

แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย

อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Guidelines for Developing a Participatory Local Public Relations System of Koh Samui Municipality, Koh Samui District, Surat Thani Province

อัจฉริยา เพชรรัตน์¹, อมร หวังอัครางกูร², ทูวพล ทองอินทรราช³

Achariya Petcharat¹, Amorn Wangukkarangkul², Tuvapon Tongintarach³

1 สาขาวิชาการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

โทร 096-5923562 อีเมล 66052541023@student.sru.ac.th

2 สาขาวิชาการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

โทร 082-6416446 อีเมล amornw.sru@gmail.com

3 สาขาวิชาการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

โทร 095-2589247 อีเมล tuvapon1983@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) เสนอแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 15 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุยมีประสิทธิภาพในระดับหนึ่ง โดยเจ้าหน้าที่มีการวางแผนการทำงาน ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น โปรแกรมแคนวา โพโตช็อป พรีเมียร์ โปร แอปแคปคัท และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สำหรับสนทนาอัตโนมัติ พร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งสื่อสังคมออนไลน์และสื่อแบบดั้งเดิม ผู้บริหารให้การสนับสนุนการสื่อสารที่โปร่งใสและมีระบบติดตามประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ 2) ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ บุคลากรมีจำนวนไม่เพียงพอและขาดทักษะด้านเทคโนโลยี อุปกรณ์ไม่ทันสมัย ขาดการติดต่อสื่อสารกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ขาดหลักการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และมีงบประมาณไม่เพียงพอสำหรับพื้นที่รับผิดชอบขนาดใหญ่ถึง 252 ตารางกิโลเมตร 3) แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม ประกอบด้วย การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การสร้างนวัตกรรม การบูรณาการสื่อ การเข้าถึงข้อมูล การสื่อสารที่ตอบสนอง การยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง และการมีส่วนร่วมของประชาชน ผู้วิจัยสังเคราะห์เป็นรูปแบบเรียกว่า “PRSAMUI” ซึ่งแนวทางดังกล่าวต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งเจ้าหน้าที่ ผู้บริหาร และประชาชน เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์แบบสองทางที่มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ การพัฒนาระบบ การประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น การมีส่วนร่วม เทศบาลนครเกาะสมุย

Abstract

This research aims to 1) study the public relations operations of Koh Samui Municipality, 2) analyze the problems and obstacles of the public relations system of Koh Samui Municipality, and 3) propose guidelines for the development of a participatory local public relations system of Koh Samui Municipality, Koh Samui District, Surat Thani Province. This research is qualitative. Data were collected using in-depth interviews with key informants, including public relations officers, executives, members of the municipal council, clerks of the municipality, community committee members, village health volunteers (VHV), members of the women's organization of Koh Samui Municipality, members of the elderly organization of Koh Samui Municipality, and tourism entrepreneurs, totaling 15 persons. Data were analyzed using content analysis.

The research results found that 1) the public relations operations of Koh Samui Municipality were effective to a certain extent. Officials planned their work, used technologies such as Canva, Photoshop, Premiere Pro, CapCut, and artificial intelligence for automatic conversations, and disseminated information through various channels, both social media and traditional media. Executives supported transparent communication and had a regular monitoring and evaluation system. 2) Major problems and obstacles included insufficient personnel and lack of technological skills, outdated equipment, lack of continuous communication with the community, lack of effective management principles, and insufficient budget for the large area of responsibility of 252 square kilometers. 3) The guidelines for developing a participatory local public relations system included strategic planning, innovation, media integration, access to information, responsive communication, citizen-centeredness, and public participation. The researcher synthesized the concept into a form called “PRSAMUI,” which requires cooperation from all parties, including officials, executives, and citizens, to create effective two-way public relations.

Keywords : System development, local public relations, participation, Koh Samui Municipality

ความสำคัญของปัญหา

การประชาสัมพันธ์ มีบทบาทและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงประชาชนทั่วไป โดยมีเป้าหมายในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความถูกต้อง เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น เกิดทัศนคติที่ดี และเกิดภาพลักษณ์ที่ดี สามารถแก้ไขปัญหาจากการเข้าใจผิดต่อข้อมูลที่ได้รับ เพื่อให้เกิดความร่วมมือและการมีส่วนร่วมจากประชาชน ตามแนวทางการบริหารจัดการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครองตนเอง สนองตอบความต้องการของชุมชน การบริหารจัดการเกิดความสะดวก รวดเร็ว และตรงกับความต้องการของชุมชน (กรรณิการ์ ไกรกิจราษฎร์, กิตติพล บัวทะลา, วันชัย บุชบา และ โชติ บดีรัฐ, 2566) ปัจจุบัน “การประชาสัมพันธ์” มีบทบาท มีความสำคัญ และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงประชาชนทั่วไป โดยการนำเทคโนโลยี เครื่องมือสื่อสาร ด้วยคุณสมบัติอันโดดเด่นในเรื่องของการลดต้นทุน ลดเวลาดำเนินการ สามารถทำการสื่อสารได้ทุกที่ทุกเวลา โดยมีเนื้อหาทั้งการให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ข้อเท็จจริงในแง่มุม

ต่าง ๆ (ศุภชัย ทองสุข และ วันวิสาข์ เทียวสุวัฒน์, 2565) เพื่อให้ผู้รับสารหรือผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้เกิดการรับรู้ การยอมรับ เป็นที่รู้จัก เกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ตลอดจนนำไปสู่การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ที่สำคัญมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์น้อยที่สุด แต่สามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารได้เข้าถึงประชาชนมากที่สุด

ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบุคลากร งบประมาณ และมีอำนาจอิสระในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ การวางระบบสาธารณูปโภค และ สาธารณูปการ การจัดทำบริการและสวัสดิการสังคม ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐบาล (กรมส่งเสริมการปกครอง ท้องถิ่น, 2559)

“เทศบาลนครเกาะสมุย” เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเดียวในอำเภอเกาะสมุย ที่เป็นเมืองท่องเที่ยว ระดับโลกมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในเกาะสมุยแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ประกอบกับต้อง รับผิดชอบพื้นที่ขนาด 252 ตารางกิโลเมตร การบริหารงานของเทศบาลนครเกาะสมุย จึงมีความจำเป็นต้องอาศัย ความร่วมมือของประชาชนในพื้นที่และหน่วยงานต่างๆ ร่วมกันพัฒนาเกาะสมุย ซึ่งต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์องค์กร ที่ดีไปสู่ประชาชน เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในนโยบายและแนวทางการพัฒนา ที่จะนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมตามแนว ทางการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้วยข้อจำกัดทางด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ขาดความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน งบประมาณไม่เพียงพอ อุปกรณ์ที่ล้าสมัย นโยบายการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร รวมถึงประชากรในฐานะผู้รับสารมีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นประชากรตามทะเบียนราษฎร จำนวน 70,057 คน (ที่มา : งานทะเบียนราษฎรเทศบาลนครเกาะสมุย ณ วันที่ 4 เมษายน 2568) ประชากรแฝงประมาณ 300,000 คน รวมถึงนักท่องเที่ยว ประมาณ 3,000 คนต่อวัน (ชรินทร์ ศิริยงค์ ธวัชชัย ทุมทอง, 2018) นับว่าเป็นภารกิจที่สำคัญและมีความท้าทาย ที่เทศบาลนครเกาะสมุยจะต้องมีการ บริหารจัดการองค์กรและดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ประชากรทุกกลุ่มเข้าถึงข้อมูลข่าวสารขององค์กรมากที่สุด

ปัจจัยการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพของเทศบาลนครเกาะสมุย เป็นวิธีการ ปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกตามสภาพพื้นที่ในทุกมิติ ทั้งรูปแบบ เทคนิค วิธีการ รวมไปถึงกล ยุทธ์ด้านต่างๆ (พัฒนา พิมพ์แน่น และอภิ คำเพราะ, 2566) เพื่อให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจในการเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร สามารถรับบริการสาธารณะจากเทศบาลได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว สามารถสร้างความโปร่งใสในการทำงาน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น นำมาซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาเทศบาล ซึ่งงานประชาสัมพันธ์เทศบาลนคร เกาะสมุย ที่มีหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ภารกิจ นโยบาย และผลการดำเนินงานด้านต่างๆ ของ เทศบาลนครเกาะสมุย ได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ คู่มือเทศบาลนครเกาะสมุย และนำเทคโนโลยีการสื่อสารที่ใช้ งานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือ “สื่อสังคม ออนไลน์” (สำนักประชาสัมพันธ์, 2562) เข้ามาประยุกต์ใช้ในการ สนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร ภายใต้เฟซบุ๊ก (Facebook) ชื่อเพจ “เทศบาลนครเกาะสมุย” เว็บไซต์ และกลุ่มไลน์เครือข่ายต่างๆ แต่ปัจจุบันยังพบปัญหาและอุปสรรคในระบบการประชาสัมพันธ์ ที่จะต้องปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาอีกหลายด้านควบคู่กันไป การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพของเทศบาลนคร เกาะสมุย จึงเป็นเรื่องจำเป็นและสำคัญขององค์กรที่เริ่มจากการพัฒนาระบบ กระบวนการประชาสัมพันธ์ (ศุภชัย ทอง สุข และวันวิสาข์ เทียวสุวัฒน์, 2565) รวมถึงช่องทางการสื่อสารที่ปัจจุบันมีระบบออนไลน์เพิ่มขึ้น (ปิยดา สุนทร และปิ ยะพันธ์, 2554) เพื่อให้ได้มาซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชน

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย ในการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ที่มีบทบาทต่อการพัฒนาท้องถิ่นและคุณภาพชีวิตของประชาชน จึงมีความสนใจว่ามีปัจจัยสำคัญใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ที่ทำให้การประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพและถูกแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างตรงจุด ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อที่จะได้เข้าใจถึงระบบการประชาสัมพันธ์ขององค์กร สามารถคาดการณ์ทิศทาง และแนวโน้มในระบบการประชาสัมพันธ์องค์กรในอนาคตว่าควรจะเป็นอย่างไร จึงจะมีความเหมาะสมกับปัจจัยต่างๆ ของพื้นที่ในท้องถิ่น และเพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารขององค์กรและได้รับประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ ผลของการศึกษาวิจัยสามารถนำมาเป็นแนวทางและหาข้อเสนอแนะต่อการปรับปรุง แก้ไขปัญหาของระบบการประชาสัมพันธ์องค์กร ที่ถือว่าปัจจุบันยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นที่ให้ประชาชนได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิตเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเกิดจากการมีส่วนร่วมตามความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาโดยศึกษาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมถึงวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และเสนอแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขอบเขตด้านประชากร

ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 15 คน ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน ผู้บริหารจำนวน 1 คน สมาชิกสภาเทศบาล จำนวน 2 คน ปลัดเทศบาลเทศบาลนครเกาะสมุย จำนวน 2 คน และประชาชนในอำเภอเกาะสมุย ประกอบด้วย กรรมการชุมชน จำนวน 1 คน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จำนวน 1 คน สมาชิกองค์กรสตรีเทศบาลนครเกาะสมุย จำนวน 1 คน สมาชิกองค์กรผู้สูงอายุเทศบาลนครเกาะสมุย จำนวน 1 คน และผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว จำนวน 1 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่วิจัยในเขตเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยได้จัดทำแผนการทำวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 ระยะ ได้แก่

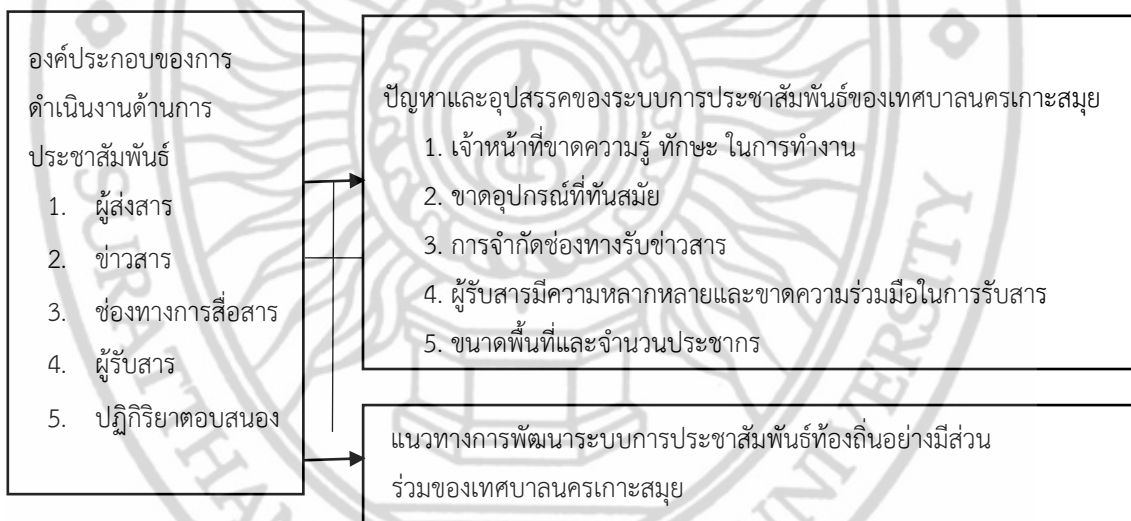
ระยะที่ 1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ระหว่างเดือนมกราคม – ธันวาคม 2567

ระยะที่ 2 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย และหาแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ระหว่างเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2568

ระยะที่ 3 วิเคราะห์ผลการวิจัย และจัดทำรายงานการวิจัย ระหว่างเดือนมีนาคม – เมษายน 2568

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี



ที่มา : ผู้วิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เทศบาลนครเกาะสมุยมีการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ประชาชนในพื้นที่สามารถรับทราบข่าวสารของเทศบาลนครเกาะสมุยได้อย่างทั่วถึง
3. เทศบาลนครเกาะสมุยสามารถบริหารจัดการองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง “แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี” มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

รูปแบบการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการวิจัยใน 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกเจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ ของเทศบาลนครเกาะสมุย จำนวน 5 คน
2. วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกเจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ ของเทศบาลนครเกาะสมุย จำนวน 5 คน ผู้บริหาร สมาชิกสภาเทศบาล และปลัดเทศบาล จำนวน 5 คน และประชาชนในอำเภอเกาะสมุย ประกอบด้วย กรรมการชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) สมาชิกองค์กรสตรีเทศบาลนครเกาะสมุย สมาชิกองค์กรผู้สูงอายุเทศบาลนครเกาะสมุย และผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว จำนวน 5 คน รวม 15 คน
3. เสนอแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกเจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ ของเทศบาลนครเกาะสมุย จำนวน 5 คน ผู้บริหาร สมาชิกสภาเทศบาล และปลัดเทศบาล จำนวน 5 คน และประชาชนในอำเภอเกาะสมุย ประกอบด้วย กรรมการชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) สมาชิกองค์กรสตรีเทศบาลนครเกาะสมุย สมาชิกองค์กรผู้สูงอายุเทศบาลนครเกาะสมุย และผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว จำนวน 5 คน รวม 15 คน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ครั้งที่ 1 ผู้วิจัยได้กำหนดเจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย จำนวน 5 คน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้กำหนดเจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ เทศบาลนครเกาะสมุย จำนวน 5 คน ผู้บริหาร สมาชิกสภาเทศบาล และปลัดเทศบาล จำนวน 5 คน และประชาชนในอำเภอเกาะสมุย ประกอบด้วย กรรมการชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) สมาชิกองค์กรสตรีเทศบาลนครเกาะสมุย สมาชิกองค์กรผู้สูงอายุเทศบาลนครเกาะสมุย และผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว จำนวน 5 คน รวม 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยออกแบบสัมภาษณ์จากบริบทการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุยในปัจจุบัน

โดยการสร้างคำถามให้ครอบคลุมตามขอบเขตของการวิจัย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เนื้อหาของคำถามจะเป็นลักษณะปลายเปิด ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย ในปัจจุบันเป็นอย่างไร มีด้านใดที่ควรปรับปรุงบ้าง
2. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย
3. แนวทางหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย

การวิจัยเชิงคุณภาพ

การหาค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือนิยาม เพื่อให้เนื้อหาที่ได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ทางผู้วิจัยจึงได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยได้ร่างแบบสัมภาษณ์ แล้วส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของแบบสัมภาษณ์
2. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสัมภาษณ์อีกครั้ง แล้วจัดพิมพ์แบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ และนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยขอสัมภาษณ์เชิงลึกแก่ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในเขตเทศบาลนครเกาะสมุย จำนวน 15 คน ดังนี้ นายกเทศมนตรีนครเกาะสมุย 1 คน สมาชิกสภาเทศบาล 2 คน ปลัดเทศบาล 1 คน เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ 5 คน และประชาชนในพื้นที่อำเภอเกาะสมุย จำนวน 10 คน ประกอบด้วย กรรมการชุมชน 1 คน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) 1 คน สมาชิกองค์กรสตรีเทศบาลนครเกาะสมุย 1 คน สมาชิกองค์กรผู้สูงอายุเทศบาลนครเกาะสมุย 1 คน และผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว 1 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล ปัญหาและอุปสรรค การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย และข้อเสนอแนะการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 15 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การวิจัย เรื่อง “การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย 2) วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย ผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก ครั้งที่ 1 เพื่อศึกษาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์เทศบาลนครเกาะสมุย และการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ครั้งที่ 2 เพื่อศึกษาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้ได้ว่าซึ่งปัญหาและอุปสรรค และแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ผู้บริหาร สมาชิกสภาเทศบาลปลัดเทศบาลนครเกาะสมุย และประชาชนในอำเภอเกาะสมุย ประกอบด้วย กรรมการ

ชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) สมาชิกองค์กรสตรีเทศบาลนครเกาะสมุย สมาชิกองค์กรผู้สูงอายุ เทศบาลนครเกาะสมุย และผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

1. การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย

การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย ถือว่ามีความพร้อมระดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับกรมการมีส่วนร่วมของประชาชน เจ้าหน้าที่ที่มีทักษะการสื่อสารได้ดีพอสมควร มีการวางแผนการทำงาน มีการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ โดยใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook Tiktok Website Line และออฟไลน์ เช่น ป้ายคัทเอ๊าท์ รถประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ พร้อมนำเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เช่น กล้องไม่โครโฟนไร้สาย โปรแกรมตัดต่อภาพและวิดีโอ มาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ขาดการติดตาม โต้ตอบกับชุมชน บุคลากรไม่เพียงพอต่อภาระงานและบริบทของพื้นที่ รวมถึงขาดการตระหนักรู้ของผู้รับสาร ด้วยสภาพพื้นที่ของเทศบาลนครเกาะสมุยที่มีลักษณะเป็นเกาะขนาดใหญ่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวอันดับต้นของประเทศ มีประชากรตามทะเบียนราษฎร ประชากรแฝง และนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้การบริหารงานตามนโยบายของผู้บริหารเป็นไปค่อนข้างยาก ด้วยงบประมาณที่มีอย่างจำกัด จึงมีผลกระทบต่อการพัฒนาองค์กรในทุกรูปแบบ โดยเฉพาะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย สรุปได้ว่าเจ้าหน้าที่ที่มีทักษะการสื่อสารได้ดีระดับหนึ่ง มีการวางแผนการทำงาน การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ โดยใช้สื่อออนไลน์และออฟไลน์ พร้อมเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ โดยเจ้าหน้าที่ต้องสร้างความสัมพันธ์ระดับชุมชน เพื่อการประชาสัมพันธ์สองทางที่มีประสิทธิภาพ แต่บุคลากรไม่เพียงพอต่อบริบทของพื้นที่และภารกิจที่มากมาย และยังขาดการตระหนักรู้ของผู้รับสาร จึงต้องปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของประชากรและนักท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องของภาษา วัฒนธรรม ด้วยขนาดพื้นที่ 252 ตารางกิโลเมตร ที่เทศบาลรับผิดชอบ

ถึงแม้ว่าการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย เจ้าหน้าที่ที่มีทักษะการสื่อสารได้ดีระดับหนึ่ง ที่สามารถสร้างเนื้อหาข่าวด้วยเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยใช้สื่อออนไลน์และออฟไลน์ เป็นช่องทางเผยแพร่ข่าวสารเพื่อให้ประชาชนรับทราบข้อมูลอย่างทั่วถึง แต่ยังมีปัญหาและอุปสรรคอีกหลายด้าน ที่จะนำไปเป็นประเด็นวิเคราะห์และหาแนวทางแก้ไข เพื่อใช้ประกอบเป็น “แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ เทศบาลนครเกาะสมุย” ต่อไป

