

การจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร
อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร



นางสาวจิตาภรณ์ บัวพรม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต
แผนกวิชาวิศวกรรมศาสตรบัณฑิตและการปกครองท้องถิ่น สาขาวิชาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2564

**Corporate Public Relations Management for Sakon Nakhon Municipality,
Mueang District, Sakon Nakhon Province**

Miss Thitaporn Buaprom



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Communication Arts in Communication Innovation for Political and Local Administration

School of Communication Arts

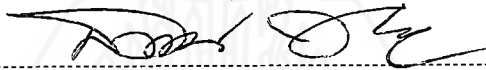
Sukhothai Thammathirat Open University

2021

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร อำเภอเมือง
จังหวัดสกลนคร
ชื่อและนามสกุล นางสาวจิตาภรณ์ บัวพรหม
แขนงวิชา นวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว
2. อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ

วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2563

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



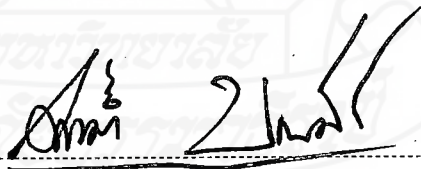
ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท)



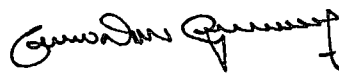
กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ)



ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพศักดิ์ บุญรัตน์)

ชื่อวิทยานิพนธ์ การจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

ผู้วิจัย นางสาวจิตติภากร บัวพรม รหัสนักศึกษา 2601500784 ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

(นวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น)

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว (2) อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ ปีการศึกษา 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร เกี่ยวกับ 1) ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ 2) การผลิตและการเผยแพร่สื่อการประชาสัมพันธ์ และ 3) แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจากผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรของเทศบาลนครสกลนคร รวมจำนวน 18 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัยพบว่า 1) ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย (1) ประเด็นด้านข่าวความเคลื่อนไหวของผู้นำองค์กรซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ตามนโยบาย ปัญหาการบรรเทาทุกข์ อุทกภัย ภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคติดต่อ การยกย่องและการได้รับรางวัลเชิดชูเกียรติ การร่วมงานประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น การลงตรวจเยี่ยมประชาชนประจำเดือน (2) ประเด็นด้านความรู้มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยและภัยใกล้ตัว ภัยพิบัติ การเฝ้าระวังภัยธรรมชาติ การป้องกันภัย ประเพณีวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว การแจ้งสิทธิประโยชน์แก่ประชาชน (3) ประเด็นด้านผลการดำเนินงาน มีเนื้อหาเกี่ยวกับผลงานที่โดดเด่นจากการพัฒนาท้องถิ่นตามแผนและงบประมาณ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ รวมทั้งผลงานที่โดดเด่นหรือรางวัลที่บุคคลหรือองค์กรได้รับ 2) การผลิตและการเผยแพร่สื่อการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย (1) เว็บไซต์ผลิตโดยทีมประชาสัมพันธ์ มุ่งเน้นการเผยแพร่กิจกรรมขององค์กรรวมทั้งมีการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้อง (2) เฟซบุ๊กผลิตโดยทีมประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมของผู้นำรวมทั้งประกาศข่าวสารและความรู้แก่ประชาชนและใช้เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูล และการร้องทุกข์ (3) แอปพลิเคชันไลน์จัดตั้งโดยทีมประชาสัมพันธ์ของเทศบาล มุ่งสื่อสารในกลุ่มผู้นำชุมชน (4) วิทยุกระจายเสียงผลิตรายการโดยทีมประชาสัมพันธ์มุ่งนำเสนอข่าวและความรู้ (5) เสียงเคลื่อนที่ดำเนินการ โดยทีมประชาสัมพันธ์ชุมชนที่มีเทศบาลเป็นที่เสียงมุ่งนำเสนอข่าวและความรู้ (6) รถกระจายเสียงเคลื่อนที่ดำเนินการ โดยทีมประชาสัมพันธ์มีการประกาศและเผยแพร่สปอตสำเร็จรูปมุ่งนำเสนอข่าวและความรู้ การแจ้งข่าวด่วน โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉิน ได้แก่ การแจ้งเตือนประชาชน ให้ระมัดระวังเรื่องอัคคีภัย วาดภัย และอุทกภัย 3) แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนคร ประกอบด้วย (1) แนวทางการจัดการประเด็นและเนื้อหาต้องสำรวจความต้องการของประชาชนทุกช่วงวัย ต้องพัฒนาลักษณะเนื้อหาโพสต์ การให้น้ำหนักเนื้อหาที่เป็นรูปภาพ ข้อความ ข้อความบนรูปภาพ แบนเนอร์ โฆษณา คลิปวิดีโอ และการถ่ายทอดสด และนำเสนอตามประเด็นเนื้อหาช่วงสถานการณ์เหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก (2) แนวทางการจัดการผลิตและเผยแพร่ต้องยกระดับการออกแบบสารและผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงผู้รับสารเป็นสำคัญ ต้องเพิ่มการผลิตคลิปสั้นและผลิตสปอตประชาสัมพันธ์ ส่วนการเผยแพร่ในเฟซบุ๊กต้องใช้เครื่องมือในการเผยแพร่ให้เข้าถึงผู้พบเห็นจำนวนมากครอบคลุมประชาชนในทุกกลุ่มทุกชุมชนรวมทั้งต้องเพิ่มจำนวนผู้มีส่วนร่วมให้มากยิ่งขึ้น

คำหลัก การจัดการ การประชาสัมพันธ์ ประเด็นและเนื้อหา การผลิตและการเผยแพร่สื่อ

Thesis title: Corporate Public Relations Management for Sakon Nakhon Municipality, Mueang District, Sakon Nakhon Province

Researcher: Miss Thitaporn Buaprom; **ID:** 2601500784;

Degree: Master of Communication Arts (Communication Innovation for Political and Local Administration); **Thesis advisors:** (1) Dr. Wittayatorn Torkaew, Associate Professor; (2) Dr. Karn Boonsiri; **Academic year:** 2021

Abstract

The objective of this research was to study the corporate public relations management of Sakon Nakhon Municipality in Mueang District, Sakon Nakhon Province in terms of 1) the key messages and content of public relations materials; 2) production and dissemination of public relations media; and 3) approaches for developing corporate public relations management.

This was a qualitative research based on in-depth interviews. The eighteen key informants were chosen through purposive sampling from among staffs directly involved with the public relations management of Sakon Nakhon Municipality. The data collection tool was a semi-structured in-depth interview form. Data were analyzed deductively to draw conclusions.

The results showed that 1) the key messages and content of public relations materials were (1) news about the actions of the organizational leaders as they worked to fulfill the organization's policies and address problems such as floods and other natural disasters and infectious diseases, and news about leaders receiving awards or recognition, participating in ceremonies and local cultural activities, and their visits to local residents every month; (2) knowledge for public information, including health topics, warnings, news about disasters and disaster warnings, ways to safeguard, local culture and traditions, tourism promotion and notifications about benefits citizens may be eligible for; and (3) the municipality's work, progress and successes in local development projects within the municipality's plans and budget, covering infrastructure, environmental projects, social projects, economic projects and any other noteworthy achievements or rewards. 2) Production and dissemination of public relations media consisted of (1) the website managed by the public relations team, which publishes mainly news about the municipality's activities and provides links to related sites; (2) the Facebook page managed by the public relations team that focuses on news, leaders' activities, and announcements, and it is used to exchange information and post grievances; (3) the Line group set up by the public relations team is mainly for communication among community leaders; (4) the radio program produced by the public relations team broadcasts news and information; (5) news and announcements broadcast through the public address system are produced by community public relations volunteers advised by the municipality; and (6) loudspeaker vehicles operated by the public relations team make live announcements as well as broadcasting recorded messages intended to inform the public and announce urgent news, especially during emergencies, such as warnings about fires, storms or floods. 3) approaches for developing corporate public relations management included (1) for selecting topics, the public relations team should survey the needs and interests of citizens of all age groups and put more emphasis on publishing photographs/graphics, short text messages, photos with text, banners, video clips, live streams and try to stay as up-to-date as possible; and (2) message design and media production should be creatively upgraded with the major consideration on the needs and interests of the message receivers. More short video clips and spots should be produced. For the Facebook page, tools should be employed to reach more viewers and people in every community and every group should be drawn in to participate.

Keywords: Management, Public relations, Main points and content, Media production and media dissemination

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.วิทยาธร ท่อแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษา แนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องจนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการและการทำวิทยานิพนธ์ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.วิทยาธร ท่อแก้ว และ อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำแนะนำและ ติดตามการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้อย่างใกล้ชิดตลอดมา นับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อย สมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่งขอขอบพระคุณคณะกรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิรองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท ที่สละเวลาเป็นประธานสอบปกป้องวิทยานิพนธ์ และกรุณาให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณ เพื่อน รุ่นพี่ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช รุ่น 1/1 และ 1/2 ทุกคนสำหรับรอยยิ้ม คำลั้งใจ และเสียงหัวเราะ ที่มีให้กันเสมอมาขอขอบคุณ นางมาลัย อสุชีวะ (พี่มาลัย) ที่คอยช่วยเหลือแนะนำ และเป็นกำลังใจให้ตลอดเวลา และกลุ่มกำนันที่ศึกษานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย ที่คอยช่วยเหลือและแนะนำมาตลอดขอขอบคุณ นักวิชาการทุกท่าน ที่สละเวลาอันมีค่า ในการให้ข้อมูลสัมภาษณ์ที่เป็นประโยชน์และให้คำแนะนำที่ดีแก่การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบคุณ ครอบครัวที่เป็นกำลังใจสำคัญทั้งทางด้านทุนทรัพย์และกำลังใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พ่อ และแม่ ผู้ที่อยู่เคียงข้าง คอยรับฟังและยินดีกับความสำเร็จของลูกคนนี้เสมอ

สุดท้ายนี้ หากมีสิ่งใดขาดตกบกพร่องหรือมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยมา ณ ที่นี้เป็นอย่างสูงและขอรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะก่อประโยชน์ต่อผู้มีความสนใจไม่มากนักน้อยสืบไป

ฐิตาภรณ์ บัวพรม

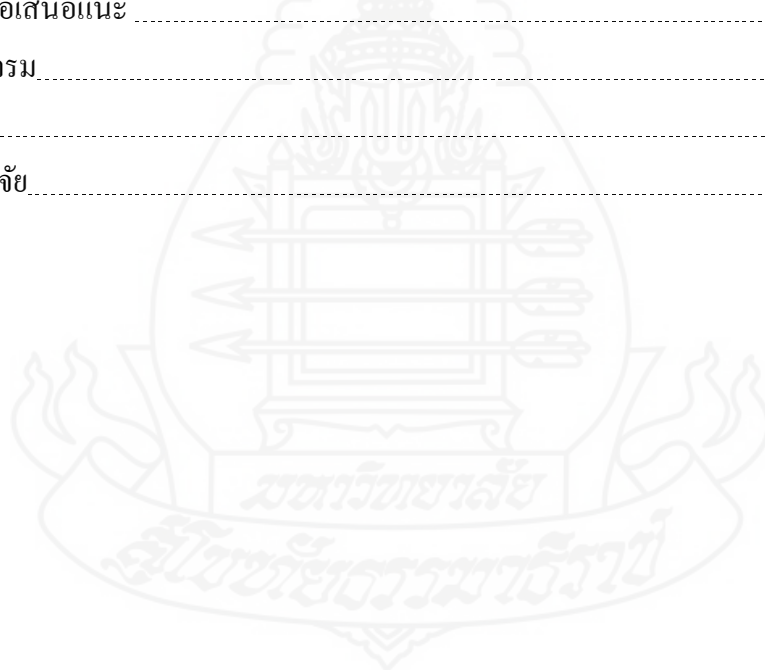
มีนาคม 2565

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
กรอบแนวคิดการวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
ประโยชน์การวิจัย	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ	9
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	14
การสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	19
แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรปกครองท้องถิ่น	23
เทศบาลนครสกลนคร	30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
แบบการวิจัย	37
ผู้ให้ข้อมูลหลัก	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
การวิเคราะห์ข้อมูล	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
ส่วนที่ 1 ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์องค์กร ของเทศบาลนครสกลนคร.....	41
ส่วนที่ 2 รูปแบบการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนคร.....	62
ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กร ของเทศบาลนคร.....	77
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	89
สรุปการวิจัย.....	89
อภิปรายผล.....	92
ข้อเสนอแนะ.....	104
บรรณานุกรม.....	106
ภาคผนวก.....	110
ประวัติผู้วิจัย.....	113



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการเมืองการบริหาร.....	59

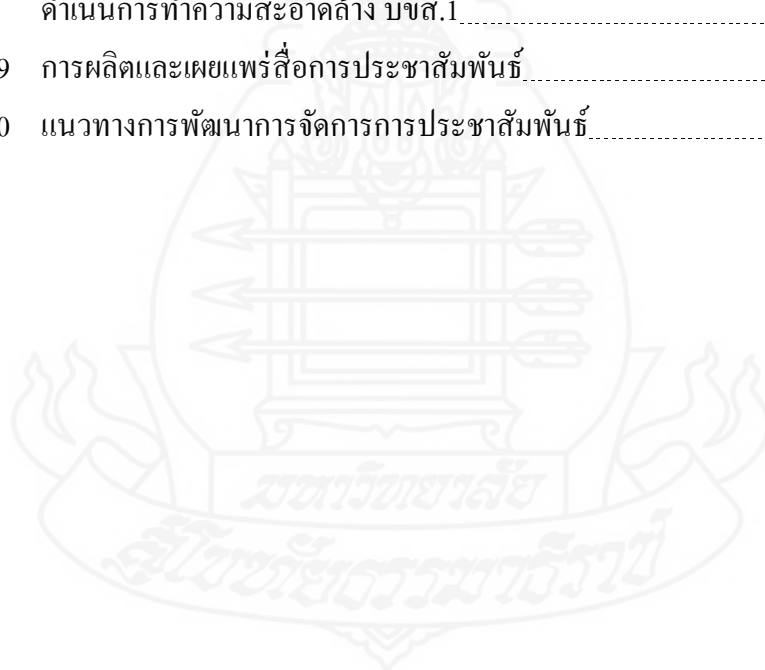


สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย..... 6
ภาพที่ 4.1	ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์..... 41
ภาพที่ 4.2	การประชุมการจัดระเบียบแม่ค้าหน้า โรงพยาบาลศูนย์สกลนคร..... 43
ภาพที่ 4.3	กิจกรรมล้างทำความสะอาดในเขตเทศบาลเพื่อป้องกันเชื้อ COVID-19..... 44
ภาพที่ 4.4	นายกเทศมนตรีนครสกลนคร ร่วมกิจกรรม Kick off "..... 45
ภาพที่ 4.5	สุขภาพวิถีไทย ณ ลานออกกำลังกาย สระพังทอง..... 46
ภาพที่ 4.6	ตรวจเยี่ยมโครงการออกหน่วยบริการสาธารณสุขเคลื่อนที่เชิงรุกในชุมชน เพื่อเสริมสร้างสุขภาพของประชาชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร..... 47
ภาพที่ 4.7	ร่วมพิธีวางพานพุ่มวันพระบิดาแห่งมาตรฐานการช่างไทย..... 47
ภาพที่ 4.8	นายกเทศมนตรีนครสกลนครออกตรวจเยี่ยมร้านค้าพร้อมให้คำแนะนำแนวทาง ในการปฏิบัติการป้องกันโควิด-19 ในเขตเทศบาลนครสกลนคร..... 48
ภาพที่ 4.9	นายกเทศบาลนครสกลนครเยี่ยมศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในสังกัดเทศบาลนครสกลนคร..... 48
ภาพที่ 4.10	เนื้อหาการประชาสัมพันธ์สาระด้านสุขภาพอนามัยและใกล้ตัว..... 51
ภาพที่ 4.11	เนื้อหาการประชาสัมพันธ์สาระด้านภัยพิบัติและ การเฝ้าระวังภัยธรรมชาติเตือนภัย..... 51
ภาพที่ 4.12	เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ด้านประเพณีวัฒนธรรม..... 52
ภาพที่ 4.13	เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว..... 53
ภาพที่ 4.14	เนื้อหาการประชาสัมพันธ์สาระการแจ้งสิทธิประโยชน์แก่ประชาชน..... 54
ภาพที่ 4.15	เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานด้านยุทธศาสตร์พัฒนา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน..... 56
ภาพที่ 4.16	เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผลดำเนินงานด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคม..... 57
ภาพที่ 4.17	เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานด้านยุทธศาสตร์ การพัฒนาด้านสังคม..... 57
ภาพที่ 4.18	เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจ..... 58
ภาพที่ 4.19	การผลิตและการเผยแพร่สื่อการประชาสัมพันธ์..... 62
ภาพที่ 4.20	สื่อเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียเทศบาลนครสกลนคร..... 65

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.21 สื่อเฟซบุ๊กเทศบาลนครสกลนคร.....	68
ภาพที่ 4.22 การถ่ายทอดสดบนสื่อเฟซบุ๊กเทศบาลนครสกลนคร.....	68
ภาพที่ 4.23 ไลน์สายด่วนเทศบาลนครสกลนคร.....	70
ภาพที่ 4.24 แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์.....	77
ภาพที่ 4.25 การประชุมเพื่อมอบนโยบายด้านคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตสำนึก ของหัวหน้าส่วนราชการทุกส่วนราชการ.....	79
ภาพที่ 4.26 นายกเทศมนตรีเทศบาลนครสกลนครให้ความรู้ด้านการเช่าอาคารพาณิชย์.....	80
ภาพที่ 4.27 นายกเทศมนตรีเทศบาลนครสกลนครลงตรวจสอบพื้นที่เหตุเพลิงไหม้.....	80
ภาพที่ 4.28 กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครสกลนคร ดำเนินการทำความสะอาดล้าง บขส.1.....	81
ภาพที่ 4.29 การผลิตและเผยแพร่สื่อการประชาสัมพันธ์.....	84
ภาพที่ 4.30 แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์.....	85



บทที่ 1

บทนำ

บทที่ 1 เป็นบทที่ว่าด้วยบทนำของงานวิจัย เรื่อง การจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนครซึ่งมีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับ 1) เพื่อศึกษาประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร 2) เพื่อศึกษารูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนครโดยบทนำประกอบด้วย ความเป็นมาของปัญหา คำถามการวิจัย กรอบแนวคิดการวิจัย ขอบเขตการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุคของการสื่อสารที่ไร้พรมแดน ด้วยเครื่องมือที่เรียกว่า เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อการสื่อสาร และทำหน้าที่ได้รวดเร็วอย่างไร้ขีดจำกัด สื่อต่างๆ ถูกส่งผ่านจากคนหนึ่งสู่อีกคนโดยใช้เวลาเพียงเสี้ยววินาทีจึงทำให้ในโลกแห่งการสื่อสารเปลี่ยนวิธีการสื่อสารแบบดั้งเดิมสู่การสื่อสารและทำประชาสัมพันธ์แบบใหม่ในยุคดิจิทัล (วัต วงศ์พรหม)

(พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2553) การสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางการบริหารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แม้กระทั่งในองค์กรภาครัฐที่ต้องแข่งขันกับตัวเองเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถส่งต่อนวัตกรรมหรือบริการที่ดีที่สุดให้กับประชาชน จึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ เป็นสิ่งสำคัญในการบริหารหรือผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขององค์กร ตลอดจนจัดการกับความหลากหลายภายในองค์กรให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันยิ่งขึ้นประสิทธิภาพของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ยังมีผลกระทบต่อการสื่อสาร การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในองค์กรเอง ให้มีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคี รวมทั้งเสริมสร้างขวัญกำลังใจ สร้างความจงรักภักดีต่อหน่วยงาน หากมีการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ บุคลากรรับทราบนโยบาย ข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ ขององค์กรหรือมีพื้นที่ให้แสดงออกทางความคิดก็จะช่วยขจัดปัญหาต่างๆ อันอาจเกิดจากความเข้าใจคลาดเคลื่อนให้ลดลงได้ นอกจากนั้น ยังทำให้

ฝ่ายบริหารมองเห็นความเป็นไปและความคิดเห็นของคนในองค์กรที่สะท้อนกลับมา และนำไปพัฒนาองค์กรให้เดินหน้าไปได้อย่างถูกต้อง เพื่อความก้าวหน้าและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เป็นสิ่งสำคัญท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางการบริหารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูงทั้งในองค์กรภาครัฐและเอกชน การสื่อสารกับพนักงานเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร ประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบคุณภาพและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กรในช่วงกลางหรือช่วงเวลาวิกฤต นอกจากนั้น การสื่อสารภายในองค์กรยังเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารการเปลี่ยนแปลงขององค์กร เพื่อช่วยให้พนักงานยอมรับการเปลี่ยนแปลงและทิศทางใหม่ ตลอดจนเป็นการจัดการกับความหลากหลายภายในองค์กรให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันยิ่งขึ้น ประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรยังมีผลกระทบต่อ การสื่อสารภายนอกด้วย เพราะการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ บุคลากรมีความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานขององค์กรไปในทิศทางเดียวกัน ก็จะส่งผลให้การสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า หรือผู้รับบริการ และกลุ่มบุคคลภายนอกมีผลดีไปด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นภาพสะท้อนขององค์กรสู่สาธารณชน ดังนั้น การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร จึงควรเป็นส่วนหนึ่งของแผนเชิงกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับการบริหาร อีกทั้งนักการสื่อสารมืออาชีพก็ควรมีบทบาทเชิงกลยุทธ์ในองค์กรมากขึ้น อาจกล่าวได้ว่าหากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรยังไร้ประสิทธิภาพ ก็จะมีผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย

การประชาสัมพันธ์องค์กร มีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่งในยุคเทคโนโลยีดิจิทัลปัจจุบัน ทั้งการให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับองค์กรในแง่มุมต่างๆ เพื่อให้ประชาชนเกิดการรับรู้การเป็นที่รู้จัก ได้รับความเชื่อมั่น ไว้วางใจตลอดจนการให้ความร่วมมือและการได้รับสนับสนุนจากประชาชน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ในฐานะฝ่ายที่มีหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ภารกิจและผลงานด้านต่าง เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดผลสำเร็จและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด หลายหน่วยงาน หลายองค์กรปรับแผนการสื่อสารผนวกกับการนำเทคโนโลยีการสื่อสารที่ใช้งานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือ “สื่อสังคมออนไลน์” เข้ามาประยุกต์ใช้ในการสนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์องค์กรให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อสร้างจุดได้เปรียบให้กับองค์กร เนื่องจากสามารถลดต้นทุน ลดระยะเวลาในการติดต่อสื่อสาร อีกทั้งสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก สะดวก รวดเร็วและทันต่อสถานการณ์เพื่อให้สาธารณชนทั่วไปได้รับทราบอย่างทันท่วงทีในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจและผลการดำเนินงานด้านต่างๆ ขององค์กรได้เป็นอย่างดีโดยจัดทำเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับ “การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร” เพื่อเผยแพร่ให้แก่ผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับทฤษฎีการ

ประชาสัมพันธ์เชิงรุก ตลอดจนองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านสื่อสังคมออนไลน์เช่น เทคนิควิธีการทำ Content Line หรือ Line@ การจัดทำอินโฟกราฟิกการแถลงข่าวของสถานิติบัญญัติ แห่งชาติการจัดทำคัลลิป VDO เพื่อการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์การจัดทำเฟซบุ๊ก

องค์กรที่มีความโดดเด่นทางสังคม หรือหน่วยงานต่างๆ นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือของบุคลากร ในหน่วยงานนั้นๆ ประกอบกับมีวิธีการหรือการบริหารที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้หน่วยงานหรือองค์กรนั้นๆ ประสบความสำเร็จ และได้รับการยอมรับทางสังคม การสื่อสารเป็นหัวใจของการทำความเข้าใจระหว่างกันของมนุษย์ในสังคม มนุษย์จะทำความเข้าใจกันได้ต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล ถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความเห็น และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข อีกทั้งการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กร (<http://www.adecco.co.th/jobs/adecco-knowledge-center-detail.aspx?id=1455&c=8> สืบค้นเมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2563)

เทศบาลนครสกลนครเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อรับใช้ประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลนครสกลนคร โดยยึดมั่นในวิสัยทัศน์ (Vision) ชุมชนน่าอยู่ เชิดชูคุณธรรม ก้าวนำสิ่งแวดลอม งามพร้อมวัฒนธรรมจัดเป็นเทศบาลขนาดใหญ่มีภารกิจ อำนาจหน้าที่ที่สำคัญบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ.2496 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 13 พ.ศ.2552) พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 และตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องมีพื้นที่ 54.45 ตารางกิโลเมตร เป็นที่ราบต่ำ มีหนองหารซึ่งขังอยู่ตลอดปี ในฤดูแล้งบริเวณหนองหารบางตอนกลายเป็นทุ่งหญ้าใช้เป็นที่เลี้ยงสัตว์ และมีประชากรจำนวน 54,150 คน มี 43 ชุมชน

ถึงแม้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะมีข้อจำกัดหลายประการดังกล่าวข้างต้น แต่ไม่ได้หมายความว่า การทำประชาสัมพันธ์จะหยุดชะงักลง แต่กลับจะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกให้มากยิ่งขึ้นเนื่องจากการประชาสัมพันธ์จะทำให้กลุ่มเป้าหมายคือประชาชนในพื้นที่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของเทศบาลนครสกลนคร อย่างทั่วถึง ส่งผลให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่นศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งนับเป็นเป้าหมายสูงสุดของการประชาสัมพันธ์ และเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งประการหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของนโยบายขององค์กร

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้ได้ผลที่ชัดเจน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่เป็นเทศบาลนครสกลนครเป็นพื้นที่ในการศึกษา เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีจุดเด่นในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีความโดดเด่น ซึ่งผู้วิจัยต้องการศึกษาทิศทางเกี่ยวกับการจัดการองค์กรเกี่ยวกับด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกลนคร ว่ามีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใด มีการพัฒนาการ

จัดการองค์กรเกี่ยวกับด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกลนครเป็นในทิศทางใด การศึกษาดังกล่าวเป็นการสร้างองค์ความรู้ เพื่อเป็นแนวทางให้กับประชาชนและผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับด้านการประชาสัมพันธ์ และสามารถนำแนวทางดังกล่าวไปประยุกต์ใช้กับองค์กรของตนเองต่อไป

การติดต่อสื่อสารระหว่างเทศบาลนครสกลนครกับประชาชนในท้องถิ่น จึงมีความสำคัญ และเป็นสิ่งจำเป็นต้องคำนึงถึง เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการดำเนินการต่างๆ และกิจกรรมของเทศบาลนครสกลนคร ทั้งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเทศบาลนครสกลนครกับประชาชนในท้องถิ่นตามวิธีการประชาสัมพันธ์ เพื่อความสามัคคีของประชาชนในท้องถิ่นและเทศบาลนครสกลนคร ซึ่งเทศบาลนครสกลนครได้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ หลายสื่อด้วยกัน ได้แก่ สื่อเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก แอปพลิเคชัน ไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ/เสียงตามสาย รถกระจายเสียงเคลื่อนที่ของเทศบาลนครสกลนคร

ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญในการศึกษาเรื่อง “การจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร” คือ 1) เพื่อศึกษาประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร 2) เพื่อศึกษาการผลิตและการเผยแพร่สื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร

2. คำถามงานวิจัย

2.1 ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนครเป็นอย่างไร

2.2 รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนครเป็นอย่างไร

2.3 แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนครเป็นอย่างไร

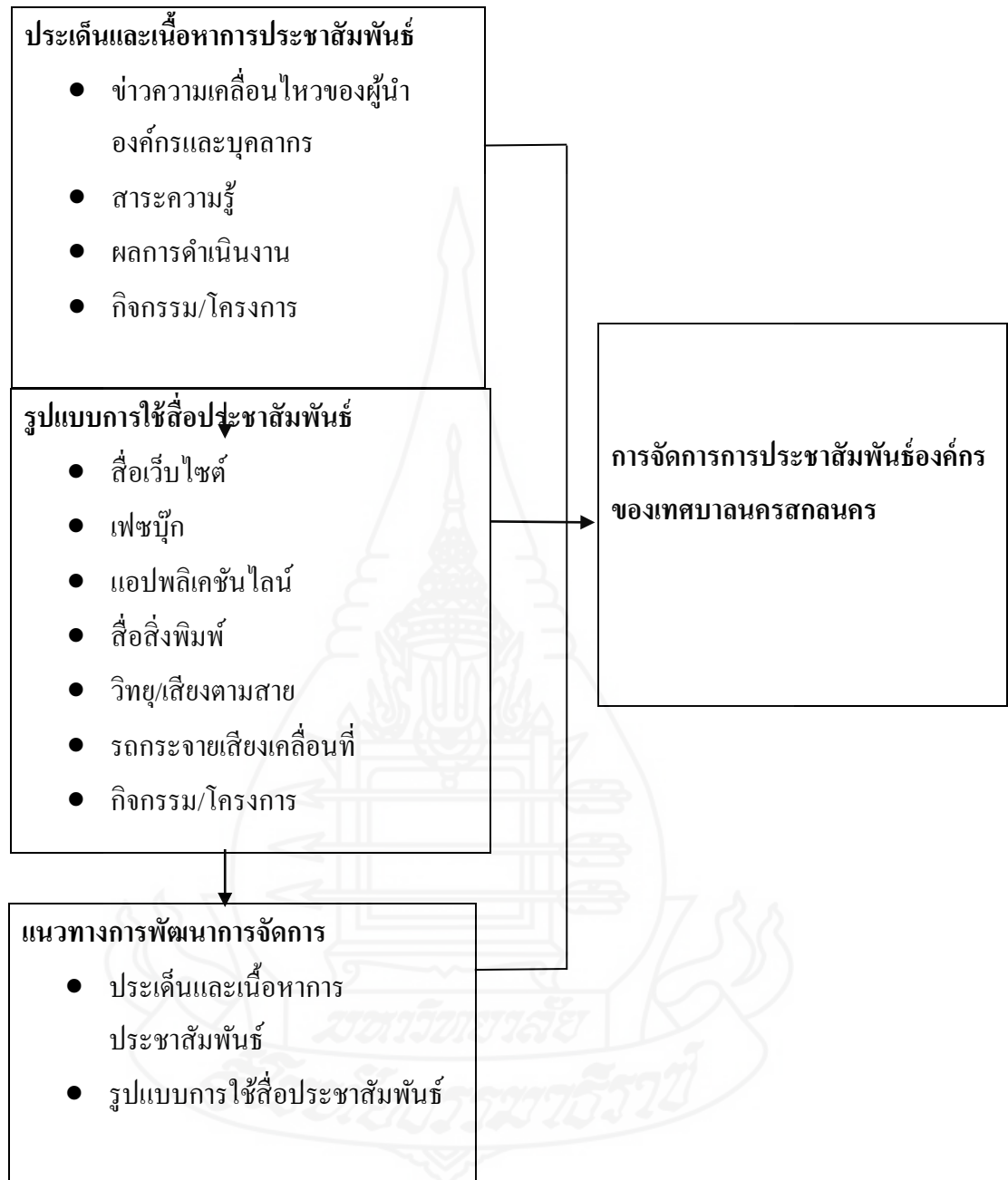
3. วัตถุประสงค์

- 3.1 เพื่อศึกษาประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร
- 3.2 เพื่อศึกษารูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนคร
- 3.3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาล

สกลนคร



4. กรอบแนวคิดในงานวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. ขอบเขตการวิจัย

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนครเกี่ยวกับประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ และแนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร

5.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก รวม 18 คน ได้แก่ 1) รองนายกเทศมนตรี 1 คน 2) ผู้อำนวยการวิชาการและแผนงาน 1 คน 3) ผู้อำนวยการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม 1 คน 4) เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ 5 คน 5) ผู้นำชุมชน 5 คน 6) แกนนำการสื่อสารชุมชน 5 คน

5.3 ขอบเขตด้านเวลา

งานวิจัยนี้ศึกษาโดยการเก็บข้อมูลระหว่างเดือน มกราคม ถึง เดือน มีนาคม 2563

5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

เทศบาลนครสกลนครอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

6. นิยามศัพท์

6.1 การจัดการ หมายถึง การทำให้กลุ่มบุคคลในองค์กรเข้ามาทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันขององค์กร การจัดการประกอบด้วย การวางแผน การจัดการองค์กร การสรรหาบุคลากร การนำหรือการสั่งการ และการควบคุมองค์กรหรือความพยายามที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน

6.2 การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การทำงานในการจัดการการสื่อสารระหว่างองค์กรและสาธารณะ การประชาสัมพันธ์นั้นช่วยทำให้องค์กรหรือบุคคล ได้แสดงสู่ผู้ชม ผู้อ่าน โดยใช้เรื่องที่เป็นที่สนใจของสาธารณะและใช้เป็น การรายงานข่าว โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรงกิจกรรมโดยทั่วไปเช่น การพูดในงานชุมนุม การทำงานร่วมกับแหล่งข่าว

6.3 ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ หมายถึง หัวข้อและรายละเอียดการบอกกล่าวชี้แจงและเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายทราบในสิ่งที่องค์กรดำเนินการอยู่จะได้ให้ความร่วมมือ หรือสนับสนุนในการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

6.4 รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อที่ใช้ในการสื่อสาร ประกอบด้วย การใช้สื่อเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก แอปพลิเคชัน ไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยู/เสียงตามสาย รถกระจายเสียงเคลื่อนที่

ในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข่าวสารและข้อมูลในองค์กร ให้เข้าถึงถึงกลุ่มเป้าหมายหรือประชาชนแบบรวดเร็วและทันสมัย

6.5 แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกลนคร หมายถึง การออกแบบการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยและเข้าถึงประชาชนและคนในองค์กรอย่างชัดเจนและรวดเร็ว โดยการใช้สื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์

6.6 องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น หมายถึง เทศบาลนครสกลนครซึ่งเป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดรูปแบบหนึ่ง โดยปกติการปกครองส่วนท้องถิ่นจะเปิดโอกาสให้ประชาชนในเขตท้องถิ่นนั้นๆ เลือกตั้งผู้แทนของตนเข้าไปทำหน้าที่เป็นผู้บริหารท้องถิ่น หรือเป็นสมาชิกสภาท้องถิ่นเพื่อเลือกผู้บริหารท้องถิ่นอีกทีหนึ่ง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะมีอำนาจอิสระ ในการบริหารจากรัฐได้ในระดับหนึ่งตามขอบเขตที่กฎหมายกำหนด

6.7 เทศบาลนครสกลนคร หมายถึง ชุมชนที่ต้องอยู่ริมฝั่งหนองหารเป็นแหล่งน้ำขนาดใหญ่ ประกอบด้วย ชุมชนในเขตพื้นที่ ทั้งหมด 43 ชุมชน

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ได้ข้อค้นพบทางวิชาการเกี่ยวกับประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ของรูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกลนคร

7.2 เทศบาลนครสกลนครได้นำข้อค้นพบในการพัฒนาไปใช้ในการปรับปรุงการจัดการการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกลนครในรายการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในการพัฒนาเทศบาลต่อไป

7.3 เทศบาลอื่นๆ หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกันสามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2 เป็นบทที่ว่าด้วยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่อง การจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ 2) รูปแบบการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ 3) แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์ซึ่งบทที่ 2 นี้ประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ

แนวคิดทางการบริหารการจัดการในอดีตที่ผ่านมาระบบการจัดการของการผลิต และกิจกรรมต่างๆ ก็ดีทางเศรษฐกิจทางการตลาดมิได้มีความสลับซับซ้อนมากนักและไม่ต้องอาศัยระบบของการจัดการเช่นในปัจจุบันนี้กระทั่งเมื่อมีการปฏิวัติอุตสาหกรรมเกิดขึ้นในโลก (ประมาณปีค.ศ.1880 เป็นต้นมา) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างมากอันมีผลทำให้เศรษฐกิจ สังคม การเมืองมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ตลอดจนมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วและแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเริ่มเป็นที่ยอมรับและขยายตัวมากขึ้น มีการพัฒนามากขึ้นเป็นลำดับ

1.1 ขอบเขตและความหมายของการบริหารการจัดการ

บริบทที่สำคัญประการหนึ่งของนักบริหารคือการจัดการ หรือการบริหารองค์การให้สามารถอยู่ได้อย่างมีเสถียรภาพ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง โดยรวบรวมเอากลุ่มกิจกรรมต่างๆ ขององค์การนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อความสำเร็จในเป้าหมาย โดยคำนึงถึงความมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและความประหยัด

ความหมายขององค์การ

Barnard (1970 อ้างถึงใน สมคิด บางโม, 2548, หน้า 15) กล่าวว่าองค์การคือระบบที่บุคคลสองคนหรือมากกว่าร่วมแรงร่วมใจกันทำงานอย่างมีจิตสำนึก

Weber (1966 อ้างถึงใน สมคิด บางโม, 2548, หน้า 15) กล่าวว่า องค์การคือหน่วยสังคมหรือหน่วยงานซึ่งมีกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง

สมคิด บางโม (2548 หน้า 16) มีความเห็นว่า องค์กรคือกลุ่มบุคคลหลายๆ คนร่วมกัน ทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ การร่วมกันของกลุ่มต้องถาวรมีการจัดระเบียบภายในกลุ่ม เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของแต่ละคนตลอดจนกำหนดระเบียบข้อบังคับต่างๆ ให้ยึดถือปฏิบัติ

ดังนั้นการจัดการ (Management) หรือการบริหาร (Administration) 2 คำนี้จึงเป็นคำที่คนส่วนใหญ่คุ้นเคยและใช้กันอยู่เสมออย่างกว้างขวาง จึงมีความหมายคล้ายคลึงกันและใช้ทดแทนกันอยู่เสมอเพราะฉะนั้นการจัดการ (Management) คือการจัดการภารกิจภายในองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป็นไปตามนโยบายแผนงานที่ได้กำหนดไว้หรือการจัดการหมายถึง ภารกิจของบุคคลหนึ่งบุคคลใด หรือหลายคนที่เข้ามาทำหน้าที่ประสานให้การทำงานของแต่ละบุคคลที่ต่างฝ่ายต่างทำไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จ ได้ส่วนการบริหาร (Administration) หมายถึงการบริหารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการในระดับและแผนงาน ซึ่งส่วนใหญ่ใช้กับการบริหารในภาครัฐหรือองค์กรขนาดใหญ่จากความเห็นของนักวิชาการต่อคำทั้ง 2 จะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเจตนารมณ์ของผู้ใช้ว่าจะมีความเหมาะสมไปในทางใด ซึ่งอาจใช้คำทั้ง 2 คำแทนกันได้

