิตสื่อโปสเตอร์ เพื่อเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเพิ่มมากขึ้นจากเดิม 2,000 ฉบับเป็น 3,000 ฉบับต่อปี เพื่อให้ประชาชนได้ข่าวประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง

1.2 เทศบาลควรสนับสนุนงบประมาณด้านประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมและพอเพียงต่อปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอหรือการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ของเทศบาลสื่อประเภทต่างๆ ทั้งสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและสื่อประชาสัมพันธ์ภายนอก เพื่อเพิ่มประสิทธิผลของงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะส่งผลให้งานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลโดดเด่น รวดเร็ว เข้าถึงกลุ่มผู้รับบริการมากขึ้น

1.3 เทศบาลควรรนำแนวทางปรับปรุงประสิทธิภาพระบบงานประชาสัมพันธ์ที่ได้จากการศึกษาเข้าสู่แผนพัฒนาของเทศบาลนครขอนแก่น ในปี พ.ศ. 2558 เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแก้ไขปัญหา จะทำให้ระบบงานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครขอนแก่น มีประสิทธิภาพ เข้าถึงกลุ่มผู้รับบริการ รวดเร็วและทั่วถึงยิ่งขึ้น

### กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้ ประสบความสำเร็จได้ด้วยเมตตากรุณาอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.ลำปาง แม่นมาตย์ และคณาจารย์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาการและประสบการณ์ต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาในการศึกษา ตลอดถึงกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เทศบาลนครขอนแก่นและกลุ่มประชาชนผู้รับบริการในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ทุกท่าน ที่เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษานี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้



### เอกสารอ้างอิง

- วิจิตร อวະกุล. (2541). **เทคนิคการประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิมลพรรณ อภาเวท. (2546). **การวางแผนประชาสัมพันธ์และการรณรงค์**. กรุงเทพฯ : บั๊ค พอยส์.
- เสรี วงมณฑา. (2541). **108 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation**. กรุงเทพฯ :บริษัท A.N. การพิมพ์.