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคของการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย สรุปได้ว่า เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอต่อภาระงาน และพื้นที่ๆ เทศบาลรับผิดชอบ ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้าน ขาดอุปกรณ์ ขาดเทคโนโลยี และโปรแกรมที่ทันสมัย รูปแบบการประชาสัมพันธ์ยังคงเป็นแบบเดิมๆ ไม่สามารถดึงดูดใจผู้รับสาร เจ้าหน้าที่ขาดการปฏิสัมพันธ์ในการติดตาม โต้ตอบกับชุมชน เทศบาลนครเกาะสมุยต้องจัดส่งภาษีที่จัดเก็บได้ให้กับภาครัฐในสัดส่วนที่มากเกินไป ทำให้ส่วนที่นำมาพัฒนาท้องถิ่นมีไม่เพียงพอกับพื้นที่ ที่มีขนาด 252 ตารางกิโลเมตร ขาดหลักการ 4M ที่ประกอบด้วย กำลังคน (Man) งบประมาณ (Money) วัสดุ (Materials) และ การจัดการ (Management) ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของผู้บริหารในการบริหารจัดการองค์กร ที่จะทำให้การทำงานเกิดความคล่องตัวสูง และจัดการทรัพยากรองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนข้อเสนอแนะ ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้เพียงพอต่อภาระงานและพื้นที่ ให้ได้รับการอบรมเฉพาะด้าน จัดหาเครื่องมือที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เจ้าหน้าที่ควรพัฒนาการผลิตข่าวสารให้มีความน่าสนใจ

พร้อมประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน ใช้หลักการ 4M ประกอบด้วย กำลังคน (Man) งบประมาณ (Money) วัสดุ (Materials) และการจัดการ (Management) ในการบริหารจัดการองค์กร ที่จะทำให้การทำงานเกิดความคล่องตัวสูง และจัดการทรัพยากรองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่สำคัญควรหาวิธีการให้ประชาชนตระหนักรู้เพื่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของเทศบาล

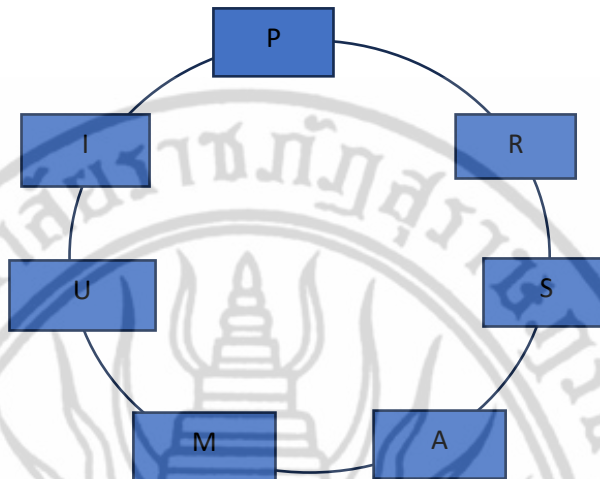
2. แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย

ด้วยเทศบาลนครเกาะสมุย ที่ต้องรับผิดชอบพื้นที่ขนาด 252 ตารางกิโลเมตร และสภาพพื้นที่เป็นเกาะ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลก มีประชากรทั้งชาวไทยและต่างชาติ และเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเดียวในอำเภอเกาะสมุย การบริหารจัดการองค์กรภายใต้กฎระเบียบ จึงเป็นไปอย่างยากลำบากที่จะให้มีการพัฒนาพื้นที่ให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ๆ เติบโตด้วยสิ่งสาธารณูปโภค สิ่งสาธารณูปการ พร้อมกับการบริหารจัดการด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ที่ต้องมีศักยภาพมากพอที่จะรองรับประชากรตามทะเบียนราษฎร จำนวน 70,057 คน (ณ วันที่ 4 เมษายน 2568) ประชากรแฝงประมาณ 300,000 คน รวมถึงนักท่องเที่ยวประมาณ 130,000 คน ต่อเดือน เพื่อให้ผู้บริหารเทศบาลนครเกาะสมุย บริหารจัดการพื้นที่เกาะสมุยอย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากประชาชน องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน จากการประชาสัมพันธ์องค์กรที่ดีและมีประสิทธิภาพ และจะต้องทันกับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีที่มีความล้ำสมัยตลอดเวลา จึงต้องมี “แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย”

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นเกี่ยวกับ “แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์เทศบาลนครเกาะสมุย” สรุปได้ว่า ด้วยเทศบาลนครเกาะสมุย ที่มีพื้นที่รับผิดชอบขนาด 252 ตารางกิโลเมตร และสภาพพื้นที่เป็นเกาะ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลก มีประชากรทั้งชาวไทยและต่างชาติ และเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเดียวในอำเภอเกาะสมุย เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอต่อภาระงาน และขาดความรู้เฉพาะด้าน ควรให้เจ้าหน้าที่ได้รับการฝึกฝนทักษะการสื่อสาร สามารถผลิตข่าวที่ดึงดูดความสนใจจากผู้ฟัง/ผู้รับสาร ที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม รวมถึงทักษะการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อสร้างสื่อออนไลน์ที่ปัจจุบันสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ง่าย ทุกที่ทุกเวลา ประหยัดค่าใช้จ่าย และทันเหตุการณ์มากที่สุด และต้องมีเครื่องมือที่พร้อมต่อการปฏิบัติงาน โดยการผลิตสื่อที่ใช้ภาษาที่เข้าถึงง่ายต่อกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม เพศ อายุ และพื้นที่ ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย ทั้งสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ รวมถึงติดตาม ประเมินผลการทำงาน มีการวางแผนรายปีและรายเดือน เพื่อทราบถึงการเข้าถึงผู้รับสาร การมีส่วนร่วมของประชาชน และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พร้อมปรับปรุงและพัฒนาทักษะการประชาสัมพันธ์ตลอดเวลา เจ้าหน้าที่ที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน เพื่อทราบถึงปัญหาความต้องการของประชาชน หากประชาชนในฐานะผู้รับสารไม่สนใจที่จะรับทราบข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ก็ไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นเทศบาลจึงต้องหาวิธีการให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข่าวสารได้ทุกช่องทางอีกด้วย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มย่อยแล้ว ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ขึ้นเป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย เรียกว่า PRSAMUI

การสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ ประกอบด้วย



ภาพตัวแบบแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย
ที่มา : ผู้วิจัย

1. การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Engagement) คือ การที่ประชาชนในพื้นที่เทศบาลนครเกาะสมุยมีส่วนร่วมในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจแก้ปัญหาของตนเอง ร่วมใช้ความคิดสร้างสรรค์ความรู้และความชำนาญร่วมกับเจ้าหน้าที่ วิทยากรที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานของเทศบาลนครเกาะสมุยและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง โดยประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนเองในการจัดการและควบคุมการใช้ทรัพยากร และปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคม และการตัดสินใจต่างๆ เกี่ยวกับโครงการที่เหมาะสมของเทศบาลนครเกาะสมุย และเป็นที่ยอมรับร่วมกัน กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) เป็นแนวความคิดใหม่ที่มีรากฐานมาจากแนวคิดของระบอบประชาธิปไตย เป็นกระแสของความคิดที่ทำให้ผู้คนในสังคมตระหนักดีว่าการดำเนินกิจการใด ๆ ก็ตาม ผู้ที่ได้รับผลกระทบและมีส่วนได้ส่วนเสีย ควรเป็นผู้มีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะความคิด การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบันจึงต้อง ประยุกต์แนวคิดให้ตอบรับกับแนวคิดประชาธิปไตย โดยต้องสร้างกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน เช่น การประชุมประชาคมเพิ่มเติมแผนพัฒนาเทศบาล ที่ต้องอาศัยประชาชนในพื้นที่เป็นผู้ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ตามระเบียบกระทรวงมหาดไทย อันเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงาน และเป็นส่วนสำคัญของแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประชาชนกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียและได้รับผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต ดังนั้น การพัฒนาจึงเริ่มจากความต้องการของชุมชนแทนความต้องการของหน่วยงานภาครัฐ รูปแบบของการมีส่วนร่วม คือ การที่ประชาชนภายในพื้นที่ที่มีการรวมกลุ่มในรูปของประชาคมหรือชุมชน ซึ่งเป็นแนวคิดที่สนับสนุน ความเข้มแข็งของชุมชนและสังคม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหา ซึ่งการแก้ปัญหานั้นจำเป็นต้องมีความร่วมมือทำพร้อมๆ กันในทุกระดับ ต้องระดมทุกองค์ประกอบในสังคม โดยเฉพาะชุมชน เพื่อเสริมสร้างความเป็นชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ด้วยตนเอง

2. การสื่อสารที่ตอบสนอง (Responsive Communication) คือ ระบบประชาสัมพันธ์ควรสามารถตอบสนองต่อข้อสงสัยและความต้องการของประชาชนได้อย่างรวดเร็ว การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ หรือกระบวนการในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิด และความรู้ เพื่อให้สิ่งที่เทศบาลนครเกาะสมุยสื่อสาร ประชาชนเกิดการรับรู้และเข้าใจอย่างชัดเจนตามวัตถุประสงค์ โดยที่ผู้ส่งและผู้รับสารจะต้องมีความรู้สึกที่เข้าใจและพึงพอใจด้วยกัน การสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้ในรูปแบบต่างๆ เช่น การใช้ภาษาพูด การเขียน รูปภาพ การฟัง เครื่องหมายสัญลักษณ์ ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในรูปแบบพูดคุย เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้น เทศบาลจึงต้องให้ความสำคัญกับวิธีการสื่อสารอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารแต่ละรูปแบบ อาทิ Facebook Tiktok Website Line และสื่อออนไลน์ เช่น ป้ายคัทเอ้าท์ รถประชาสัมพันธ์ พร้อมเครื่องมือและเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ เช่น กล้องดิจิทัล โปรแกรมตัดต่อภาพและวิดีโอ เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective communication) ทำให้องค์กรสามารถบริหารจัดการบุคลากรและสร้างเครือข่ายได้มากขึ้น องค์กรได้รับการพัฒนา ได้รับประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ๆ สามารถสร้างโอกาสและความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งระหว่างองค์กรกับชุมชนมากขึ้น

3. การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning) คือ การประชาสัมพันธ์ต้องมีแผนที่ชัดเจนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยเจ้าหน้าที่ได้มีการวางแผนประชาสัมพันธ์ตามเป้าหมายองค์กร จัดทำเนื้อหาสำหรับช่องทางต่างๆ เช่น สื่อออนไลน์ กิจกรรมชุมชน และสื่อสิ่งพิมพ์ ติดตามประเมินผลเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ วางแผนรายปี และรายเดือน เพื่อเข้าถึงผู้รับสาร สร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน และสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook Instagram และ YouTube ใช้ระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System) สำหรับเว็บไซต์ของเทศบาล ตามนโยบาย วิสัยทัศน์ เป้าหมาย ที่ผู้บริหารได้กำหนดไว้ในการบริหารจัดการองค์กร ด้วยการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น โดย คณะกรรมการพัฒนาเทศบาล คณะกรรมการสนับสนุนการจัดทำแผน และคณะกรรมการติดตามและประเมินผลแผนพัฒนาเทศบาล ที่กำหนดวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และกลยุทธ์ ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาอำเภอ แผนพัฒนาตำบล แผนพัฒนาหมู่บ้าน หรือรายละเอียดที่จัดทำขึ้นสำหรับปีงบประมาณ ซึ่งมีความต่อเนื่องและเป็นแผนก้าวหน้า รวมถึงการเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลงแผนพัฒนาท้องถิ่น เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามพื้นที่ และจำนวนประชากรที่เทศบาลนครเกาะสมุยรับผิดชอบ

4. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (Accessible Information) คือ ประชาชนต้องสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของเทศบาลได้ง่าย โดยผ่านช่องทางที่เหมาะสม อาทิ สื่อออนไลน์ เช่น Facebook Tiktok Website Line และสื่อออฟไลน์ เช่น ป้ายคัทเอ้าท์ รถประชาสัมพันธ์ โดยที่ต้องปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของประชากรและนักท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องของภาษา วัฒนธรรม ตามขนาดพื้นที่ 252 ตารางกิโลเมตร ที่เทศบาลนครเกาะสมุยต้องรับผิดชอบ ตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ที่ต้องการให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินการต่าง ๆ ของเทศบาล เพื่อที่ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นและใช้สิทธิทางการเมืองได้ถูกต้องตรงกับความเป็นจริง เป็นการพัฒนาระบบประชาธิปไตยให้มั่นคง ประชาชนมีโอกาสรู้ถึงสิทธิและหน้าที่ของตนได้อย่างเต็มที่ ส่งเสริมให้การบริหารงานของรัฐเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส มุ่งต่อประโยชน์สุขของประชาชน การคุ้มครองสิทธิรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นการรองรับการคุ้มครองสิทธิรับรู้ข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะที่อยู่ในความครอบครองของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และราชการส่วนท้องถิ่น ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

5. การบูรณาการสื่อ (Media Integration) คือ การใช้สื่อของเทศบาลที่ต้องมีความหลากหลาย ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อขยายการรับรู้ ซึ่งการสื่อสารแบบบูรณาการ คือ แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการสื่อสาร เพื่อเพิ่มคุณค่าของแผนโดยรวมอย่างครอบคลุม รวมถึงการวางแผนประเมินกลยุทธ์ของการสื่อสารประเภทต่างๆ ซึ่งสร้างความชัดเจน ความน่าเชื่อถือ และมีประสิทธิภาพสูงสุดจากการผสมผสานการสื่อสาร โดยเทศบาลนครเกาะสมุย เน้นผสมผสานการสื่อสาร 2 ช่องทาง คือ สื่อออนไลน์ เช่น Facebook Tiktok Website Line และสื่อออฟไลน์ เช่น ป้ายคัทเอ๊าท์ รถประชาสัมพันธ์ โดยแต่ละช่องทางสื่อจะเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้รับสารที่มีความแตกต่างของ อายุ เพศ สัญชาติ