องค์ประกอบขององค์กร (Elements of Organization) ที่สำคัญ 5 ประการ

1. คน องค์กรจะประกอบด้วยคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่ขององค์กรจะมีคนเป็นจำนวนมากปฏิบัติงานร่วมกัน หรือแบ่งงานกันทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด โดยที่คนจะปฏิบัติงานร่วมกันได้จำเป็นต้องอาศัย “ความรู้ทางพฤติกรรมศาสตร์” เพื่อทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน

2. เทคนิค การบริหารองค์กรต้องอาศัยเทคนิควิทยาการ หรือที่เรียกว่า เทคโนโลยี เพื่อการแก้ไขปัญหาหรือตัดสินใจ หรืออาจกล่าวได้ว่าในปัจจุบันนี้้องค์การไม่สามารถจะบริหารงานได้โดยอาศัยแต่เฉพาะประสบการณ์ความเฉลียวฉลาดของนักบริหารเท่านั้น ในหลายกรณีผู้บริหารต้องอาศัยเทคนิคทางการบริหาร เพื่อการแก้ไขปัญหาหรือการตัดสินใจและในขณะเดียวกันก็เป็นการลดความเสี่ยงอีกด้วย

3. ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร หรือที่เรียกว่า สารสนเทศในการปฏิบัติงานและการแก้ไขปัญหาการอาศัยเทคนิคทางการบริหาร ยังไม่เพียงพอสำหรับการบริหารองค์กร นักบริหารยังต้องอาศัยความรู้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อความเข้าใจเพื่อการวิเคราะห์ตลอดจนการคาดคะเนแนวโน้มในอนาคตอีกด้วย ดังนั้นเทคนิคเพื่อการบริหารจึงควบคู่ไปกับ ความรู้ข้อมูลข่าวสาร

4. โครงสร้าง เป็นองค์ประกอบที่สำคัญไม่น้อยขององค์กร ซึ่งนักบริหารจะต้องจัด โครงสร้างให้สอดคล้องกับงาน เพื่อกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบที่เหมาะสม เพื่อให้งานขององค์กรบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. เป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์มนุษย์จัดตั้งองค์กรขึ้นมาก็เพื่อบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่มนุษย์ต้องการ ดังนั้น องค์กรจึงต้องมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

1.2 ความหมายของการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการ หรือการบริหารและการจัดการ โดยภาพรวมการบริหารและการจัดการ หมายถึง กิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ร่วมกัน โดยคำว่า การบริหาร Administration ใช้ในการบริหารระดับสูงโดยเน้นหลักการกำหนดนโยบายที่สำคัญ และกำหนดแผนซึ่งเป็นค่านิยมใช้ในการบริหาร ส่วนคำว่า การจัดการ Management เน้นการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ (เปรี๊ยะ กิจรัตน์ภร, 2543, หน้า 41 อ้างถึงใน ภริดา พิรานนท์, 2553, หน้า 16)

คำอธิบายหรือความหมายของการบริหารจัดการนั้นมีปรากฏอยู่มากมายในตำราและบทความต่างๆ และเพื่อให้เข้าใจความหมายของการบริหารจัดการในที่นี้จึงขอยกคำจำกัดความของนักวิชาการบางท่านมาเป็นข้อสรุปดังนี้

1. การบริหารและการจัดการทดแทนกันได้ สำหรับคำว่า Management ซึ่งในอดีตแม้จะมีการพยายามเน้นคำว่า การบริหาร ให้สัมพันธ์กับคำว่า Administration ซึ่งเป็นการบริหารงานในเป้าหมาย/วัตถุประสงค์เทคนิคโครงสร้างสารสนเทศราชการและองค์กรที่มีได้มุ่งทำกำไร และพยายามจะแยกใช้คำว่า การจัดการ ให้เป็นเรื่องของการบริหารงานในภาครัฐกิจเอกชนเป็นการเฉพาะก็ตามแต่ในความจริงในทุกวันนี้ เนื่องจากบทบาทของภาครัฐกิจได้ขยายเติบโตขึ้นมากพร้อมกับงานของภาครัฐบาลก็คาบเกี่ยวกับงานของภาครัฐกิจเอกชนอย่างใกล้ชิดจนไม่อาจแยกออกจากกันได้ สภาพเช่นนี้ได้ทำการบริหารงานของทั้งสองภาคเหมือนกันและน่าจะมีความหมายในลักษณะเดียวกัน (ธงชัย สันติวงษ์, 2535, หน้า 3 อ้างถึงในภริดา พิรานนท์, 2553, หน้า 16)

2. ในบรรดางานหรือกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ที่ดำเนินอยู่นั้น ไม่มีสิ่งใดสำคัญกว่าการบริหารหรือการจัดการ (Management) เนื่องจากงานทางด้านการบริหารหรือการจัดการ เป็นงานสำคัญต่อการอำนวยความสะดวกให้มนุษย์ทำงานได้โดยมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากที่สุดกว่าแต่ก่อน เพราะสังคมปัจจุบันมนุษย์ต่างร่วมกันทำงานเป็นกลุ่มในลักษณะขององค์กร นับได้ว่าการจัดการเป็นวิธีเดียวที่ช่วยให้มนุษย์สามารถเพิ่มกำลังความสามารถให้มีการผลิตเพื่อตอบสนองสังคมมนุษย์สามารถเพิ่มกำลังความสามารถให้มีการผลิตเพื่อตอบสนองสังคมมนุษย์ได้มากขึ้น (ธงชัย สันติวงษ์, 2539, อ้างถึงใน ภริดา พิรานนท์, 2553, หน้า 16)

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการ หมายถึง กิจกรรมในการบริหารทรัพยากร เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านต่างๆ บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ร่วมกัน โดยเน้นที่การกำหนดนโยบายการร่วมประสานงาน และการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ โดยอาศัยทรัพยากรที่เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของการบริหารจัดการมาช่วยในการปฏิบัติงาน

หน้าที่ในการจัดการ(The Function of Management)

นักวิชาและนักบริหารได้มีการวิเคราะห์ว่าการจัดการเป็นความรู้ที่มีประโยชน์ ดังนั้นจึงได้จัดการศึกษาหน้าที่ของการจัดการ โดยแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้คือ

1. การวางแผน (Planning)
2. การจัดองค์การ (Organization)
3. การจัดหาคนเข้าทำงาน (Staffing)
4. ภาวะผู้นำ (Leading)
5. การควบคุม (Controlling)

สำหรับ Luther Gulick และ Lyndall Urwick ได้กำหนดหน้าที่ของผู้บริหารในการจัดการไว้ 7 ประการด้วยกันคือ

- P = Planning การวางแผน
- O = Organizing การจัดองค์การ
- S = Staffing การจัดการคนเข้าทำงาน
- D = Directing การอำนวยการ
- CO = Co-Ordinating การประสานงาน
- R = Reporting การรายงาน
- B = Budgeting งบประมาณ

1.3 หน้าที่ของการจัดการและทักษะในแต่ละระดับขององค์การ

ผู้บริหารคือ บุคคลที่ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างกิจกรรมต่างๆ ขององค์การ เพื่อให้ดำเนิน ไปสู่วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หน้าที่ของการจัดการและทักษะในแต่ละระดับขององค์การผู้บริหารคือ บุคคลที่ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างกิจกรรมต่างๆ ขององค์การเพื่อให้ดำเนิน ไปสู่วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ผู้บริหารขององค์การจะสามารถจัดการตามกระบวนการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพมากน้อย เพียงไรขึ้นอยู่กับความสามารถทางการจัดการ 3 ชนิด คือ

1. ความสามารถด้านความคิด (Conceptual Skill) เป็นความสามารถในการมองภาพรวมทั่วทั้งองค์การและความสามารถที่จะรวบรวมเอากิจกรรมและสถานการณ์ต่างๆ ตลอดจนเข้าใจในความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ในองค์การ

2. ความสามารถด้านคน (Human Skill) ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น การทำงานเป็นทีม การสร้างบรรยากาศในการทำงาน และการยอมรับความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน

3. ความสามารถด้านงาน (เทคนิค) (Technical Skill) มีความรู้ความชำนาญกระบวนการวิธีการขั้นตอนต่างๆ ในการทำงาน และความสามารถในการประยุกต์ใช้งานประสบความสำเร็จได้ดี

ระดับของผู้บริหารแบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ

1. ผู้บริหารระดับสูง (Top Manager) ทำหน้าที่นำองค์การไปสู่ความสำเร็จโดยกำหนดนโยบายต่างๆ ขององค์การ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

2. ผู้บริหารระดับกลาง (Middle Manager) ทำหน้าที่ควบคุมประสานงานกับผู้บริหารระดับต้นให้ดำเนินงานตามนโยบายและแผนงานที่ได้กำหนดไว้และนำผลสำเร็จรายงานต่อผู้บริหารระดับสูง

3. ผู้บริหารระดับต้น (First-line Manager) เป็นผู้บริหารที่ใกล้ชิดกับผู้ปฏิบัติการ และมีโอกาสรับรู้ปัญหาที่จริง

ทรัพยากรในการบริหารการจัดการ

ทรัพยากรหรือปัจจัยที่นักบริหารต้องให้ความสนใจ เพื่อให้การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์การประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้คือ

คน (Man) คือทรัพยากรบุคคลที่เป็นหัวใจขององค์การ ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จในการจัดการ

เงิน (Money) คือปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมต่างๆ ขององค์การดำเนินการต่อไปได้

วัสดุ (Materials) คือวัตถุดิบซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญ ไม่แพ้ปัจจัยอื่น จำเป็นต้องมีคุณภาพและมีต้นทุนที่ต่ำเพราะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต

เครื่องจักร (Machine) เครื่องจักรอุปกรณ์ที่มีศักยภาพที่ดีจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการผลิตเช่นกัน

วิธีการบริหารหรือวิธีการปฏิบัติ (manage mentor Method) การจัดการหรือการบริหารในองค์กรธุรกิจประกอบด้วยระบบการผลิตหรือระบบการให้บริการต่างๆ หากมีระบบที่ชัดเจนตลอดจนมีระเบียบขั้นตอนวิธีการต่างๆ ในการทำงานย่อมส่งผลให้องค์การประสบความสำเร็จได้ดี

2. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อเทศบาลนครสกลนครเป็นอย่างยิ่ง เนื่องด้วยการประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญด้วยรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกันตามลักษณะขององค์กร

การประชาสัมพันธ์คำว่า “ประชาสัมพันธ์” มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Public relation” หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “PR” ตามคำศัพท์นี้หมายถึงการมีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง การติดต่อสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน และถ้าจะขยายความให้เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น จะหมายถึง “ความพยายามที่มีการวางแผนเป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชน กลุ่มเป้าหมายโดยการกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานกิจกรรม และบริการ หรือ สินค้าของหน่วยงานนี้ และเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว” องค์กรใด ได้มีผู้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

2.1 ความหมายการประชาสัมพันธ์

ดร.เสรี วงษ์มณฑา ให้ความหมายว่า “การประชาสัมพันธ์เป็นการพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยกระทำสิ่งที่ดีที่มีคุณค่าต่อสังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่างๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อยๆ

สุพิน ปัญญาภัก อธิบายว่า “ความพยายามที่มีแผนที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติของประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน”

วิรัช ทวีรัตนกุล คำว่า “การประชาสัมพันธ์” หากวิเคราะห์ตามรูปศัพท์แล้ว เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า “Public Relation”

Public แปลว่า ประชา ได้แก่ ประชาชน สาธารณชน กลุ่มชน

Relation แปลว่า สัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวข้องด้วนหรือการผูกพัน

ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน สาธารณชนหรือกลุ่มชน

สุสติ บำรุงกิจ (2550: 38) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมของหน่วยงาน องค์กร สถาบันหรือบุคคลที่ปฏิบัติเพื่อขณะใจประชาชน รวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้าใจถึงนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการเผยแพร่กระจายข่าวสารทางเครื่องมือสื่อสารต่างๆ

เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์และภาพยนตร์ และเป็นวิธีการที่ช่วยส่งเสริมให้สถาบัน องค์กร ชุมชน หรือกลุ่มคน มีความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์

เมธี คชาไพโร (2548: 29) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินงานอย่างมีระบบแบบแผนขององค์กรและสถาบันต่างๆ ในการเสริมสร้างเจตคติที่ดีของบุคคลภายในองค์กร เพื่อให้เกิดการยอมรับ สนับสนุน และให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรอย่างต่อเนื่องทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

สก็อต เอ็ม คัทลิป (Scott M. Cutlip) และ แอลเลน เอช. เซ็นเตอร์ (Allen H. Center) ผู้ซึ่งมีอิทธิพลต่อวิชาการประชาสัมพันธ์ในช่วง 20 กว่าปีนี้ได้ให้ความหมายว่า “เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนโดยให้การยอมรับการดำเนินการธุรกิจของสถาบันและเป็นสื่อสารสองทาง”

จอร์น อี. มาร์ตัน (John E. Maraton) นักวิชาการชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียงมากผู้หนึ่งกล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ”

ไอวีแอล ดี (Ivy ledbetter lee) นักวิชาชีพทางการประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือเป็นบิดาของการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การดำเนินงานอะไรก็ตามได้มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนเผยแพร่ออกไปให้ประชาชนได้เข้าใจถึงการดำเนินงานให้ประชาชนได้เข้าใจถึงการดำเนินงานให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย ประชาชนจะให้การสนับสนุนกับงานนั้น

เอ็ดเวิร์ด แอล เบอ์เนย์ (Edward L. Bernays) นักประชาสัมพันธ์ที่นำผลงานประชาสัมพันธ์เข้าสู่สถาบันการศึกษาในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ. 1923 แสดงความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์มีความหมาย 3 ประการด้วยกัน คือ (อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล)

1. เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
3. ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (Public Relation society of America; PRSA) อ้างถึงในวิรัช ลภีรัตนกุล ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นอาชีพที่ให้บริการผลประโยชน์อย่างถูกต้องตามกฎหมายแก่บรรดาลูกค้าและผู้ว่าจ้าง อาชีพ

การประชาสัมพันธ์จึงมีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ที่ความเข้าใจร่วมกัน และความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มต่างๆ และสถาบันสังคม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ (The Institute Public Relation) ของประเทศอังกฤษได้ให้ความหมายของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ว่า “เป็นความพยายามที่สุขุมรอบคอบมีการวางแผนและมีการติดตามผลเพื่อเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์กรกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย”

ศาสตราจารย์ ดร. ศุภผล อาจารย์ผู้ซึ่งมีความสำคัญมากผู้หนึ่งในการวางรากฐานในการเรียนการสอนวิชาการประชาสัมพันธ์ของไทยในปัจจุบันได้กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและกระทำกันต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจ และให้การสนับสนุนร่วมกันอันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย”

จากตัวอย่างความหมายของการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้นนี้ ถึงมีความแตกต่างกัน แต่ก็พอสรุปความหมายได้ 4 ประเด็น คือ

1. มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ไม่ใช่การกระทำที่จะทำเมื่อมีงานเกิดขึ้นแล้ว จึงต้องทำ หรือจะทำการประชาสัมพันธ์เมื่อมีความต้องการจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บังคับบัญชาสั่งให้ทำแต่ที่ถุกนั้นการประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่มีแผนเตรียมไว้รอบคอบตรงตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้อย่างชัดเจน มีลำดับขั้นตอนในการทำงาน โดยประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่ประสานและสอดคล้องกันเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมาย

2. เป็นการทำงานต่อเนื่องและหวังผลระยะยาวการประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องไม่มีวันจบสิ้น ทั้งนี้เพราะประชาชนจำเป็นต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง การขาดการรับรู้เกี่ยวกับข่าวสารและกิจกรรมนานๆ จะเป็นสาเหตุของการเกิดความเข้าใจคาดเคลื่อนและจะเป็นบ่อเกิดความรู้สึกที่ไม่ดี ซึ่งยังผลต่อปฏิภริยาในทิศทางที่เป็นผลเสียต่อหน่วยงานได้ นอกจากนี้แล้วการประชาสัมพันธ์จะให้ผลที่เห็นเป็นรูปธรรมได้ จะต้องใช้เวลาระยะหนึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะการประชาสัมพันธ์และกลวิธีในการประชาสัมพันธ์ด้วย

3. มีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ คือ การโน้มน้าวจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรมและการบริการหรือสินค้าของหน่วยงาน การที่จะมีทัศนคติที่ดีนั้นหมายถึงการมีความรู้การเข้าใจที่ถูกต้องที่จะส่งผลให้มีความรู้สึกที่ดี และมีพฤติกรรมที่เป็นการสนับสนุนหรือร่วมมือ

4. มีความสัมพันธ์กับประชาชนถ้าหากไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนแล้ว ก็จะไม่มีการประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นได้ความสัมพันธ์นี้จะเป็นความเข้าใจที่ถูกต้องและมีคุณค่าแก่ประชาชน และขณะเดียวกันหน่วยงานก็ยินดีที่จะรับฟังความคิดเห็น และให้ความสำคัญต่อปฏิกิริยาโต้ตอบของประชาชนด้วย

2.2 สื่อประชาสัมพันธ์องค์กร

โดยทั่วไปการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้างๆ ได้ 2 ประเภท คือ การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) และการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์มีเป้าหมายเพื่อสร้างความนิยมนำให้เกิดขึ้นกับสาธารณชน เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงองค์กร รวมถึงเพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในหน่วยงานด้วย ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ที่ดีควรดำเนินการทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร โดยภายในองค์กรเช่น กลุ่มพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในองค์กร และภายนอกองค์กร ได้แก่ กลุ่มผู้รับบริการของหน่วยงาน กลุ่มนักวิชาการ ประชาชนทั่วไป

การสื่อสารประชาสัมพันธ์พนักงานภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เป็นสิ่งสำคัญท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางการบริหารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แม้กระทั่งในองค์กรภาครัฐที่ต้องแข่งขันกับตัวเองเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถส่งต่อนวัตกรรมหรือบริการที่ดีที่สุดให้กับประชาชน ดังนั้น การสื่อสารภายในจึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารหรือผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขององค์กร เพื่อช่วยให้พนักงานยอมรับการเปลี่ยนแปลงและทิศทางการใหม่ ตลอดจนจัดการกับความหลากหลายภายในองค์กรให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันยิ่งขึ้น

ประสิทธิภาพของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรยังมีผลกระทบต่อสื่อสารภายนอกด้วย เพราะการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพจะทำให้การสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า หรือผู้รับบริการ และกลุ่มบุคคลภายนอกมีผลดีไปด้วย ทั้งนี้ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในองค์กรเองให้มีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคี รวมทั้งเสริมสร้างขวัญกำลังใจ สร้างความจงรักภักดีต่อหน่วยงาน หากมีการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ บุคลากรรับทราบนโยบาย ข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ ขององค์กรหรือมีพื้นที่ให้แสดงออกทางความคิด ก็จะช่วยขจัดปัญหาต่างๆ อันอาจเกิดจากความเข้าใจคลาดเคลื่อนให้ลดลงได้ นอกจากนั้น ยังทำให้ฝ่ายบริหารมองเห็นความเป็นไปและความคิดเห็นของคนในองค์กรที่สะท้อนกลับมา และนำไปพัฒนาองค์กรให้เดินหน้าไปได้อย่างถูกต้อง เพื่อความก้าวหน้าและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เป็นสิ่งสำคัญท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางการบริหารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูงทั้งในองค์กรภาครัฐและเอกชน การสื่อสารกับพนักงานเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร ประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบคุณภาพและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กรในช่วงขาลงหรือช่วงเวลาวิกฤต นอกจากนั้น การสื่อสารภายในองค์กรยังเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารการเปลี่ยนแปลงขององค์กร เพื่อช่วยให้พนักงานยอมรับการเปลี่ยนแปลงและทิศทางใหม่ ตลอดจนเป็นการจัดการกับความหลากหลายภายในองค์กรให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรยังมีผลกระทบต่อสื่อสารภายนอกด้วย เพราะการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ บุคลากรมีความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร ไปในทิศทางเดียวกัน ก็จะส่งผลให้การสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าหรือผู้รับบริการ และกลุ่มบุคคลภายนอกมีผลดีไปด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นภาพสะท้อนขององค์กรสู่สาธารณชน ดังนั้น การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร จึงควรเป็นส่วนหนึ่งของแผนเชิงกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับการบริหาร อีกทั้งนักการสื่อสารมืออาชีพควรมีบทบาทเชิงกลยุทธ์ในองค์กรมากขึ้น อาจกล่าวได้ว่าหากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรยังไร้ประสิทธิภาพ ก็จะมีผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย

เป้าหมายของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร เอื้ออำนวยให้การบริการและการดำเนินงานเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีเป้าหมาย ดังนี้

1. การจูงใจให้พนักงานเกิดขวัญและกำลังใจที่ดี

องค์กรสามารถใช้การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภายในเพื่อจูงใจให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วม ยอมรับแนวปฏิบัติ และปฏิบัติตามในแนวทางที่องค์กรต้องการ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในที่มีประสิทธิภาพจะทำให้พนักงานปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแนวนโยบายขององค์กร ตลอดจนปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานให้ดีขึ้น

2. การกระตุ้นให้พนักงานสร้างนวัตกรรม

องค์กรที่เน้นการสร้างนวัตกรรมจะเน้นการทำงานเป็นทีม และการให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เพื่อใช้ความรู้ ความชำนาญของพนักงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด องค์กรสามารถใช้การสื่อสารภายในเพื่อส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ภายในองค์กร เพราะการที่จะแข่งขันกับองค์กรอื่นๆ ได้ องค์กรต้องมีความสามารถในการสรรหาความคิดใหม่ๆ

สินค้าหรือบริการใหม่ๆ แนวความคิดใหม่จะช่วยให้องค์กรปรับตัวทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

3. การสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

องค์กรต้องให้พนักงานรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร องค์กรเห็นคุณค่าของพนักงาน และทุกคนเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จขององค์กร พนักงานควรรู้สึกภูมิใจที่จะบอกคนอื่นว่าทำงานกับองค์กรใด และมีความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร ยิ่งพนักงานมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรมากเท่าไร ความรู้สึกผูกพันก็จะยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้ การสื่อสารระหว่างผู้บริหารระดับกลางผ่านช่องทางต่างๆ กับพนักงานช่วยสร้างความรู้สึกผูกพันนี้ได้ ซึ่งเป้าหมายในระดับที่ 3 “การสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร” นับเป็นเป้าหมายที่สูงที่สุดของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

3.1 รูปแบบการในการสื่อสารภายในองค์กร

การสื่อสารภายในองค์กรนั้น หากพิจารณาในแง่ของกระบวนการ จะแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ จากบนลงล่าง (Downward Communication) จากล่างขึ้นบน (Upward Communication) การสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) และการสื่อสารแบบต่างหน่วยงาน และต่างระดับ (Diagonal Communication) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1.1 การสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นการสื่อสารซึ่งส่งผ่านจากลำดับชั้นบังคับบัญชาในระดับสูงลงไปยังผู้บังคับบัญชาในระดับต่ำกว่าภายในองค์กร ซึ่งรวมถึงนโยบายในการบริหารจัดการ การสั่งงานและบันทึกข้อความที่เป็นทางการ

3.1.2 การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสารซึ่งส่งผ่านจาก ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ในระดับบังคับบัญชาที่ต่ำกว่าขึ้นสู่ระดับที่สูงกว่า การสื่อสารในลักษณะนี้จะรวมถึงกล่องรับความคิดเห็น การประชุมกลุ่ม และกระบวนการในการร้องเรียน จากการศึกษาวิจัยกลุ่มหนึ่ง พบว่าหากมีการสื่อสารในทิศทางนี้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้จัดการจะสามารถปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของตนได้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การที่จะให้ผู้ปฏิบัติในระดับล่างสื่อสารต่อระดับสูงอย่างจริงจัง เปิดเผย ตรงไปตรงมานั้น ไม่ใช่เรื่องที่จะทำได้ง่ายนัก อีกทั้งยังมีการศึกษาอีกกลุ่มหนึ่งที่ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสาร ในทิศทางนี้ ด้อยประสิทธิภาพที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสาระที่ปรากฏในสารนั้นเป็นไปในเชิงลบ ทั้งนี้ การสื่อสารจากล่างขึ้นบนนั้น มักจะมีความจำเป็นต่อการตัดสินใจที่ดี

3.1.3 การสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นการสื่อสารซึ่งส่งข้ามหน่วยงานภายในองค์กรซึ่งมีความจำเป็นยิ่งต่อการประสานงาน และการหลอมรวมหน้าที่สายงานภายในองค์กรที่ต่างกันเข้าด้วยกัน เช่น การติดต่อข้ามสายงานระหว่างฝ่ายงบประมาณกับฝ่ายบัญชี ฝ่ายแผนงานและฝ่ายที่ต้องปฏิบัติงานในพื้นที่ เป็นต้น

3.1.4 การสื่อสารแบบต่างหน่วยงานและต่างระดับภายในองค์กร (Diagonal Communication) แม้ว่าจะเป็นวิธีการสื่อสารที่อาจจะมีการใช้น้อยที่สุดในการสื่อสารทั้ง 4 แบบนี้ แต่ก็มีความจำเป็นในสถานการณ์ที่สมาชิกในองค์กรไม่สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพผ่านช่องทางอื่นๆ ได้ เป็นลักษณะการสื่อสารที่ส่งตัดข้ามไปยังหน่วยงานที่ต่างกัน และในระดับที่ต่างกัน

3.2 ช่องทางการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างราบรื่น เกิดประโยชน์สูงสุดบรรลุวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ การเลือกช่องทางการประชาสัมพันธ์ (Channel) ที่ถูกต้องนับว่ามีความสำคัญที่สุด โดยช่องทางการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ประกอบด้วย

3.2.1 กิจกรรมประจำ

- 1) สื่อบุคคล การสนทนา พูดคุย การติดต่อ-สอบถาม โทรศัพท์ภายใน
- 2) สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ แผ่นปลิว จดหมายข่าว จดหมายเวียน คู่มือหนังสือ เผยแพร่เล่มเล็ก เอกสารแนะนำจดหมายข่าวรายวัน จดหมายข่าวรายสัปดาห์ อนุสาร วารสาร นิตยสาร
- 3) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เสียงตามสาย อินเทอร์เน็ต
- 4) สื่ออื่นๆ ป้ายประกาศภายใน ป้ายประกาศใหญ่ภายนอก ตู้ประกาศ ตู้ภาพข่าว การบริการข้อมูลข่าวสาร สติกเกอร์ กล้องรับความคิดเห็น คำขวัญ

3.2.2 กิจกรรมพิเศษ

- 1) สื่อบุคคล การบรรยาย การปาฐกถา การประชุม การสัมมนา การอภิปราย การฝึกอบรม
- 2) สื่อสิ่งพิมพ์ สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจต่างๆ (แผ่นพับ แผ่นปลิว คู่มือ ฯลฯ) จดหมายข่าวจดหมายเวียน หนังสือพิมพ์กำแพง ปฏิทิน อนุทิน สมุดฉีก
- 3) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เสียงตามสาย รายการวิทยุกระจายเสียง รายการวิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต
- 4) สื่ออื่นๆ ป้ายประกาศใหญ่ภายนอก บัตรอวยพรปีใหม่ บัตรแสดงความยินดี ในโอกาสต่างๆ ของที่ระลึก ของชำร่วย ของแถม การจัดทัศนศึกษา การแข่งขันกีฬา การนำชมหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ คำขวัญ การประกวดต่างๆ การพบปะสังสรรค์ การจัดเลี้ยง

3.3 รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์องค์กร

ความหมาย สื่อ แปลมาจากคำว่า medium หรือ media ซึ่งเป็นภาษาละติน แปลว่า กลาง อยู่ตรงกลาง สิ่งที่อยู่ตรงกลาง แต่เมื่อนำมาใช้ในภาษาอังกฤษก็มีความหมายกว้างออกไป จนรวมถึงวิธี (means) สิ่งแวดล้อม ห่อหุ้ม (environmental element) อาทิ อากาศสำหรับคน น้ำสำหรับปลา เครื่องมือ (instrument) ตัวแทนหรือตัวนำ (agency) วัสดุ (material) เทคนิค (technique) หรือแม้แต่ person as medium แต่เมื่อวิชาการด้านการสื่อสาร และการสื่อสารมวลชนก้าวหน้ามากขึ้น คำว่า สื่อ (medium หรือ media) ก็ได้รับการวิเคราะห์ศึกษาและตกแต่งพัฒนาจนมีความหมาย เป็นศัพท์เทคนิค (technical term) หรือศัพท์เฉพาะที่มีความสำคัญยิ่ง ทั้งนี้เพราะสื่อกลายเป็น องค์ประกอบที่จะขาดเสียมิได้ในการสื่อสารทุกรูปแบบและทุกประเภท ความหมายเดิมที่จำกัดอยู่ เฉพาะเรื่องของภาษาที่ใช้ในการพูดหรือการสอน (อาทิ ภาษาไทยที่เป็นสื่อการสอนที่ใช้กันมาก ที่สุดในสถาบันการศึกษาของไทย) ก็ได้ขยายออกมารอบคลุมถึงสื่อวัตถุ (อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ อิเล็กทรอนิกส์) สื่อบุคคล (อาทิ สื่อภาษา สื่อท่าทาง พ่อสื่อแม่สื่อ สื่อประชาชน หรือ population media) สื่อผสม (อาทิ สื่อมวลชน สื่อการสอน สื่อข้อมูล สื่อโสตทัศน์) หรือแม้กระทั่งสาร (อาทิ สื่อวจนะภาษาสื่อวจนะภาษา) สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงาน ไปสู่ประชาชน สื่ออาจจำแนกได้หลาย ประเภทหลายลักษณะแต่การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึง ลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

3.3.1 ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

โดยปกติทั่วไปมีการแบ่งประเภทของสื่อกันไว้หลายประเภท และหลาย ลักษณะ (criteria) ได้ประมวลสรุปไว้ดังนี้

- 1) แบ่งตามวิวัฒนาการ ได้แก่ สื่อประเพณี (traditional media) สื่อมวลชน (mass media) สื่อเฉพาะกิจ (specialized media)
- 2) แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม ได้แก่ สื่อข่าวสาร (information media) สื่อการศึกษา (education media) สื่อบันเทิง (entertainment media)
- 3) แบ่งตามประสาทที่ใช้ในการรับสาร ได้แก่ สื่อโสต (audio media) สื่อทัศน์ (visual media) สื่อโสตทัศน์ (audio-visual media)
- 4) แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค (technical functions) ได้แก่ สื่อถ่ายทอดสาร (transmission media) สื่อบันทึกสาร (record media)
- 5) แบ่งตามเครื่องนำรหัสสาร ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (print media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media) สื่อบันเทิงเสียงหรือภาพ (film or tape)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controllable Media) ได้แก่
 - สื่อสิ่งพิมพ์ Print Media)
 - สื่อบุคคล (Personal Media)
 - สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual Media)
 - สื่อกิจกรรมต่างๆ (Activity Media)
2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Media)
 - สื่อมวลชน (Mass Media)

3.3.2 ความสำคัญของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ คือ

- 1) เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
- 2) เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
- 3) เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

3.4 แบบจำลองการประชาสัมพันธ์ (models of public relations)

แบบจำลองของการประชาสัมพันธ์แสดงให้เห็นถึงคุณค่า เป้าหมาย และพฤติกรรม การสื่อสารทางการประชาสัมพันธ์เมื่อองค์กรนั้นๆ นำเอาการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ สามารถ จำแนกได้เป็น 4 ประเภทคือ

3.4.1 แบบจำลองตัวแทนเผยแพร่/การเผยแพร่ (press agency/publicity) เป็นแบบจำลอง ที่อธิบายถึงการประชาสัมพันธ์เชิงโฆษณาชวนเชื่อ (propagandistic public relations) ซึ่งใช้วิธีการ แสวงหาความสนใจจากสื่อมวลชนในทุกวิถีทางเท่าที่จะทำได้ จัดอยู่ในลักษณะแบบจำลองการ สื่อสารทางเดียว

3.4.2 แบบจำลองประชาชนเทศ (public information) เป็นลักษณะการประชาสัมพันธ์ ที่มุ่งเน้นการเผยแพร่กระจายข่าวทั่วไปที่ถูกต้องขององค์กร แต่ไม่สมัครใจที่จะให้ข่าวเชิงลบของ องค์กร แบบจำลองนี้จัดเป็นแบบจำลองการสื่อสารทางเดียวเช่นกัน โดยผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มุ่งให้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรไปสู่ประชาชนแต่ไม่แสวงหาข่าวสารจากประชาชนโดยผ่านทาง การวิจัยหรือวิธีการประเมินแบบไม่เป็นทางการ

3.4.3 แบบจำลองการสื่อสารสองทางที่ไม่สมดุล เป็นแบบจำลองที่อธิบายการ ปฏิบัติงานที่มีการใช้การวิจัยและใช้การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง แต่เป็นการสื่อสารแบบสองทาง ที่สามารถชักจูงใจประชาชนได้โดยใช้การวิจัยที่ให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนสนับสนุน โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมขององค์กรจึงเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ไม่มีคุณภาพ

3.4.4 แบบจำลองการสื่อสารสองทางที่มีคุณภาพ เป็นแบบจำลองที่ให้ประโยชน์แก่ประชาชนและองค์กร โดยองค์การมุ่งใช้การประชาสัมพันธ์แบบการต่อรอง การเจรจา และการใช้ยุทธวิธีแก้ปัญหาขัดแย้งเพื่อนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรม ทั้งขององค์กรและประชาชน

ปัจจุบันองค์กรต่างๆ ใช้การประชาสัมพันธ์ในลักษณะ 4 แบบจำลองดังกล่าวข้างต้นร่วมกัน โดยแบบจำลองที่ 1 เป็นแบบที่นิยมมากที่สุดในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ส่วนแบบที่ 2 เป็นแบบที่นิยมสำหรับองค์กรภาครัฐ และแบบที่ 3 เป็นที่นิยมสำหรับบริษัทต่างๆ อย่างไรก็ตาม องค์กรต่างๆ จำนวนมากเริ่มใช้แบบที่ 4 ร่วมกับแบบที่ 3 ด้วยกัน

4. แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4.1 ความหมายของการปกครองท้องถิ่น

การปกครองท้องถิ่นในรูปของการปกครองตนเอง (Local Self Government) นั้น ได้มีนักวิชาการให้ความหมายไว้หลายท่านด้วยกัน เช่น

อุทัย หิรัญโต (2523, หน้า 4 อ้างถึงใน โกวิท พวงงาม, 2548, หน้า 29) ให้นิยามว่าการปกครองท้องถิ่น คือ การปกครองที่รัฐบาลมอบอำนาจให้ประชาชนในท้องถิ่นท้องถิ่นหนึ่งจัดการปกครองท้องถิ่นและดำเนินกิจกรรมบางอย่าง โดยดำเนินการกันเองเพื่อบำบัดความต้องการของตนการบริหารงานของท้องถิ่นมีการจัดเป็นองค์กร มีเจ้าหน้าที่ซึ่งประชาชนเลือกตั้งขึ้นมาทั้งหมดหรือบางส่วนทั้งนี้มีความเป็นอิสระในการบริหารงาน แต่รัฐบาลต้องควบคุมด้วยวิธีต่างๆ ตามความเหมาะสมจะปราศจากการควบคุมจากรัฐหาได้ไม่ เพราะการปกครองท้องถิ่นเป็นสิ่งที่รัฐทำให้เกิดขึ้น

วิญญูอังคณารักษ์ (2519, หน้า 4 อ้างถึงใน สุทนต์ศรีไสย์, สุพจน์บุญวิเศษ, 2547, หน้า 12) ได้ให้ความหมายว่าการปกครองท้องถิ่น หมายถึงการปกครองในรูปลักษณะการกระจายอำนาจบางอย่างที่รัฐได้มอบหมายให้ท้องถิ่นทำกันเอง เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นมีโอกาสปกครองและบริหารงานท้องถิ่นด้วยตนเอง เพื่อสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชนในท้องถิ่นให้งานดำเนินไปอย่างประหยัด มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลตรงกับความต้องการของประชาชน โดยเหตุที่ว่าประชาชนในแต่ละท้องถิ่นย่อมจะทราบความต้องการของท้องถิ่นนั้นๆ ได้ดีกว่าบุคคลอื่น และย่อมมีความผูกพันต่อท้องถิ่นนั้น โดยมีงบประมาณของตนเองและมีอิสระในการบริหารงานพอสมควร

ประธาน คณะทศศึกษาธิการ (2528, หน้า 8 อ้างถึงใน พิเศษฐ ความจังหาร, 2553, หน้า 42) นิยามไว้ว่า การปกครองท้องถิ่นเป็นแบบการปกครองที่เป็นผลจากการกระจายอำนาจทางการปกครองของรัฐ โดยจะเกิดองค์การทำหน้าที่ปกครองท้องถิ่น โดยคนในท้องถิ่นนั้นๆ ถูกจัดตั้งและควบคุมโดยรัฐบาล แต่มีอำนาจในการกำหนดนโยบายและควบคุมให้มีการปฏิบัติเป็นไปตามนโยบายของตนเอง

จากความหมายของการปกครองท้องถิ่นของนักวิชาการต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น พอที่จะสรุปได้ว่าการปกครองท้องถิ่น หมายถึงการปกครองที่รัฐบาลกลางมอบอำนาจให้ประชาชนในท้องถิ่นจัดการปกครองและดำเนินการบางอย่าง เพื่อแก้ไขปัญหาและสนองตอบความต้องการของตนเองหรือที่เรียกว่ารัฐบาลกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองท้องถิ่น โดยมีอำนาจในการกำหนดนโยบายและบริหารงานให้เป็นไปตามนโยบายหรือความต้องการของตนเอง ภายใต้ขอบเขตของกฎหมายว่าด้วยอำนาจสูงสุดของประเทศโดยมีองค์การที่มาจากการเลือกตั้งของประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ตามความมุ่งหมายของท้องถิ่นนั้นๆ

4.2 องค์ประกอบของการปกครองท้องถิ่น ประกอบด้วย ดังนี้

1. เป็นองค์กรที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลและทบวงการเมือง
2. มีสภาและผู้บริหารระดับท้องถิ่นที่มาจากการเลือกตั้งตามหลักการที่บัญญัติไว้ในกฎหมายรัฐธรรมนูญ
3. มีอิสระในการปกครองตนเอง
4. มีเขตการปกครองที่ชัดเจนและเหมาะสม
5. มีงบประมาณรายได้เป็นของตนเองอย่างเพียงพอ
6. มีบุคลากรปฏิบัติงานของตนเอง
7. มีอำนาจหน้าที่ที่เหมาะสมต่อการให้บริการ
8. มีอำนาจออกข้อบังคับเป็นกฎหมายของท้องถิ่นภายใต้ขอบเขตของกฎหมายแม่บท
9. มีความสัมพันธ์กับส่วนกลางในฐานะเป็นหน่วยงานระดับรองของรัฐ

4.3 วัตถุประสงค์ของการปกครองท้องถิ่น

1. ช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาล ทั้งทางด้านการเงินตัวบุคคล ตลอดจนเวลาที่ใช้ในการดำเนินการ
2. เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง
3. เพื่อให้หน่วยการปกครองท้องถิ่นเป็นสถาบันที่ให้การศึกษารปกครองระบอบประชาธิปไตยแก่ประชาชน

4.4 ความสำคัญของการปกครองท้องถิ่น

การปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสำคัญอย่างยิ่งทั้งในแง่การพัฒนาชุมชนและการปกครองระบบประชาธิปไตยนอกจากความสำคัญแล้ว การปกครองส่วนท้องถิ่นยังเป็นเรื่องจำเป็น เพราะสังคมที่กว้างใหญ่มีอาณาเขตใหญ่โตย่อมเป็นเรื่องยากที่จะให้รัฐบาลกลางดูแลได้ทั่วถึง จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการกระจายอำนาจเพื่อให้ท้องถิ่นได้ช่วยเหลือตนเอง ความสำคัญและความจำเป็นของการปกครองส่วนท้องถิ่นจึงสรุปได้ดังนี้

ลิจิต ชีรเวคิน (2548, หน้า 335) กล่าวว่า iva การปกครองส่วนท้องถิ่นจะมีส่วนช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาลกลางในแง่ที่ว่า ผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นและผู้มีส่วนท้องถิ่นย่อมจะเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการของท้องถิ่นดีกว่าคนต่างถิ่น ดังนั้นการปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมีผลสำคัญคือทำให้ท้องถิ่นรู้จักการแก้ปัญหาด้วยตนเอง โดยรัฐบาลกลางเป็นแต่เพียงหน่วยส่งเสริมด้วยงบประมาณบางส่วน และด้วยความรู้ทางเทคนิคโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการพัฒนาชนบทซึ่งเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลนั้นจำเป็นจะต้องกระทำควบคู่ไปกับการปกครองส่วนท้องถิ่น

ธรรวุฒิ โสภิชฐิกุล (2550, หน้า 21) กล่าวว่า iva การปกครองท้องถิ่นมีความสำคัญต่อการปกครองประเทศหลายประการ กล่าวคือ

1. การปกครองท้องถิ่นจะมีส่วนช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาลกลางหรือรัฐบาลส่วนกลางเพราะการปกครองส่วนท้องถิ่นมีองค์กรกระจายไปทั่วพื้นที่ของประเทศ มีความใกล้ชิดกับประชาชนในท้องถิ่นจึงสามารถทำหน้าที่แทนรัฐบาลกลางได้ดี
2. การปกครองท้องถิ่นช่วยตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้ดีกว่ารัฐบาลกลาง
3. การปกครองท้องถิ่นช่วยให้การเรียนรู้ทางการเมืองแก่ประชาชน ทำให้ประชาชนได้ฝึกฝนเรียนรู้ สร้างจิตสำนึกรวมทั้งวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมในระบอบการปกครอง การปกครองท้องถิ่นจึงเป็นรากฐานของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย
4. การปกครองท้องถิ่นช่วยเป็นแหล่งฝึก และสร้างผู้นำทางการเมือง การปกครองท้องถิ่นเปิดโอกาสให้นักการเมืองได้ฝึกทักษะในการบริหารและการดำเนินกิจกรรมของท้องถิ่นก่อนจะไปทำหน้าที่ในระดับชาติ จะเห็นได้จากการที่นักการเมืองท้องถิ่นจำนวนมากพัฒนาตนเองไปเป็นนักการเมืองระดับชาติ
5. การปกครองท้องถิ่นมีความสอดคล้องกับแนวคิดในการพัฒนาท้องถิ่นชนบทเพื่อการพึ่งพาตนเองแทนที่จะคอยพึ่งพิงการช่วยเหลือจากส่วนกลาง

4.5 หน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยการปกครอง

หน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่น ควรจะต้องพิจารณาถึงกำลังงบประมาณ กำลังเงิน กำลังคน กำลังความสามารถของอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้และหน้าที่ความรับผิดชอบควรเป็นเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่นอย่างแท้จริง หากเกินกว่าภาระหรือเป็นนโยบายซึ่งรัฐบาลต้องการความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งประเทศก็ไม่ควรมอบให้ท้องถิ่นดำเนินการเช่น งานทะเบียนที่ดิน การศึกษาในระดับอุดมศึกษา

การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้หน่วยการปกครองท้องถิ่นดำเนินการมีข้อพิจารณาดังนี้

4.5.1 เป็นงานที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น และงานที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน ได้แก่การก่อสร้างถนน สะพาน สวนหย่อม สวนสาธารณะการกำจัดขยะมูลฝอย เป็นต้น

4.5.2 เป็นงานที่เกี่ยวกับการป้องกันภัย รักษาความปลอดภัย เช่น งานดับเพลิง

1) เป็นงานที่เกี่ยวกับสวัสดิการสังคม ด้านนี้มีความสำคัญต่อประชาชนในท้องถิ่นมากเช่น การจัดให้มีหน่วยบริหารทางสาธารณสุขจัดให้มีสถานสงเคราะห์เด็กและคนชรา เป็นต้น

2) เป็นงานที่เกี่ยวกับการพาณิชย์ท้องถิ่น หากปล่อยให้ประชาชนดำเนินการเองอาจไม่ได้รับผลดีเท่าที่ควรจะเป็น จัดให้มีโรงรับจำนำการจัดตลาดและงานต่างๆ ที่มีรายได้โดยสามารถเรียกค่าบริการจากประชาชน

4.6 ลักษณะสำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีดังนี้

4.6.1 เป็นองค์กรในชุมชนที่มีขอบเขตพื้นที่การปกครองที่กำหนดไว้ในแน่นอน

4.6.2 มีสถานภาพเป็นนิติบุคคลจัดตั้งขึ้นโดยกฎหมาย

4.6.3 มีอิสระในการดำเนินกิจกรรม และสามารถใช้จ่ายเงินของตนเองในการวินิจฉัยและกำหนดนโยบาย

4.6.4 มีการจัดองค์กรเป็น 2 ฝ่ายคือฝ่ายบริหารและฝ่ายสภา

4.6.5 ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครองโดยการเลือกตั้งผู้บริหารและสภาท้องถิ่น

4.7 การปกครองท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (พ.ศ. 2540)

ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฉบับปัจจุบัน (พ.ศ. 2540) ได้สร้างมิติใหม่ให้กับระบบการปกครองส่วนท้องถิ่นของไทยด้วยการปรับปรุงบทบาท อำนาจหน้าที่และโครงสร้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการกระจายอำนาจ

ปกครองดังที่ประเทศต่างๆ ปฏิบัติกันอยู่ภายหลังการประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน (พ.ศ. 2540) บทบัญญัติต่างๆ ของรัฐธรรมนูญก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบการปกครองท้องถิ่นไทย ส่วนราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้พากันเสนอขอแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สอดคล้องกับบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (พ.ศ. 2540)

นันทวัฒน์ บรมานันท์(2547, หน้า 90-95) ได้ประมวลความรู้แนวทางการปกครองส่วนท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (พ.ศ. 2540) ไว้ดังนี้

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฉบับปัจจุบัน (พ.ศ. 2540) ได้วางหลักเกณฑ์ใหม่สำหรับการปกครองส่วนท้องถิ่นโดยมีสาระสำคัญเป็นการกระจายอำนาจเพื่อให้ท้องถิ่นพึ่งตนเองและมีอิสระในการดำเนินงาน บทบัญญัติที่ถือว่าเป็น “หลักสำคัญ” ในการกระจายอำนาจคือ มาตรา 78 ซึ่งปรากฏอยู่ในหมวด 5 แนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐโดยมีใจความสำคัญ คือ

“มาตรา 78 รัฐต้องกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึ่งตนเองและตัดสินใจในกิจการท้องถิ่นได้เอง พัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และระบบสาธารณสุขปกอกและสาธารณสุขการตลอดทั้งโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศในท้องถิ่นให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกันทั่วประเทศรวมทั้งพัฒนาจังหวัดที่มีความพร้อมให้เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่โดยคำนึงถึงเจตนารมณ์ของประชาชนในจังหวัดนั้น”

บทบัญญัตินี้ดังกล่าวถูกกำหนดขึ้นเพื่อให้เป็นแนวทางที่รัฐจะดำเนินการกระจายอำนาจการปกครองไปสู่ท้องถิ่นเพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนในการปกครองหรือดูแลท้องถิ่นของตนได้มากขึ้น ซึ่งจะมีผลตามมาคือเป็นการแบ่งเบาภาระของส่วนกลาง

นอกเหนือจากบทบัญญัตินี้ดังกล่าวแล้วรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันยังได้บัญญัติไว้ในหมวด 9 เกี่ยวกับการปกครองส่วนท้องถิ่นรวม 10 มาตราด้วยกัน คือ มาตรา 282 ถึงมาตรา 290 และต่อมาเมื่อรัฐธรรมนูญประกาศใช้บังคับก็ได้มีการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวกับการปกครองส่วนท้องถิ่นให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญ รวมทั้งที่มีการตรากฎหมายขึ้นมาใหม่หลายฉบับเพื่อให้เป็นไปตามที่รัฐธรรมนูญกำหนด

4.8 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองส่วนท้องถิ่น

นอกจากการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่น และคณะผู้บริหารหรือผู้บริหารท้องถิ่นแล้วประชาชนยังมีส่วนร่วมในการปกครองส่วนท้องถิ่น ได้ตามที่รัฐธรรมนูญบัญญัติไว้อีก 2 กรณีด้วยกัน คือ

4.8.1 การถอดถอนสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น รัฐธรรมนูญให้สิทธิแก่ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำนวนไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่มาลงคะแนนที่จะถอดถอนสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น

เมื่อเห็นว่าสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นผู้ใด ไม่สมควรดำรงตำแหน่งต่อไป (มาตรา 286)

4.8.2 การเข้าชื่อเสนอข้อบัญญัติท้องถิ่น รัฐธรรมนูญให้สิทธิแก่ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จะสามารถเข้าชื่อร้องขอต่อประธานสภาท้องถิ่น เพื่อให้สภาท้องถิ่นพิจารณาออกข้อบัญญัติท้องถิ่นได้แต่จะต้องจัดทำร่างข้อบัญญัติท้องถิ่นเสนอมาด้วย (มาตรา 287)

การปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย มีรูปแบบการปกครองส่วนท้องถิ่น 2 รูปแบบใหญ่ๆ คือ

1. การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบทั่วไป เป็นรูปแบบการปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีอยู่ทั่วประเทศทุกจังหวัด มี 3 ประเภทได้แก่ เทศบาลองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)

2. การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ มีการบริหารจัดการไม่เหมือนกับรูปแบบทั่วไป จะมีขึ้นเป็นกรณีๆ ไปส่วนใหญ่จะเป็นเขตเมืองใหญ่ เช่น เมืองหลวงหรือเมืองท่องเที่ยว ซึ่งไม่เหมาะสมที่จะใช้รูปแบบทั่วไปมาใช้ในการปกครอง ปัจจุบันมีกรุงเทพมหานครและเมืองพัทยาที่เป็นประเภทนี้

4.9 ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คือ บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นฝ่ายบริหารในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยปกติแล้ว ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีที่มา 2 ประการ คือการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นโดยตรง และการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นโดยอ้อม

ในองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีผู้บริหารคือ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ในเทศบาล มีผู้บริหารคือ นายกเทศมนตรีในองค์การบริหารส่วนตำบลมีผู้บริหารคือ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลในกรุงเทพมหานครมีผู้บริหารคือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในเมืองพัทยามีผู้บริหารคือ นายกเมืองพัทยา

ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะทำงานภายใต้การตรวจสอบและถ่วงดุลโดยสภาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (สภาท้องถิ่น) ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะทำหน้าที่บริหารงานภายในขอบเขตตามที่กฎหมายกำหนด และรับผิดชอบต่อสภาท้องถิ่นและประชาชนในเขตขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4.10 หน้าที่ของนายกเทศมนตรี

ระบบการบริหารเทศบาลของไทยนั้นนายกเทศมนตรีเป็นหัวหน้าทั้งฝ่ายบริหารและฝ่ายการเมือง ในฐานะที่นายกเทศมนตรีเป็นหัวหน้าของเทศบาลเช่นนี้ ย่อมมีภาระหน้าที่มากมายทั้งที่ระบุไว้ในกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับของกระทรวงมหาดไทยเพิ่มเติมของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งอาจแยกกล่าวได้ดังนี้ (อุทิศ แก้วขาว, 2543, หน้า 30-31 อ้างถึงใน พิชัย ชุมเงิน, 2553, หน้า 30-31)

สรุป การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นการปกครองที่รัฐบาลมอบอำนาจในการดำเนินกิจกรรมที่จำเป็นในท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีอำนาจในการปกครองร่วมกันรับผิดชอบทั้งหมดหรือแต่เพียงบางส่วนในการบริหารท้องถิ่น มีเจ้าหน้าที่ดำเนินการที่ประชาชนในท้องถิ่นนั้นเลือกขึ้นมาดำเนินการบริหารกิจการที่เป็นบริการด้านพื้นฐานภายในท้องถิ่นโดยอิสระ แต่ก็ถูกกำกับดูแลจากรัฐบาลกลางในบางส่วน

การปกครองท้องถิ่นปัจจุบันเป็นรากฐานที่สำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตย เพราะเป็นการกระจายอำนาจให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองด้วยการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ปกครอง และบริหารงานท้องถิ่นของตนเองตัดสินใจในกิจการท้องถิ่นได้เอง การปกครองท้องถิ่นถือเป็นกระบวนการทางการเมือง ดังนั้นการบริหารการปกครองท้องถิ่นเท่ากับยอมรับความต้องการของประชาชน ผู้บริหารท้องถิ่นถือว่าเป็นส่วนสำคัญต่อการบริหารจัดการเป็นอย่างดี เพราะต้องทำการจัดการแก้ไขปัญหาของชุมชนในท้องถิ่นให้เป็นที่น่าเชื่อถือเพราะปัญหาต่างๆ ในท้องถิ่นมีหลายสิ่งหลายอย่าง และสลับซับซ้อน

การบริหารงานในปัจจุบันเป็นการบริหารงานภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทั้งด้านกำลังคน กำลังเงิน วัสดุอุปกรณ์และวิธีการจัดการ องค์การการปกครองส่วนท้องถิ่นต้องปฏิบัติหน้าที่ตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ และขณะเดียวกันก็มีหน้าที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนซึ่งผู้บริหารต้องใช้งบประมาณให้คุ้มค่าและเรียนรู้แนวทางการทำงานใหม่ๆ โดยเฉพาะความสัมพันธ์กับข้าราชการและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน

5. เทศบาลนครสกลนคร

การศึกษาเรื่องเทศบาลนครสกลนคร มีการกล่าวถึงประวัติความเป็นมาของเทศบาลนครสกลนคร วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์การพัฒนา อำนาจหน้าที่ของเทศบาลนครสกลนคร และโครงสร้างการบริหารงานเทศบาลนครสกลนคร ดังต่อไปนี้

5.1 ประวัติความเป็นมาของเทศบาลนครสกลนคร

เทศบาลเมืองสกลนคร ได้รับการจัดตั้งขึ้นวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2479 ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเทศบาลเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร พ.ศ.2479 (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 53 หน้า 1319 ลงวันที่ 14 มีนาคม พ.ศ.2479)

นายกเทศมนตรีคนแรก คือ ขุนถิรมัชสิทธิ์การ เข้าดำรงตำแหน่ง เมื่อวันที่ 15 กันยายน พ.ศ.2480 มีพื้นที่ 13 ตารางกิโลเมตร โดยเอาพื้นที่ตำบลธาตุเชิงชุมทั้งตำบลเป็นเขตเทศบาล สำนักงานเขตเทศบาล สำนักงานเทศบาล แต่ก่อนเรียกว่า "ศาลาเทศบาลเมืองสกลนคร" เดิมนี้ตั้งอยู่สถานีรถไฟอากาศ เมื่อก่อนนั้นเป็นที่ตั้งของตลาดสดเทศบาล ต่อมาเมื่อปี พ.ศ.2500 จึงย้ายมาตั้งสำนักงานอยู่ในสถานที่ปัจจุบัน เปลี่ยนสถานะเป็น "เทศบาลนครสกลนคร" เมื่อวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ.2555

เทศบาลนครสกลนคร เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประเภทเทศบาลนครตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร มีพื้นที่ครอบคลุมตำบลธาตุเชิงชุมทั้งตำบล รวมทั้งบางส่วนของตำบลจี่วคอน ตำบลห้วยยาง ตำบลดงมะไฟ ตำบลธาตุนาวง และตำบลยางโสม ภายในเขตเทศบาลเป็นที่ตั้งของหน่วยงานบริการ สถานศึกษา สถานพยาบาลและสาธารณสุข ตลอดจนเป็นศูนย์กลางการคมนาคมของจังหวัดสกลนคร เป็นเทศบาลนครอันดับที่ 27 ของประเทศ และอันดับที่ 5 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นับเป็นนครใหญ่แห่งใหม่ของภาคอีสานที่กำลังเจริญเติบโต

5.2 วิสัยทัศน์ และยุทธศาสตร์การพัฒนาของเทศบาลนครสกลนคร

เทศบาลนครสกลนครมีวิสัยทัศน์ และยุทธศาสตร์การพัฒนาดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision) ชุมชนน่าอยู่ เชิดชูคุณธรรม ก้าวนำสิ่งแวดล้อม งามพร้อมวัฒนธรรมยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครสกลนครประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 6 ด้าน

1. ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมในสังคม
2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาคมนิสัยการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน
3. ยุทธศาสตร์ความเข้มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหารและพลังงาน
4. ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

5. ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม

6. ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

5.3 อำนาจหน้าที่ของเทศบาลนครสกลนคร

เทศบาลนครสกลนคร จัดเป็นเทศบาลขนาดใหญ่มีภารกิจ อำนาจหน้าที่ที่สำคัญบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ.2496 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 13 พ.ศ.2552) พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 และตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง อำนาจหน้าที่ของเทศบาลตามกฎหมายดังกล่าวอาจแบ่งเป็นภารกิจอำนาจหน้าที่ในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน
2. ด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิต
3. ด้านการจัดระเบียบชุมชน สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย
4. ด้านการวางแผนการส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรมและการท่องเที่ยว
5. ด้านการบริหารจัดการและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
6. ด้านการศาสนา ศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น
7. ด้านการบริหารจัดการและการสนับสนุนการปฏิบัติภารกิจของส่วนราชการและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ภารกิจทั้ง 7 ด้านตามที่กฎหมายกำหนดให้อำนาจเทศบาล ภารกิจดังกล่าวสามารถจะแก้ไขปัญหาของเทศบาลนครสกลนคร ได้ ทั้งนี้ยังต้องพิจารณาถึงความต้องการของประชาชนในเขตพื้นที่ การดำเนินการต้องให้สอดคล้องแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาอำเภอ แผนพัฒนาจังหวัด นโยบายของผู้บริหารเทศบาล

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เบอร์โล (Berlo, 1960) ได้อธิบายการสื่อสารจะประสบความสำเร็จและมีประสิทธิผลหรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพขององค์ประกอบต่างๆ และได้แสดงปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบไว้ในแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในนามของ S M C R Model ซึ่งกระบวนการสื่อสารมีความสำคัญสำหรับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ใน โครงการ “ตลาดต้องชม” มีการดำเนินการรูปแบบและกระบวนการสื่อสารข่าวประชาสัมพันธ์ “ตลาดต้องชม” ที่มีกระบวนการส่งข้อมูลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยการใช้อี

ใหม่ หรือสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผู้รับสารมี ปฏิกริยาตอบสนองกลับของการทำงานของโครงการ “ตลาดต้องชม” กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ที่ได้กำหนดกลยุทธ์ไว้ด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นหลัก ได้แก่ Twitter, Facebook, Line, Instagram, YouTube ให้มีประสิทธิภาพของการสื่อสารการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างค่านิยม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน สร้างความนิยมชมชอบโดยเผยแพร่ข่าวสารให้กับประชาชน ได้รับความรู้ และเข้าใจ เพื่อป้องกันชื่อเสียงไม่ให้เสื่อมเสียทั้งนี้ ได้ ตรงตามแนวคิดการสื่อสารของกระบวนการสื่อสารของ เบอร์โล (Berlo, 1960)

พริยา ศิริวรรณ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กร (คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล) เรื่องที่ไม่อาจมองข้าม พบว่าแนวทางแก้ไขปัญหาการสื่อสารภายในองค์กรเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการความหมายต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารเพื่อให้เกิดการพัฒนาการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์การสร้างภาพลักษณ์ในหน้าที่เพื่อนำองค์กร ไปสู่ความสำเร็จ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน รวมถึงความเข้าใจอันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหาร โดยแนวทางการแก้ไขปัญหามาอาจทำให้ด้วยการทบทวนนโยบายและกลยุทธ์ที่สื่อข้อมูลข่าวสารให้บุคลากรทั้ง องค์กรเกิดความเข้าใจที่ตรงกันและปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันลดการเกิดข้อผิดพลาดด้วยการให้ข้อเท็จจริงนำ ปัญหาที่เกิดจากการสื่อข้อมูลข่าวสารไปหาหรือแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหา และป้องกันการเกิดปัญหาจากการ สื่อข้อมูลข่าวสารที่บิดเบือน การสื่อข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบเท่าที่จำเป็นต้องรู้ไม่มากหรือน้อยจนเกินไป การเพิ่มเส้นทางในการสื่อสารในองค์กรได้แก่ การสื่อสาร จากเบื้องล่างขึ้นสู่เบื้องบน การสื่อสารตามแนวนอนและการสื่อสารข้ามสายงาน การสื่อสารในหัวข้อที่ต้องการย้ำให้กระทำซ้ำ สร้างจิตสำนึกในการรับรู้การจดจำพัฒนาทักษะให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารเกี่ยวกับความรู้และความ เข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารให้มากขึ้น

ศิริ โยธิน (2560) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารภายในองค์กรจากแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร พบว่า องค์กรต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารเพื่อการสร้างแบรนด์องค์กร อยู่ 2 กลุ่มเป้าหมายได้แก่ ลูกค้ายกลุ่มเป้าหมายผ่านการสื่อสารตามแนวทาง Marketing Communication และพนักงานภายในองค์กร ผ่านการสื่อสารตามแนวทางของ Organizational Communication และ Marketing Communication องค์ประกอบของการสื่อสารภายในองค์กรจากแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรที่ประกอบด้วย การสนทนาแบบเปิดใจ ช่องทางการสื่อสาร และการสื่อสารและการสร้างกิจกรรมเพื่อเปลี่ยนสิ่งที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรม

อัจฉิมา สำเภารเงิน (2561) ศึกษาแบบการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าของกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช พบว่า รูปแบบในการ

สื่อสารเพื่อส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ และสัตว์ป่าประกอบด้วย 1) การสื่อสารขององค์กร คือ การสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมตามภารกิจและเป้าหมายขององค์กรซึ่งสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล โดยรูปแบบการสื่อสารของเพจมีการนำเสนอด้วย ภาพ วีดีโอ บทความ กิจกรรม และการสนทนา 2) พฤติกรรมของกลุ่มแฟนเพจกรมอุทยานแห่งชาติที่แสดงออกประกอบด้วย การกดถูกใจ การส่งต่อข้อมูล และการแสดงความคิดเห็น 3) การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าของกลุ่มแฟนเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช แบ่งออกเป็น การปฏิบัติตนในการอนุรักษ์สนับสนุน/ส่งเสริมการเสนอแนะ และด้านอื่นๆ ซึ่งผลของการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับเป้าหมายตามภารกิจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเพจ คือเวลาที่โพสต์ เนื้อหาที่โพสต์

พีระ จิระ โสภณ (2538) การเปิดรับสื่อเป็นการมุ่งศึกษาถึงผู้รับสารการที่ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรในการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารจะมีการเลือกสรร และการแสวงหาข่าวสารให้เป็นไปตามความต้องการ หรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลโดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสารซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารใดแหล่งสารหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับข่าวสาร ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติและความสนใจของตน ขั้นตอนที่ 2 การเลือกรับรู้หรือตีความ ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับรู้ หรือตีความหมายความเข้าใจของตนเอง หรือทัศนคติประสบการณ์ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ เป็นต้น ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการเลือกการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาสาระที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง

กิติมา สุรสนธิ (2542) เรื่องความรู้ทางการสื่อสารได้อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดโดยทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารนี้ว่า บุคคลจะได้รับข่าวสารทุกอย่างผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเท่านั้น การเปิดรับสื่อจึงเปรียบเสมือนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เพื่อนำมาสู่การเรียนรู้สิ่งใหม่ ซึ่งผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกและแสวงหาเพื่อให้อตอบสนองความต้องการของตนต่างกัน

ปิยดา สุนทรปิยะพันธ์และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารในการเผยแพร่ความรู้ทางการเมืองผ่านหนังสือของนายหนังประเคียง ระฆังทอง พบว่า ความต้องการประเด็นเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของผู้ชมในการเผยแพร่ความรู้ทางการเมืองผ่านหนังสือ ประเคียง ระฆังทอง ด้านประเด็นเนื้อหา ผู้ชมมีความต้องการเนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจตน ได้แก่ นโยบายความมั่นคงและป้องกันประเทศ การแก้ปัญหาปากท้อง การสร้างรายได้ การมีส่วนร่วมของประชาชน

และเนื้อหาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ชมด้วยวิธีการนำเสนอที่เข้าใจง่าย และต้องการวิธีการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจในแง่มุมใหม่ๆ ไม่ทำให้รู้สึกเบื่อหน่าย ด้านรูปแบบการนำเสนอ พบว่าผู้ชมมีความต้องการรูปแบบการนำเสนอที่ทำให้มีความเข้าใจและการจดจำในเนื้อหาทางการเมืองมากขึ้นคือ

- 1) รูปแบบการนำเสนอต้องให้ทั้งความรู้และสนุกสนาน
- 2) รูปแบบการนำเสนอที่อธิบายรายละเอียดของเนื้อหาทางการเมืองได้
- 3) รูปแบบการนำเสนอที่เป็นเรื่องราวที่ยังคงเป็นที่สนใจและยังอยู่ในความสงสัยของประชาชน สอดคล้องกับแนวคิดการเลือกรับสื่อ

นทกฤษ ภพชนกนันท์ (2557) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้ การสื่อสาร และผลกระทบจากการใช้เฟซบุ๊ก ของนักศึกษาวิทยาลัยศรีปทุม พบว่าด้านวัตถุประสงค์การใช้เฟซบุ๊กผลวิเคราะห์โดยรวม 3 อันดับแรก ได้แก่ การเพื่อช่วยผ่อนคลายความเครียด การใช้เพื่อติดตามประเด็นข่าวในสังคม และการติดตามข้อมูลของคนรู้จักด้านประเภทข้อมูลข่าวสาร ผลวิเคราะห์โดยรวม 3 อันดับแรก ได้แก่ ข่าวสารที่สดใหม่ รวดเร็ว จับไวทันสมัยข่าวสารที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด ช่วยให้สบายใจและข่าวสารความบันเทิง สนุกสนาน ตื่นเต้นเร้าใจ ด้านภาษาที่ใช้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การใช้ภาษาไทย การใช้ภาษาแสดง และการใช้ภาษาแบบที่ไม่เป็นทางการ

ณัฐภา ชัยฉัตรกุล (2561) ศึกษาเรื่องประเภทและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล พบว่า เนื้อหาที่อยู่ในความสนใจของสมาชิกแฟนเพจ สั้นกระชับ เข้าใจง่าย ใช้เวลาในการรับข้อมูลไม่นาน ตรงกับกระแสของสังคมที่กำลังให้ความสนใจ

ฐิตานันท์ ชัยโฆษิตภิรมณ์ (2556) ศึกษาเรื่องรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาและการตอบสนองบนเฟซบุ๊กแฟนเพจผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มหางานสำหรับฟรีแลนซ์ : กรณีศึกษาแฟนเพจเฟซบุ๊ก Fast work วัตถุประสงค์ของการนำเสนอเนื้อหาเปรียบเทียบกับปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสารต่อการนำเสนอเนื้อหาบนแฟนเพจเฟซบุ๊ก Fast work พบว่าเนื้อหาที่เป็นสาระความรู้ ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อแฟนเพจจะถูกตอบสนองด้วยการแชร์มากที่สุด รูปแบบการนำเสนอที่มีประโยชน์แก่ตนเองจะมีปฏิกิริยาออกแชร์สูงสุด รูปแบบการนำเสนอประเภทรูปภาพมีจำนวนการแสดงความคิดเห็นมากที่สุด และวิดีโอมีจำนวนการแชร์ และการแสดงความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด

พริษา ศิริวรรณ (2559) ศึกษาเรื่องการสื่อสารภายในองค์กร (คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล) เรื่องที่ไม่อาจมองข้ามได้ข้อสรุปพบว่า การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกองค์กรถือเป็นรากฐานที่สำคัญที่จะส่งผลให้เกิดความร่วมมืออันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหาร ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ดี มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร เกิดการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่ดีทำให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปในทิศทางที่ถูกต้องตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ได้ การสื่อสารที่ชัดเจนถูกต้องตรงไปตรงมา ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายจะสามารถเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลสูงสุด การบริหารองค์กรจะปรับเปลี่ยนกล

ยุทธ์ไปตามยุคตามสมัยเพียงใด การสื่อสารภายในองค์กรก็ยังเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่ควรใช้ให้เกิดประโยชน์ ใช้ในการสื่อสารไปในทิศทางเชิงบวก โดยอาจนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาประยุกต์ให้มากขึ้นเพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางสำหรับการสื่อสารภายในองค์กรต่อไป

พริยา ศิริวรรณ (2559) ศึกษาเรื่องการสื่อสารภายในองค์กร (คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล) เรื่องที่ไม่อาจมองข้ามได้ให้แนวทางการพัฒนาเพื่อการเพิ่มช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรนั้น คณะฯ เล็งเห็นถึงการใช้เครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งเป็นเรื่องที่มีความทันสมัยและเป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา โดยจะมีการพัฒนาเทคโนโลยีในรูปแบบ Mobile application ซึ่งจะใช้สำหรับบุคลากรภายในของคณะฯ เพื่อตอบสนองความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในอนาคตอันใกล้

ศิระ ศรีโยธิน (2560) ศึกษาเรื่องการสื่อสารภายในองค์กรจากแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรพบว่า องค์กรต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารเพื่อการสร้างแบรนด์ องค์กร อยู่ 2 กลุ่มเป้าหมายได้แก่ ลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายผ่านการสื่อสารตามแนวทาง Marketing Communication และพนักงานภายในองค์กร ผ่านการสื่อสารตามแนวทางของ Organizational Communication และ Marketing Communication องค์ประกอบของการสื่อสารภายในองค์กรจากแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรที่ประกอบด้วยสารสนเทศแบบเปิดใจ ช่องทางการสื่อสารและการสื่อสารและการสร้างกิจกรรมเพื่อเปลี่ยนสิ่งที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรม

ณัฐภา ชัยฉัตรกุล (2561) ศึกษาเรื่อง ประเภทและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล พบว่า รูปแบบการสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Inter Cotinental Bangkok ที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม จะต้องเป็นเนื้อหาที่อยู่ในความสนใจของสมาชิกแฟนเพจ สั้นกระชับ เข้าใจง่าย และการมีส่วนร่วมได้จริง ใช้เวลาในการรับข้อมูลไม่นาน ตรงกับกระแสของสังคมที่กำลังให้ความสนใจกับเรื่องนานๆ อยู่จึงจะทำให้สมาชิกแฟนเพจเกิดการมีส่วนร่วมกับเนื้อหานั้นพร้อมที่จะบอกต่อด้วยการใช้ออกไป

แก้วตา ชัยมะโน (2542) ศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อการบริหารองค์การสวัสดิการสังคม : ศึกษาเฉพาะกรณีกรมคุมประพฤติกระทรวงยุติธรรม พบว่ารูปแบบการสื่อสารที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน คือ รูปแบบการสื่อสารแบบสองทางซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารระดับสูงมองเห็นความสำคัญของการสื่อสารที่สื่อสารจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้แสดงความคิดเห็นเสนอแนะความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ มากกว่าจะคอยรับแต่คำสั่งจากผู้บังคับบัญชาเพียงอย่างเดียวและเพิ่มบทบาทการสื่อสารแบบไม่เป็นการให้มากขึ้น ให้องค์การมีความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในองค์การ มีความคุ้นเคยสนิทสนม มีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในองค์การในทางส่วนตัวมากกว่าใช้อุปกรณ์ทางเทคโนโลยี

ทางการสื่อสารมาช่วยในการติดต่อสื่อสารและควรใช้การสื่อสารทั้งตามแนวจิ่งแนวนอน การติดต่อสื่อสาร
ข้ามหน่วยงาน การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยใช้ในสถานการณ์และ
สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม แต่ควรเน้นรูปแบบการสื่อสารตามแนวนอนเพื่อช่วยขจัดความล่าช้าของ
ระเบียบและวิธีการปฏิบัติต่างๆ ในการสื่อสารและช่วยพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากร



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

บทที่ 3 เป็นบทที่ว่าด้วยวิธีดำเนินการวิจัย เรื่อง การจัดการการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกนนคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ศึกษาเกี่ยวกับ 1) ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ 2) รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 3) แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์ โดยวิธีดำเนินการวิจัยประกอบด้วย แบบการวิจัย ผู้ให้ข้อมูลหลัก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แบบการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลหลัก คือผู้บริหารและหัวหน้าฝ่ายซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในการจัดการการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกนนครรวมทั้งสิ้น 18 คน ได้แก่ ผู้บริหาร หัวหน้าฝ่าย เจ้าหน้าที่และพนักงานจ้าง 15 คน ประชาชนในพื้นที่ 3 คน รายละเอียด มีดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหาร หัวหน้าฝ่าย เจ้าหน้าที่และพนักงานจ้าง 15 คน

- ชื่อ – สกุล นายเสงี่ยม พ่อธานี
ตำแหน่ง รองนายกเทศมนตรีเทศบาลนครสกนนคร
- ชื่อ – สกุล นายโสภณ ดอนโคตรจันทร์
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองวิชาการและแผนเทศบาล
สกนนคร
- ชื่อ – สกุล นายพิศาล อุทธา
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม

เทศบาลนครสกลนคร

- | | |
|-----------------|----------------------------------|
| 4. ชื่อ - สกุล | นางสาวยุวเรศ พรหมสาขา ณ สกลนคร |
| ตำแหน่ง | หัวหน้าฝ่ายแผนงาน |
| 5. ชื่อ - สกุล | นายชัยวัฒน์ ฤทธิฤกษ์ชัย |
| ตำแหน่ง | นักวิเคราะห์ปฏิบัติงาน |
| 6. ชื่อ - สกุล | นายปรัชญา การร้อย |
| ตำแหน่ง | พนักงานจ้างตามภารกิจ |
| 7. ชื่อ - สกุล | นางอัญชนก หาญมนตรี |
| ตำแหน่ง | พนักงานจ้างทั่วไป |
| 8. ชื่อ - สกุล | นางสาวสุกานดา พรหมพุกชา |
| ตำแหน่ง | เจ้าพนักงานธุรการชำนาญการ |
| 9. ชื่อ - สกุล | นางรัชนิกร อักฮาศรีนพแก้ว |
| ตำแหน่ง | เจ้าพนักงานประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| 10. ชื่อ - สกุล | นางสาวโชติกา กลางนนท์ |
| ตำแหน่ง | หัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไป |
| 11. ชื่อ - สกุล | นางสาวขวัญฤดี แก้วคำแจ้ง |
| ตำแหน่ง | นักวิเคราะห์ชำนาญการ |
| 12. ชื่อ - สกุล | นางศุภฤกษ์ เพชรพรรณ |
| ตำแหน่ง | นักวิเคราะห์ปฏิบัติการ |
| 13. ชื่อ - สกุล | นางสาวสุภาพร พรหมรักษ์ |
| ตำแหน่ง | นักวิชาการคอมพิวเตอร์ชำนาญการ |
| 14. ชื่อ - สกุล | นายประสิทธิ์ นามวิชา |
| ตำแหน่ง | พนักงานจ้างตามภารกิจ |
| 15. ชื่อ - สกุล | นายศุภวัฒน์ ทองแสง |
| ตำแหน่ง | พนักงานจ้างทั่วไป |

กลุ่มที่ 2 ประชาชนในพื้นที่ 3 คน

- | | |
|----------------|------------------------------|
| 1. ชื่อ - สกุล | นายสัญญาลักษณ์ พิชัยวัตต์ |
| เขตพื้นที่ | เขตชุมชนวัดเหนือศรี โพนเมือง |
| 2. ชื่อ - สกุล | นางมาลัย อสูชีวะ |

เขตพื้นที่	ชุมชนถนนรัฐพัฒนา
3. ชื่อ – สกุล	นางสาวจุฬารัตน์ ะพลหา
เขตพื้นที่	ชุมชนบ้านนาอ้อย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกึ่งมีโครงสร้างโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร เป็นอย่างไรประกอบด้วยประเด็นคำถามต่างๆ ดังต่อไปนี้ (1) รูปแบบประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ (2) สภาพประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ในแต่ละรูปแบบ (3) การส่งประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ (4) การไหลหรือส่งต่อของข้อมูลการประชาสัมพันธ์ และ (5) การบริหารการจัดการภายในองค์กร