6. แนวทางที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (User-Centered Approach) คือ ระบบประชาสัมพันธ์ต้อง ออกแบบให้ตรงกับความต้องการของประชาชน การมุ่งเน้นเป้าหมายที่ประชาชนเป็นศูนย์กลางในการทำงาน การทำงาน ที่สามารถเชื่อมโยงกัน และสามารถพัฒนาระบบที่มีนวัตกรรมในการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนเพียง จุดเดียว โดยเทศบาลจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย คือ สื่อออนไลน์ และสื่อออฟไลน์ เพื่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้รับสารที่มีความแตกต่างของอายุ เพศ สัญชาติ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ ที่เหมาะกับ สื่อออฟไลน์ เช่น ป้ายคัทเอ๊าท์ รถประชาสัมพันธ์ และจะต้องปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของ ประชากรและนักท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องของภาษา วัฒนธรรม ตามขนาดพื้นที่ 252 ตารางกิโลเมตร ที่เทศบาลนครเกาะสมุย รับผิดชอบ

7. นวัตกรรมในการประชาสัมพันธ์ (Innovation) คือ การใช้เทคโนโลยีและแนวคิดใหม่ๆ เพื่อปรับปรุง ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ ความก้าวหน้าพัฒนาการทางอินเทอร์เน็ต (Internet) และสื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) ส่งผลต่อวิวัฒนาการอีกขั้นของการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล ดังนั้นการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุยต้องมีการปรับตัวอย่างมาก โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์องค์กรจากรูป แบบเดิมสู่รูปแบบใหม่ที่ก้าวหน้าเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น โดยใช้โซเซียลมีเดีย เช่น Facebook Instagram และ YouTube ใช้ระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System) สำหรับเว็บไซต์ เครื่องมือและเทคโนโลยีในการสร้าง เนื้อหา เช่น Canva Adobe Photoshop โปรแกรม Adobe Premiere Pro หรือ Capcut เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล Google Meta Business Suite AI Chatbots เพื่อการผลิตคอนเทนต์ โดยประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ ออนไลน์ เช่น Facebook Tiktok Website Line ที่สามารถเข้าถึงประชาชนอย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ประหยัด ค่าใช้จ่าย โดยเทศบาลได้ปรับตัวให้เข้ากับพัฒนาการของสื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) เพื่อใช้เป็น นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ผ่านการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

สรุปได้ว่า แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย เรียกว่า “PRSAMUI” ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Engagement) ที่อาศัยประชาชนในพื้นที่เทศบาล นครเกาะสมุยในการบริหารจัดการองค์กร จากการสื่อสารที่ตอบสนอง (Responsive Communication) ประชาชน สามารถรับรู้และโต้ตอบได้ และนำมาซึ่งการมีส่วนร่วม โดยมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning) ที่ทำให้ การประชาสัมพันธ์มีแผนที่ชัดเจนเกิดประสิทธิภาพสูงสุด และประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (Accessible Information) โดยผ่านช่องทางที่เหมาะสม จากการบูรณาการสื่อ (Media Integration) ที่มีความหลากหลาย ทั้งสื่อ ออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อขยายการรับรู้ข่าวสารของประชาชนให้ครอบคลุมและทั่วถึง ซึ่งแนวทางที่ยึดประชาชนเป็น ศูนย์กลาง (User-Centered Approach) ตามความต้องการของประชาชนเป็นหลัก เพื่อร่วมกันคิด ตัดสินใจ ในการ พัฒนางองค์กร โดยสร้างนวัตกรรมในการประชาสัมพันธ์ (Innovation) จากการใช้เทคโนโลยีและแนวคิดใหม่ๆ มา ปรับปรุงประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อวิวัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

สรุปผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของเทศบาลนครเกาะสมุย” ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย 2) วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย และ 3) หาแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย ผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ โดยมีผู้ให้ข้อมูล คือ เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ ผู้บริหาร สมาชิกสภาเทศบาล ปลัดเทศบาล และประชาชนในอำเภอเกาะสมุย ประกอบด้วย กรรมการชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) สมาชิกองค์กรสตรีเทศบาลนครเกาะสมุย สมาชิกองค์กรผู้สูงอายุเทศบาลนครเกาะสมุย และผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว ผู้วิจัยสรุป อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังต่อไปนี้

สรุปผล

1. การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เทศบาลนครเกาะสมุย

การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เทศบาลนครเกาะสมุย ถือว่ามีประสิทธิภาพระดับหนึ่ง โดยเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ได้มีการวางแผนการทำงาน มีทักษะกระบวนการสื่อสาร สร้างเนื้อหาข่าวโดยใช้เทคโนโลยี โปรแกรมที่ทันสมัย เช่น Canva Adobe Photoshop โปรแกรม Adobe Premiere Pro หรือ Capcut เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล Google เทคโนโลยี AI Chatbots เพื่อการผลิตข่าวที่มีเนื้อหาตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ โดยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Tiktok Website YouTube Line และสื่อออฟไลน์ เช่น ป้ายคัทเออร์ รถประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารมีการสนับสนุนการสื่อสารที่โปร่งใส พร้อมเปิดเผยข้อมูล ทำให้ง่ายต่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ซึ่งภาครัฐควรจัดสรรส่วนการเก็บภาษีจากท้องถิ่นใหม่ เพื่อให้ท้องถิ่นมีงบประมาณเหลือเพียงพอต่อการพัฒนาการประชาสัมพันธ์องค์กร ประกอบกับเจ้าหน้าที่ต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน พร้อมติดตามประเมินผล เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาทักษะการประชาสัมพันธ์ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่มีอิทธิพลต่อระบบการประชาสัมพันธ์ ตามการเปลี่ยนแปลงของประชากรและนักท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องของภาษา วัฒนธรรม ขี้นขาดการตระหนักรู้ของผู้รับสาร ด้วยพื้นที่รับผิดชอบขนาด 252 ตารางกิโลเมตร กับองค์ปกครองส่วนท้องถิ่นเพียงแห่งเดียวในอำเภอเกาะสมุย

2. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์เทศบาลนครเกาะสมุย

ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์เทศบาลนครเกาะสมุย พบว่า เทศบาลนครเกาะสมุยมีบุคลากรไม่เพียงพอและขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการสื่อสารและเทคโนโลยี เพื่อการผลิตสื่อที่ทันสมัยและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ขาดอุปกรณ์และโปรแกรมที่ทันสมัย เพื่อรองรับการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ระบบ AI จึงทำให้การผลิตสื่อที่มีรูปแบบใหม่ๆ ไม่ดึงดูดใจผู้รับข่าวสาร รวมถึงเจ้าหน้าที่ขาดการปฏิสัมพันธ์กับประชาชน จึงไม่ได้รับความสนใจในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเท่าที่ควร อีกทั้งยังขาดหลักการ 4M ประกอบด้วย กำลังคน (Man) งบประมาณ (Money) วัสดุ (Materials) และการจัดการ (Management) เป็นหลักการสำคัญของผู้บริหารในการบริหารจัดการองค์กร จึงทำให้งานประชาสัมพันธ์ขาดความคล่องตัวในการทำงาน ขาดอำนาจ ขาดศักยภาพภายในงาน และขาดการจัดทรัพยากรองค์กรให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้เทศบาลนครเกาะสมุยต้องจัดส่งภาษีที่จัดเก็บได้ให้กับภาครัฐในสัดส่วนที่มากเกินไป ส่วนที่เหลือจึงไม่เพียงพอต่อการพัฒนาท้องถิ่นที่มีพื้นที่ขนาด 252 ตารางกิโลเมตร ทำให้กระทบกับการพัฒนาระบบการ