ส่วนที่ 2 รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลสกลนครเป็นอย่างไร ประกอบด้วยประเด็นคำถามต่างๆ ดังต่อไปนี้ (1) สภาพการผลิตและการเผยแพร่สื่อเว็บไซต์ (2) สภาพการผลิตและการเผยแพร่ด้วยเฟซบุ๊ก (3) สภาพการผลิตและการเผยแพร่ด้วยแอปพลิเคชันไลน์ (4) สภาพการผลิตและการเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ (5) สภาพการผลิตและการเผยแพร่สื่อเว็บไซต์ (6) สภาพการผลิตและการเผยแพร่ด้วยวิทยุ/เสียงตามสาย (7) สภาพการผลิตและการเผยแพร่ด้วยรถกระจายเสียงเคลื่อนที่ (8) สภาพการผลิตและการเผยแพร่กิจกรรม/โครงการ

ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลสกลนคร เป็นอย่างไรประกอบด้วยประเด็นคำถามต่างๆ ดังต่อไปนี้ (1) การพัฒนาด้านประเด็นและเนื้อหาต่างๆ ในการเผยแพร่ผลดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (2) รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ในการเผยแพร่ผลดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 เก็บรวบรวมข้อมูลในสัมภาษณ์ แบบเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักตามบัญชีรายชื่อ

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเครื่องบันทึกเสียงและการบันทึก เป็นลายลักษณ์อักษร โดยจัดข้อมูลเรียงตาม ความสำคัญของประเด็นเป็นหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์และประเด็นคำถาม เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ต่อไป

4.3 วิธีการรวบรวมข้อมูล เป็นการรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตและสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกึ่งมีโครงสร้าง โดยศึกษาประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ และรูปแบบการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเทศบาลสกนคร ซึ่งเป็นผู้บริหารและหัวหน้าฝ่ายของเทศบาลสกนคร และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารจากผู้เชี่ยวชาญและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกต โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากประชาสัมพันธ์ของเทศบาลสกนคร และแผนดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประจำปี โดยได้รวบรวมข้อมูลรายละเอียดของการประชาสัมพันธ์ ด้านต่างๆเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นของโครงการวิจัยและเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนติดต่อประสานงาน โดยทางมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราชได้ส่งหนังสือเป็นผู้ประสานงานกับเทศบาลสกนคร และแจ้งไปยังกลุ่มเป้าหมายในส่วนของผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อขอเข้าไปสัมภาษณ์พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและประโยชน์ต่างๆที่จะได้รับจากงานวิจัยในครั้งนี้ และผู้วิจัยได้ติดต่อประสานงานในส่วนของผู้เชี่ยวชาญและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารในการขอสัมภาษณ์ขอคำแนะนำการพัฒนากิจการการประชาสัมพันธ์และข้อเสนอแนะต่างๆ

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ แต่มีแนวคำถามเป็นกรอบการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวคำถามไว้ล่วงหน้าและใช้คำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถให้ข้อมูลอย่างเต็มที่ตามประเด็นผู้วิจัยได้วางไว้และยืดหยุ่นประเด็นคำถามตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องบันทึกเสียง โดยผู้วิจัยใช้เครื่องบันทึกเสียงผู้ให้ข้อมูลหลักระหว่างการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลต่างๆ ได้อย่างครบถ้วน และขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลก่อนการสัมภาษณ์ทุกครั้ง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสร้างข้อสรุป ได้ดำเนินการจำแนกเนื้อหาของบทสัมภาษณ์ออกเป็นประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ โดยนำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ตลอดจนนำข้อมูล ด้านเอกสารมาสนับสนุนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในส่วนการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

บทที่ 4 เป็นบทที่ว่าด้วยผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่อง การจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรเทศบาลนครสกลนคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ 2) รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 3) แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

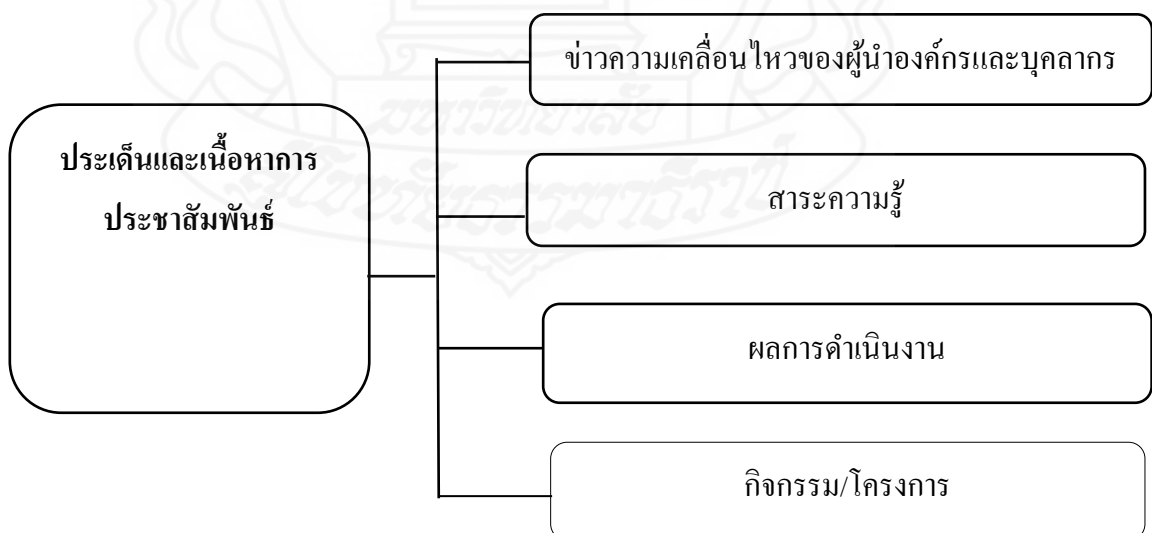
ส่วนที่ 1 ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร

ส่วนที่ 2 รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร

ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร

ส่วนที่ 1 ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร

ในกรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร มีผลการศึกษาข้อมูลประกอบด้วย 1) ข่าวกวามเคลื่อนไหวของผู้นำองค์กรและบุคลากร 2) สาระความรู้ 3) ผลการดำเนินงาน



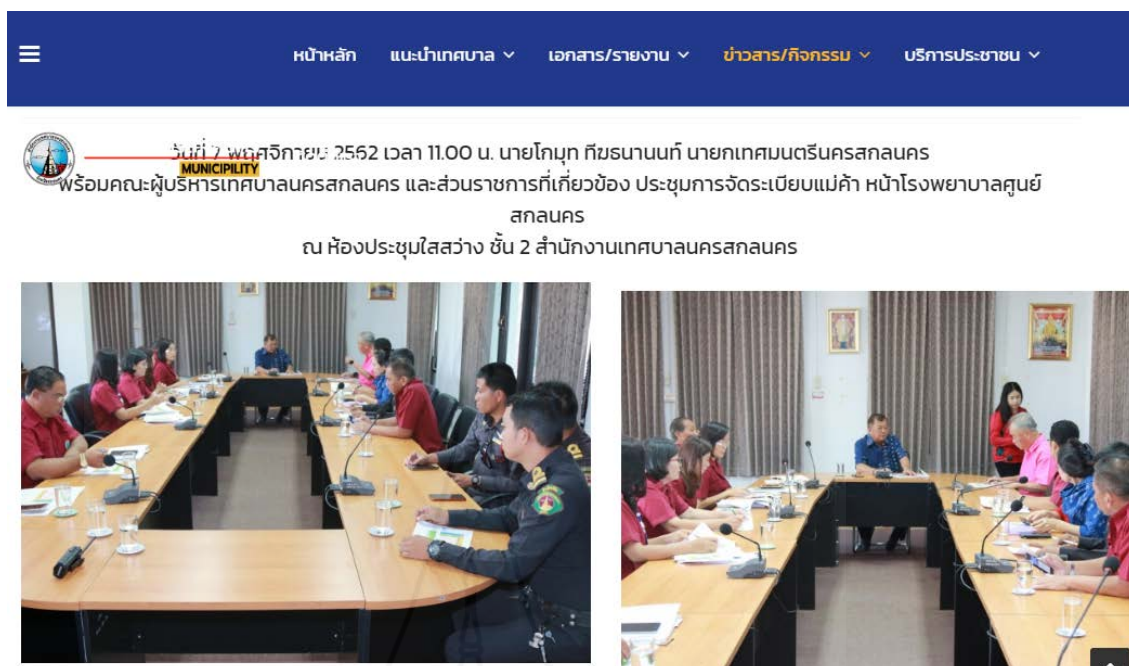
ภาพที่ 4.1 ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์

ผลการศึกษาวิจัยได้ข้อมูลตรงกันว่า 1) ข่าวกวามเคลื่อนไหวของผู้นำองค์กรและบุคลากร (1.1) ประเด็นการปฏิบัติหน้าที่ตามนโยบาย (1.2) ประเด็นปัญหาการบรรเทาทุกข์ อุทกภัย ภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคติดต่อ และอื่นๆ (1.3) ประเด็นการพัฒนา (1.4) ประเด็นการยกย่องและการได้รับรางวัลเกียรติของผู้นำ (1.5) ประเด็นการลงพื้นที่พบปะประชาชนเนื่องในวาระงานประเพณี วัฒนธรรมเทศกาล งานบุญและอื่นๆ (1.6) ประเด็นการลงตรวจเยี่ยมประชาชนประจำเดือน และ (1.7) ประเด็นตามวาระอื่นๆ ตามความเหมาะสม ได้แก่ กิจกรรม การนำเสนอกิจกรรมการลงพื้นที่ของนายกเทศมนตรีนครสกลนครตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการที่ได้กำหนดไว้

2) สารความรู้ การดำเนินการประชาสัมพันธ์ เนื้อหาเกี่ยวกับสารความรู้แบ่งออกเป็น (2.1) ด้านสุขภาพอนามัยและภัยใกล้ตัว (2.2) ด้านภัยพิบัติและการเฝ้าระวังภัยธรรมชาติการเตือนภัย (2.3) ด้านประเพณี วัฒนธรรม (2.4) ด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว และ (2.5) การแจ้งสิทธิประโยชน์แก่ประชาชน 3) ผลการดำเนินงานแบ่งออกตามยุทธศาสตร์การพัฒนาดังนี้ (3.1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน (3.2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม (3.3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสังคม (3.4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ

1.1 ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ผลการศึกษาวิจัยได้ข้อมูลตรงกันว่าข่าวกวามเคลื่อนไหวของผู้นำองค์กรและบุคลากรของเทศบาลนครสกลนครมีการนำเสนอข่าวกวามเคลื่อนไหวของผู้นำและบุคลากร ตามประเด็นเนื้อหาดังต่อไปนี้

(1) ประเด็นการปฏิบัติหน้าที่ตามนโยบาย ได้แก่ กิจกรรม การนำเสนอกิจกรรมการลงพื้นที่ของนายกเทศมนตรีนครสกลนครตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการที่ได้กำหนดไว้ประชุมการจัดระเบียบแม่ค้าหน้า โรงพยาบาลศูนย์สกลนคร, ประชุมเตรียมมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด COVID-19, การประชุมคณะผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการเทศบาลนครสกลนคร, ประชุมปรึกษาหารือการจัดงานประเพณีท้องถิ่นของเทศบาลนครสกลนคร, ประชุมประจำเดือนมีนาคมและเมษายน 2563 ณ โรงเรียนเทศบาล 2 จังหวัดสกลนคร, ประชุมสภาเทศบาลนครสกลนคร สมัยที่ 2 ครั้งที่ 1 ประจำปี 2563 เป็นต้น



ภาพที่ 4.2 การประชุมการจัดระเบียบแม่ค้าหน้า โรงพยาบาลศูนย์สกลนคร

(2) ประเด็นปัญหาการบรรเทาทุกข์ อุทกภัย ภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคติดต่อ และอื่นๆ ได้แก่ กิจกรรมล้างทำความสะอาดตลาดในเขตเทศบาลเพื่อป้องกันเชื้อ COVID-19 ตลาดสดเทศบาลฯ ถ.ประชาราษฎร์, นำข้าวกล่องพร้อมข้าวสารอาหารแห้ง มอบให้พนักงานคัดแยกขยะ ณ บ่อกำจัดขยะเทศบาลนครสกลนคร, นายกเทศมนตรีนครสกลนคร พร้อมด้วยคณะผู้บริหารเทศบาลนครสกลนคร ลงพื้นที่สำรวจตรวจสอบและให้การช่วยเหลือ บ้านของ นางอัมพร ภูวงส์บัตร อายุ 70 ปี พิกัดเดินไม่ได้, ร่วมประชุมปรึกษาหารือแนวทางการปฏิบัติในการดำเนินกิจกรรมโครงการ "จิตอาสาฯ ร่วมใจป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษ, เพื่อช่วยเหลือครอบครัว ผู้ประสบอัคคีภัย ที่ถูกเพลิงไหม้บ้าน จำนวน 5 หลัง, สำรวจความเสียหายเหตุเพลิงไหม้ที่บริเวณซอยเจริญเมือง 16 กับซอยกำจัดภัย 9 เขตเทศบาลนครสกลนครพร้อมมอบสิ่งของอุปโภคบริโภค, ร่วมต้อนรับผู้ตรวจการฯ พม. (นายชูรินทร์ ขวัญทอง) มอบรถโยกคนพิการ และศึกษาดูงานชุมชนมะขามป้อม ณ แหล่งเรียนรู้ชุมชนมะขามป้อม จังหวัดสกลนคร เป็นต้น



ภาพที่ 4.3 กิจกรรมล้างทำความสะอาดตลาดในเขตเทศบาลเพื่อป้องกันเชื้อ COVID-19

(3) ประเด็นการพัฒนา ได้แก่ กิจกรรมจิตอาสา นายกเทศมนตรีนครสกลนคร ร่วมกิจกรรม Kick off " จวนผู้ว่ามีรัก ปลุกผักกินเอง " ณ จวนผู้ว่าราชการจังหวัดสกลนคร, กิจกรรมอบรมให้ความรู้การป้องกันและควบคุมโรคติดต่อใหม่ ไวรัสโคโรนา 2019 และปล่อยแถว แจกแอลกอฮอล์เจลในเขตเทศบาล, กิจกรรมล้างทำความสะอาดในเขตเทศบาลเพื่อป้องกันเชื้อ COVID-19 (ได้รณรงค์ปล่อยหน้าเทศบาล, ถนนคูเมืองหน้าโรงแรมเอ็มเจ, ศาลจังหวัดสกลนคร, ร่วมเป็นเกียรติในพิธีเปิดโครงการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพเพื่อเพิ่มทางเลือกในการสร้างรายได้ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและป้องกันปัญหาการก้ำกนุญย์ ณ ศาลาอเนกประสงค์ชุมชนมะขามป้อมเป็นต้น



ภาพที่ 4.4 นายกเทศมนตรีนครสกลนคร ร่วมกิจกรรม Kick off "

(4) ประเด็นการยกย่องและการได้รับรางวัลเกียรติของผู้นำ ได้แก่เทศบาลนครสกลนคร ได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับที่ 3 โครงการ "ประกวดเทศบาลไทย ใส่ใจลดโลกร้อน" ปี3, เทศบาลนครสกลนครรับรางวัลที่ได้รับเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาหรือมีสถานศึกษาในสังกัด เป็นต้น

(5) ประเด็นการลงพื้นที่พบปะประชาชนเนื่องในวาระงานประเพณี วัฒนธรรมเทศกาล งานบุญและอื่นๆ คณะผู้บริหารเทศบาลนครสกลนคร พร้อมท่านผู้ว่าราชการจังหวัดสกลนคร เข้ากราบนมัสการพระอาจารย์สุธรรม, ร่วมงานรัฐพิธี "วันคล้ายวันสวรรคตสมเด็จพระนเรศวรมหาราช", ไหว้ศาลพระพรหมเนื่องในวันเทศบาลฯ, ออกตรวจเยี่ยม ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ที่อยู่ในสังกัดเทศบาลนครสกลนคร เพื่อดูแลความเรียบร้อย และ ปรับปรุงซ่อมแซม ส่วนที่ชำรุด ก่อนเปิดภาคเรียน, ร่วมประชุมงานประเพณี แห่ปราสาทผึ้งและแข่งขันเรือยาวประเพณี เป็นต้น



ภาพที่ 4.5 สุขภาพดีวิถีไทย ณ ลานออกกำลังกาย สระพังทอง

(6) ประเด็นการลงตรวจเยี่ยมประชาชนประจำเดือน ได้แก่ ออกตรวจเยี่ยมร้านค้า พร้อมให้คำแนะนำแนวทางการปฏิบัติในการให้บริการ, ตรวจพื้นที่รับมอบจากสำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดสกลนคร ณ สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดสกลนคร, ร่วมตรวจความพร้อมของสถานศึกษา โรงเรียนในสังกัดเทศบาลนครสกลนคร ก่อนเปิดภาคเรียน ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2563 ณ โรงเรียนเทศบาล 4 จังหวัดสกลนคร, ตรวจสอบภาพการจราจร หน้าเรือนจำเก่า หน้าโรงเรียนอนุบาลสกลนคร / โรงเรียนเชิงชุมราษฎร์นุกูลและหน้าโรงเรียนสกลราชวิทยานุกูล, ออกเยี่ยมจุดบริการการแสดงตนของผู้สูงอายุ ณ ชุมชนกลางธงชัย ชุมชนกกสัมพันธ์ ชุมชนบ้านธาตุ ชุมชนมะขามป้อม ชุมชนบ้านเอื้อ และชุมชนหนองสนม จังหวัดสกลนครจังหวัดสกลนคร เป็นต้น

วันที่ 2 สิงหาคม 2563 เวลา 09.30 น. นายโกนุก ทิฆรณานนท์ นายกเทศมนตรีนครสกลนคร
 ตรวจเยี่ยม โครงการออกหน่วยบริการสาธารณสุขเคลื่อนที่เชิงรุกในชุมชน
 เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ ของประชาชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร ณ วัดธาตุ อ.เมือง จ.สกลนคร



ภาพที่ 4.6 ตรวจเยี่ยม โครงการออกหน่วยบริการสาธารณสุขเคลื่อนที่เชิงรุกในชุมชน
 เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ ของประชาชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร

(7) ประเด็นตามวาระอื่นๆ ตามความเหมาะสม ร่วมพิธีวางพานพุ่มวันพระบิดา
 แห่งมาตรฐานการช่างไทยร่วมเป็นเกียรติในพิธีเปิดกิจกรรมรับมอบอุปกรณ์ทางการแพทย์ เนื่องใน
 โอกาสเฉลิมพระชนพรรษา 3 มิถุนายน 2563 เป็นต้น

หน้าหลัก แนะนำเทศบาล เอกสาร/รายงาน ข่าวสาร/กิจกรรม บริการประชาชน

Web master / ภาพกิจกรรม / 04 March 2020 / Hits: 82

MUNICIPALITY
 Ratings ☆☆☆☆ (0)

วันที่ 2 มิถุนายน 2563 เวลา 09.00 น. นายเสงี่ยม พ้อธานี รองนายกเทศมนตรีนครสกลนคร
 ร่วมพิธีวางพานพุ่มและถวายราชสักการะเบื้องหน้าพระบรมฉายาลักษณ์ เกิดพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร
 พระบิดาแห่งมาตรฐานการช่างไทย ณ ห้องประชุมจามจุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จังหวัดสกลนคร

ภาพที่ 4.7 ร่วมพิธีวางพานพุ่มวันพระบิดาแห่งมาตรฐานการช่างไทย



ภาพที่ 4.8 นายกเทศมนตรีนครสกลนครออกตรวจเยี่ยมร้านค้าพร้อมให้คำแนะนำแนวทางการปฏิบัติในการป้องกันโควิด-19 ในเขตเทศบาลนครสกลนครการตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการจับเคลื่อนกิจกรรม โครงการ



ภาพที่ 4.9 นายกเทศบาลนครสกลนครตรวจเยี่ยมศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในสังกัดเทศบาลนครสกลนคร

“ทางด้านผู้นำได้ลงพื้นที่ร่วมกิจกรรมและตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อเป็นการขับเคลื่อนกิจกรรม/โครงการต่างๆ ที่ได้วางแผนและกำหนดไว้ ด้านบุคลากรเทศบาลจะมีการนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องบุคลากรดีเด่นเยาวชนคนเก่งซึ่งทางเทศบาลทำการเผยแพร่ในเว็บไซต์และวารสาร”

(เสงี่ยม พ่อธานี, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“ในส่วนของผู้นำได้มีการร่วมกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงาน และได้พบปะกับประชาชนในชุมชน มีการร่วมรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ได้เตรียมและวางแผนไว้ ในส่วนของบุคลากรดีเด่นก็จะมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่องของบุคลากรที่ได้รับเหรียญและรางวัลดีเด่นประจำปีผ่านทางสื่อออนไลน์ต่างๆ และวารสารเทศบาลนครสกลนคร โดยจะมีการอัปเดตข้อมูลใหม่ตลอด ทุก 4 เดือน”

(โสภณ ดอน โคตรจันทร์, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“ทางด้านผู้นำก็มีการสื่อเกี่ยวกับเรื่องการตรวจเยี่ยมและเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับรู้ถึงกิจกรรม/โครงการต่างๆ ทั้งในและนอกองค์กรและได้มีการเผยแพร่ข้อมูลในเฟซบุ๊กแฟนเพจ”

(พิศาล อุทธา, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ทางด้านผู้นำออกตรวจเยี่ยมผู้ป่วยติดเตียง ออกเยี่ยมชุมชนที่ประสบปัญหาหน้าท่วม ออกติดตามการทำปราสาทผึ้ง ออกประชาคมชุมชน”

(สัญลักษณ์ พิษยวัตต์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ทางด้านผู้นำจะจัดประชุมและแบ่งหน้าที่งานรับผิดชอบให้ครบองค์ประกอบขององค์กร เช่น ออกไปติดตามงานแห่ปราสาทผึ้งตรวจเยี่ยมความเรียบร้อยในงานและงานลอยกระทง ผู้นำจะออกตรวจสถานที่เพื่อให้ความสะดวกสบายแก่ประชาชนที่จะเข้าไปใช้พื้นที่”

(มาลัย อสุชีวะ, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ทางด้านผู้นำ นายกเทศมนตรีเทศบาลนครสกลนครจัดประชุมผู้ประกอบการร้านค้าในงานประเพณีแห่ปราสาทผึ้ง พิธีลอยพระประทีปพระราชทานฯ ถนนผ้าคราม ออกตรวจเยี่ยมกิจกรรมหลายอย่างในพื้นที่”

(จุราพรรณ ยะพลหา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2563)

จากการศึกษาสรุปได้ว่าข่าวความเคลื่อนไหวขององค์กรและบุคลากร การนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวขององค์กรได้นำเสนอด้านแผนการพัฒนาโครงการต่างๆ ของเทศบาลนคร สกลนคร การนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของผู้ใช้นั้นได้เสนอด้านการลงพื้นที่ของผู้นำองค์กร และเจ้าหน้าที่ในด้านการตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการ ที่ได้กำหนดไว้ ด้านความเคลื่อนไหวของบุคลากรได้นำเสนอด้านบุคลากรดีเด่นและเยาวชนคนเก่งของเทศบาลนคร สกลนครฉะนั้น จึงไม่พบปัญหาเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวขององค์กรและบุคลากร แต่มีการขับเคลื่อนงานตามแผนพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นผู้ปฏิบัติควรตระหนักอยู่ตลอดเวลาว่าเรื่องราวใดที่ได้เกิดขึ้นแล้ว หรือกำลังจะเกิดขึ้น พอจะเขียนเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ได้ ทั้งนี้ จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับองค์กร และผู้บริหารทุกระดับ รวมทั้งบุคลากรอย่างกว้างขวาง และมีมนุษยสัมพันธ์ที่จะประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลเบื้องต้นมาศึกษา แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม แล้วลงมือเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ต่อไป

1.2 ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์สาระความรู้ขององค์กรของเทศบาลนคร สกลนครมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) ด้านสุขภาพอนามัยและภัยใกล้ตัวได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์เนื้อเกี่ยวกับเกร็ดความรู้สาระเกี่ยวกับสุขภาพให้กับประชาชนได้ ระวังในการบริโภค การดูแลสุขภาพจากไข่เลือดออก รวมถึงการป้องกันไวรัส โควิด -19 เนื่องจากจากการนำเสนอเนื้อหาสาระที่ด้านสุขภาพถือเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและประชาชนควรได้รับรู้ด้านการณรงค์เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยใกล้ตัว



ภาพที่ 4.10 เนื้อหาการประชาสัมพันธ์สาระด้านสุขภาพอนามัยและภัยใกล้ตัว

(2) ด้านภัยพิบัติและการเฝ้าระวังภัยธรรมชาติการเตือนภัย เป็นอีกหนึ่งภารกิจที่ทางเทศบาลนครสกลนครไม่ละเลยในการแจ้งข่าว และเหตุการณ์สถานการณ์ทางธรรมชาติให้ประชาชนได้รับรู้ ทั้ง สถานการณ์ ฝน ฟ้า อากาศที่อาจส่งผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน รวมไปถึงการประกอบอาชีพ ทั้งนี้ยังมีการ เฝ้าระวังระดับน้ำและแจ้งเหตุในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 4.11 เนื้อหาการประชาสัมพันธ์สาระด้านภัยพิบัติและการเฝ้าระวังภัยธรรมชาติการเตือนภัย

(3) ด้านประเพณี วัฒนธรรมเนื่องด้วยจังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศิลปวัฒนธรรมและประเพณีทางศาสนาที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และสืบสานจึงมีการประชาสัมพันธ์ช่วงฤดูกาลงานประเพณีพร้อมทั้งกิจกรรมที่ประชาชนจะได้ทราบข้อมูลเพื่อการเข้าร่วมสืบสานวัฒนธรรม ใ้คงไว้



ภาพที่ 4.12 เนื้อหาการประชาสัมพันธ์สาระด้านประเพณีวัฒนธรรม

(4) ด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว เมืองสกลนครเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในแถบภาคอีสานตอนบน ถูกขนานนามด้วยจังหวัดที่เป็นเมืองหลัก ไม่ว่าจะเป็นอุดรธานี หนองคาย นครพนม ซึ่งดูมีจำนวนผู้ไปเยือนมากกว่า หรือแค่มาเยี่ยมชมความตื่นตาตื่นใจของหนองหาร ทะเลสาบน้ำจืด อันเป็นพื้นที่มีชื่อเสียง ถึงแม้จะเป็นจังหวัดเล็กๆ แต่ความจริงแล้ว สกลนครมีสิ่งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่กำลังมองหาการเดินทางที่ให้ประสบการณ์ใหม่ สัมผัสเสน่ห์ของสกลนคร “สกลนครเป็นเมือง 3 ธรรม คือธรรมมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม” ดังนั้นการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวคือภารกิจที่ต้องประชาสัมพันธ์ให้กับคนทั่วประเทศได้รับรู้



ภาพที่ 4.13 เนื้อหาการประชาสัมพันธ์สาระด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว

(5) การแจ้งสิทธิ์ประโยชน์แก่ประชาชน ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างโดยเทศบาลนครสกลนคร ได้ประชาสัมพันธ์การชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ภาษีป้าย ค่าธรรมเนียมขยะมูลฝอยรายปี, การประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์รับเงินอุดหนุนเพื่อการเลี้ยงดูเด็กแรกเกิด เป็นต้น ส่วนมากเทศบาลจะแจ้งผ่านทางชุมชน และรายการวิทยุทุกวันเสาร์ และสื่อป้ายคัดเอาต์ตามมุมเมืองต่างๆ และป้ายใหญ่หน้าเทศบาล และตามหนังสือที่เทศบาลพิมพ์แจก

เทศบาลนครสกลนคร

ข่าวประชาสัมพันธ์
ประกาศเทศบาลนครสกลนคร
เรื่อง รายชื่อผู้มีสิทธิ์รับเงินอุดหนุนเพื่อการเลี้ยงดูเด็กแรกเกิด

บัญชีแนบท้ายประกาศเทศบาลนครสกลนคร
ลงวันที่ ๕ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๓
เรื่อง รายชื่อผู้มีสิทธิ์รับเงินอุดหนุนเพื่อการเลี้ยงดูเด็กแรกเกิด

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล (ผู้มีสิทธิ์)	ชื่อ - สกุล (เด็กแรกเกิดที่มีสิทธิ์)	เดือนที่ได้รับสิทธิ์
๑	นางสาวณัฐิศา จูฑูธรรม ๓-๕๕๕๖๖-๐๐๐๓๓-๐๓-๕	เด็กหญิงณัฐิศา จูฑูธรรม ๓-๕๕๕๖๖-๐๐๐๓๓-๐๓-๖	
๒	นางสาววรรณิณี ภูมิเมธ ๓-๕๕๕๖๖-๐๐๒๒๒-๕๓-๕	เด็กหญิงวันวิภา สุวรรณศักดิ์ ๓-๕๕๕๖๖-๐๐๒๒๒-๕๓-๐	
๓	นางสาววิมลมาศ บุกรองเรือง ๓-๕๕๕๖๖-๐๐๑๕๕-๘๔-๓	เด็กหญิงณัฐิภากร ขุนจิต ๓-๕๕๕๖๖-๐๐๑๕๕-๘๔-๐	
๔	นายสมิทธิ์ อนุโพธิ์ ๓-๕๕๕๖๖-๐๐๑๕๕-๘๔-๖	เด็กชายศุภณัฐ อนุโพธิ์ ๓-๕๕๕๖๖-๐๐๑๕๕-๘๔-๕	
๕	นางสาวอุบลดา ใจเกษม ๓-๕๕๕๖๖-๐๐๒๒๒-๕๔-๖	เด็กชายอรุณชัย ใจเกษม ๓-๕๕๕๖๖-๐๐๒๒๒-๕๔-๐๔	
๖	นายอุฬาร พิลา ๓-๕๕๕๖๖-๐๐๒๒๒-๐๘-๕	เด็กชายศุภณัฐ พิลา ๓-๕๕๕๖๖-๐๐๒๒๒-๐๘-๖	

ภาพที่ 4.14 เนื้อหาการประชาสัมพันธ์สาระการแจ้งสิทธิ์ประโยชน์แก่ประชาชน

“การตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม อาทิ เช่น ด้านการพัฒนาคุณภาพผู้สูงอายุ ผ่าน โครงการ โรงเรียนผู้สูงอายุ ของเทศบาลนครสกลนคร นำเสนอการดำเนินงานผ่านสื่อสิ่งพิมพ์”

(เสริญี พ่อธานี, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“เทศบาลนครสกลนครในเรื่องของการตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม อาทิ เช่น ด้านการพัฒนาคุณภาพผู้สูงอายุ ผ่าน โครงการ โรงเรียนผู้สูงอายุ ของเทศบาลนครสกลนคร นำเสนอการดำเนินงานผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (วารสารเทศบาลนครสกลนคร) และโซเชียลมีเดีย (Facebook fan page, เว็บไซต์ของเทศบาล) ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องภายในที่คืนและสิ่งปลูกสร้าง และข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับทุกภาคส่วนในเทศบาล”

(โสภณ ดอนโคตรจันทร์, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“เทศบาลได้ออกตรวจเยี่ยม ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ที่อยู่ในสังกัดเทศบาลนครสกลนคร และให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของเด็ก การรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่

และ ออกตรวจเยี่ยมผู้สูงอายุ ผู้ป่วยติดเตียงที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ ทางเทศบาลแนะนำ ข้อมูลให้ความรู้กับผู้ดูแลช่วยเหลือได้ง่ายขึ้น”

(พิศาล อุทธา, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ทางเทศบาลนครสกลนครได้ออกให้ความรู้เกี่ยวกับขยะในชุมชนให้ ความรู้เกี่ยวกับหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งชุมชน ให้ความรู้เกี่ยวกับผู้ป่วยติดเตียง ให้ความรู้เกี่ยวกับขยะ ในชุมชน ฝึกรบรณาเล็งเก็บขยะ และขยะแลกไข่”

(สัณญลักษณ์ พิชัยวัตต์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ทางด้านสาระความรู้เทศบาลนครสกลนครได้ออกมาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ เรื่องขยะ ให้ความรู้หลายเรื่อง เช่น การเฝ้าระวัง โรคระบาดโควิด-19 และให้ความรู้เกี่ยวกับผู้สูงอายุ ผู้ป่วยติดเตียง”

(มาลัย อสุชีวะ, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ด้านสาระความรู้เทศบาลนครสกลนคร จะมีผู้นำและบุคลากรของ เทศบาลออกมาให้ความรู้หลายเรื่อง เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยว งานประเพณี สุขภาพ ฯลฯ”

(จุฬารัตน์ ยะพลหา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2563)

จากการศึกษาสรุปได้ว่าสาระด้านความรู้เทศบาลนครสกลนครได้เข้าตรวจเยี่ยม ชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม อาทิเช่น ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุผ่าน โครงการ โรงเรียนผู้สูงอายุของเทศบาลนครสกลนคร และสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook Fan Page, เว็บไซต์ เทศบาลนครสกลนคร เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบถึงหลักการ และเหตุผลของการดำเนินโครงการเทศบาลนครสกลนคร

1.3 ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานขององค์กรของเทศบาล นครสกลนคร ผลการศึกษาวิจัยแบ่งออกตามยุทธศาสตร์การพัฒนามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การบริการการซ่อมบำรุง ทางสว่าง ถนนสะอาด ท่อประปา น้ำไหลไฟดับการบำรุงซ่อมถนน สะพาน การชำระของสถานที่ สาธารณะ เป็นต้น มีการสื่อสารก่อนการลงพื้นที่ดำเนินการแก้ไขหรือพัฒนาระบบสาธารณูปโภค ให้กับประชาชนและหลังการดำเนินการเพิ่มให้ประชาชนได้รับทราบผ่านการประชาสัมพันธ์การ ดำเนินงาน การบริการกองวิชาการฯ ช่อมฯ-ขยายเขตเสี่ยงตามสายเพิ่มเติมชุมชนน้อย,



การกิจของเทศบาลนครสกลนคร วันที่ 18-19 กรกฎาคม 2563

-งานไฟฟ้าสาธารณะ: ซ่อม ติดตั้ง แก้ไข ระบบไฟฟ้าสาธารณะและโพลีศูนย์งานจราจร ในเขตเทศบาลนครสกลนคร



ภาพที่ 4.15 เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานด้านยุทธศาสตร์การพัฒนา
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

(2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ศูนย์จัดการขยะมูลฝอยรวมเทศบาลนครสกลนคร เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลการดำเนินงาน ศูนย์จัดการขยะมูลฝอยรวมเทศบาลให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนได้เข้าร่วม รายละเอียดกิจกรรมเทศบาลนครสกลนครก่อสร้างศูนย์จัดการขยะมูลฝอยรวมเทศบาลนครสกลนคร เมื่อปี พ.ศ. 2561 โดยเริ่มทดลองเก็บระบบในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2561 ระยะแรกของการเก็บระบบก็ประสบปัญหาขัดข้องพอสมควรและได้รับการแก้ไขเรื่อยมา เป็นระบบสายพานคัดแยกขยะสามารถนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง ผลการดำเนินงานที่ผ่านมามีปี 2562 จำหน่ายวัสดุรีไซเคิลไปแล้ว จำนวน 120 ตัน ได้ผลผลิตวัสดุปรับปรุง จำนวน 5 ตัน และได้พลาสติกอัดก้อน จำนวน 200 ตัน ซึ่งนำไปผลิตน้ำมันเพื่อโรงงานผลิตน้ำมันจากพลาสติกก่อสร้างแล้วเสร็จศึกษาการผลิตและการเผยแพร่สื่อการผลการดำเนินงานที่ผ่านมามีได้รับตอบรับและความร่วมมือกับประชาชน ชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานต่างๆ เป็นอย่างดี



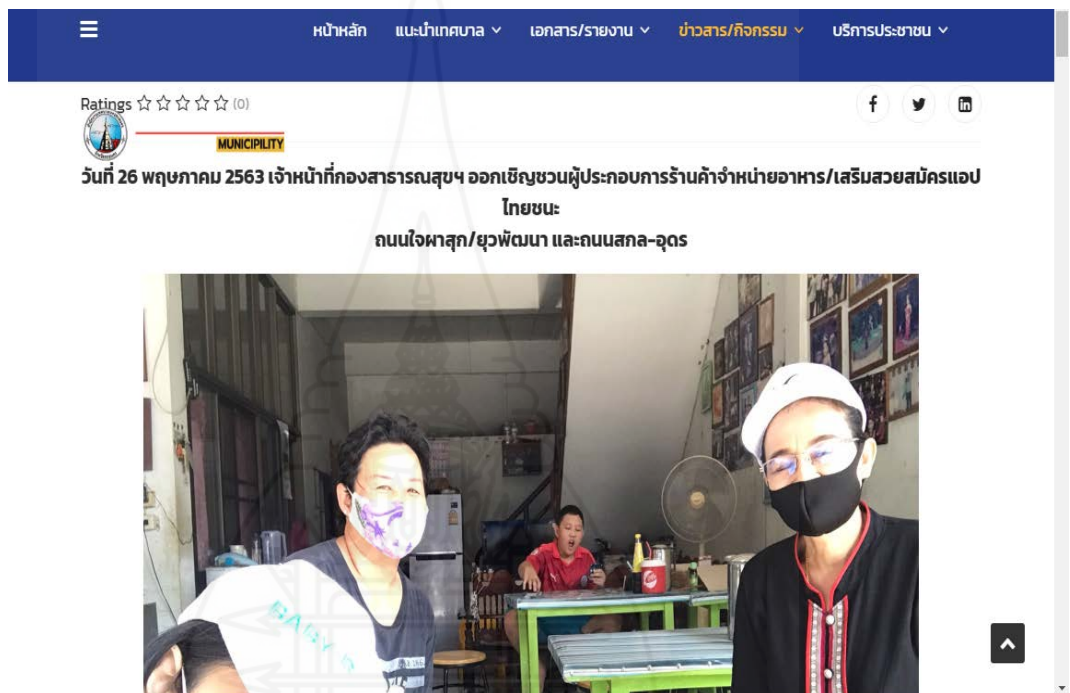
ภาพที่ 4.16 เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผลดำเนินงานด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคม

(3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสังคม ได้แก่ การลงพื้นที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตประชาชน ส่งเสริมศูนย์พัฒนาครอบครัวในชุมชนให้เป็นกลไกพื้นฐานในการขับเคลื่อนสถาบันครอบครัวในชุมชนให้เข้มแข็ง การเตรียมความพร้อมผู้สูงอายุการสร้างและขยายโอกาสเพื่อความเสมอภาคและความเป็นธรรมทางสังคม สร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม และร่วมสร้างค่านิยมคนหนองคายไม่ทอดทิ้งกัน เช่น กองสาธารณสุขฯ คัดกรองอุณหภูมิผู้ที่มาใช้บริการตลาดสดเทศบาลนครสกลนคร, กองสาธารณสุขฯ ถ้างตลาดได้รื้อหน้าเทศบาลและจุดตั้งวางถังขยะหน้าโกดังชิน ชิน เป็นต้น



ภาพที่ 4.17 เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสังคม

(4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจทำเกิดการประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามโครงการเพื่อส่งเสริมการประกอบอาชีพและยกระดับรายได้ให้แก่ประชาชนภายในแก้ไขปัญหาความยากจนให้แก่ประชาชนในพื้นที่อย่างทั่วถึงพัฒนาศักยภาพเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มอาชีพกลุ่มเกษตรกร “โดยใช้เศรษฐกิจพอเพียง” และ “เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง” ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับจากการรวมกลุ่ม อาชีพแก่ผู้ว่างงาน เป็นต้น



ภาพที่ 4.18 เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ

(4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการเมืองการบริหาร ดำเนินการประชุมและสร้างการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนงานด้านการบริหารอย่างครอบคลุม และมุ่งเน้นการพัฒนาเมืองให้เป็นชุมชนหน้าอยู่ เชิดชูคุณธรรม ก้าวนำสิ่งแวดล้อม งานพร้อมวัฒนธรรม

ตารางที่ 4.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาคำเนินการเมืองการบริหาร

ความรู้เกี่ยวข้องกับภารกิจ	ตัวอย่างประเด็นข่าวประชาสัมพันธ์
นโยบายและแผนงาน	นโยบายใหม่ แผนงานด้านงบประมาณ แผนการพัฒนาบุคลากร แผนพัฒนาธุรกิจ แผนกลยุทธ์การตลาด แผนพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน
กิจกรรมการดำเนินงาน	งานของฝ่ายต่างๆ ในองค์กร รวมทั้ง โครงการต่างๆ ที่องค์กรจะดำเนินการ ได้ดำเนินการ ทั้งที่ดำเนินการเอง และหรือร่วมมือกันพันธมิตรทางธุรกิจ
ผลการดำเนินงานในภารกิจ โครงการ กิจกรรม	โครงการ กิจกรรมต่างๆ ของฝ่ายงาน ภายในองค์กรของเทศบาลนครสกลนคร
ความเคลื่อนไหวปัจจุบันในด้านต่างๆ ขององค์กร เช่น - ด้านการบริหาร	การเพิ่มทุน การแถลงผลการดำเนินงานรอบไตรมาส รอบปี ข้อมูลรายงานการประเมินผลสำนัก/กองต่าง ๆ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร การแต่งตั้งผู้บริหาร การบริหารตามหลักธรรมาภิบาล ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีเพื่องานด้านต่างๆ ขององค์กร
- ด้านเทคโนโลยีและการวิจัย	ผลการพัฒนาและวิจัยขององค์กร ความร่วมมือด้านการพัฒนาและวิจัยเทคโนโลยีกับหน่วยงานรวมถึงสถาบันทางการศึกษา ข้อมูลการสำรวจ การวิจัยเกี่ยวกับ ความต้องการของลูกค้า และนโยบายการตอบสนองความต้องการเหล่านั้น ความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ การจัดอบรมสัมมนาแก่บุคคลทั่วไป
- ด้านการตลาด	การบริจาคเพื่อช่วยเหลือสังคม
- ด้านบริการสังคม	การร่วมจัดกิจกรรมกับชุมชน การเข้าร่วมกิจกรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วันสำคัญต่างๆ กับหน่วยงานของภาครัฐ และองค์กรภายนอก ฯลฯ

“ประชาชนและผู้สนใจได้มีโอกาสรับทราบการดำเนินโครงการผ่านช่องทางการสื่อสารที่กำหนดได้ดี”

(เสงี่ยม พ่อธานี, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“เรื่องผลการดำเนินงานศูนย์จัดการขยะมูลฝอยรวมเทศบาลนครสกลนคร เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลการดำเนินงาน ศูนย์จัดการขยะมูลฝอยรวมเทศบาลให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนได้เข้าร่วม รายละเอียดกิจกรรมเทศบาลนครสกลนครได้ก่อสร้างศูนย์จัดการขยะมูลฝอยรวมเทศบาลนครสกลนคร เมื่อปี พ.ศ. 2561 โดยเริ่มทดลองเก็บระบบในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2561 ระยะแรกของการเก็บระบบก็ประสบปัญหาขัดข้องพอสมควรและได้รับการแก้ไขเรื่อยมา เป็นระบบสายพานคัดแยกขยะสามารถนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง ผลการดำเนินงานที่ผ่านมามีปี 2562 จำหน่ายวัสดุรีไซเคิลไปแล้ว จำนวน 120 ตัน ได้ผลผลิตวัสดุปรับปรุง จำนวน 5 ตัน และได้พลาสติกอัดก้อน จำนวน 200 ตัน ซึ่งนำไปผลิตน้ำมันเพื่อโรงงานผลิตน้ำมันจากพลาสติกก่อสร้างแล้วเสร็จ”

(โสภณ ดอนโคตรจันทร์, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“ผลการดำเนินงานที่ผ่านมามีการตอบรับและความร่วมมือกับประชาชน ชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานต่างๆ เป็นอย่างดี ”

(พิศาล อูทธา, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ผลการดำเนินงานเป็นหน้าที่เทศบาลนครสกลนครที่จะดำเนินงานตามแผนนโยบายและโครงการที่ทำเอาไว้ซึ่งมีอยู่ในแผนและงบประมาณ”

(สัญญาลักษณ์ พิชัยวัตต์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ผลการดำเนินงานของเทศบาล เทศบาลจะมีงบประมาณประจำปี ในการพัฒนาโครงการต่างๆ ของเทศบาล เช่น พัฒนาสุสาน โคนกระโจ และหนองหารข้างพิพิธภัณฑสถาน ก็จะเป็นไปตามโครงการและนโยบายของเทศบาล”

(มาลัย อสุชีวะ, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

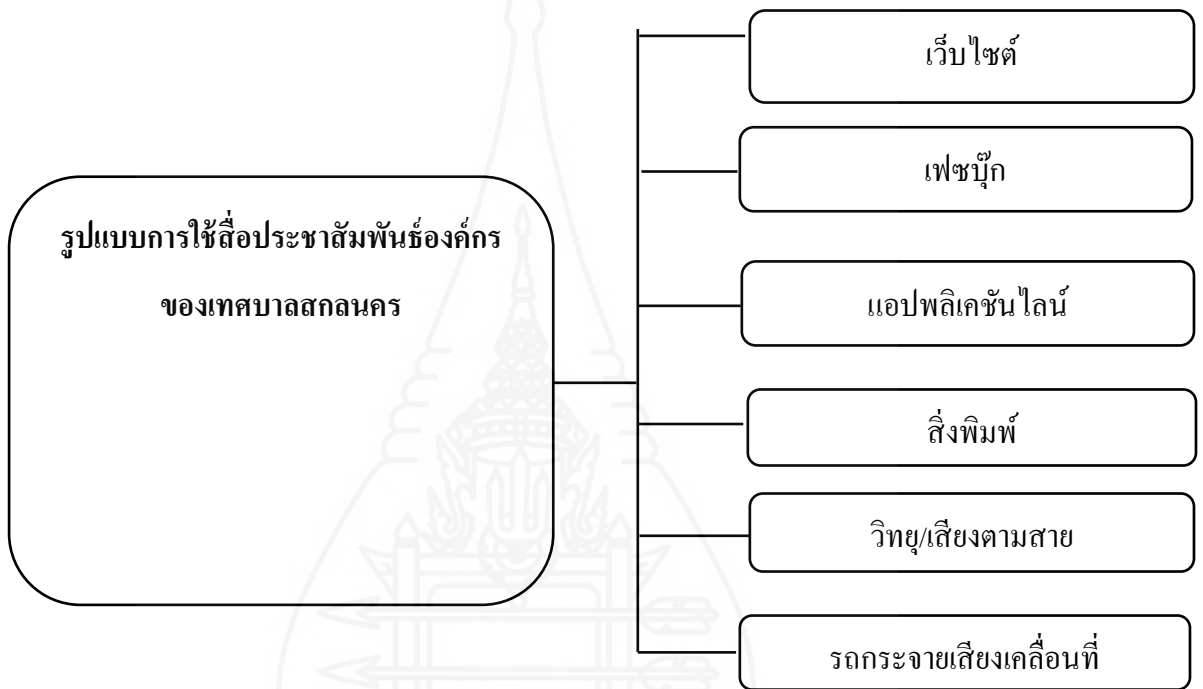
“ผลการดำเนินเป็นหน้าที่ของเทศบาล ได้จัดเตรียมวางแผนกิจกรรมต่างๆ โดยมี ผู้นำ เจ้าหน้าที่ บุคลากรของเทศบาลเป็นผู้ดำเนินการร่วมกับประชาชนในพื้นที่”

(จุฬารัตน ยะพลหา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2563)

จากการศึกษาสรุปได้ว่าประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนครประกอบไปด้วย 1) ข่าวกวามเคลื่อนไหวของผู้นำองค์กรและบุคลากร ตามประเด็นการปฏิบัติหน้าที่ตามนโยบาย ประเด็นปัญหาการบรรเทาทุกข์ อุทกภัย ภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคติดต่อ ประเด็นการพัฒนา ประเด็นการยกย่องและการได้รับรางวัลเกียรติยศของผู้นำ ประเด็นการลงพื้นที่พบปะประชาชนเนื่องในวาระงานประเพณี วัฒนธรรมเทศกาล งานบุญและอื่นๆ ประเด็นการลงตรวจเยี่ยมประชาชนประจำเดือน และประเด็นตามวาระอื่นๆ ตามความเหมาะสม ได้แก่ กิจกรรม การนำเสนอกิจกรรมการลงพื้นที่ของนายกเทศมนตรีนครสกลนครตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งการดำเนินงานส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้นำและบุคลากรในองค์กรในการดำเนินงานทั้งตามภารกิจและหน้าที่ เป็นการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความเชื่อมั่นในผู้นำและบุคลากรของเทศบาลให้ได้รับความไว้วางใจในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยผลงานที่ประทับใจและสร้างความนิยมทางการเมืองได้ในอนาคต 2) สารความรู้ การดำเนินการประชาสัมพันธ์ เนื้อหาเกี่ยวกับสารความรู้แบ่งออกเป็น ด้านสุขภาพอนามัยและภัยใกล้ตัว ด้านภัยพิบัติและการเฝ้าระวังภัยธรรมชาติการเตือนภัยด้านประเพณีวัฒนธรรม ด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว และ (5) การแจ้งสิทธิประโยชน์แก่ประชาชนเป็นการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นการกระตุ้นเตือนและสร้างจิตสำนึกในคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สร้างพื้นที่สื่อสารให้ประชาชนกลุ่มที่หลากหลายรับทราบข้อมูลข่าวสารที่มากกว่าข่าวสารในเมืองในพื้นที่ 3) ผลการดำเนินงาน แบ่งออกตามยุทธศาสตร์การพัฒนาดังนี้ (1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน (2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม (3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสังคม (4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ (4) ยุทธศาสตร์การทั้งนี้ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรในการดำเนินงานตามนโยบายและพันธกิจตามกฎหมายมีข้อกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรายงานหรือแถลงผลการดำเนินงานให้ประชาชนได้รับทราบและสร้างการมีส่วนร่วมให้ประชาชนได้เข้ามาส่งข่าวสารในสังคมสื่อออนไลน์ในกรณีที่ผลการดำเนินงานไม่ถูกนำเสนอหรือปิดบังความผิดของการปฏิบัติงานให้ทราบอย่างทันท่วงที

ส่วนที่ 2 รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลสกนนคร

รูปแบบการใช้สื่อสื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลสกนนคร มีสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ 1) สื่อเว็บไซต์ 2) เฟซบุ๊ก 3) ไลน์ 4) สิ่งพิมพ์ 5) วิทยู/เสียงตามสาย 6) รถกระจายเสียงเคลื่อนที่ ดังนี้



ภาพที่ 4.19 การผลิตและการเผยแพร่สื่อการประชาสัมพันธ์

ผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลสกนนคร ประกอบด้วย 1) เว็บไซต์นั้นมีการวางแผนขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบงานดังต่อไปนี้ (1.1) จัดประชุมคณะทำงานประชาสัมพันธ์ (1.2) กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ (1.3) ประสานรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริงจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (1.4) ตรวจสอบข้อผิดพลาด (1.5) จัดทำข่าว บทสัมภาษณ์ บทแถลงข่าวชี้แจงข่าว ฯลฯ (1.6) ขอความเห็นชอบในการเผยแพร่ข่าว จากฝ่ายที่รับผิดชอบงาน (1.7) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (1.8) รายงานผลการปฏิบัติงาน (1.9) โต้ตอบการสื่อสารจากผู้รับสาร (ประชาชน) ในการซักถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารนั้นๆ จนออกมาเป็นข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อเว็บไซต์ในทุกวันอย่างสม่ำเสมอ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม 2) เฟซบุ๊ก (Facebook) ส่วนใหญ่พบว่า Facebook ของเทศบาลสกนนคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

ประชาสัมพันธ์กิจกรรม โครงการ ภายใต้การบริหารของคณะผู้บริหารและการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ทุกภาคส่วนของเทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายหลักเป็น ประชาชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องส่วนใหญ่เนื้อหาในเฟซบุ๊กจะใช้เนื้อหาเดียวกับเนื้อหาในเว็บไซต์ในการ นำเสนอ ทั้งนี้ยังมีการถ่ายทอดสดการนำเสนอข่าวสารอย่างรวดเร็ว 3) ไลน์ ในส่วนของเทศบาล นครสกลนครก็ได้มีการจัดตั้งกลุ่ม Line ไว้หลายกลุ่ม ทั้งระดับเทศบาล ระดับหน่วยงาน ระดับ แผนกและแผนงานเฉพาะ เพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน โดยการที่สมาชิกกลุ่มเป็น ประชาชนสามารถร้องเรียนร้องทุกข์ได้โดยตรง ก็จะมี Line กลุ่มใหญ่สามกลุ่ม ได้แก่กลุ่ม เทศบาล นครสกลนครเพื่อแจ้งข้อมูลสำหรับภายในองค์กร กลุ่มกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เพื่อแจ้ง ข้อมูลไปยังบุคลากรและ Line สายด่วนเทศบาลเวลาประชาชนมีปัญหาก็สามารถแจ้งผ่าน Line กลุ่มนี้ได้ 4) สิ่งพิมพ์ (4.1) จัดทำแผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ (4.2) กำหนดแนวทางการผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ (4.3) ประสาน รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสื่อต่างๆ (4.4) ขอความเห็นชอบในการจัดทำสื่อ จากกรมฯ (4.5) ออกแบบสื่อ (4.6) ติดตามภารกิจของผู้บริหารและของกรมฯ เป็นประจำวัน (4.7) บันทึกภาพกิจกรรมต่างๆ ของกรม โดยภาพนิ่งและวิดีโอ (4.8) สนับสนุนการจัดทำป้ายต่างๆ ของหน่วยงาน (4.9) พัฒนารูปแบบในการผลิตสื่อ (4.10) ประมวลภาพกิจกรรมในแต่ละวัน (4.11) รายงานผล การปฏิบัติงาน 5) วิทย์/เสียงตามสายวิทย์/เสียงตามสาย วิธีการผลิตรวบรวมข่าวสารสำคัญทำจาก หน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกเรียบเรียงออกอากาศ วิธีการเผยแพร่ ผ่านระบบเสียงตาม สายภายในเขตเทศบาลนครสกลนคร ออกอากาศ จันทร์ – ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 12.00 เป็นต้น ไปการ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงเทศบาลนครสกลนคร 6) รถกระจาย เสียงเคลื่อนที่ รถกระจายเสียงเคลื่อนที่ ส่วนใหญ่พบว่า การเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมโครงการ ตลอดจนข่าวสารที่ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนอย่างเร่งด่วน หรือเป็นข่าวสาร ที่เน้นประชาสัมพันธ์เฉพาะกลุ่ม โคนมีเป้าหมายเป็นประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ โดยมีวิธีการผลิต สรุปรายละเอียดของข่าวสารพร้อมการถ่ายทอดสู่ผู้รับสารอย่างเข้าใจง่ายถูกต้องตรงประเด็น วิธีการเผยแพร่ดำเนินการเผยแพร่โดยเปิดประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ของเทศบาลนครสกลนคร รถ ประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงประชาชนได้รวดเร็ว โดยเฉพาะในสถานณ์ ฉุกเฉิน เช่น แจ้งเตือนประชาชน ให้ระมัดระวังเรื่องอัคคีภัย วาดภัย อุทกภัย โดยเทศบาลจะออกรถ ประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ แจ้งเตือนไปยังชุมชนต่างๆ ภายในเทศบาล และทั้ง 43 ชุมชน รถแห่ง ประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกลนครในเรื่องของ เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม, การสร้างเสริม สุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ

2.1 เว็บไซต์ ผลการศึกษาวิจัยส่วนใหญ่พบว่าเว็บไซต์ของเทศบาลนครสกลนครโดยมี วัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม 1) ข่าวความเคลื่อนไหวของผู้นำองค์กรและบุคลากร

(1.1) ประเด็นการปฏิบัติหน้าที่ตามนโยบาย (1.2) ประเด็นปัญหาการบรรเทาทุกข์ อุทกภัย ภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคติดต่อ และอื่นๆ (1.3) ประเด็นการพัฒนา (1.4) ประเด็นการยกย่องและการได้รับรางวัลเกียรติของผู้นำ (1.5) ประเด็นการลงพื้นที่ที่พบปะประชาชนเนื่องในวาระงานประเพณี วัฒนธรรม เทศกาลงานบุญและอื่นๆ (1.6) ประเด็นการลงตรวจเยี่ยมประชาชนประจำเดือน และ(1.7) ประเด็นตามวาระอื่นๆ ตามความเหมาะสม ได้แก่ กิจกรรม การนำเสนอกิจกรรมการลงพื้นที่ของนายกเทศมนตรีนครสกลนครตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการที่ได้กำหนดไว้

2) สาระความรู้ การดำเนินการประชาสัมพันธ์ เนื้อหาเกี่ยวกับสาระความรู้แบ่งออกเป็น (2.1) ด้านสุขภาพอนามัยและภัยใกล้ตัว (2.2) ด้านภัยพิบัติและการเฝ้าระวังภัยธรรมชาติการเตือนภัย (2.3) ด้านประเพณีวัฒนธรรม (2.4) ด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว และ (2.5) การแจ้งสิทธิประโยชน์แก่ประชาชน 3) ผลการดำเนินงาน แบ่งออกตามยุทธศาสตร์การพัฒนาดังนี้ (3.1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน (3.2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม (3.3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสังคม (3.4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ การผลิตและการเผยแพร่สื่อการประชาสัมพันธ์ องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร ประกอบด้วย 1) สื่อเว็บไซต์ นั้นมีการวางแผนขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบงานดังต่อไปนี้ (1.1) จัดประชุมคณะทำงานประชาสัมพันธ์ (1.2) กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ (1.3) ประสานรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริงจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (1.4) ตรวจสอบข่าว (1.5) จัดทำข่าว บทสัมภาษณ์ บทแถลงข่าวชี้แจงข่าว ฯลฯ (1.6) ขอความเห็นชอบในการเผยแพร่ข่าว จากฝ่ายที่รับผิดชอบงาน (1.7) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (1.8) รายงานผลการปฏิบัติงาน (1.9) โต้ตอบการสื่อสารจากผู้รับสาร (ประชาชน) ในการซักถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารนั้นๆ จนออกมาเป็นข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อเว็บไซต์ในทุกวันอย่างสม่ำเสมอ

ภายใต้การบริหารของคณะผู้บริหารและการขับเคลื่อนกิจกรรมโครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ทุกภาคส่วนของเทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องวิธีการผลิตและเผยแพร่โดยวิธีการบันทึกภาพ, เสียงจากกิจกรรมสื่อกิจกรรมโครงการ, สรุปสาระสำคัญของโครงการ นำเสนอผ่านงานที่กำหนดไว้เพื่อประชาสัมพันธ์ เทศบาลนครสกลนคร ได้จัดทำเว็บไซต์หน่วยงาน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่หน่วยงานร่วมทั้งผลงาน โครงการกิจกรรมต่างๆ ให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนได้รับทราบเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนเป็นจำนวนมากโดยมีรหัสผ่านเข้าระบบ www.sakoncity.go.th เทศบาลนครสกลนคร ซึ่งเป็นวิธีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ง่าย สะดวก และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วเว็บไซต์ กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครสกลนครแจ้งข้อมูลการสร้างเสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่ง

ปฏิคุณและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ เพื่อให้ประชาชนและผู้ที่มีความสนใจ ทราบถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ

การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่องานประชาสัมพันธ์ เริ่มมีการใช้มากขึ้นและเห็นรูปธรรม เช่น การนำเสนอข่าวสารของหน่วยงาน ผ่านทางเว็บไซต์ การรวบรวมกิจกรรมที่จัดทำขึ้น การรวบรวมข่าวสารที่แสดงต่อสื่อมวลชน การรวบรวมคำกล่าวสุนทรพจน์ต่างๆ ของผู้บริหารหน่วยงาน เป็นต้น การนำข้อมูลที่มีอยู่แล้วมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด กล่าวคือ เมื่อมีข่าวสารหรือมีการประชุมแถลงข่าวต่างๆ ก็นำมาไว้บนโฮมเพจเพื่อที่จะให้ผู้ที่สนใจเปิดเข้าดูได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมงอีกด้วย

นอกจากนี้สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถสร้างกระบวนการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือสามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็วโดยการใช้อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) โดยให้สมัครเป็นสมาชิกในการรับข่าวสารขององค์กร หรือการประยุกต์ใช้การ chat เพื่องานประชาสัมพันธ์การมีเว็บไซต์ให้แสดงความคิดเห็น หรือสอบถามปัญหาต่างๆ จากผู้บริหารในลักษณะทันทีทันใด เป็นต้น นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลา เป็นสื่อที่สามารถเปิดรับได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถให้ข่าวสารข้อมูลได้มากกว่าสื่อชนิดอื่นๆ ทั้งข้อความภาพและเสียง ในลักษณะของคลิปวิดีโอสั้นๆ และยังเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่ใช้งบประมาณน้อย แต่ผลประโยชน์กว้างไกล ซึ่งสามารถส่งสารไปได้ทั่วโลกอีกด้วย นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่จำเพาะเจาะจง (selective) ได้อย่างดี

เทศบาลนครสกลนคร
SAKONNAKHON MUNICIPALITY

หน้าหลัก แผนที่เทศบาล เภสัชกร/รายงาน ข่าวสาร/กิจกรรม บริการประชาชน ติดต่อเรา

วิสัยทัศน์: เทศบาลนครสกลนคร ชุมชนน่าอยู่ เชิดชูคุณธรรม ก้าวนำสิ่งแวดล้อม จรรยามารยาทวัฒนธรรม > ประชาสัมพันธ์: อินเทอร์เน็ตเข้าสู่ เว็บไซต์ เทศบาลนครสกลนคร พร้อมบริการข้อมูลข่าวสารและกิจกรรม

คลังความรู้ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

- คำถามที่พบบ่อยเกี่ยวกับการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติ ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562
- กระบวนการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง
- Land and Building Tax

ดูข้อมูลเพิ่มเติม แสแกน QR CODE

หรือ **คลิก**

ภาพที่ 4.20 สื่อเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียเทศบาลนครสกลนคร, 2563

ที่มา: เทศบาลนครสกลนคร, 2563

“เว็บไซต์ของเทศบาลนครสกลนคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ กิจกรรม โครงการ ภายใต้การบริหารของคณะผู้บริหารและการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการ ให้ บรรลุวัตถุประสงค์ทุกภาคส่วนของเทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นประชาชนและผู้ ที่ สนใจ วิธีการผลิตและเผยแพร่โดยวิธีการบันทึกภาพ, เสียงจากกิจกรรม, ชื่อกิจกรรม โครงการ, สรุ ป สารระสำคัญของ โครงการ นำเสนอผ่านงานที่กำหนดไว้เพื่อประชาสัมพันธ์”

(เสงี่ยม พ่อธานี, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“เทศบาลนครสกลนคร ได้จัดทำเว็บไซต์หน่วยงาน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่หน่วยงานรวมทั้งผลงาน โครงการกิจกรรมต่างๆ ให้ หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนได้รับทราบ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อโซเชียล เน็ตเวิร์ค ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนเป็นจำนวนมาก โดยมีรหัสผ่านเข้าระบบ www.sakoncity.go.th เทศบาลนครสกลนคร ซึ่งเป็นวิธีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ง่าย สะดวก และ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว”

(โสภณ ดอนโคตรจันทร์, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“เว็บไซต์ กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครสกลนครแจ้ง ข้อมูลการสร้างเสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ เพื่อให้ประชาชนและผู้ที่มีความสนใจ ทราบถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ”

(พิศาล อุทธา, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“เว็บไซต์ของเทศบาลนครสกลนครได้แจ้งข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับผู้นำ องค์กร และสาระความรู้ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ ขยะ เฝ้าระวังโรคติดต่อ งานประเพณีต่างๆ ทางเทศบาลจะอัปเดตข่าวสารข้อมูลข่าวสารตลอด”

(สัญญาลักษณ์ พิชัยวัตต์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“สื่อเว็บไซต์ของเทศบาลนครสกลนคร ได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเรื่อง ขององค์กร ผู้นำองค์กร บุคลากร แผนงาน โครงการต่างๆ ของเทศบาลนครสกลนคร ไม่ว่าจะเป็น เรื่องของการตรวจเยี่ยมชุมชน การจัดงานประเพณีต่างๆ การให้สาระความรู้แก่ เด็ก เยาวชน และ ผู้สูงอายุ การพัฒนาตลาดเทศบาล ตลาดใบพาส การเตือนภัยเฝ้าระวังภัยพิบัติทางธรรมชาติ และเฝ้า ระวังโรคระบาดในเขตพื้นที่เทศบาลนครสกลนคร”

(มัลย์ อสูรวัช, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“สื่อเว็บไซต์เทศบาลนครสกลนคร ได้นำเสนอกิจกรรมของเทศบาลว่า ช่วงนี้มีกิจกรรมอะไร ผู้นำทำอะไร และนำเสนอผลงานของเทศบาล”

(จุฬาทรรณ ยะพลหา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2563)

2.2 เฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่พบว่าเฟซบุ๊กของเทศบาลนครสกลนครโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ประชาสัมพันธ์กิจกรรม โครงการ ภายใต้การบริหารของคณะผู้บริหารและการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ทุกภาคส่วนของเทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายหลักเป็น ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งส่วนใหญ่เนื้อหาในเฟซบุ๊กจะใช้เนื้อหาเดียวกับเนื้อหาในเว็บไซต์ใน การนำเสนอ ใช้วิธีการผลิตและนำมานำเสนอในสองช่องทาง วิธีการผลิตและเผยแพร่โดยวิธีการ บันทึกรูปภาพ, เสียงจากกิจกรรม, ชื่อกิจกรรมโครงการ, สรุปสาระสำคัญของโครงการ นำเสนอผ่าน งานที่กำหนดไว้เพื่อประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กเป็นอีกสื่อหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการ รับข้อร้องเรียนและร้องทุกข์จากประชาชนได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว และทำให้สามารถแก้ไข ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนได้อย่างรวดเร็วตามข้อร้องเรียนผ่านทางเฟซบุ๊กกองสาธารณสุข มีเฟซบุ๊กชื่อ กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครสกลนคร แจ้งข้อมูลการสร้างเสริม สุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ เพื่อให้ประชาชนและผู้ที่มี ความสนใจ ทราบถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ และรับเรื่องร้องเรียนผ่านทางสื่อเฟซบุ๊กได้



ภาพที่ 4.21 สื่อเฟซบุ๊กเทศบาลนครสกลนคร, 2563

ที่มา: เทศบาลนครสกลนคร, 2563

ทั้งนี้ในเฟซบุ๊กได้มีการนำเสนอแบบการถ่ายทอดสดนำเสนอข่าวสารการลงพื้นที่ของผู้บริหารและคณะทำงานหรือกิจกรรมประเพณีต่างๆ ในการถ่ายทอดเรื่องราวให้ประชาชนได้รับทราบอย่างทันทั่วทั้งที่น่าสนใจเพื่อให้ประชาชนที่ไม่สามารถเข้าร่วมได้รับทราบ



ภาพที่ 4.22 การถ่ายทอดสดบนสื่อเฟซบุ๊กเทศบาลนครสกลนคร, 2563

ที่มา: เทศบาลนครสกลนคร, 2563

“เฟซบุ๊กแฟนเพจของเทศบาลนครสกลนคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ กิจกรรม โครงการ ภายใต้การบริหารของคณะผู้บริหารและการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการ ให้ บรรลุวัตถุประสงค์ทุกภาคส่วนของเทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นประชาชนและผู้ ที่ สนใจ วิธีการผลิตและเผยแพร่โดยวิธีการบันทึกภาพ, เสียงจากกิจกรรม, ชื่อกิจกรรมโครงการ, สรุป สารสำคัญของโครงการ นำเสนอผ่านงานที่กำหนดไว้เพื่อประชาสัมพันธ์”

(เสงี่ยม พ่อธานี, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“เฟซบุ๊กเป็นอีกสื่อหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการรับข้อ ร้องเรียนและร้องทุกข์จากประชาชนได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว และทำให้สามารถแก้ไขปัญหา ความเดือดร้อนของประชาชนได้อย่างรวดเร็วตามข้อร้องเรียนผ่านทางเฟซบุ๊ก”

(โสภณ ดอนโคตรจันทร์, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“กองสาธารณสุขมีเฟซบุ๊กชื่อ กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาล นครสกลนคร แจ้งข้อมูลการสร้างเสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้า ระวังโรคติดต่อ เพื่อให้ประชาชนและผู้ที่มีความสนใจ ทราบถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ และรับเรื่อง ร้องเรียนผ่านทางสื่อเฟซบุ๊กได้”

(พิศาล อุทธา, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“เฟซบุ๊กของเทศบาลนครสกลนครได้แจ้งข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับผู้นำ องค์กร และสาระความรู้ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ ขยะ เฝ้าระวังโรคติดต่อ งานประเพณีต่างๆ ทางเทศบาลจะอัปเดตข้อมูลข่าวสารตลอด ข่าวสารสะดวกรวดเร็ว”

(สัณณูลักษณ์พิชัยวัฒน์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“เฟซบุ๊กของเทศบาลนครสกลนครได้มีคนติดตามมากมาย ทางเทศบาล ได้นำเสนอข้อมูล แผนงาน กิจกรรมต่างๆ ของเทศบาลได้รับรู้ และแจ้งข้อมูลของหน่วยงาน มีงาน ประเพณีแห่ปราสาทผึ้ง ล งานลอยกระทง ลอยพระประทีป ผู้นำองค์กรตรวจเยี่ยมเด็กและผู้ป่วยติด เติง และมีงานประชุมวางแผนกิจกรรมต่างๆ ของเทศบาลนครสกลนคร”

(มาลัย อสุชีวะ, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“เฟซบุ๊กเทศบาลนครสกลนคร ได้นำเสนอข้อมูลผู้นำองค์กร ออกประชุม พบปะประชาชน ตรวจสอบชุมชน ให้ข้อมูลความรู้ในแต่ละชุมชนและประกาศข่าวเกี่ยวกับสาระ ความรู้ต่างๆ ให้สมาชิกที่ติดตามข้อมูลทางเฟซบุ๊กเทศบาลนครสกลนคร”

(จุฬารัตน ะพลหา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2563)

2.3 แอปพลิเคชันไลน์ ในส่วนใหญ่พบว่า ไลน์ของเทศบาลนครสกลนคร โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม โครงการ ภายใต้การบริหารของคณะผู้บริหารและการ ขับเคลื่อนกิจกรรมโครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ทุกภาคส่วนของเทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นประชาชนและผู้สนใจ วิธีการผลิตและเผยแพร่โดยวิธีการบันทึกภาพ, เสียง จากกิจกรรม, ชื่อกิจกรรมโครงการ, สรุปสาระสำคัญของโครงการ นำเสนอผ่านงานที่กำหนดไว้ เพื่อประชาสัมพันธ์ กลุ่ม ไลน์เป็นการจัดตั้งกลุ่ม ไลน์ต่างๆ สามารถที่จะจัดตั้งกลุ่มได้ง่ายและ สะดวกโดยมีสมาชิกกลุ่มเป็นต้น เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มสมาชิกได้อย่างรวดเร็ว ใน ส่วนของเทศบาลนครสกลนครก็ได้มีการจัดตั้งกลุ่มไลน์ไว้หลายกลุ่ม ทั้งระดับเทศบาล ระดับ หน่วยงาน ระดับแผนกและแผนงานเฉพาะ เพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน โดยการที่ สมาชิกกลุ่มเป็นประชาชนสามารถร้องเรียนร้องทุกข์ได้โดยตรง ก็จะมีไลน์กลุ่มใหญ่สามกลุ่ม ได้แก่กลุ่ม เทศบาลนครสกลนครเพื่อแจ้งข้อมูลสำหรับภายในองค์กร กลุ่มกองสาธารณสุขและ สิ่งแวดล้อม เพื่อแจ้งข้อมูลไปยังบุคลากรและ ไลน์สายด่วนเทศบาลเวลาประชาชนมีปัญหา ก็ สามารถแจ้งผ่านไลน์กลุ่มนี้ได้



ภาพที่ 4.23 ไลน์สายด่วนเทศบาลนครสกลนคร, 2563

ที่มา: เทศบาลนครสกลนคร, 2563

“ไลน์กลุ่มของเทศบาลนครสกลนคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม โครงการ ภายใต้การบริหารของคณะผู้บริหารและการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ทุกภาคส่วนของเทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายหลักเป็น ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง วิธีการผลิตและเผยแพร่โดยวิธีการบันทึกภาพ, เสียงจากกิจกรรม, ชื่อ กิจกรรมโครงการ, สรุปสาระสำคัญของโครงการ นำเสนอผ่านงานที่กำหนดไว้เพื่อประชาสัมพันธ์”
(เสงี่ยม พ่อธานี, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“กลุ่มไลน์ เป็นการจัดตั้งกลุ่มไลน์ต่างๆ สามารถที่จะจัดตั้งกลุ่มได้ง่าย และสะดวกโดยมีสมาชิกกลุ่มเป็นต้น เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มสมาชิกได้อย่างรวดเร็ว ใน ส่วนของเทศบาลนครสกลนครก็ได้มีการจัดตั้งกลุ่มไลน์ไว้หลายกลุ่ม ทั้งระดับเทศบาล ระดับ หน่วยงาน ระดับแผนกและหน่วยงานเฉพาะ เพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน โดยการที่ สมาชิกกลุ่มเป็นประชาชนสามารถร้องเรียนร้องทุกข์ได้โดยตรง”
(โสภณ คอนโคตรจันทร์, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“ก็จะมีไลน์กลุ่มใหญ่สามกลุ่ม ได้แก่กลุ่ม เทศบาลนครสกลนครเพื่อแจ้ง ข้อมูลสำหรับภายในองค์กร กลุ่มกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เพื่อแจ้งข้อมูลไปยังบุคลากร และไลน์สายด่วนเทศบาลเวลาประชาชนมีปัญหาที่สามารถแจ้งผ่านไลน์กลุ่มนี้ได้”
(พิศาล อูทธา, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ไลน์กลุ่มสายด่วนเทศบาลนครสกลนคร เป็นไลน์ที่มีไว้ให้ประชาชน แจ้งเวลามีปัญหา ก็สามารถแจ้งผ่านไลน์นี้ก็จะมีการเจ้าหน้าที่ของทางเทศบาลนครสกลนครออกมาให้ ความช่วยเหลือและให้ข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ”
(สัณญลักษณ์ พิชัยวัตต์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ไลน์ของเทศบาลนครสกลนคร เป็นไลน์กลุ่มที่สามารถให้ประชาชนได้ ร้องเรียนและแจ้งข้อมูล โดยจะมีเจ้าหน้าที่ของเทศบาลออกมาให้ข้อมูลและให้ความช่วยเหลือใน เรื่องราวต่างๆ ที่ประชาชนขอความช่วยเหลือได้รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์”
(มาลัย อสุชีวะ, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ไลน์ของเทศบาลนครสกลนครมีไลน์สายด่วนของเทศบาลได้นำเสนอข้อมูลข่าวสาร และรับเรื่องร้องเรียนจากทางประชาชน”

(จุฬารัตน์ ยะพลหา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2563)

2.4 สิ่งพิมพ์ ส่วนใหญ่พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมโครงการ ผลการดำเนินงานของเทศบาลนครสกลนครเพื่อให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องรับรู้ข้อมูลดำเนินการผลิตโดยกองบรรณาธิการและคณะทำงานผู้ผลิตวารสารเทศบาลนครสกลนคร วิธีการเผยแพร่คณะทำงานส่งวารสารไปยัง 43 ชุมชน ในเขตเทศบาลนครสกลนครตลอดจนส่งไปยังหน่วยงานภาครัฐ เอกชน สถานที่สำคัญ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เทศบาลนครสกลนครได้ดำเนินการจัดทำโดยเทศบาลนครสกลนครได้จัดทำวารสารเผยแพร่ผลงาน โครงการ กิจกรรมต่างๆ ทุก 3 เดือน กลุ่มเป้าหมายเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนทุกชุมชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต่างๆ ที่อยู่นอกเขตเทศบาลนครสกลนคร จำนวนที่จัดพิมพ์เผยแพร่ในแต่ละครั้ง จำนวน 2,500 เล่ม ทางกองสาธารณสุขได้จัดทำวารสารเทศบาลนครสกลนคร จดหมายข่าว แผ่นพับประชาสัมพันธ์ และใบปลิวประชาสัมพันธ์เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม, การสร้างเสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ อีกทั้งมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารไปยังสื่อมวลชนในพื้นที่ เช่น หนังสือพิมพ์อ้างอิง จำนวน 8 ราย คือ (1) หนังสือพิมพ์ฐานปวงชน (2) หนังสือพิมพ์ชาติประชาธิปไตย (3) หนังสือพิมพ์พิมพ์ไทย (4) หนังสือพิมพ์รวมไทย (5) หนังสือพิมพ์เสียงสกลนคร (6) หนังสือพิมพ์หนองหารโพสต์ (7) หนังสือพิมพ์สกลนิวิสต์ (8) หนังสือพิมพ์ธรรมาธิปไตย