ประชาสัมพันธ์ในทุกรูปแบบ และด้วยเทศบาลเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ งานประชาสัมพันธ์จึงเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ วัฒนธรรม เพศ อายุ และบริบทของพื้นที่

3. แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์เทศบาลนครเกาะสมุย

งานประชาสัมพันธ์เทศบาลนครเกาะสมุย เป็นกลไกที่สร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ที่ได้มาซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาพื้นที่ ผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญในการสนับสนุนบุคลากร งบประมาณ การส่งเสริมฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร จัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยทันต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงโครงสร้างให้เป็นกองประชาสัมพันธ์ ตามหลักการ 4M ที่ประกอบด้วย กำลังคน (Man) งบประมาณ (Money) วัสดุ (Materials) และการจัดการ (Management) เป็นหลักการสำคัญในการบริหารจัดการองค์กร ที่จะทำให้การทำงานเกิดความคล่องตัวสูง และจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มอำนาจหน้าที่ จัดสรรงบประมาณเพิ่มขึ้น นำไปสู่การบริหารจัดการที่ดีและมีศักยภาพของงานประชาสัมพันธ์ ดังนั้น “แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์เทศบาลนครเกาะสมุย” จึงต้องอาศัยความพร้อมของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนจากผู้บริหาร และการมีส่วนร่วมจากประชาชน ตามหลักการประชาสัมพันธ์แบบสองทาง ที่ต้องอาศัยทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยใช้แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย เรียกว่า “PRSAMUI” เริ่มจากการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ สร้างนวัตกรรมในการประชาสัมพันธ์ (Innovation) โดยใช้เทคโนโลยีและแนวคิดใหม่ๆ มาประกอบการประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อวิวัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยบูรณาการสื่อ (Media Integration) ที่ใช้ช่องทางการสื่อสารหลากหลาย เพื่อสร้างการรับรู้ข่าวสารของประชาชนให้ครอบคลุมและทั่วถึง เพื่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (Accessible Information) อย่างถูกต้องและชัดเจน เป็นการสื่อสารที่ตอบสนอง (Responsive Communication) สามารถโต้ตอบกันได้ระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร ซึ่งเป็นแนวทางที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (User-Centered Approach) ในการพัฒนาองค์กรที่เกิดจากความต้องการของประชาชนเป็นหลัก และนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Engagement) ในการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมรับผลประโยชน์ ซึ่งเป็นหลักของการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

อภิปรายผลการวิจัย

1. การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย

พบว่า การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย เจ้าหน้าที่ที่มีการวางแผนการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ได้ศึกษา ของ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักสารสนเทศและการสื่อสาร (2567) ที่ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ พบว่า การวางแผนประชาสัมพันธ์ (Public Relation Plan) หมายถึง การกำหนดวิธีขององค์กร สถาบัน หน่วยงานอย่างมีเหตุผล เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กำหนดทิศทาง เป้าหมาย รายละเอียดกิจกรรมต่างๆ ในแผนการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และที่สำคัญต้องมีกิจกรรมที่เป็นกลยุทธ์ขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้วย มีการสร้างสรรค์เนื้อหาข่าว พร้อมพัฒนาวิธีผลิตสื่อที่ใช้ภาษาเข้าใจง่ายต่อกลุ่มเป้าหมาย สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ฟัง/ผู้รับสารที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม เพศ อายุ และพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ได้ศึกษา ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักสารสนเทศและการสื่อสาร (2567) ที่ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ พบว่า การผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการดำเนินงานตาม นโยบาย ยุทธศาสตร์หรือโครงการสำคัญของ พทอ. ซึ่งข้อมูลในการจัดทำข่าวอาจได้มาจากเอกสาร โครงการ กิจกรรม การประชุม การแถลงข่าว และสื่อมวลชน โดยมีแหล่งข่าวเป็นบุคลากรเจ้าหน้าที่ ผู้บริหาร เครือข่าย พิพิธภัณฑสถานฯ และภาคี

ความร่วมมือของ พกน. โดยใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ในการใช้กล้องถ่ายภาพดิจิทัล วิดีโอ หรือกราฟิก ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ อาทิ Facebook YouTube Tiktok Website Line และสื่อออฟไลน์ อาทิ ป้ายคัทเอาต์ รถประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ได้ศึกษา ของ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักสารสนเทศและการสื่อสาร (2567) ที่ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง เครื่องมือหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ ใช้สำหรับสื่อสารกับชุมชนหรือ กลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่ รวมถึงแบ่งปันเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการกิจกรรม กิจกรรม ผลงาน และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรหรือหน่วยงาน

2. ปัญหาและอุปสรรคของระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย

เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอต่อการงานและพื้นที่รับผิดชอบ ขาดความรู้เฉพาะด้านการสื่อสาร ทักษะการพูด การเขียน การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อสร้างสื่อออนไลน์ที่ปัจจุบันสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ง่าย ทุกที่ทุกเวลา ประหยัดค่าใช้จ่าย และทันเหตุการณ์มากที่สุด เจ้าหน้าที่ขาดการสื่อสารกับชุมชน รวมถึงติดตามประเมินผล เพื่อทราบถึงการเข้าถึงผู้รับสาร การมีส่วนร่วมของประชาชน และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่จะปรับปรุงและพัฒนาทักษะการประชาสัมพันธ์ตลอดเวลา และจะต้องหาวิธีการให้ประชาชนในฐานะผู้รับสาร สามารถเข้าถึงข่าวสารได้ทุกช่องทาง เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ในการรับทราบข้อมูลข่าวสาร เกิดการสื่อสารแบบสองทางตามหลักการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ได้ศึกษา ของ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2559) เรื่อง การทบทวนองค์ความรู้ด้านการสื่อสารและตอบโต้ความเสี่ยง ประจำปี 2559 พบว่า 1) ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการ "การเข้ารหัส" (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับ เพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้ที่ดีเกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย 2) ข้อมูลข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสารนั้น 3) ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูล โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น 4) ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการ "การถอดรหัส" (decode) สาร เป็นผู้ที่มีทัศนคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมเช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่ง จึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล และผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนงบประมาณ การฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพ จัดหาอุปกรณ์ที่ทันต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร นำมาซึ่งการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น

3. แนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย

ควรปรับปรุงโครงสร้างให้เป็นกองประชาสัมพันธ์ ตามหลักการ 4M ที่ประกอบด้วย กำลังคน (Man) งบประมาณ (Money) วัสดุ (Materials) และ การจัดการ (Management) เป็นหลักการสำคัญของผู้บริหารในการบริหารจัดการองค์กร ที่จะทำให้การทำงานเกิดความคล่องตัวสูง และจัดการทรัพยากรองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มอำนาจหน้าที่ มีการจัดสรรงบประมาณเพิ่มขึ้น นำไปสู่การบริหารจัดการที่ดี และมีศักยภาพของงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ได้ศึกษา ของ สุวิทย์ หอมสมบัติ (2565) ที่ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 พบว่า 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ประกอบด้วย 1.1 บุคลากรประชาสัมพันธ์ 1.2 งบประมาณสนับสนุน 1.3 ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย 1.4 ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ 1.5 การใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย 1.6 ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ 2) ขอบข่าย

การประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 2.1 การรวบรวมข่าวสาร 2.2 การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน
ต่อสาธารณชน 2.3 งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน 2.4 การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์
3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ 3.1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น 3.2 การวางแผน
ประชาสัมพันธ์ 3.3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) 3.4 การประเมินผล 4) ผลการประชาสัมพันธ์ที่มี
ประสิทธิภาพของสถานศึกษา 4.1 ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน 4.2 การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อน
ของผู้ปกครองและชุมชน 4.3 การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา 4.4 การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และ
หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 4.5 การมีภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. เทศบาลนครเกาะสมุย ควรเพิ่มบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะด้านให้เพียงพอต่อการงานตาม
บริบทของพื้นที่ พร้อมให้เจ้าหน้าที่ได้รับการอบรมเฉพาะด้าน
2. เทศบาลนครเกาะสมุย ควรจัดหาเครื่องมือในการทำงานที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ พัฒนาการ
ผลิตสื่อที่น่าสนใจ และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเจ้าหน้าที่มีการ
สื่อสารข้อมูล ติดตาม ตอบ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง และให้ประชาชนในฐานะผู้รับสารได้
ตระหนักรู้ โดยเข้าใจถึงวิธีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเทศบาล
3. เทศบาลนครเกาะสมุย ควรใช้รูปแบบ PRSAMUI คือ 1) การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public
Engagement) 2) การสื่อสารที่ตอบสนอง (Responsive Communication) 3) การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic
Planning) 4) การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (Accessible Information) 5) การบูรณาการสื่อ (Media Integration)
6) แนวทางที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (User-Centered Approach) 7) นวัตกรรมในการประชาสัมพันธ์
(Innovation) มาพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์เทศบาลนครเกาะสมุย
4. เทศบาลนครเกาะสมุย ควรตั้งคณะทำงานร่วม โดยคัดเลือกสมาชิกจากคณะกรรมการชุมชนและ
องค์กรเครือข่าย ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเทศบาล
5. เทศบาลนครเกาะสมุย ควรเน้นประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์องค์กร
เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาะสมุย
6. เทศบาลนครเกาะสมุย ควรมีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาษาสากล เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน
7. เทศบาลนครเกาะสมุย ควรมีการพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เทศบาลนครเกาะสมุย ควรทำการศึกษาการนำรูปแบบ PRSAMUI ไปใช้ในการพัฒนาระบบการ
ประชาสัมพันธ์เทศบาลนครเกาะสมุย เพื่อประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของรูปแบบดังกล่าว
2. เทศบาลนครเกาะสมุย ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเป็น
ภาคีเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเกาะสมุย

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร กระจำแสง, เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, นลินันธุ์ ดีสวัสดิ์. (2560). บทบาทของผู้บริหารกับการสร้างทีมงานในการพัฒนาองค์กร. วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กัมพล เพ็ชรล้อมทอง, สันติ ปัญญา, สุรภา เอมสกุล และ โชติ บศิริรัฐ. (2565). องค์ประกอบส่วนท้องถิ่น : การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่. มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- เกษร เกษมชื่นยศ. (2563). การพัฒนาของไทยตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- คุณากร กรสิงห์. (2563). แนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการทางอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสู่การปกครองท้องถิ่นแบบสมาร์ต. วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ.
- ดนุตา ณ กาฬสินธุ์, ขวณิด มະเสนะ และ ไพรวลัย โคตรระตะ. (2023). รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการศึกษาระดับปฐมวัย สังกัดเทศบาล. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธีรวันท์ โอภาสบุตร. (2519). หลัก เทคนิค และวิธีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์. อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- ฟอคซอล โกลดสมิท และบราวน์. (1998 อ้างถึงใน วัชรกร สุวรรณ, 2558). ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค.
- รินรดา มะอาลา, สุภาภรณ์ ศรีดี และวิยาธร ท่อแก้ว. (2021). การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมการท้องถิ่น.
- รสริน ดิษฐบรรจง. (2564). การวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในไลน์ Amazing Thailand. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม.
- วีระกิตติ์ เอกอัครวิจิตร, สุนทร ธนศิลป์พิชิต, ไพฑูรย์ มาเมือง. (2566). รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการส่งเสริมให้เกิดชุมชนเข้มแข็ง. นักวิชาการอิสระ วิทยาลัยสงฆ์ชัยภูมิ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ศักดิ์ กองสุวรรณ, กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, เพียงเพ็ญ จิรัชัย, พรปภัสสร ปริญาญกุล, ธฤติ เจษฎานุรักษ์กิจ, อัญชลี วงศ์สัมพันธ์. (2564). การพัฒนาชุดเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ แบบเน้นการมีส่วนร่วมในโครงการประกวดคลิปวิดีโอเรื่อง “ทุนนี้เพื่อน้อง ทุนนี้เพื่ออนาคต”. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ศราวุธ ชันธวิชัย, พระสิริชัย ธรรมจาโร, พระสังฆาน เขมปญโญ, พระสฤทธิ์ สุมโน และ ศรีอรุณ คำโท. (2564). การมีส่วนร่วมทางการเมืองของชุมชนในศตวรรษที่ 21. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตอุบลราชธานี, ประเทศไทย.
- สะอาด ตันสุภผล. (อ้างถึงใน วิรัช ลภิตนกุล, 2553). การประชาสัมพันธ์. สุจิตต์ ฤทธิเดช. (2021). กรอบแนวคิดการศึกษาการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.
- สุนิสา ประวิชัย. (2560). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม.
- สุวัฒน์พงษ์ รมศรี, สาธิตา ตาลชัย. (2023). การศึกษากับการพัฒนาที่ยั่งยืน. สำนักประชาสัมพันธ์. (2562). ความสำคัญของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook).

สุวิทย์ หอมสมบัติ, (หน้า 8 : 2565). การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักสารสนเทศและการสื่อสาร. (2567). คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์.

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2559). การทบทวนองค์ความรู้ด้านการสื่อสารและตอบโต้ความเสี่ยง ประจำปี 2559.