“สื่อสิ่งพิมพ์มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรม โครงการ ผลการดำเนินงานของเทศบาลนครสกลนครเพื่อให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องรับรู้ข้อมูล ดำเนินการผลิตโดยกองบรรณาธิการและคณะทำงานผู้ผลิตวารสารเทศบาลนครสกลนครวิธีการเผยแพร่คณะทำงานส่งวารสารไปยัง 43 ชุม ในเขตเทศบาลนครสกลนครตลอดจนส่งไปยังหน่วยงานภาครัฐ เอกชน สถานที่สำคัญ”

(เสงี่ยม พ่อธานี, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เทศบาลนครสกลนครได้ดำเนินการจัดทำโดยเทศบาลนครสกลนครได้จัดทำวารสารเผยแพร่ผลงาน โครงการ กิจกรรมต่างๆ ทุก 3 เดือน กลุ่มเป้าหมายเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน

และประชาชนทุกชุมชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต่างๆ ที่อยู่
นอกเขตเทศบาลนครสกลนคร จำนวนที่จัดพิมพ์เผยแพร่ในแต่ละครั้ง จำนวน 2,500 เล่ม”

(โสภณ คอนโคตรจันทร์, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“ทางกองสาธารณสุขได้จัดทำวารสารเทศบาลนครสกลนคร จดหมายข่าว
แผ่นพับประชาสัมพันธ์ และใบปลิวประชาสัมพันธ์เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม, การสร้างเสริม
สุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ”

(พิศาล อุทธา, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ทางเทศบาลนครสกลนครได้แจกวารสาร แผ่นพับ ใบปลิว เรื่องราว
ข่าวสารของเทศบาลนครสกลนครเกี่ยวกับเรื่อง ผู้นำองค์กร บุคลากร กิจกรรมประเพณีต่างๆ ของ
เทศบาลนครสกลนคร”

(สัญลักษณ์ พิชัยวัตต์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“สื่อสิ่งพิมพ์ทางเทศบาลนครสกลนครได้มีการพิมพ์หนังสือ แผ่นพับ
แจกให้กับประชาชน ในเรื่องของงานด้านต่างๆ ซึ่งแต่ละแผนกจะให้ข้อมูลต่างๆ เป็นงานด้าน
ความรู้ งานประเพณี กิจกรรม โครงการ แผนพัฒนาของเทศบาลนครสกลนคร”

(มาลัย อสุชีวะ, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“เทศบาลนครสกลนครจะมีหนังสือแจ้งเรื่องการจัดเก็บภาษี ขึ้นทะเบียน
ผู้สูงอายุ และก็จะมีการแจกใบปลิวเพื่อแจกประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชน”

(จุฬารัตน์ ยะพลหา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2563)

2.5 วิทยู/เสียงตามสาย ส่วนใหญ่พบว่าการเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม โครงการ ผล
การดำเนินงานเทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง วิธีการผลิตรวบรวม
ข่าวสารสำคัญทำจากหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกเรียบเรียงออกอากาศ วิธีการเผยแพร่
ผ่านระบบเสียงตามสายภายในเขตเทศบาลนครสกลนคร ออกอากาศ จันทร์ – ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 12.00
เป็นต้นไปการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงเทศบาลนครสกลนคร
ได้ว่าจ้างซื้อเวลาจากสถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพบก หน่วยทหารพัฒนา 909 คลื่น 94.75 MHz
ออกอากาศในวันเสาร์ ช่วงเวลา 12.00-13.00 นาฬิกา โดยมีพิธีกรดำเนินรายการเป็นเจ้าหน้าที่จาก

เทศบาลนครสกลนคร ในแต่ละสัปดาห์จะรวบรวมข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานไปประชาสัมพันธ์ ออกอากาศ โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนทั่วไปที่ติดตามรายการ ทั้งประชาชนในเขตเทศบาล นครสกลนครและนอกเขตเทศบาลนครสกลนคร เพื่อให้ได้ทราบข้อมูลและผลงาน โครงการ กิจกรรมต่างๆ ของเทศบาลนครสกลนคร สำหรับการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบเสียงตามสายมีทั้ง ระบบเสียงตามสายของเทศบาลและระบบเสียงตามสายที่ติดตั้งในเขตชุมชนมีทั้งหมด 43 ชุมชน ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเสียงตามสายเทศบาลนครสกลนครและของชุมชน และวิทยุชุมชนเกี่ยวกับ เรื่อง เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม, การสร้างเสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและ การเฝ้าระวังโรคติดต่อ

“มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม โครงการ ผลการ ดำเนินงานเทศบาลนครสกลนครกลุ่มเป้าหมายประชาชนและผู้สนใจวิธีการผลิตรวบรวมข่าวสาร สำคัญทำจากหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกเรียบเรียงออกอากาศวิธีการเผยแพร่ผ่าน ระบบเสียงตามสายภายในเขตเทศบาลนครสกลนคร ออกอากาศ จันทร์ – ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 12.00 เป็นต้นไป”

(เสงี่ยม พ่อธานี, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง เทศบาลนครสกลนคร ได้ว่าจ้างซื้อเวลาจากสถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพบก หน่วยทหารพัฒนา 909 คลื่น 94.75 MHZ ออกอากาศในวันเสาร์ ช่วงเวลา 12.00-13.00 นาฬิกา โดยมีพิธีกรดำเนิน รายการเป็นเจ้าหน้าที่จากเทศบาลนครสกลนคร ในแต่ละสัปดาห์จะรวบรวมข้อมูลข่าวสารจาก หน่วยงานไปประชาสัมพันธ์ออกอากาศ โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนทั่วไปที่ติดตามรายการ ทั้ง ประชาชนในเขตเทศบาลนครสกลนครและนอกเขตเทศบาลนครสกลนคร เพื่อให้ได้ทราบข้อมูล และผลงาน โครงการ กิจกรรมต่างๆ ของเทศบาลนครสกลนคร สำหรับการประชาสัมพันธ์ผ่าน ระบบเสียงตามสายมีทั้งระบบเสียงตามสายของเทศบาลและระบบเสียงตามสายที่ติดตั้งในเขต ชุมชนมีทั้งหมด 43 ชุมชน”

(โสภณ ดอนโคตรจันทร์, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเสียงตามสายเทศบาลนครสกจนครและของชุมชน และวิทยุชุมชนเกี่ยวกับเรื่อง เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม, การสร้างเสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ”

(พิศาล อุทธา, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“สถานีวิทยุเป็นช่วงเทศบาลจัดรายการ แจ้งข้อมูลข่าวสารงานของทางเทศบาลนครสกจนคร เพื่อให้ผู้ที่รับฟังรายการทราบถึงข้อมูลข่าวสาร ผลงานต่างๆ ที่ทางเทศบาลแจ้งกับประชาชน”

(สัญญาลักษณ์ พิชัยวัตต์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“รายการวิทยุของเทศบาลนครสกจนครจะมีเป็นช่วงเวลา ได้นำเสนอเกี่ยวกับเรื่องประเพณีของเทศบาลนครสกจนคร”

(มาลัย อสุชีวะ, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“เสียงตามสายผู้นำชุมชนจะแจ้งเรื่องงานประเพณี จัดเก็บภาษี แจ้งสิทธิประโยชน์ต่างๆ สํารวจพื้นที่ สํารวจประชากร”

(จุฬาทรรณ ยะพลหา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2563)

2.6 รถกระจายเสียงเคลื่อนที่ ส่วนใหญ่พบว่า การเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมโครงการตลอดจนข่าวสารที่ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนอย่างเร่งด่วน หรือเป็นข่าวสารที่เน้นประชาสัมพันธ์เฉพาะกลุ่ม โคนมีเป้าหมายเป็นประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ โดยมีวิธีการผลิตสรุปสาระสำคัญของข่าวสารพร้อมการถ่ายทอดสู่ผู้รับสารอย่างเข้าใจง่ายถูกต้องตรงประเด็นวิธีการเผยแพร่ดำเนินการเผยแพร่โดยเปิดประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ของเทศบาลนครสกจนครรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงประชาชนได้รวดเร็ว โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น แจ้งเตือนประชาชน ให้ระมัดระวังเรื่องอัคคีภัย วัตภัย อุทกภัย โดยเทศบาลจะออกรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ แจ้งเตือนไปยังชุมชนต่างๆ ภายในเทศบาล และทั้ง 43 ชุมชนรถประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกจนครในเรื่องของ เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม, การสร้างเสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ

“วัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมโครงการตลอดจนข่าวสารที่ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนอย่างเร่งด่วน หรือเป็นข่าวสารที่เน้นประชาสัมพันธ์เฉพาะกลุ่ม โคนมีเป้าหมายเป็นประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ โดยมีวิธีการผลิตสรุปสาระสำคัญของข่าวสารพร้อมการถ่ายทอดสู่ผู้รับสารอย่างเข้าใจถูกต้องตรงประเด็น วิธีการเผยแพร่ดำเนินการเผยแพร่โดยเปิดประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ของเทศบาลนครสกลนคร”

(เสงี่ยม พ่อธานี, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงประชาชนได้รวดเร็ว โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น แจกเดือนประชาชน ให้ระมัดระวังเรื่องอัคคีภัย วาดภัย อุทกภัย โดยเทศบาลจะออกรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ แจกเดือนไปยังชุมชนต่างๆ ภายในเทศบาล และทั้ง 43 ชุมชน”

(โสภณ ดอนโคตรจันทร์, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“รถแห่งประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกลนครในเรื่องของ เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม, การสร้างเสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ”

(พิศาล อุทธา, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“รถแห่งเคลื่อนที่ของเทศบาลนครสกลนคร เป็นรถเคลื่อนที่แจ้งข่าวคราวที่ประชาชนต้องทราบเช่นจะออกฉีดยาฆ่า, งานประเพณีเข้าออกพรรษา, แจ้งระวังไฟหน้าหนาว”

(สัจฉิ์กษณ์ พิชัยวัตต์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“รถกระจายเสียงเคลื่อนที่ของเทศบาลนครสกลนคร เป็นรถเคลื่อนที่แจ้งข่าวด่วนไฟดับ น้ำท่วม เช่น น้ำท่วมเจ้าหน้าที่เทศบาลนครสกลนครก็จะแจ้งให้ประชาชนได้เตรียมตัวโยกย้ายขึ้นที่สูง เก็บของใช้ที่สำคัญและจำเป็นขึ้นที่สูง”

(มาลัย อสุชีวะ, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

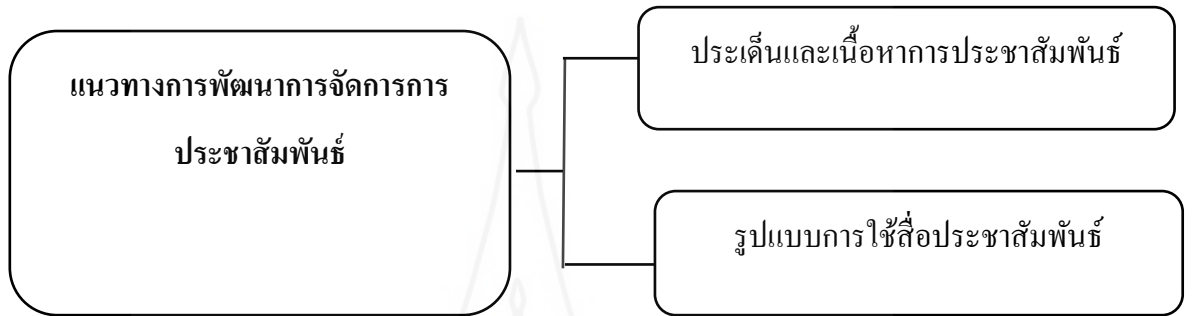
“รถแห่งเคลื่อนที่ได้นำเสนอเรื่องเร่งด่วน แจกเดือนให้ประชาชนระวังเรื่องน้ำท่วม เพื่อประชาชนจะได้เตรียมตัวโยกย้ายสิ่งของที่สำคัญได้ทันก่อนภัยจะมาถึง”

(จุฬาทรรณ ยะพลหา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2563)

ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลสกนนคร

แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลสกนนคร

1) ประเด็นและเนื้อหา 2) การผลิตและเผยแพร่ ดังนี้



ภาพที่ 4.24 แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์

ผลการศึกษาวิจัยพบว่าแนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลสกนนครมีผลการศึกษา ประกอบด้วย 1) ประเด็นและเนื้อหา เทศบาลนครสกนนครมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญในด้านภารกิจของเทศบาลนครสกนนครเพื่อให้ครบในทุกๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัย ส่วนใหญ่พบว่า ประเด็นด้านเนื้อหามุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญในด้านภารกิจของเทศบาลนครสกนนครเพื่อให้ครบในทุกๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ ประเด็นด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและประเด็นด้านการส่งเสริมสุขภาพ ภายในคือ พัฒนาระบบเสียงตามสายให้ครอบคลุมทุกชุมชน มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบ และเผยแพร่ให้ทั่วถึงทุกชุมชน ภายในคือ พัฒนาศักยภาพผู้นำองค์กร ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน อสม. เพื่อช่วยสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนให้มีความประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นข่าวประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ต้องรับผิดชอบจัดทำเผยแพร่ 2) การผลิตและเผยแพร่ ส่วนใหญ่พบว่า ด้านการพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลเทศบาลนครสกนนครได้พัฒนาการผลิตสื่อมัลติมีเดียให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยพัฒนาการนำเสนอข่าวสารให้ครบถ้วนทุกด้านอย่างรวดเร็วและเป็นปัจจุบัน พัฒนาระบบการสื่อสารทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก พัฒนาระบบเสียงตามสาย พัฒนาระบบการผลิตวารสาร จดหมายข่าวให้เป็นปัจจุบันและทันสมัย แนวทางการพัฒนาการผลิตและการเผยแพร่ เทศบาลนครสกนนครได้พัฒนาการผลิตสื่อมัลติมีเดียให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยพัฒนาการนำเสนอข่าวสารให้ครบถ้วนทุกด้านอย่างรวดเร็วและเป็นปัจจุบัน จึงไม่พบปัญหาแต่มีภาระดำเนินงานโดยต่อเนื่องในทุกๆ ปี

หลักการการพัฒนาด้านประเด็นเนื้อหา ดังนี้

1. จุดหมายในการใช้รูปภาพข้อความบนรูปภาพแบนเนอร์ โฆษณาคลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด

การตั้งเป้าหมายอย่างชัดเจนว่าต้องการใช้เพื่อสื่อสารอะไรกับผู้รับสาร และเพื่อให้ผู้รับสารรู้สึกอย่างไร การเลือกใช้ทุกครั้งต้องมีเหตุผลในการเลือกใช้ และควรพิจารณาผลกระทบทางอารมณ์ การเลือกใช้เทรนด์ในปัจจุบัน

2. รูปภาพ ข้อความบนรูปภาพแบนเนอร์ โฆษณา คลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด การเลือกรูปภาพมาประกอบข้อความบนรูปภาพ แบนเนอร์ โฆษณา หรือมุกกล้องคลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสดที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว ต้องสื่อความหมายให้สอดคล้องกับความหมายของเนื้อหาข้อความ เพื่อสร้างอารมณ์ร่วมแก่ผู้รับชม ดึงดูดสายตาแก่ผู้ชมร่วมด้วย

3. การจัดองค์ประกอบเพื่อนำสนใจการจัดวางองค์ประกอบในรูปภาพแบนเนอร์ โฆษณาคลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด สามารถช่วยให้สร้างความน่าสนใจให้กับภาพผลงานที่ถ่ายทอดมาได้ดียิ่งขึ้น แต่ไม่จำเป็นว่าต้องใช้การจัดวางองค์ประกอบส่วนกับทุกภาพ แต่ให้มองว่าเป็นการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก จากสิ่งที่เห็นให้คนดูได้สัมผัสถึงสิ่งเดียวกันผ่านภาพถ่าย

3.1 ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่พบว่า ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาด้านประเด็นเนื้อหาการสื่อสาร ผลโดยรวม ลักษณะเนื้อหาโพสต์ การให้น้ำหนักเนื้อหาที่เป็น รูปภาพ ข้อความ ข้อความบนรูปภาพ แบนเนอร์ โฆษณา คลิปวิดีโอ และการถ่ายทอดสด นำเสนอตามประเด็นเนื้อหาช่วงสถานการณ์เหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก แบ่งแนวทางการพัฒนาด้านประเด็นเนื้อหาออกเป็น 2 แนวทาง ได้แก่ (1) แนวทางการพัฒนาด้านประเด็นเนื้อหา ด้านเทคนิค ประกอบด้วย ด้านรูปภาพ ข้อความบนรูปภาพ แบนเนอร์ โฆษณา คลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด การกำหนดเป้าหมายการใช้รูปภาพ รูปภาพที่มาประกอบ มุกกล้องที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว และมีการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ในรูปภาพ ส่วนของข้อความบนรูปภาพ แบนเนอร์ โฆษณา คลิปวิดีโอ และการถ่ายทอดสด มีการพัฒนาการถ่ายภาพที่เข้าถึงอารมณ์ของผู้รับสาร กระตุ้นการสร้างอารมณ์ร่วมและชวนติดตามแก่ผู้ชมร่วมด้วย เน้นภาพสวย มีการนำเสนอภาพของประชาชนในการร่วมกิจกรรมมากกว่าผู้นำและคณะผู้บริหารของเทศบาลนครสกลนคร เพื่อสร้างการเป็นเจ้าของของประชาชน (2) แนวทางการพัฒนาประเด็นเนื้อหาด้านข้อความ การพัฒนาการพาดหัวข่าว ที่น่าสนใจสร้างความเป็นเจ้าของในเนื้อหาโดยมีเรื่องราวของประชาชนเข้าไปมีเนื้อหาในข้อมูลข่าวสาร มากกว่าเนื้อหาของผู้บริหารที่ประชาชนควรได้รับ สร้างการมีส่วนร่วมในเนื้อหาข่าวสัมภาษณ์ความรู้สึกประชาชนกับการทำงานของผู้บริหารและคณะทำงานดังกล่าว เนื้อหาที่โดนใจ

เนื้อหาต้องมีความสำคัญในการนำเสนอผู้บริหาร การพาดหัวข่าวที่น่าสนใจแปลกตาในเชิงบวก และการเขียนเนื้อหาที่เข้าใจง่ายรายละเอียดครอบคลุมบอกกล่าวประโยชน์ประเด็นสำคัญได้ครบถ้วน หลักการการพัฒนาด้านประเด็นเนื้อหาดังกล่าว ดังนี้

1. จุดหมายในการใช้รูปภาพข้อความบนรูปภาพแบนเนอร์ โฆษณาคลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด การตั้งเป้าหมายอย่างชัดเจนว่าต้องการใช้เพื่อสื่อสารอะไรกับผู้บริหาร และเพื่อให้ผู้บริหารรู้สึกอย่างไร การเลือกใช้ทุกครั้งต้องมีเหตุผลในการเลือกใช้ และควรพิจารณาผลกระทบทางอารมณ์ การเลือกใช้ทรนคในปัจจุบัน

2. รูปภาพ ข้อความบนรูปภาพแบนเนอร์ โฆษณา คลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด การเลือกรูปภาพมาประกอบข้อความบนรูปภาพ แบนเนอร์ โฆษณา หรือมุกกล้องคลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด ที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว ต้องสื่อความหมายให้สอดคล้องกับความหมายของเนื้อหาข้อความ เพื่อสร้างอารมณ์ร่วมแก่ผู้รับชม ดึงดูดสายตาแก่ผู้ชมร่วมด้วย

3. การจัดองค์ประกอบเพื่อให้น่าสนใจการจัดวางองค์ประกอบในรูปภาพแบนเนอร์ โฆษณาคลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด สามารถช่วยให้สร้างความน่าสนใจให้กับภาพผลงานที่ถ่ายทอดมาได้ดียิ่งขึ้น แต่ไม่จำเป็นว่าต้องใช้การจัดวางองค์ประกอบส่วนกับทุกภาพ แต่ให้มองว่าเป็นการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก จากสิ่งที่เห็นให้คนดูได้สัมผัสถึงสิ่งเดียวกันผ่านภาพถ่าย

- ข่าวความเคลื่อนไหวของผู้นำองค์กรและบุคลากร



ภาพที่ 4.25 การประชุมเพื่อมอบนโยบายด้านคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตสำนึกของหัวหน้าส่วนราชการทุกส่วนราชการ, 2564

ที่มา: เทศบาลนครสกลนคร, 2564

- สารความรู้



ภาพที่ 4.26 นายกเทศมนตรีเทศบาลนครสกลนครให้ความรู้ด้านการเข้าอาคารพาณิชย์, 2564
ที่มา: เทศบาลนครสกลนคร, 2564

- ผลการดำเนินงาน



ภาพที่ 4.27 นายกเทศมนตรีเทศบาลนครสกลนครลงตรวจสอบพื้นที่เหตุเพลิงไหม้, 2564
ที่มา: เทศบาลนครสกลนคร, 2564

- กิจกรรม/โครงการ



ภาพที่ 4.28 กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครสกลนคร ดำเนินการทำความสะอาดล้าง ขบส.1, 2564

ที่มา: เทศบาลนครสกลนคร, 2564

“ประเด็นด้านเนื้อหามุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญในด้านภารกิจของเทศบาลนครสกลนครเพื่อให้ครบในทุกๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ”

(เสถียร พ่อธานี, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“ประเด็นการจัดการงานประชาสัมพันธ์การพัฒนาเทศบาลได้พัฒนาขึ้นจากระบบเดิมที่เคยใช้อยู่ มายุคไอทีสมัยใหม่เราก็พัฒนาปรับเปลี่ยนให้ทันยุคทันสมัยให้เข้ากับเหตุการณ์ มีการจัดทำขึ้นมาเรื่อยๆ ในอนาคตอาจจะดีกว่านี้ในเรื่องเสียงตามสาย”

(โสภณ ดอนโคตรจันทร์, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“ประเด็นด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและประเด็นด้านการส่งเสริมสุขภาพ ภายในคือ พัฒนาระบบเสียงตามสายให้ครอบคลุมทุกชุมชน มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ หลากหลายรูปแบบ และเผยแพร่ให้ทั่วถึงทุกชุมชน ภายในคือ พัฒนาศักยภาพผู้นำองค์กร ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน อสม. เพื่อช่วยสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น”
(พิศาล อุทธา, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ด้านเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกนกรมีความทันสมัย และรวดเร็วในการประชาสัมพันธ์”
(สัญญาลักษณ์ พิชัยวัตต์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ด้านเนื้อหาการประชาสัมพันธ์เทศบาลนครสกนกรได้แจ้งผ่านสื่อต่างๆ ของเทศบาล ว่าพื้นที่ตรงไหนมีแผนงานพัฒนาในปีงบประมาณนั้น ในทุกกิจกรรมโครงการ เทศบาลก็จะแจ้งรายละเอียดผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อความสะดวก รวดเร็วแก่ประชาชนที่ติดตามข่าวสาร สาระความรู้ ข้อมูลกิจกรรมของเทศบาลนครสกนกร”
(มาลัย อสุชีวะ, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ด้านเนื้อหาการแจ้งรายละเอียดข้อมูลชัดเจน โดยการใช้ภาพประกอบทำให้ไม่ต้องอธิบายมากก็เข้าใจถึงรายละเอียด ประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจในทุกๆ กิจกรรม”
(จุฬาพรธรรม ยะพลหา, สัมภาษณ์ 11 กุมภาพันธ์ 2563)

3.2 รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่พบว่า ด้านการพัฒนาและเผยแพร่ ข้อมูลเทศบาลนครสกนกร ได้พัฒนาการผลิตสื่อมัลติมีเดียให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยพัฒนาการนำเสนอข่าวสารให้ครบถ้วนทุกด้านอย่างรวดเร็วและเป็นปัจจุบัน พัฒนาระบบการสื่อสารทางโซเซียลเน็ตเวิร์ค พัฒนาระบบเสียงตามสาย พัฒนาระบบการผลิตวารสาร จดหมายข่าว ให้เป็นปัจจุบันและทันสมัย แนวทางการพัฒนาการผลิตและการเผยแพร่ เทศบาลนครสกนกร ได้พัฒนาการผลิตสื่อมัลติมีเดียให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยพัฒนาการนำเสนอข่าวสารให้ครบถ้วนทุกด้านอย่างรวดเร็วและเป็นปัจจุบัน จึงไม่พบปัญหาแต่มีภาระดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี

- **สื่อเว็บไซต์** การเผยแพร่การนำเสนอด้านเนื้อหาผลดำเนินงานของเทศบาลนครสกนกรด้วยสื่อเว็บไซต์ เพื่อใช้สำหรับเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ควรมีปริมาณสั้นไม่ยาวเกินไป เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อง่ายต่อการใช้บริการ รวมทั้งมีเนื้อหาที่ถูกต้องและเป็น

ปัจจุบัน มีการจัดเรียงข่าวสารพร้อมภาพประกอบการนำข้อมูลข่าวสารขึ้นเผยแพร่บนหน้าสื่อเว็บไซต์ขององค์กรไว้เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการนำเสนอผลดำเนินงานตามนโยบายพัฒนาให้ทราบแก่ประชาชนผู้ติดตามสามารถเข้าถึงข้อมูลที่มีคุณภาพ สะดวก รวดเร็ว ถูกต้องและตรวจสอบได้ ประกอบด้วย ดังนี้

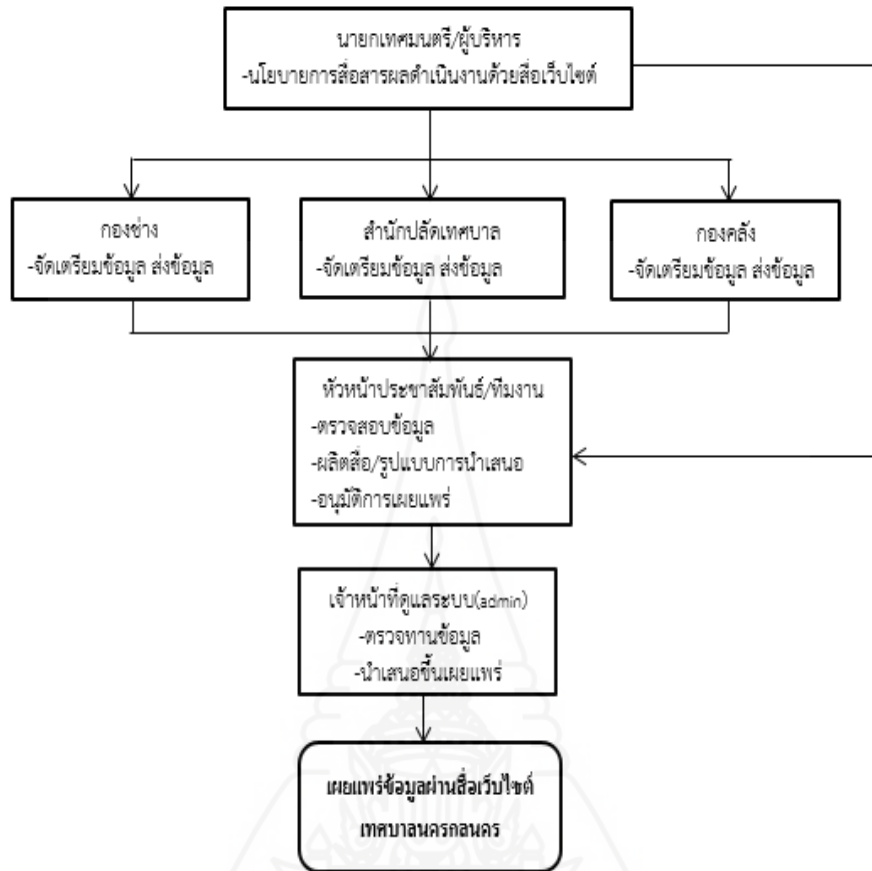
1. การจัดการการสื่อสารภายในองค์กร เป็นการกำหนดเส้นทางการสื่อสารเพื่อใช้ในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เส้นทางการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพมีเส้นทางการเกิดขึ้นหลายทิศทาง การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุดคือการสื่อสารที่เข้าใจง่ายในการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรในองค์กร ร่วมกันนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จสูงสุด การจัดการการสื่อสารภายในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเพื่อให้เกิดการพัฒนาการปฏิบัติงานการสร้างความตระหนักในหน้าที่ ความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันรวมถึงความเข้าใจอันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหาร โดยแบ่งหน้าที่รับผิดชอบเป็นขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 ผู้บริหารออกนโยบายแนวทางพัฒนาโดยคำสั่งเป็นรูปธรรมเป้าหมายชัดเจนต่อพนักงานและเจ้าหน้าที่

ขั้นตอนที่ 2 กองแผนงานต่างๆ ผู้ส่งข้อมูล โดยมอบหมายหน้าที่รับผิดชอบต่อข้อมูลตรวจสอบข้อมูลอย่างถี่ถ้วนก่อนส่งยังคลังข้อมูล ซึ่งหัวหน้าประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ดูแลระบบเป็นผู้ดูแลคลังข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 หัวหน้าประชาสัมพันธ์และทีมงานร่วมกันผลิตสื่อ ตรวจสอบข้อมูลและอนุมัติการเผยแพร่

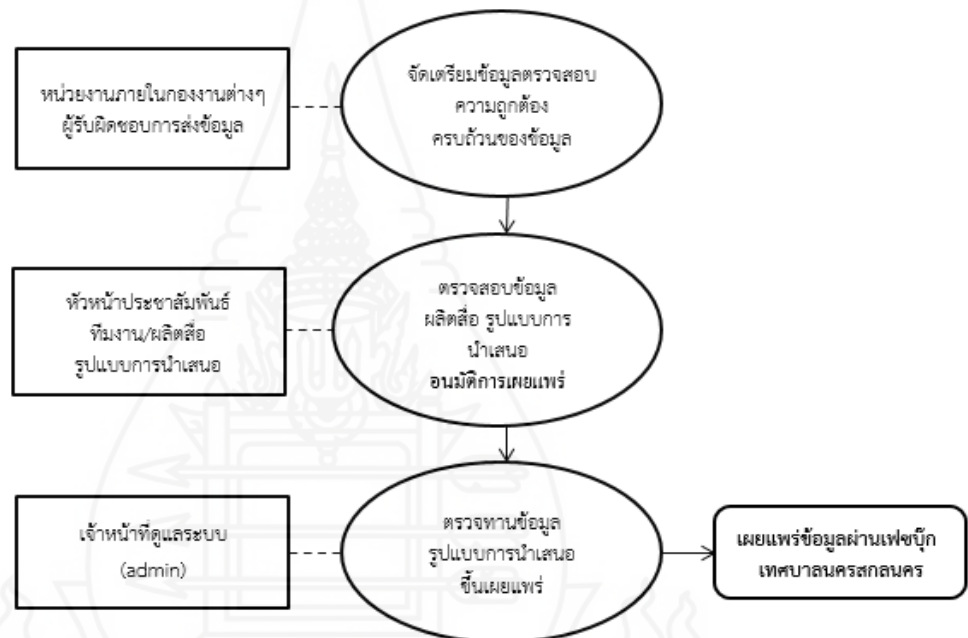
ขั้นตอนที่ 4 เจ้าหน้าที่ดูแลระบบ เป็นผู้ตรวจทานข้อมูลขั้นสุดท้ายก่อนเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อเว็บไซต์ของเทศบาลนครสกลนคร



ภาพที่ 4.29 การผลิตและเผยแพร่สื่อการประชาสัมพันธ์

- เฟซบุ๊ก** การเผยแพร่การนำเสนอข้อมูลทางเฟซบุ๊ก ควรมีความทันสมัย มีข้อมูลหลากหลายรูปแบบเกี่ยวกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ สามารถนำเสนอเนื้อหาหน่วยงาน กองงานต่างๆ ของภายในองค์กรต้องจัดหาและรวบรวมข้อมูลภายในองค์กรของตนเอง สามารถนำไปใช้ในการสนับสนุนการตัดสินใจได้ โดยผู้รับผิดชอบในการให้ข้อมูลจะต้องทำหน้าที่กำกับดูแล ตรวจสอบให้ข้อมูลมีครบถ้วน ถูกต้องสมบูรณ์ทุกครั้งก่อนนำเสนอไปยังคลังข้อมูลหรือเจ้าหน้าที่ดูแลระบบเพื่อทำการเผยแพร่บนเฟซบุ๊ก ผู้รับผิดชอบการนำข้อมูลขึ้นเผยแพร่บนเฟซบุ๊ก องค์กรจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ที่รับ มอบหมายทำหน้าที่นำข้อมูลผลดำเนินงานตามนโยบาย พัฒนาขึ้นเผยแพร่หรืออาจเรียกว่า เจ้าหน้าที่ดูแลระบบ โดยเจ้าหน้าที่ดูแลระบบในการนำข้อมูลมาเผยแพร่จะต้องทำหน้าที่ตรวจทานข้อมูลให้สมบูรณ์และสร้างรูปแบบการนำเสนอรูปแบบอาจมีเป็นกลุ่มงานย่อยร่วมรับผิดชอบ 2 คนในการปฏิบัติในการเผยแพร่จัดการผลิตสื่อและรูปแบบเพื่อเผยแพร่ การผลิตสื่อและรูปแบบการนำเสนอผลดำเนินงานตามนโยบายพัฒนาโดยมอบหมายงาน

กลุ่มย่อยการจัดตั้งกลุ่มทีมจากเจ้าหน้าที่ที่ดูแลระบบรับผิดชอบโดยตรงร่วมผลิตสื่อและรูปแบบการนำเสนอ เนื่องจากเป็นผู้รับข้อมูลจากกองงานต่างๆ เข้ามาและตรวจสอบในขั้นตอนสุดท้ายที่จะเผยแพร่อยู่แล้วระยะเวลาในการส่งข้อมูล การกำหนดความสำคัญในการเตรียมข้อมูลและผลิตรูปแบบการนำเสนอเผยแพร่ในแต่ละเรื่องซึ่งอาจใช้เวลาไม่เท่ากัน เจ้าหน้าที่ดูแลระบบและทีมงานต้องคำนึงถึงลำดับความสำคัญของแต่ละเรื่องที่จะนำเผยแพร่ก่อนหลังเสมอระยะเวลาในการเผยแพร่ข้อมูล กำหนดเวลาของการเผยแพร่แต่ละประเภท ช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยอาจมีกรณีศึกษาได้จากพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของประชาชนบริเวณนั้นร่วมด้วยและกำหนดช่วงเวลาเผยแพร่ตั้งเวลาไว้ที่ระยะห่างกันก็จะได้เฟซบุ๊กที่มีการเคลื่อนไหวตลอดวัน



ภาพที่ 4.30 แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์

- แอปพลิเคชันไลน์ แนวทางการพัฒนาไลน์กลุ่มของเทศบาลนครสกลนครโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม โครงการ ภายใต้การบริหารของคณะผู้บริหารและการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ทุกภาคส่วนของเทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง วิธีการผลิตและเผยแพร่โดยวิธีการบันทึกภาพ, เสียง จากกิจกรรม, ชื่อกิจกรรมโครงการ, สรุปสาระสำคัญของโครงการ นำเสนอผ่านงานที่กำหนดไว้เพื่อประชาสัมพันธ์ กลุ่มไลน์เป็นการจัดตั้งกลุ่มไลน์ต่างๆ สามารถที่จะจัดตั้งกลุ่มได้ง่ายและสะดวก โดยมีสมาชิกกลุ่มเป็นต้น เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มสมาชิกได้อย่างรวดเร็ว ในส่วนของ

เทศบาลนครสกลนครก็ได้มีการจัดตั้งกลุ่มไลน์ไว้หลายกลุ่ม ทั้งระดับเทศบาล ระดับหน่วยงาน ระดับแผนกและแผนงานเฉพาะ เพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน โดยการที่สมาชิกกลุ่มเป็นประชาชนสามารถร้องเรียนร้องทุกข์ได้โดยตรง ก็จะมีไลน์กลุ่มใหญ่สามกลุ่ม ได้แก่กลุ่มเทศบาลนครสกลนครเพื่อแจ้งข้อมูลสำหรับภายในองค์กร กลุ่มกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เพื่อแจ้งข้อมูลไปยังบุคลากรและไลน์สายด่วนเทศบาลเวลาประชาชนมีปัญหาที่สามารถแจ้งผ่านไลน์กลุ่มนี้ได้

- **สื่อสิ่งพิมพ์**ในด้านของสื่อสิ่งพิมพ์มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรม โครงการ ผลการดำเนินงานของเทศบาลนครสกลนครเพื่อให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องข้อมูล ดำเนินการผลิตโดยกองบรรณาธิการและคณะทำงานผู้ผลิตวารสารเทศบาลนครสกลนคร วิธีการเผยแพร่คณะทำงานส่งวารสารไปยัง 43 ชุม ในเขตเทศบาลนครสกลนครตลอดจนส่งไปยังหน่วยงานภาครัฐ เอกชน สถานที่สำคัญ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เทศบาลนครสกลนครได้ดำเนินการจัดทำโดยเทศบาลนครสกลนครได้จัดทำวารสารเผยแพร่ผลงาน โครงการ กิจกรรมต่างๆ ทุก 3 เดือน กลุ่มเป้าหมายเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนทุกชุมชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต่างๆ ที่อยู่นอกเขตเทศบาลนครสกลนคร จำนวนที่จัดพิมพ์เผยแพร่ในแต่ละครั้ง จำนวน 2, 500 เล่ม ทางกองสาธารณสุขได้จัดทำวารสารเทศบาลนครสกลนคร จดหมายข่าว แผ่นพับประชาสัมพันธ์ และใบปลิวประชาสัมพันธ์เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม, การสร้างเสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ

- **วิทยุ/เสียงตามสาย**การเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม โครงการ ผลการดำเนินงาน เทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง วิธีการผลิตรวบรวมข่าวสารสำคัญทำจากหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกเรียบเรียงออกอากาศ วิธีการเผยแพร่ผ่านระบบเสียงตามสายภายในเขตเทศบาลนครสกลนคร ออกอากาศ จันทร์ – ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 12.00 เป็นต้นไป การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงเทศบาลนครสกลนคร ได้ว่าจ้างชื่อเวลาจากสถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพบก หน่วยทหารพัฒนา909 คลื่น 94.75 MHZ ออกอากาศในวันเสาร์ ช่วงเวลา 12.00-13.00 นาฬิกา โดยมีพิธีกรดำเนินรายการเป็นเจ้าหน้าที่จากเทศบาลนครสกลนคร ในแต่ละสัปดาห์จะรวบรวมข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานไปประชาสัมพันธ์ออกอากาศ โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนทั่วไปที่ติดตามรายการ ทั้งประชาชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร และนอกเขตเทศบาลนครสกลนคร เพื่อให้ได้ทราบข้อมูลและผลงาน โครงการ กิจกรรมต่างๆ ของเทศบาลนครสกลนคร สำหรับการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบเสียงตามสายมีทั้งระบบเสียงตามสายของเทศบาลและระบบเสียงตามสายที่ติดตั้งในเขตชุมชนมีทั้งหมด 43 ชุมชน ประชาสัมพันธ์ผ่าน

ทางเสียงตามสายเทศบาลนครสกลนครและของชุมชน และวิทยุชุมชนเกี่ยวกับเรื่อง เรื่องการจัดการ สิ่งแวดล้อม, การสร้างเสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวัง โรคติดต่อ

- **รถกระจายเสียงเคลื่อนที่**วัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม โครงการ ตลอดจนข่าวสารที่ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนอย่างเร่งด่วน หรือเป็นข่าวสาร ที่เน้นประชาสัมพันธ์เฉพาะกลุ่ม โคนมีเป้าหมายเป็นประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ โดยมีวิธีการผลิต วัสดุสาระสำคัญของข่าวสารพร้อมการถ่ายทอดสู่ผู้รับสารอย่างเข้าใจง่ายถูกต้องตรงประเด็น วิธีการเผยแพร่ดำเนินการเผยแพร่โดยเปิดประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ของเทศบาลนครสกลนคร รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงประชาชนได้รวดเร็ว โดยเฉพาะใน สถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น แจกเตือนประชาชน ให้ระมัดระวังเรื่องอัคคีภัย วาตภัย อุทกภัย โดยเทศบาล จะออกรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ แจกเตือนไปยังชุมชนต่างๆ ภายในเทศบาล และทั้ง 43 ชุมชน รถแห่งประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกลนครในเรื่องของ เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม, การสร้าง เสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ

- **กิจกรรม/โครงการ**โครงการเป็นแผนย่อยที่ประกอบด้วยกิจกรรมหลายๆ กิจกรรม หรืองานหลายงานต้องมีความชัดเจน ที่ระบุรายละเอียดชัดเจน โดยมีวัตถุประสงค์และ เป้าหมาย ระยะเวลาดำเนินการ กิจกรรมการดำเนินงาน สถานที่ดำเนินการ งบประมาณที่ใช้ในการ ดำเนินการ ผู้รับผิดชอบตลอดจนผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ มีความเชื่อมั่นสูง มีความเป็นไปได้ และหากเปลี่ยนผู้ดำเนิน โครงการหรือจัดการโครงการก็สามารถประสบความสำเร็จได้ใกล้เคียงกัน หรือเกิดผลลัพธ์เท่าเทียมหากนำโครงการนั้นไปดำเนินการที่อื่นๆ การประเมินผล โครงการที่ดี ต้องสามารถประเมินได้ว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนิน โครงการ มีความแตกต่างมากน้อยเพียงใด

“ด้านการพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลเทศบาลนครสกลนครได้พัฒนาการ ผลิตสื่อมัลติมีเดียให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยพัฒนาการนำเสนอข่าวสารให้ครบถ้วนทุกด้าน อย่างรวดเร็วและเป็นปัจจุบัน”

(เสงี่ยม พ้อธานี, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“ด้านการเผยแพร่ จะเป็นสื่อไลน์ เฟซบุ๊ก ที่มีการส่งข้อมูลมาจาก หน่วยงานใหญ่ๆ ที่เป็นข้อมูลข่าวสารที่ดี ก็จะมีการแชร์ต่อไปยังประชาชนชุมชน”

(โสภณ ดอนโคตรจันทร์, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2563)

“ด้านการพัฒนาระบบการสื่อสารทางโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค พัฒนาระบบเสียงตามสาย พัฒนาระบบการผลิตวารสาร จดหมายข่าวให้เป็นปัจจุบันและทันสมัย”

(พิศาล อุทธา, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ด้านการเผยแพร่เทศบาลนครสกลนครได้ใช้สื่อออนไลน์อีกทั้งยังมีเสียงตามสายอยู่ประจำทุกวัน ในการสื่อสารกับประชาชนที่ทันสมัยและคืออยู่แล้ว”

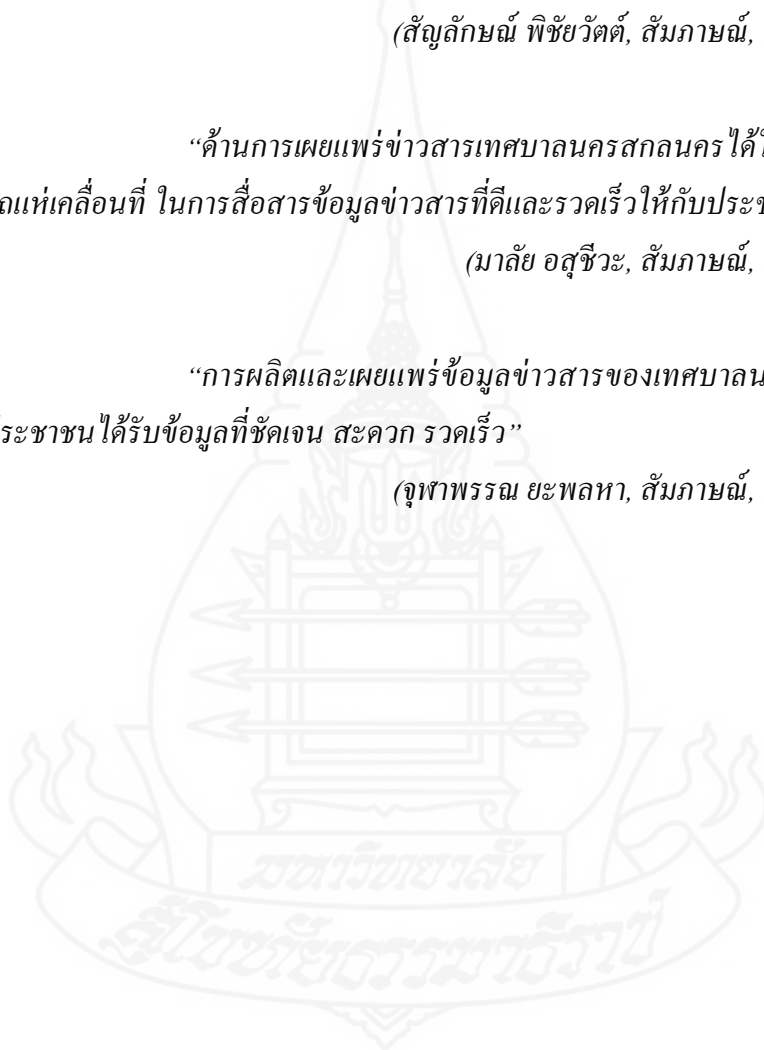
(สัญญาภรณ์ พิชัยวัฒน์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“ด้านการเผยแพร่ข่าวสารเทศบาลนครสกลนครได้ใช้สื่อออนไลน์ เสียงตามสาย รถแห่เคลื่อนที่ ในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่ดีและรวดเร็วให้กับประชาชน”

(มาลัย อสุชีวะ, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563)

“การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลนครสกลนครมีความทันสมัย ประชาชนได้รับข้อมูลที่ชัดเจน สะดวก รวดเร็ว”

(จุฬารัตน์ ยะพลหา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2563)



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัย “การจัดการการประชาสัมพันธ์ องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ 2) รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์องค์กร 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กร โดยในบทที่ 5 ประกอบด้วยสรุปผลการวิจัยการอภิปรายผลข้อเสนอแนะมีรายละเอียดได้กล่าวเป็นลำดับดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนครผลการศึกษาวิจัยได้ข้อมูลตรงกันว่า 1) ข่าวกวามเคลื่อนไหวของผู้นำองค์กรและบุคลากร (1.1) ประเด็นการปฏิบัติหน้าที่ตามนโยบาย (1.2) ประเด็นปัญหาการบรรเทาทุกข์ อุทกภัย ภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคติดต่อ และอื่นๆ (1.3) ประเด็นการพัฒนา (1.4) ประเด็นการยกย่องและการได้รับรางวัลเกียรติของผู้นำ (1.5) ประเด็นการลงพื้นที่พบปะประชาชนเนื่องในวาระงานประเพณี วัฒนธรรมเทศการงานบุญและอื่นๆ (1.6) ประเด็นการลงตรวจเยี่ยมประชาชนประจำเดือน และ (1.7) ประเด็นตามวาระอื่นๆ ตามความเหมาะสม ได้แก่ กิจกรรม การนำเสนอกิจกรรมการลงพื้นที่ของนายกเทศมนตรีนครสกลนครตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรมโครงการที่ได้กำหนดไว้ 2) สาระความรู้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ เนื้อหาเกี่ยวกับสาระความรู้แบ่งออกเป็น (2.1) ด้านสุขภาพอนามัยและภัยใกล้ตัว (2.2) ด้านภัยพิบัติและการเฝ้าระวังภัยธรรมชาติการเตือนภัย (2.3) ด้านประเพณีวัฒนธรรม (2.4) ด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว และ (2.5) การแจ้งสิทธิประโยชน์แก่ประชาชน 3) ผลการดำเนินงาน แบ่งออกตามยุทธศาสตร์การพัฒนาดังนี้ (3.1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน (3.2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม (3.3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสังคม (3.4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ข่าวกวามเคลื่อนไหวองค์กรและบุคลากร การนำเสนอข่าวกวามเคลื่อนไหวขององค์กรได้นำเสนอด้านแผนการพัฒนาโครงการต่างๆ ของเทศบาลนครสกลนคร การนำเสนอข่าวกวามเคลื่อนไหวของผู้นำนั้น ได้เสนอด้านการลงพื้นที่ของผู้นำองค์กรและเจ้าหน้าที่ในด้านการตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการ ที่ได้กำหนดไว้

ด้านความเคลื่อนไหวของบุคลากรได้นำเสนอด้านบุคลากรดีเด่นและเยาวชนคนเก่งของเทศบาลนครสกนนคร ฉะนั้น จึงไม่พบปัญหาเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวขององค์กรและบุคลากร แต่มีการขับเคลื่อนงานตามแผนพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นผู้ปฏิบัติควรตระหนักอยู่ตลอดเวลาว่าเรื่องราวใดที่เกิดขึ้นแล้ว หรือกำลังจะเกิดขึ้น พอจะเขียนเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ได้ ทั้งนี้ จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับองค์กร และผู้บริหารทุกระดับ รวมทั้งบุคลากรอย่างกว้างขวาง และมีมนุษยสัมพันธ์ที่จะประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลเบื้องต้นมาศึกษา แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม แล้วลงมือเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ต่อไปสาระด้านความรู้เทศบาลนครสกนนคร ได้เข้าตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม อาทิเช่น ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุผ่านโครงการ โรงเรียนผู้สูงอายุของเทศบาลนครสกนนคร และสื่อโซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊กแฟนเพจ, เว็บไซต์เทศบาลนครสกนนคร เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบถึงหลักการและเหตุผลของการดำเนินโครงการเทศบาลนครสกนนคร

1.2 รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกนนคร การใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกนนคร ประกอบด้วย 1) สื่อเว็บไซต์นั้นมีการวางแผนขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบงานดังต่อไปนี้ (1.1) จัดประชุมคณะทำงานประชาสัมพันธ์ (1.2) กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ (1.3) ประสานรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริงจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (1.4) ตรวจคัดข่าว (1.5) จัดทำข่าว บทสัมภาษณ์ บทแถลงข่าวชี้แจงข่าว ฯลฯ (1.6) ขอความเห็นชอบในการเผยแพร่ข่าว จากฝ่ายที่รับผิดชอบงาน (1.7) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (1.8) รายงานผลการปฏิบัติงาน (1.9) โต้ตอบการสื่อสารจากผู้รับสาร(ประชาชน)ในการซักถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารนั้นๆ จนออกมาเป็นข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอผ่านสื่อเว็บไซต์ในทุกวันอย่างสม่ำเสมอโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม 2) เฟซบุ๊กส่วนใหญ่พบว่าเฟซบุ๊กของเทศบาลนครสกนนคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม โครงการ ภายใต้การบริหารของคณะผู้บริหารและการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ทุกภาคส่วนของเทศบาลนครสกนนคร กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งส่วนใหญ่เนื้อหาในเฟซบุ๊กจะใช้เนื้อหาเดียวกับเนื้อหาในเว็บไซต์ในการนำเสนอ ทั้งนี้ยังมีการถ่ายทอดสดการนำเสนอข่าวสารอย่างรวดเร็ว 3) ไลน์ ในส่วนของเทศบาลนครสกนนครก็ได้มีการจัดตั้งกลุ่มไลน์ไว้หลายกลุ่ม ทั้งระดับเทศบาล ระดับหน่วยงาน ระดับแผนกและแผนงานเฉพาะ เพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน โดยการที่สมาชิกกลุ่มเป็นประชาชนสามารถร้องเรียนร้องทุกข์ได้โดยตรงก็จะมี ไลน์กลุ่มใหญ่สามกลุ่ม ได้แก่กลุ่ม เทศบาลนครสกนนครเพื่อแจ้งข้อมูลสำหรับภายในองค์กร กลุ่มกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เพื่อแจ้งข้อมูลไปยังบุคลากรและ ไลน์สายด่วนเทศบาลเวลาประชาชนมีปัญหา ก็สามารถแจ้งผ่าน ไลน์กลุ่มนี้ได้ 4) สิ่งพิมพ์ (4.1) จัดทำแผนการผลิตสื่อ

ประชาสัมพันธ์ (4.2) กำหนดแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ (4.3) ประสาน รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสื่อต่างๆ (4.4) ขอความเห็นชอบในการจัดทำสื่อจากกรมฯ (4.5) ออกแบบสื่อ (4.6) ติดตามภารกิจของผู้บริหารและของกรมฯ เป็นประจำวัน (4.7) บันทึกภาพกิจกรรมต่างๆ ของกรม โดยภาพนิ่งและวิดีโอ (4.8) สนับสนุนการจัดทำป้ายต่างๆ ของหน่วยงาน (4.9) พัฒนารูปแบบในการผลิตสื่อ (4.10) ประมวลภาพกิจกรรมในแต่ละวัน (4.11) รายงานผลการปฏิบัติงาน 5) วิทยู/เสียงตามสาย วิทยู/เสียงตามสาย วิธีการผลิตรวบรวมข่าวสารสำคัญทำจากหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกเรียบเรียงออกอากาศ วิธีการเผยแพร่ ผ่านระบบเสียงตามสายภายในเขตเทศบาลนครสกลนคร ออกอากาศ จันทร์ – ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 12.00 เป็นต้นไป การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงเทศบาลนครสกลนคร 6) รถกระจายเสียงเคลื่อนที่ รถกระจายเสียงเคลื่อนที่ ส่วนใหญ่พบว่า การเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมโครงการตลอดจนข่าวสารที่ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนอย่างเร่งด่วน หรือเป็นข่าวสารที่เน้นประชาสัมพันธ์เฉพาะกลุ่ม โคนมีเป้าหมายเป็นประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ โดยมีวิธีการผลิตสรุปสาระสำคัญของข่าวสารพร้อมการถ่ายทอดสู่ผู้รับสารอย่างเข้าใจง่ายถูกต้องตรงประเด็น วิธีการเผยแพร่ดำเนินการเผยแพร่โดยเปิดประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ของเทศบาลนครสกลนคร รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงประชาชนได้รวดเร็ว โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น แจกเตือนประชาชน ให้ระมัดระวังเรื่องอัคคีภัย วาตภัย อุทกภัย โดยเทศบาลจะออกรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ แจกเตือนไปยังชุมชนต่างๆ ภายในเทศบาล และทั้ง 43 ชุมชน รถประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกลนครในเรื่องของการจัดการสิ่งแวดล้อม, การสร้างเสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ

1.3 แนวทางการพัฒนาการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร มีผลการศึกษา ประกอบด้วย 1) ประเด็นและเนื้อหา เทศบาลนครสกลนครมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญในด้านการกิจของเทศบาลนครสกลนครเพื่อให้ครบในทุกๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัย ส่วนใหญ่พบว่า ประเด็นด้านเนื้อหามุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญในด้านการกิจของเทศบาลนครสกลนครเพื่อให้ครบในทุกๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ ประเด็นด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและประเด็นด้านการส่งเสริมสุขภาพ ภายในคือ พัฒนาระบบเสียงตามสายให้ครอบคลุมทุกชุมชน มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบ และเผยแพร่ให้ทั่วถึงทุกชุมชน ภายในคือ พัฒนาศักยภาพผู้นำองค์กร ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน อสม. เพื่อช่วยสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นข่าวประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ต้องรับผิดชอบจัดทำเผยแพร่ 2) การผลิตและเผยแพร่ ส่วนใหญ่พบว่า ด้านการพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลเทศบาลนครสกลนครได้พัฒนาการผลิต

สื่อมัลติมีเดียให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยพัฒนาการนำเสนอข่าวสารให้ครบถ้วนทุกด้านอย่างรวดเร็วและเป็นปัจจุบัน พัฒนาระบบการสื่อสารทางโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค พัฒนาระบบเสียงตามสาย พัฒนาระบบการผลิตวารสาร จดหมายข่าวให้เป็นปัจจุบันและทันสมัย แนวทางการพัฒนาการผลิตและการเผยแพร่ เทศบาลนครสกลนคร ได้พัฒนาการผลิตสื่อมัลติมีเดียให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยพัฒนาการนำเสนอข่าวสารให้ครบถ้วนทุกด้านอย่างรวดเร็วและเป็นปัจจุบัน จึงไม่พบปัญหาแต่มีการดำเนินงานโดยต่อเนื่องในทุกๆ ปี

2. อภิปรายผล

2.1 ประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร
ผลการวิจัยพบว่า ผลการศึกษาวิจัยได้ข้อมูลตรงกันว่าข่าวความเคลื่อนไหวของผู้นำองค์กรและบุคลากรของเทศบาลนครสกลนคร มีการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของผู้นำและบุคลากรตามประเด็นเนื้อหาดังต่อไปนี้

(1) ประเด็นการปฏิบัติหน้าที่ตามนโยบาย ได้แก่ กิจกรรม การนำเสนอกิจกรรม การลงพื้นที่ของนายกเทศมนตรีนครสกลนครตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรมโครงการที่ได้กำหนดไว้ประชุมการจัดระเบียบแม่ค้าหน้า โรงพยาบาลศูนย์สกลนคร, ประชุมเตรียมมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19, การประชุมคณะผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการเทศบาลนครสกลนคร, ประชุมปรึกษาหารือการจัดงานประเพณีท้องถิ่นของเทศบาลนครสกลนคร, ประชุมประจำเดือนมีนาคมและเมษายน 2563 ณ โรงเรียนเทศบาล 2 จังหวัดสกลนคร, ประชุมสภาเทศบาลนครสกลนคร สมัยที่ 2 ครั้งที่ 1 ประจำปี 2563 เป็นต้น

(2) ประเด็นปัญหาการบรรเทาทุกข์ อุทกภัย ภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคติดต่อ และอื่นๆ ได้แก่ กิจกรรมล้างทำความสะอาดในเขตเทศบาลเพื่อป้องกันเชื้อ COVID-19 ตลาดสดเทศบาลฯ ถ.ประชาราษฎร์, นำข้าวกล่องพร้อมข้าวสารอาหารแห้ง มอบให้พนักงานคัดแยกขยะ ณ บ่อกำจัดขยะเทศบาลนครสกลนคร, นายกเทศมนตรีนครสกลนคร พร้อมด้วยคณะผู้บริหารเทศบาลนครสกลนคร ลงพื้นที่สำรวจตรวจสอบและให้การช่วยเหลือ บ้านของ นางอัมพร ภูวงส์บัตร อายุ 70 ปี พิกัดเดินไม่ได้, ร่วมประชุมปรึกษาหารือแนวทางการปฏิบัติในการดำเนินกิจกรรมโครงการ "จิตอาสาฯ ร่วมใจป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษ, เพื่อช่วยเหลือครอบครัว ผู้ประสบอัคคีภัย ที่ถูกเพลิงไหม้บ้าน จำนวน 5 หลัง, สำรวจความเสียหายเหตุเพลิงไหม้ที่บริเวณซอยเจริญเมือง 16 กับซอยกำจัดภัย 9 เขตเทศบาลนครสกลนครพร้อมมอบสิ่งของอุปโภคบริโภค, ร่วมต้อนรับ

ผู้ตรวจการฯ พม. (นายสุรินทร์ ขวัญทอง) มอบรถโยกคนพิการ และศึกษาดูงานชุมชนมะขามป้อม ณ แหล่งเรียนรู้ชุมชนมะขามป้อม จังหวัดสกลนคร เป็นต้น

(3) ประเด็นการพัฒนา ได้แก่ กิจกรรมจิตอาสา นายกเทศมนตรีนครสกลนคร ร่วมกิจกรรม Kick off " จวนผู้ว่ามีรัก ปลุกผักกินเอง " ณ จวนผู้ว่าราชการจังหวัดสกลนคร, กิจกรรมอบรมให้ความรู้การป้องกันและควบคุมโรคติดต่อใหม่ ไวรัสโคโรนา 2019 และปล่อยแถวแจกแอลกอฮอล์เจลในเขตเทศบาล, กิจกรรมล้างทำความสะอาดตลาดในเขตเทศบาลเพื่อป้องกันเชื้อ COVID-19 (ได้รณรงค์ลอยหน้าเทศบาล, ถนนคูเมืองหน้าโรงแรมเอ็มเจ, ศาลจังหวัดสกลนคร, ร่วมเป็นเกียรติในพิธีเปิดโครงการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพเพื่อเพิ่มทางเลือกในการสร้างรายได้ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและป้องกันปัญหาการค้ามนุษย์ ณ ศาลาอเนกประสงค์ชุมชนมะขามป้อม เป็นต้น

(4) ประเด็นการยกย่องและการได้รับรางวัลเกียรติของผู้นำ ได้แก่ เทศบาลนครสกลนคร ได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับที่ 3 โครงการ "ประกวดเทศบาลไทย ใส่ใจลดโลกร้อน" ปี 3, เทศบาลนครสกลนครได้รับรางวัลที่ได้รับเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาหรือมีสถานศึกษาในสังกัด เป็นต้น

(5) ประเด็นการลงพื้นที่พบปะประชาชนเนื่องในวาระงานประเพณี วัฒนธรรมเทศกาลงานบุญและอื่นๆ คณะผู้บริหารเทศบาลนครสกลนคร พร้อมท่านผู้ว่าราชการจังหวัดสกลนคร เข้ากราบนมัสการพระอาจารย์สุธรรม, ร่วมงานรัฐพิธีวันคล้ายวันสวรรคตสมเด็จพระนเรศวรมหาราช, ไหว้ศาลพระพรหมเนื่องในวันเทศบาลฯ, ออกตรวจเยี่ยม ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ที่อยู่ในสังกัดเทศบาลนครสกลนคร เพื่อดูแลความเรียบร้อย และปรับปรุงซ่อมแซม ส่วนที่ชำรุด ก่อนเปิดภาคเรียน, ร่วมประชมงานประเพณี แห่ปราสาทผึ้งและแข่งขันเรือยาวประเพณี เป็นต้น

(6) ประเด็นการลงตรวจเยี่ยมประชาชนประจำเดือน ได้แก่ ออกตรวจเยี่ยมร้านค้า พร้อมให้คำแนะนำแนวทางการปฏิบัติในการให้บริการ, ตรวจพื้นที่รับมอบจากสำนักงานการศึกษาแห่งประทศไทย จังหวัดสกลนคร ณ สำนักงานการศึกษาแห่งประทศไทย จังหวัดสกลนคร, ร่วมตรวจความพร้อมของสถานศึกษา โรงเรียนในสังกัดเทศบาลนครสกลนคร ก่อนเปิดภาคเรียน ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2563 ณ โรงเรียนเทศบาล 4 จังหวัดสกลนคร, ตรวจสภาพการจราจร หน้าเรือนจำเก่า หน้าโรงเรียนอนุบาลสกลนคร / โรงเรียนเชิงชุมราษฎร์นุกูลและหน้าโรงเรียนสกลราชวิทยานุกูล, ออกเยี่ยมจุดบริการการแสดงตนของผู้สูงอายุ ณ ชุมชนกลางธงชัย ชุมชนกกส้มโอง ชุมชนบ้านธาตุ ชุมชนมะขามป้อม ชุมชนบ้านเอื้อ และชุมชนหนองสนม จังหวัดสกลนครจังหวัดสกลนคร เป็นต้น

(7) ประเด็นตามวาระอื่นๆ ตามความเหมาะสม ร่วมพิธีวางพานพุ่มวันพระบิดาแห่งมาตรฐานการช่างไทยร่วมเป็นเกียรติในพิธีเปิดกิจกรรมรับมืออุบัติเหตุทางการแพทย์ เนื่องในโอกาสเฉลิมพระชนมพรรษา 3 มิถุนายน 2563 เป็นต้น

จากการศึกษาสรุปได้ว่า ข่าวกวามเคลื่อนไหวขององค์กรและบุคลากร การนำเสนอข่าวกวามเคลื่อนไหวขององค์กรได้นำเสนอด้านแผนการพัฒนาโครงการต่างๆ ของเทศบาลนครสกลนคร การนำเสนอข่าวกวาม

เคลื่อนไหวของผู้ใช้นั้นได้เสนอด้านการลงพื้นที่ของผู้นำองค์กรและเจ้าหน้าที่ในด้านการตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการ ที่ได้กำหนดไว้ ด้านความเคลื่อนไหวของบุคลากรได้นำเสนอด้านบุคลากรดีเด่นและเยาวชนคนเก่งของเทศบาลนครสกลนคร ฉะนั้นจึงไม่พบปัญหาเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวขององค์กรและบุคลากร แต่มีการขับเคลื่อนงานตามแผนพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นผู้ปฏิบัติควรตระหนักอยู่ตลอดเวลาว่าเรื่องราวใดที่เกิดขึ้นแล้ว หรือกำลังจะเกิดขึ้น พอดีเขียนเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ได้ ทั้งนี้ จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับองค์กร และผู้บริหารทุกระดับ รวมทั้งบุคลากรอย่างกว้างขวาง และมีมนุษย์สัมพันธ์ที่จะประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลเบื้องต้นมาศึกษา แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม แล้วลงมือเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ต่อไปซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิริยา ศิริวรรณ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กร (คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล) เรื่องที่ไม่อาจมองข้าม พบว่าแนวทางแก้ไขปัญหาการสื่อสารภายในองค์กรเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการความหมายต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารเพื่อให้เกิดการพัฒนาการปฏิบัติงานให้เป็นที่ไปตามวิสัยทัศน์การสร้างควมตระหนักในหน้าที่เพื่อนำองค์กร ไปสู่ความสำเร็จเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน รวมถึงความเข้าใจอันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหาร โดยแนวทางการแก้ไขปัญหอาจทำได้ด้วยการทบทวนนโยบายและกลยุทธ์ที่สื่อข้อมูลข่าวสารให้บุคลากรทั้ง องค์กรเกิดความเข้าใจที่ตรงกันและปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันลดการเกิดข่าวลือด้วยการให้ข้อเท็จจริงนำ ปัญหาที่เกิดจากการสื่อข้อมูลข่าวสาร ไปหาหรือแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหา และป้องกันการเกิดปัญหาจากการ สื่อข้อมูลข่าวสารที่บิดเบือน การสื่อข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบเท่าที่จำเป็น ต้องรู้ไม่มากหรือน้อยจนเกินไป การเพิ่มเส้นทางในการสื่อสารในองค์กรได้แก่การสื่อสาร จากเบื้องล่างขึ้นสู่เบื้องบน การสื่อสารตามแนวนอนและการสื่อสารข้ามสายงาน การสื่อสารในหัวข้อที่ต้องการย้ำให้กระทำซ้ำสร้างจิตสำนึกในการรับรู้การจดจำพัฒนาทักษะให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารเกี่ยวกับความรู้และความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารให้มากขึ้น

2.2 ด้านศึกษาประเด็นและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกจนครผลการศึกษาวิจัยพบว่า

2.2.1 ด้านข่าวความเคลื่อนไหวของผู้นำองค์กร การนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวขององค์กรได้นำเสนอด้านแผนการพัฒนาโครงการต่างๆ ของเทศบาลนครสกจนคร การนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของผู้นำนั้น ได้เสนอด้านการลงพื้นที่ของผู้นำองค์กรและเจ้าหน้าที่ในด้านการตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการ ที่ได้กำหนดไว้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุสดี บำรุงกิจ (2550: 38) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน หรือบุคคลที่ปฏิบัติเพื่อชนะใจประชาชน รวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้าใจถึงนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กรโดยการเผยแพร่กระจายข่าวสารทางเครื่องมือสื่อสารต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์และภาพยนตร์ และเป็นวิธีการที่ช่วยส่งเสริมให้สถาบัน องค์กร ชุมชน หรือกลุ่มคน มีความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์

2.2.2 ด้านความเคลื่อนไหวของบุคลากร ได้นำเสนอด้านบุคลากรดีเด่นและเยาวชนคนเก่งของเทศบาลนครสกจนคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัลย์ณรัตน์ ศรีไสย (2546) พบว่า การพัฒนาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ต้องเน้นด้านบุคคล คือ ต้องเน้นความพร้อมและความเข้าใจในระบบการบริการของบุคคล

2.2.3 ด้านสาระความรู้ การตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม อาทิ เช่น ด้านการพัฒนาคุณภาพผู้สูงอายุ ผ่านโครงการ โรงเรียนผู้สูงอายุ ของเทศบาลนครสกจนคร นำเสนอการดำเนินงานผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (วารสารเทศบาลนครสกจนคร) และ โซเชียลมีเดีย (Facebook fan page, เว็บไซต์ของเทศบาล) เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้ประชาชนและผู้สนใจได้รับทราบถึงหลักการและเหตุผลของการดำเนินโครงการ โดยเทศบาลนครสกจนคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิเทศ จันทร์โทมุข (2534) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษากระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในวิทยาลัยนาฏศิลป์ พบว่า วิทยาลัยนาฏศิลป์ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ครบถ้วนทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านวิจัย-การรับฟัง ด้านการวางแผน-การตัดสินใจ ด้านการสื่อสาร-การปฏิบัติ และด้านประเมินผล โดยปฏิบัติภารกิจและดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ปัญหาที่พบคือ งบประมาณไม่เพียงพอ บุคลากรไม่เพียงพอและขาดผู้ที่มีความรู้ความสามารถด้านประชาสัมพันธ์ซึ่งได้แก้ไขปัญหา โดยขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน ตลอดจนประชาชนร่วมบริจาค การอบรมหลักสูตรต่างๆ ให้กับข้าราชการประชาชนที่สนใจอย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ทำให้งานประชาสัมพันธ์ดำเนินการไปได้ด้วยดี

2.2.4 ด้านผลการดำเนินงาน ประชาชนและผู้สนใจได้มีโอกาสรับทราบการดำเนินโครงการผ่านช่องทางการสื่อสารที่กำหนดได้เรื่องผลการดำเนินงานศูนย์จัดการขยะมูลฝอยรวมเทศบาลนครสกลนคร เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลการดำเนินงาน ศูนย์จัดการขยะมูลฝอยรวมเทศบาลให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนได้เข้าร่วม รายละเอียดกิจกรรมเทศบาลนครสกลนครค้ก่อสร้างศูนย์จัดการขยะมูลฝอยรวมเทศบาลนครสกลนคร เมื่อปี พ.ศ. 2561 โดยเริ่มทดลองเก็บระบบในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2561 ระยะเวลาของการเก็บระบบก็ประสบปัญหาขัดข้องพอสมควรและได้รับการแก้ไขเรื่อยมา เป็นระบบสายพานคัดแยกขยะสามารถนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาปี 2562 จำหน่ายวัสดุรีไซเคิลไปแล้ว จำนวน 120 ตัน ได้ผลผลิตวัสดุปรับปรุง จำนวน 5 ตัน และได้พลาสติกอัดก้อน จำนวน 200 ตัน ซึ่งนำไปผลิตน้ำมันเพื่อโรงงานผลิตน้ำมันจากพลาสติกก่อสร้างแล้วเสร็จศึกษาการผลิตและการเผยแพร่สื่อการผลการดำเนินงานที่ผ่านมาได้รับตอบรับและความร่วมมือกับประชาชน ชุมชนผู้ประกอบการ และหน่วยงานต่างๆ เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจจิมา สำเภางิน (2561) ศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าของกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช พบว่า รูปแบบในการสื่อสารเพื่อมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ และสัตว์ป่าประกอบด้วย 1) การสื่อสารขององค์กร คือ การสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมตามภารกิจและเป้าหมายขององค์กรซึ่งสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล โดยรูปแบบการสื่อสารของเพจมีการนำเสนอด้วย ภาพ วีดีโอ บทความ กิจกรรม และการสนทนา 2) พฤติกรรมของกลุ่มแฟนเพจกรมอุทยานแห่งชาติฯ ที่แสดงออก ประกอบด้วย การกดถูกใจ การส่งต่อข้อมูล และการแสดงความคิดเห็น 3) การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าของกลุ่มแฟนเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช แบ่งออกเป็น การปฏิบัติตนในการอนุรักษ์ สนับสนุน/ส่งเสริมการเสนอแนะ และด้านอื่นๆ ซึ่งผลของการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับเป้าหมายตามภารกิจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเพจ คือเวลาที่โพสต์ เนื้อหาที่โพสต์

2.3 รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ผลการศึกษาวิจัยสภาพปัญหา พบว่า

2.3.1 เว็บไซต์ ส่วนใหญ่พบว่าเว็บไซต์ของเทศบาลนครสกลนครโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม โครงการ ภายใต้การบริหารของคณะผู้บริหารและการขับเคลื่อนกิจกรรมโครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ทุกภาคส่วนของเทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นประชาชนและผู้สนใจ วิธีการผลิตและเผยแพร่โดยวิธีการบันทึกภาพ, เสียงจากกิจกรรม ชื่อกิจกรรมโครงการ, สรุปสาระสำคัญของโครงการ นำเสนอผ่านงานที่กำหนดไว้เพื่อประชาสัมพันธ์เทศบาลนครสกลนครได้จัดทำเว็บไซต์หน่วยงาน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

ประชาสัมพันธ์เผยแพร่หน่วยงานร่วมทั้งผลงาน โครงการกิจกรรมต่างๆ ให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนได้รับทราบ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนเป็นจำนวนมาก โดยมีรหัสผ่านเข้าระบบ www.sakoncity.go.th เทศบาลนคร สกลนคร ซึ่งเป็นวิธีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ง่าย สะดวก และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง รวดเร็วเว็บไซต์ กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครสกลนครแจ้งข้อมูลการสร้างเสริม สุขภาพ,การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ เพื่อให้ประชาชนและผู้ที่มีความ สนใจ ทราบถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบอร์โล (Berlo, 1960) ได้อธิบายการสื่อสารจะประสบความสำเร็จและมีประสิทธิผลหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพ ขององค์ประกอบต่างๆ และได้แสดงปัจจัยที่ก่อให้เกิด ประสิทธิภาพขององค์ประกอบแต่ละ องค์ประกอบไว้ในแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในนามของ S M C R Model ซึ่งกระบวนการสื่อสารมีความสำคัญสำหรับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ใน โครงการ “ตลาดต้องชม” มีการดำเนินการรูปแบบและกระบวนการสื่อสารข่าวประชาสัมพันธ์ “ตลาดต้องชม” ที่มีกระบวนการ ส่งข้อมูลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยการใช้อีเมล หรือส่งคอมมอนไลน์ เพื่อให้ผู้รับสารมี ปฏิกริยาตอบสนองกลับของการทำงานของโครงการ “ตลาดต้องชม” กรมการค้าภายใน กระทรวง พาณิชย์ที่ได้กำหนดกลยุทธ์ไว้ด้านการประชาสัมพันธ์การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นหลัก ได้แก่ Twitter, Facebook, LINE, Instagram, YouTube ให้มีประสิทธิภาพของการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างค่านิยม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน สร้างความนิยม ชมชอบโดยเผยแพร่ข่าวสารให้กับประชาชน ได้ รับรู้ และเข้าใจ เพื่อป้องกันชื่อเสียงไม่ให้ เสื่อม เสียทั้งนี้ ได้ ตรงตามแนวคิดการสื่อสารของกระบวนการสื่อสาร ของ เบอร์โล (Berlo, 1960)

2.3.2 เฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่พบว่าเฟซบุ๊กของเทศบาลนครสกลนครโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม โครงการ ภายใต้การบริหารของคณะผู้บริหารและการขับเคลื่อน กิจกรรมโครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ทุกภาคส่วนของเทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นประชาชนและผู้ที่มีความสนใจ วิธีการผลิตและเผยแพร่โดยวิธีการบันทึกภาพ,เสียงจากกิจกรรม,สื่อ กิจกรรมโครงการ,สรุปสาระสำคัญของโครงการ นำเสนอผ่านงานที่กำหนดไว้เพื่อประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กเป็นอีกสื่อหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการรับข้อร้องเรียนและร้องทุกข์จาก ประชาชนได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว และทำให้สามารถแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน ได้อย่างรวดเร็วตามข้อร้องเรียนผ่านทางเฟซบุ๊ก กองสาธารณสุข มีเฟซบุ๊กชื่อ กองสาธารณสุขและ สิ่งแวดล้อม เทศบาลนครสกลนคร แจ้งข้อมูลการสร้างเสริมสุขภาพ,การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล และการเฝ้าระวังโรคติดต่อ เพื่อให้ประชาชนและผู้ที่มีความสนใจ ทราบถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ และ รับเรื่องร้องเรียนผ่านทางสื่อเฟซบุ๊กได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นทกฤษ ภพชนกนันท์ (2557)

ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้ การสื่อสาร และผลกระทบจากการใช้เฟซบุ๊ก ของนักศึกษาวิทยาลัยศรีปทุม พบว่าด้านวัตถุประสงค์การใช้เฟซบุ๊กผลวิเคราะห์โดยรวม 3 อันดับแรก ได้แก่ การเพื่อช่วยผ่อนคลายความเครียด การใช้เพื่อติดตามประเด็นข่าวในสังคม และการติดตามข้อมูลของคนรู้จัก ด้านประเภทข้อมูลข่าวสาร ผลวิเคราะห์โดยรวม 3 อันดับแรก ได้แก่ ข่าวสารที่สดใหม่ รวดเร็ว จับใจ ทันสมัย ข่าวสารที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด ช่วยให้สบายใจ และข่าวสารความบันเทิง สนุกสนาน ตื่นเต้นเร้าใจ ด้านภาษาที่ใช้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การใช้ภาษาไทย การใช้ภาษาแสดง และการใช้ภาษาแบบที่ไม่เป็นทางการ

2.3.3 แอปพลิเคชันไลน์ ส่วนใหญ่พบว่าไลน์กลุ่มของเทศบาลนครสกลนครโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม โครงการ ภายใต้การบริหารของคณะผู้บริหารและการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ทุกภาคส่วนของเทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง วิธีการผลิตและเผยแพร่โดยวิธีการบันทึกภาพเสียง จากกิจกรรม, ชื่อกิจกรรมโครงการ, สรุปสาระสำคัญของโครงการ นำเสนอผ่านงานที่กำหนดไว้เพื่อประชาสัมพันธ์ กลุ่มไลน์เป็นการจัดตั้งกลุ่มไลน์ต่างๆ สามารถที่จะจัดตั้งกลุ่มได้ง่ายและสะดวก โดยมีสมาชิกกลุ่มเป็นต้น เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มสมาชิกได้อย่างรวดเร็ว ในส่วนของเทศบาลนครสกลนครก็ได้มีการจัดตั้งกลุ่มไลน์ไว้หลายกลุ่ม ทั้งระดับเทศบาล ระดับหน่วยงาน ระดับแผนกและแผนงานเฉพาะ เพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน โดยการที่สมาชิกกลุ่มเป็นประชาชนสามารถร้องเรียนร้องทุกข์ได้โดยตรง ก็จะมีไลน์กลุ่มใหญ่สามกลุ่ม ได้แก่กลุ่มเทศบาลนครสกลนครเพื่อแจ้งข้อมูลสำหรับภายในองค์กร กลุ่มกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เพื่อแจ้งข้อมูลไปยังบุคลากรและไลน์สายด่วนเทศบาลเวลาประชาชนมีปัญหาก็สามารถแจ้งผ่านไลน์กลุ่มนี้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบอร์โล (Berlo, 1960) ได้อธิบายการสื่อสารจะประสบความสำเร็จและมีประสิทธิผลหรือไม่ ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพขององค์ประกอบต่างๆและได้แสดงปัจจัยที่ก่อให้เกิด ประสิทธิภาพขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบไว้ในแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในนามของ S M C R Model ซึ่งกระบวนการสื่อสารมีความสำคัญสำหรับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ใน โครงการ “ตลาดต้องชม” มีการดำเนินการรูปแบบและกระบวนการสื่อสารข่าวประชาสัมพันธ์ “ตลาดต้องชม” ที่มีกระบวนการส่งข้อมูลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยการใช้อีเมล หรือสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผู้รับสารมี ปฏิกริยาตอบสนองกลับของการทำงานของโครงการ “ตลาดต้องชม” กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ที่ได้กำหนดกลยุทธ์ไว้ด้านการประชาสัมพันธ์การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นหลัก ได้แก่ Twitter, Facebook, LINE, Instagram, YouTube ให้มีประสิทธิภาพของการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างค่านิยม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน สร้างความนิยมชมชอบโดยเผยแพร่

ข่าวสารให้กับประชาชน ได้ รั้บรู้ และเข้าใจ เพื่อป้องกันชื่อเสียงไม่ให้ เสื่อมเสียทั้งนี้ ได้ ตรงตามแนวคิด การสื่อสารของกระบวนการสื่อสาร ของ เบอร์โล (Berlo, 1960)

2.3.4 สิ่งพิมพ์ ส่วนใหญ่พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม โครงการ ผลการดำเนินงานของเทศบาลนครสกลนครเพื่อให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ข้อมูล ดำเนินการผลิตโดยกองบรรณาธิการและคณะทำงานผู้ผลิตวารสารเทศบาลนครสกลนคร วิธีการเผยแพร่คณะทำงานส่งวารสารไปยัง 43 ชุม ในเทศเทศบาลนครสกลนครตลอดจนส่งไปยัง หน่วยงานภาครัฐ เอกชน สถานที่สำคัญ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เทศบาลนครสกลนครได้ดำเนินการจัดทำโดยเทศบาลนครสกลนครได้จัดทำ วารสารเผยแพร่ผลงาน โครงการ กิจกรรมต่างๆ ทุก 3 เดือน กลุ่มเป้าหมายเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนทุกชุมชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ต่างๆ ที่อยู่นอกเขตเทศบาลนครสกลนคร จำนวนที่จัดพิมพ์เผยแพร่ในแต่ละครั้ง จำนวน 2,500 เล่ม ทางกองสาธารณสุขได้จัดทำวารสารเทศบาลนครสกลนคร จัดหมายข่าว แผ่นพับประชาสัมพันธ์ และใบปลิวประชาสัมพันธ์เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม, การสร้างเสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูล ฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบอร์โล (Berlo, 1960) ได้อธิบายการสื่อสารจะประสบความสำเร็จและ มีประสิทธิผลหรือไม่ ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพ ขององค์ประกอบต่างๆ และได้แสดงปัจจัยที่ก่อให้เกิด ประสิทธิภาพขององค์ประกอบแต่ละ องค์ประกอบไว้ในแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่รู้จักกันใน นามของ S M C R Model ซึ่งกระบวนการสื่อสารมีความสำคัญสำหรับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ใน โครงการ “ตลาดต้องชม” มีการดำเนินการรูปแบบและกระบวนการสื่อสารข่าวประชาสัมพันธ์ “ตลาดต้องชม” ที่มีกระบวนการ ส่งข้อมูลจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร ด้วยการใช้อย่างใหม่ หรือส่งคมออนไลน์ เพื่อให้ผู้รับสารมี ปฏิกริยาตอบสนองกลับของการทำงานของโครงการ “ตลาดต้องชม” กรมการค้าภายใน กระทรวง พาณิชย์ ที่ได้กำหนดกลยุทธ์ไว้ด้านการประชาสัมพันธ์การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นหลัก ได้แก่ Twitter, Facebook, LINE, Instagram, YouTube ให้มีประสิทธิภาพของการสื่อสารการ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างค่า นิยม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน สร้างความนิยมชมชอบ โดยเผยแพร่ข่าวสารให้กับประชาชน ได้ รั้บรู้ และเข้าใจ เพื่อป้องกันชื่อเสียงไม่ให้ เสื่อมเสียทั้งนี้ ได้ ตรงตามแนวคิดการสื่อสารของกระบวนการสื่อสาร ของ เบอร์โล (Berlo, 1960)

2.3.5 วิทยู/เสียงตามสายส่วนใหญ่พบว่า การเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม โครงการ ผลการดำเนินงานเทศบาลนครสกลนคร กลุ่มเป้าหมายประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง วิธีการผลิตรวบรวมข่าวสารสำคัญทำจากหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกเรียงเรียงออกอากาศ วิธีการเผยแพร่ ผ่านระบบเสียงตามสายภายในเขตเทศบาลนครสกลนคร ออกอากาศ จันทร์ – ศุกร์

ตั้งแต่เวลา 12.00 เป็นต้นไป การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง เทศบาลนครสกลนคร ได้ว่าจ้างซื้อเวลาจากสถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพบก หน่วยทหารพัฒนา 909 คลื่น 94.75 MHz ออกอากาศในวันเสาร์ ช่วงเวลา 12.00-13.00 นาฬิกา โดยมีพิธีกรดำเนินรายการเป็นเจ้าหน้าที่จากเทศบาลนครสกลนคร ในแต่ละสัปดาห์จะรวบรวมข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานไปประชาสัมพันธ์ออกอากาศ โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนทั่วไปที่ติดตามรายการทั้งประชาชนในเขตเทศบาลนครสกลนครและนอกเขตเทศบาลนครสกลนคร เพื่อให้ได้ทราบข้อมูลและผลงาน โครงการ กิจกรรมต่างๆ ของเทศบาลนครสกลนคร สำหรับการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบเสียงตามสายมีทั้งระบบเสียงตามสายของเทศบาลและระบบเสียงตามสายที่ติดตั้งในเขตชุมชนมีทั้งหมด 43 ชุมชน ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเสียงตามสายเทศบาลนครสกลนครและของชุมชน และวิทยุชุมชนเกี่ยวกับเรื่อง เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม, การสร้างเสริมสุขภาพ, การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิริยา ศิริวรรณ (2559) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กร (คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล) เรื่องที่ไม่อาจมองข้าม ได้ข้อสรุป พบว่าการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกองค์กรถือเป็นรากฐานที่สำคัญที่จะส่งผลให้เกิดความร่วมมืออันดี ระหว่างผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหาร ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ดี มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร เกิดการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่ดี ทำให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปในทิศทางที่ถูก ต้องตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ได้ การสื่อสารที่ชัดเจน ถูกต้องตรงไปตรงมา ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย จะสามารถเป็นแรงกระตุ้นให้เกิด การทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลสูงสุด การบริหารองค์กรจะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามยุคตามสมัยเพียงใด การสื่อสารภายในองค์กรก็ยังเป็นพื้นฐาน ที่สำคัญที่ควรใช้ให้เกิดประโยชน์ ใช้ในการสื่อสารไปในทิศทางเชิงบวก โดยอาจนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ได้ รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาประยุกต์ให้มากขึ้นเพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางสำหรับการสื่อสารภายในองค์กร ต่อไป

2.3.6 รถกระจายเสียงเคลื่อนที่ ส่วนใหญ่พบว่าวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมโครงการตลอดจนข่าวสารที่ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนอย่างเร่งด่วน หรือเป็นข่าวสารที่เน้นประชาสัมพันธ์เฉพาะกลุ่ม โคนมีเป้าหมายเป็นประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ โดยมีวิธีการผลิตสรุปสาระสำคัญของข่าวสารพร้อมการถ่ายทอดสู่ผู้รับสารอย่างเข้าใจง่ายถูกต้องตรงประเด็น วิธีการเผยแพร่ดำเนินการเผยแพร่โดยเปิดประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ของเทศบาลนครสกลนคร รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงประชาชนได้รวดเร็ว โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น แจ็งเตือนประชาชน ให้ระมัดระวังเรื่องอัคคีภัย วาตภัย อุทกภัย โดยเทศบาลจะออกรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ แจ็งเตือนไปยังชุมชนต่างๆ ภายในเทศบาล และทั้ง 43 ชุมชน รถแพร่ประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกลนครในเรื่องของ เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม,

การสร้างเสริมสุขภาพ,การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลและการเฝ้าระวังโรคติดต่อซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบอร์โล (Berlo, 1960) ได้อธิบายการสื่อสารจะประสบความสำเร็จ และมีประสิทธิผลหรือไม่ ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพขององค์ประกอบต่างๆและได้แสดงปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบไว้ในแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในนามของ S M C R Model ซึ่งกระบวนการสื่อสารมีความสำคัญสำหรับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ใน โครงการ “ตลาดต้องชม” มีการดำเนินการรูปแบบและกระบวนการสื่อสารข่าวประชาสัมพันธ์ “ตลาดต้องชม” ที่มีกระบวนการส่งข้อมูลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยการใช้อีเมลใหม่ หรือส่งคอมออนไลน์ เพื่อให้ผู้รับสารมี ปฏิกริยาตอบสนองกลับของการทำงานของโครงการ “ตลาดต้องชม” กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ที่ได้กำหนดกลยุทธ์ไว้ด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นหลัก ได้แก่ Twitter, Facebook, LINE, Instagram, YouTube ให้มีประสิทธิภาพของการสื่อสารการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างค่านิยม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน สร้างความนิยมชมชอบโดยเผยแพร่ข่าวสารให้กับประชาชน ได้ รับรู้ และเข้าใจ เพื่อป้องกันชื่อเสียงไม่ให้ เสื่อมเสียทั้งนี้ ได้ ตรงตามแนวคิดการสื่อสารของกระบวนการสื่อสารของ เบอร์โล (Berlo, 1960)

3.4 ศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลสกนนคร
ผลการศึกษาวิจัยสภาพปัญหา พบว่าผลการศึกษาวิจัยได้ข้อมูลตรงกันว่าข่าวความเคลื่อนไหวของผู้นำองค์กรและบุคลากรของเทศบาลนครสกนนคร มีการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของผู้นำและบุคลากร ตามประเด็นเนื้อหาดังต่อไปนี้

(1) ประเด็นการปฏิบัติหน้าที่ตามนโยบาย ได้แก่ กิจกรรม การนำเสนอกิจกรรม การลงพื้นที่ของนายกเทศมนตรีนครสกนนครตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรม โครงการที่ได้กำหนดไว้ประชุมการจัดระเบียบแม่ค้าหน้า โรงพยาบาลศูนย์สกนนคร, ประชุมเตรียมมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19, การประชุมคณะผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการเทศบาลนครสกนนคร, ประชุมปรึกษาหารือการจัดงานประเพณีท้องถิ่นของเทศบาลนครสกนนคร, ประชุมประจำเดือนมีนาคมและเมษายน 2563 ณ โรงเรียนเทศบาล 2 จังหวัดสกนนคร, ประชุมสภาเทศบาลนครสกนนคร สมัยที่ 2 ครั้งที่ 1 ประจำปี 2563 เป็นต้น

(2) ประเด็นปัญหาการบรรเทาทุกข์ อุทกภัย ภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคติดต่อ และอื่น ๆ ได้แก่ กิจกรรมล้างทำความสะอาดในเขตเทศบาลเพื่อป้องกันเชื้อ COVID-19 ตลาดสดเทศบาลฯ ถ.ประชาราษฎร์, นำข้าวกล่องพร้อมข้าวสารอาหารแห้ง มอบให้พนักงานคัดแยกขยะ ณ บ่อกำจัดขยะเทศบาลนครสกนนคร, นายกเทศมนตรีนครสกนนคร พร้อมด้วยคณะผู้บริหารเทศบาลนครสกนนคร ลงพื้นที่สำรวจตรวจสอบและให้การช่วยเหลือ บ้านของ นางอัมพร ภูวงษ์บัตร อายุ

70 ปี พิจารณาไม่ได้,ร่วมประชุมปรึกษาหารือแนวทางการปฏิบัติในการดำเนินกิจกรรมโครงการ "จิตอาสาฯ ร่วมใจป้องกันและแก้ไขปัญหาอุทกภัย, เพื่อช่วยเหลือครอบครัว ผู้ประสบอัคคีภัย ที่ถูกเพลิงไหม้บ้าน จำนวน 5 หลัง,สำรวจความเสียหายเหตุเพลิงไหม้ที่บริเวณซอยเจริญเมือง 16 กับซอย กำจัดภัย 9 เขตเทศบาลนครสกลนครพร้อมมอบสิ่งของอุปโภคบริโภค,ร่วมต้อนรับผู้ตรวจการฯ พม. (นายชูรินทร์ ขวัญทอง) มอบรถโยกคนพิการ และศึกษาดูงานชุมชนมะขามป้อม ณ แหล่งเรียนรู้ ชุมชนมะขามป้อม จังหวัดสกลนครเป็นต้น

(3) ประเด็นการพัฒนา ได้แก่ กิจกรรมจิตอาสา นายกเทศมนตรีนครสกลนคร ร่วมกิจกรรม Kick off "จวนผู้ว่ามีรัก ปลุกผักกินเอง" ณ จวนผู้ว่าราชการจังหวัดสกลนคร, กิจกรรมอบรมให้ความรู้การป้องกันและควบคุมโรคติดต่อใหม่ ไวรัสโคโรนา 2019 และปล่อยแถวแจก แอลกอฮอล์เจลในเขตเทศบาล, กิจกรรมล้างทำความสะอาดตลาดในเขตเทศบาลเพื่อป้องกันเชื้อ COVID-19 (ได้รณรงค์ปล่อยหน้าเทศบาล, ถนนคูเมืองหน้าโรงแรมเอ็มเจ, ศาลจังหวัดสกลนคร, ร่วมเป็นเกียรติในพิธีเปิดโครงการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพเพื่อเพิ่มทางเลือกในการสร้าง รายได้ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและป้องกันปัญหาการค้ามนุษย์ ณ ศาลาอเนกประสงค์ชุมชน มะขามป้อมเป็นต้น

(4) ประเด็นการยกย่องและการได้รับรางวัลเกียรติยศของผู้นำ ได้แก่เทศบาลนคร สกลนคร ได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับที่ 3 โครงการ "ประกวดเทศบาลไทย ใส่ใจลดโลกร้อน" ปี 3, เทศบาลนครสกลนครรับรางวัลที่ได้รับเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาหรือมีสถานศึกษาในสังกัด เป็นต้น

(5) ประเด็นการลงพื้นที่พบปะประชาชนเนื่องในวาระงานประเพณี วัฒนธรรมเทศ การ งานบุญและอื่นๆ คณะผู้บริหารเทศบาลนครสกลนคร พร้อมท่านผู้ว่าราชการจังหวัดสกลนคร เข้ากราบนมัสการพระอาจารย์สุธรรม, ร่วมงานรัฐพิธีวันคล้ายวันสวรรคตสมเด็จพระนเรศวรมหาราช, ไหว้ศาลพระพรหมเนื่องในวันเทศบาลฯ, ออกตรวจเยี่ยม ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ที่อยู่ในสังกัดเทศบาล นครสกลนคร เพื่อดูแลความเรียบร้อย และ ปรับปรุงซ่อมแซม ส่วนที่ชำรุด ก่อนเปิดภาคเรียน, ร่วมประชุมงานประเพณี แห่ปราสาทผึ้งและแข่งขันเรือยาวประเพณี เป็นต้น

(6) ประเด็นการลงตรวจเยี่ยมประชาชนประจำเดือน ได้แก่ ออกตรวจเยี่ยมร้านค้า พร้อมให้คำแนะนำแนวทางการปฏิบัติในการให้บริการ,ตรวจพื้นที่รับมอบจากสำนักงานการกีฬา แห่งประเทศไทย จังหวัดสกลนคร ณ สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดสกลนคร, ร่วมตรวจความพร้อมของสถานศึกษา โรงเรียนในสังกัดเทศบาลนครสกลนคร ก่อนเปิดภาคเรียน ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2563 ณ โรงเรียนเทศบาล 4 จังหวัดสกลนคร,ตรวจสภาพการจราจร หน้าเรือนจำเก่า หน้าโรงเรียนอนุบาลสกลนคร / โรงเรียนเชิงชุมราษฎร์นุกูลและหน้าโรงเรียนสกลราชวิทยานุกูล, ออกเยี่ยม

จุดบริการการแสดงตนของผู้สูงอายุ ณ ชุมชนกลางธงชัย ชุมชนกกลัสมโอง ชุมชนบ้านธาตุ ชุมชนมะขามป้อม ชุมชนบ้านเอื้อ และชุมชนหนองสนม จังหวัดสกลนครจังหวัดสกลนคร เป็นต้น

(7) ประเด็นตามวาระอื่นๆ ตามความเหมาะสม ร่วมพิธีวางพานพุ่มวันพระบิดาแห่งมาตรฐานการช่างไทยร่วมเป็นเกียรติในพิธีเปิดกิจกรรมรับมอบอุปกรณ์ทางการแพทย์ เนื่องในโอกาสเฉลิมพระชนพรรษา 3 มิถุนายน 2563 เป็นต้น

3.4.1 ประเด็นและเนื้อหา ส่วนใหญ่พบว่ามุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญในด้านภารกิจของเทศบาลนครสกลนครเพื่อให้ครบในทุกๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัยส่วนใหญ่พบว่า ประเด็นด้านเนื้อหามุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญในด้านภารกิจของเทศบาลนครสกลนครเพื่อให้ครบในทุกๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ ประเด็นด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและประเด็นด้านการส่งเสริมสุขภาพ ภายในคือ พัฒนาระบบเสียงตามสายให้ครอบคลุมทุกชุมชน มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบ และเผยแพร่ให้ทั่วถึงทุกชุมชน ภายในคือ พัฒนาศักยภาพผู้นำองค์กร ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน อสม. เพื่อช่วยสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยดา สุนทรปิยะพันธ์และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารในการเผยแพร่ความรู้ทางการเมืองผ่านหนังสือของนายหนังประเคียง ระฆังทอง พบว่าความต้องการประเด็นเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของผู้ชมในการเผยแพร่ความรู้ทางการเมืองผ่านหนังสือของหนัง ประเคียง ระฆังทอง ด้านประเด็นเนื้อหา ผู้ชมมีความต้องการเนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจจน ได้แก่ นโยบายความมั่นคงและป้องกันประเทศ การแก้ปัญหาปากท้อง การสร้างรายได้ การมีส่วนร่วมของประชาชนและเนื้อหาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ชมด้วยวิธีการนำเสนอที่เข้าใจง่าย และต้องการวิธีการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจในแง่มุมใหม่ๆ ไม่ทำให้รู้สึกเบื่อหน่าย ด้านรูปแบบการนำเสนอ พบว่าผู้ชมมีความต้องการรูปแบบการนำเสนอที่ทำให้มีความเข้าใจและการจดจำในเนื้อหาทางการเมืองมากขึ้นคือ 1) รูปแบบการนำเสนอต้องให้ทั้งความรู้และสนุกสนาน 2) รูปแบบการนำเสนอที่อธิบายรายละเอียดของเนื้อหาทางการเมืองได้ 3) รูปแบบการนำเสนอที่เป็นเรื่องราวที่ยังคงเป็นที่สนใจและยังอยู่ในความสงสัยของประชาชน สอดคล้องกับ แนวคิดการเลือกรับสื่อ

3.4.2 รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่พบว่า มีการใช้สื่อแนะนำเสนอข้อมูลของเทศบาลนครสกลนคร ได้พัฒนาการผลิตสื่อมัลติมีเดียให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้นส่วนใหญ่พบว่า ด้านการพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลเทศบาลนครสกลนครได้พัฒนาการผลิตสื่อมัลติมีเดียให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยพัฒนาการนำเสนอข่าวสารให้ครบถ้วนทุกด้านอย่างรวดเร็วและเป็นปัจจุบัน พัฒนาระบบการสื่อสารทางโซเซียลเน็ตเวิร์ก พัฒนาระบบเสียงตามสาย พัฒนาระบบการ

ผลิตวารสาร จดหมายข่าวให้เป็นปัจจุบันและทันสมัยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉิมา สำเภงเงิน (2561) ศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าของกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช พบว่า รูปแบบในการสื่อสารเพื่อมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ และสัตว์ป่าประกอบด้วย 1) การสื่อสารขององค์กร คือ การสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมตามภารกิจและเป้าหมายขององค์กรซึ่งสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล โดยรูปแบบการสื่อสารของเพชมีการนำเสนอด้วย ภาพ วีดีโอ บทความ กิจกรรม และการสนทนา 2) พฤติกรรมของกลุ่มแฟนเพจกรมอุทยานแห่งชาติฯ ที่แสดงออก ประกอบด้วย การกดถูกใจ การส่งต่อข้อมูล และการแสดงความคิดเห็น 3) การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าของกลุ่มแฟนเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช แบ่งออกเป็น การปฏิบัติตนในการอนุรักษ์สนับสนุน/ส่งเสริมการเสนอแนะ และด้านอื่นๆ ซึ่งผลของการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับเป้าหมายตามภารกิจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเพจ คือเวลาที่โพสต์ เนื้อหาที่โพสต์

3. ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยพบว่า การจัดการการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกลนคร เป็นแนวทางในการวางแผนจัดการสื่อประชาสัมพันธ์ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสามารถนำไปพัฒนาท้องถิ่นต่อไป ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

3.1.1 เทศบาลนครสกลนคร โดยนายกเทศมนตรีและฝ่ายบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรนำผลการวิจัย การจัดการการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกลนคร กำหนดเป็นนโยบายการนำเสนอผลการดำเนินงานขององค์กร เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการสื่อสารกับประชาชน และรวมถึงการสื่อสารการนำเสนอผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรต่อไป

3.1.2 เทศบาลนครสกลนคร ควรมีนโยบายโครงการส่งเสริมอบรมเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เทศบาลและกลุ่มงานที่เกี่ยวข้องในการเผยแพร่การจัดการการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสกลนคร เพื่อเรียนรู้การใช้เครื่องมือและเทคนิคต่างๆ ทันสมัยและตอบสนองความต้องการของผู้ติดตามข่าวสารที่พัฒนามากขึ้น

3.1.3 เทศบาลนครสกลนคร ควรมีนโยบายโครงการส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบ เรียนรู้การใช้เครื่องมือการสื่อสารออนไลน์ เช่น โทรศัพท์มือถือที่มีลูกเล่นและเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้น เพื่อเพิ่มพัฒนาศักยภาพให้กับประชาชนสามารถก้าวทันเทคโนโลยีที่ใช้สื่อสารระหว่างเทศบาลกับประชาชน

3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

3.2.1 เทศบาลนครสกลนคร ควรนำแนวทางการพัฒนาด้านรูปแบบการนำเสนอ การสื่อสารและประเด็นเนื้อหาการสื่อสารตอบสนองให้ตรงกับความต้องการข่าวสารของประชาชนในพื้นที่ และสร้างการมีส่วนร่วมมาพัฒนาเครือข่ายสื่อสารกับประชาชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการมีส่วนร่วมพัฒนาท้องถิ่น และตอบสนองความต้องการของประชาชนเพื่อสร้างเจเนนโยบายพัฒนาท้องถิ่นให้ตรงกับความต้องการของประชาชน และนำมาซึ่งความชอบธรรมในการบริหารองค์กร

3.2.2 เทศบาลนครสกลนคร ควรสร้างเครือข่ายการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมมาพัฒนา และสร้างเครือข่ายสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อการปฏิบัติงานและการบริการประชาชนในทุกฝ่าย

3.3 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

3.3.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสังเกตและการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณควบคู่ไปกับเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

3.3.2 การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาความต้องการการสื่อสาร จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกของกลุ่มตัวอย่างประชากรผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง ในประเด็นความต้องการรูปแบบการนำเสนอและความต้องการด้านประเด็นเนื้อหา ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาค่าความสัมพันธ์ของประชากรกับประเด็นพฤติกรรมการใช้งาน ประเด็นด้านความพึงพอใจ และการได้ประโยชน์จากการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร เพื่อให้เข้าใจถึงความเกี่ยวข้องระหว่างปัจจัยด้านต่างๆ และได้ผลการวิจัยที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3.3.3 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางรูปแบบการสื่อสาร เพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นด้วยการจัดการการประชาสัมพันธ์องค์กรของเทศบาลนครสกลนคร ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางขยายพัฒนาช่องทางการสื่อสารหรือรูปแบบการสื่อสารผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมการจัดหางาน. (2545). การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ผลการประชาสัมพันธ์ของกรมการจัดหางาน.
กรุงเทพฯ : กองวิชาการและแผนงาน,เอกสารอัดสำเนาเย็บเล่ม.
- การมีส่วนร่วมของประชาชนกับการปกครองท้องถิ่น, เอกสารวิชาการ, สำนักงานเลขาธิการสภา
ผู้แทนราษฎร, ISSN 2877-0520, <http://parliament.go.th/library>
- โกวิท พวงงาม. (2548). การปกครองท้องถิ่นไทย: หลักการและมิติใหม่ในอนาคต. (พิมพ์ครั้งที่ 5).
กรุงเทพฯ: วิทยุชน.
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2541). ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
เทศบาลนครสกลนคร, สืบค้น 13 มีนาคม 2563,วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี
, <https://th.wikipedia.org/wiki>
- ธงชัย สันติวงษ์. (2535). องค์การและการบริหาร. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ ไทยวัฒนา
พานิช.
- ชนวดี บุญลือ. (2542). ทฤษฎีทางสังคมวิทยากับการประชาสัมพันธ์. ใน ชนวดี บุญลือ (บก.).
หลักการประชาสัมพันธ์ขั้นสูง. กรุงเทพฯ ที.พี.พรินท์.
- นฤมล เดชประดิษฐ์. (2533). การประชาสัมพันธ์กับความมั่นคง.กรุงเทพฯ : เอกสารวิจัยส่วนบุคคล
วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- ประทาน คงฤทธิศึกษาธิการ. (2553). ลักษณะที่พึงประสงค์ของนายกเทศมนตรีในทรรณะของ
บุคลากรเทศบาลตำบลเกล็ดแก้ว อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา
- พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร. (2533). หลักการประชาสัมพันธ์ในการประชาสัมพันธ์เพื่อการบริหาร.
กรุงเทพฯ : สมาคมนิสิตเก่านิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภริดา พิรานนท์. (2553). การประเมินผลการบริหารจัดการกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตของกลุ่ม
สตรีแม่บ้าน หมู่ 1 ตำบลทรายแดง อำเภอเมือง จังหวัดระนอง. ปัญหาพิเศษรัฐ
ศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารงานทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ,
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มุกดา จันทรสมบุญณ์. (2538). การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์กับงานของกระทรวงการคลัง.
กรุงเทพฯ : เอกสารวิจัยส่วนบุคคล วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- เขวลักษณ์ โทตรถวานนท์. (2538). กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมนักเรียนให้มี
ทัศนคติใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ กรณีศึกษา : นักเรียนชั้น

- ประถมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนสังกัด กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ระเด่น ทักษณา. (2531). การประชาสัมพันธ์ในนานาทัศนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์, กรุงเทพฯ :
สหมิตรการพิมพ์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2542). นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ ยุคสารสนเทศ.
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2524). การประชาสัมพันธ์, กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิญญู อังคนารักษ์. (2519). แนวความคิดในการกระจายอำนาจปกครองส่วนท้องถิ่น, ในเอกสาร
ประกอบการบรรยาย. ม.ป.ท.
- วิญญูอังคนารักษ์. (2547). ลักษณะที่พึงประสงค์ของนายกเทศมนตรีในทรรณะของบุคลากร
เทศบาลตำบลเกล็ดแก้ว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี:มหาวิทยาลัยบูรพา
- สะอาด ตันศุภผล. (2522). ความหมายของการประชาสัมพันธ์. เอกสารประกอบการสัมมนา
บทบาทของประชาสัมพันธ์ ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล วันที่ 26 – 27 มิถุนายน
2522.
- สุพิน ปัญญาภัก. (2515). การวางแผนงานประชาสัมพันธ์โครงการ. วารสารสื่อสารมวลชน
(พฤศจิกายน 2515 - มีนาคม 2516).
- เสรี วงษ์มณฑา. (2528). การประชาสัมพันธ์ ทำไปกันทำไม. เอกสารประกอบการสัมมนาแนวทาง
ปฏิบัติและประสานงานตามแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ณ โรงแรมแอมบาสซาเดอร์:
กรุงเทพฯ.
- สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์.แนวทางการติดตามและการ
ประเมินผลการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : กรมประชาสัมพันธ์,เอกสารอัดสำเนาเย็บ
เล่ม. ม.ป.ป.
- สมคิด บางโม. (2548). องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด . กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์ พัฒนา.
- อุทัย หิรัญโต (2548). ลักษณะที่พึงประสงค์ของนายกเทศมนตรีในทรรณะของบุคลากรเทศบาล
ตำบลเกล็ดแก้ว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา
- _____. (2523). การปกครองท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- Doug Newsom and Alan Scott. This is PR: The Realities of Public Relations. Belmont, Calif :
Wadsworth Publishigh Company Inc, 1976.
- Edward L. Bernays. Public Relations. Norman : University of Oklahoma Press, 1952.

Marvin M. Black. Practical Public Relations. New York : Harper & Bros, 1947.

Public Relations Society of America (PRSA). Public Relations Journal. March, 1970.

Scott M. Cutlip and Allen H. Center. Effective Public Relations. 5th ed. Englewood Cliffs, N.J. :

Prentice – Hall , 1978.





ภาคผนวก

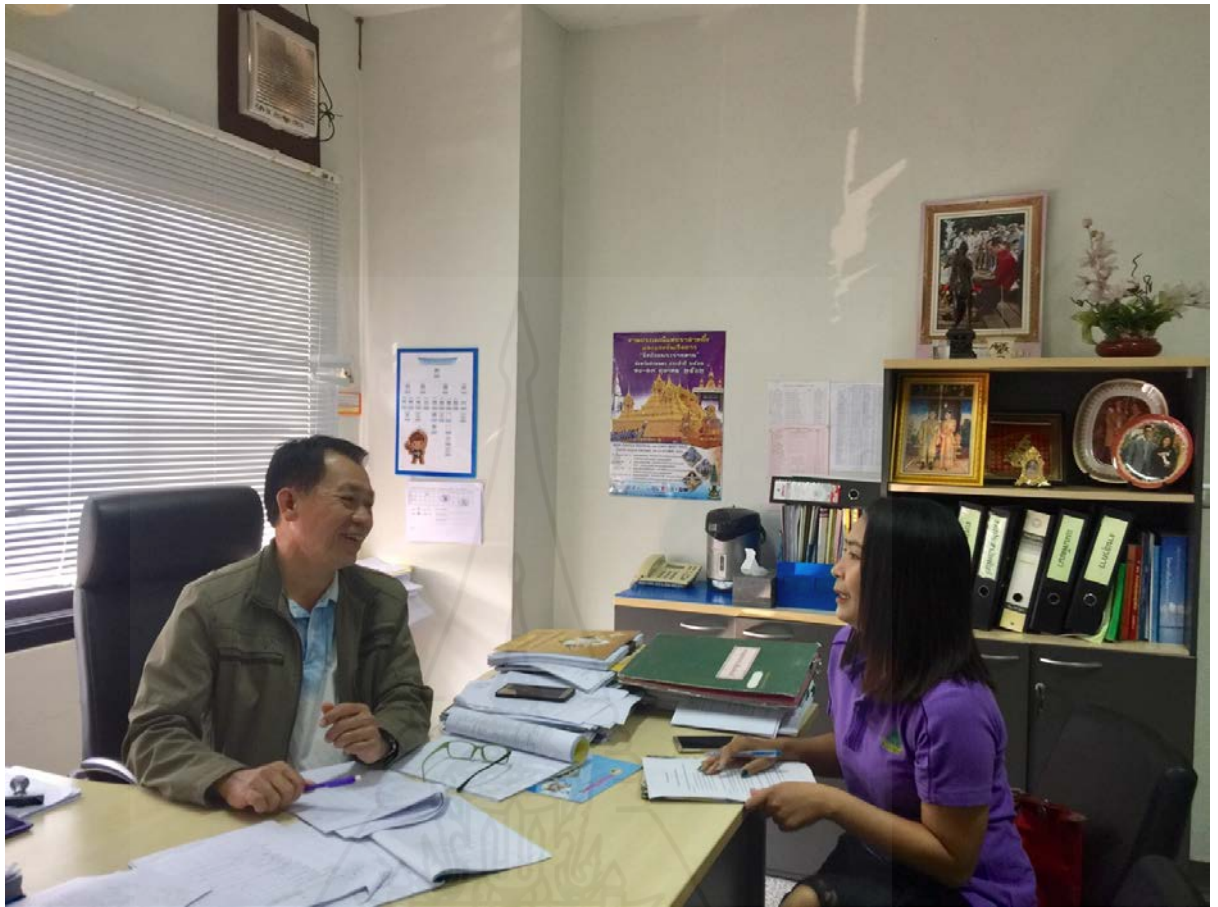
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

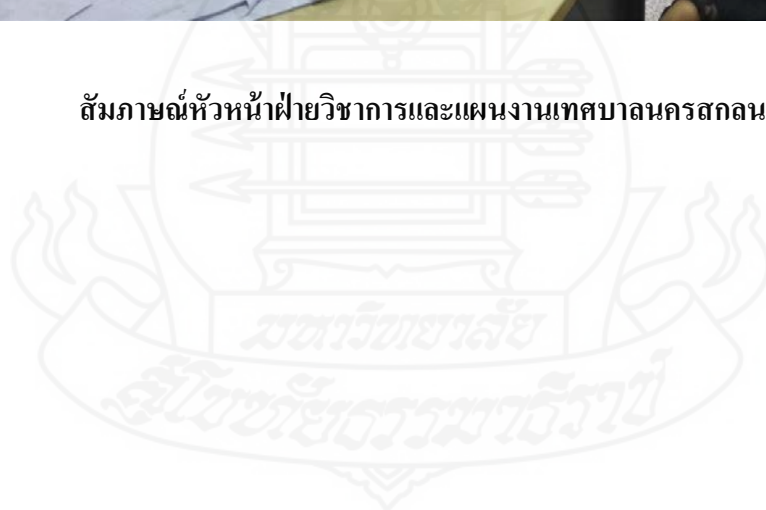


สัมภาษณ์รองนายกเทศมนตรีเทศบาลนครสกลนคร





สัมภาษณ์หัวหน้าฝ่ายวิชาการและแผนงานเทศบาลนครสกลนคร



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวจิตาภรณ์ บัวพรม
วัน/เดือน/ปีเกิด	22 พฤศจิกายน 2532
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ปี 2555 สำเร็จการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากโรงเรียนเทคโนโลยีพาณิชยการสกลนคร ปี 2552 สำเร็จการศึกษาในระดับประกาศนียบัตร จากโรงเรียนเทคโนโลยีพาณิชยการสกลนคร ปี 2549
ประวัติการทำงาน	เคยทำงานที่บริษัท สยามนิวตริ่า จำกัด สาขาสกลนครปฏิบัติหน้าที่เจ้าหน้าที่ประจำสาขาสกลนคร ตั้งแต่ปี 2558 – 2563
ปัจจุบัน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว

