

การประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของเทศบาลเมืองแสนสุข:
กรณีศึกษาโครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552

ธิดา บุญชื่น

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารทั่วไป

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

ธันวาคม 2552

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางการบริหาร และคณะกรรมการควบคุม
มาตรฐานวิชาปัญหาพิเศษทางการบริหาร ได้พิจารณาปัญหาพิเศษฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร
ทั่วไป ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางการบริหาร

.....

(อาจารย์กาญจนา บุญยัง)

คณะกรรมการควบคุมมาตรฐานวิชาปัญหาพิเศษทางการบริหาร

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.นันทวัน อินทชาติ)

..... กรรมการ

(อาจารย์เทียนแก้ว เลี่ยมสุวรรณ)

..... กรรมการและเลขานุการ

(อาจารย์กาญจนา บุญยัง)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับปัญหาพิเศษฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ของมหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สรุติ สกุรัตน์)

วันที่ 9 เดือน มกราคม พ.ศ. 2573

ประกาศคุณูปการ

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลืออนุเคราะห์ และ คำปรึกษาเป็นอย่างดี จากรองศาสตราจารย์ ศรีดิ สกุตรรัตน์ คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา และอาจารย์กาญจนา บุญยัง อาจารย์ที่ปรึกษา ได้ให้คำแนะนำและตรวจแก้ไข ปัญหาพิเศษฉบับนี้จนสำเร็จอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ เทศบาลเมืองแสนสุข และนายกเทศมนตรีเมืองแสนสุข พี่ ๆ และ เพื่อน ๆ ทุกท่านที่ได้คอยให้ความช่วยเหลือทุกอย่างในระหว่างการทำปัญหาพิเศษ รวมทั้ง คำแนะนำ ตลอดจนกำลังใจที่ดีที่มีให้กับผู้วิจัยเสมอมา

ธิดา บุญชื่น

ชื่อปัญหาพิเศษ	การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของเทศบาลเมืองแสนสุข: กรณีศึกษาโครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552
ชื่อผู้เขียนปัญหาพิเศษ	ธิดา บุญชื่น
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารทั่วไป)
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของเทศบาลเมืองแสนสุข: กรณีศึกษาโครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ของโครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 และศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการต่อ โครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” การวิจัยครั้งนี้เป็นหาลวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสัมภาษณ์จำนวน 3 ชุด จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ รวมทั้งหมด 40 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยจากการสัมภาษณ์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า

1. กระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ของเทศบาลเมืองแสนสุข มีขั้นตอนหรือกระบวนการในการประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน คือ การสำรวจและกำหนดปัญหาจากโครงการที่มีการวิเคราะห์ในหลาย ๆ ด้าน ทั้งความเหมาะสมของสื่อในการประชาสัมพันธ์และการดำเนินงาน โครงการ, การวางแผนและกำหนดแผนงานปฏิบัติ ที่มีการแบ่งหน้าที่ในส่วนต่าง ๆ ทั้งการวางแผนระยะเวลาสื่อ นำเสนอและพัฒนารูปแบบการจัดงาน, การปฏิบัติการและการสื่อสารในสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งนำมาปฏิบัติตามลำดับขั้นตอนของการวางแผนที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน, การประเมินผลการปฏิบัติของสื่อประชาสัมพันธ์วิเคราะห์จากการทำงานจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2. การศึกษาความคิดเห็นของ ประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ ต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลจาก เคเบิลทีวี วิทยุ เสียงตามสายผ่านศูนย์ประชาสัมพันธ์เทศบาลเมืองแสนสุขและใบปลิว/ ป้ายโฆษณาต่าง ๆ ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ใน “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของโครงการที่มี

รูปแบบต่าง ๆ นั้น มีความเหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ในทุกรูปแบบและมีการนำเสนอสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ได้อย่างดีเนื่องจาก ความคิดเห็นต่อบทบาทในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่ม แสดงบทบาทในการเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้ไม่มากนัก กล่าวคือ ประชาชนและผู้ประกอบการที่อาศัยในเขตตำบลแสนสุขจะใช้วิธีการบอกต่อหรือชักชวนนักท่องเที่ยวที่จะมีโอกาสแต่สำหรับการให้ข้อมูลนั้นยังไม่ครอบคลุมและจะให้ข้อมูลเท่าที่ทราบเท่านั้น นอกจากนี้ในส่วนของผู้ประกอบการบางกลุ่มจะนำไปปลิวไปแจกตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อแจ้งข่าวสารให้แก่นักท่องเที่ยว เพราะเห็นว่าเป็นช่องทางหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาการวิจัย.....	2
วัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน.....	2
ขอบเขตการศึกษา.....	2
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร.....	5
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชนสัมพันธ์.....	24
แนวคิดสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ โครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”.....	26
แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	35

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย	36
วิธีการวิจัย	36
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	36
เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	38
การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล	38
4 ผลการวิจัย	39
ตอนที่ 1 กระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับ ปีใหม่ 2552”	39
ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของบุคลากร ผู้ประกอบและประชาชนต่อสื่อที่ใช้ใน การประชาสัมพันธ์ของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”	45
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	53
สรุปผลการวิจัย	53
อภิปรายผล	55
ข้อเสนอแนะ	57
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	63
ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ	124

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กระบวนการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง	7
2	การสื่อสารแบบสองชั้นตอน	7
3	กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	9
4	การปฏิบัติการและการสื่อสาร	11

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนหย่อนใจอย่างหนึ่งของมนุษย์ โดยเฉพาะในปัจจุบันสังคมมีความเจริญก้าวหน้าทางด้านการคมนาคมและการสื่อสารมากขึ้น คนทั่วไปก็ได้ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะนอกจากจะเป็นการพักผ่อนหย่อนใจโดยตรงแล้ว ยังทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ เพิ่มขึ้นด้วย ในขณะที่เดียวกันก็สามารถนำรายได้มาสู่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ประเทศต่าง ๆ จึงให้ความสนใจกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังมากขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวมีบทบาทอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงทวีความสำคัญมากขึ้น ในฐานะที่สามารถนำรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาได้มาก รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยรวม นอกจากนี้ยังมีความสำคัญในด้านการสร้างงานตลอดจนทำให้มีการกระจายรายได้และมีส่วนในการนำเอาความเจริญเข้าไปสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ อีกด้วย

ตามนโยบายของรัฐบาล ได้ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลก โดยส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน และมีคุณภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้เท่าเทียมกับนานาชาติ

จังหวัดชลบุรีและกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวซึ่งมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล โดยมุ่งเน้นให้เป็นศูนย์กลางและดินแดนแห่งความหลากหลายของการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ (เทศบาลเมืองแสนสุข, 2549)

เทศบาลเมืองแสนสุข เป็นพื้นที่เป้าหมายหลักในการดำเนินยุทธศาสตร์ ให้บรรลุตามเป้าประสงค์ที่กำหนด ประกอบกับเทศบาลฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาและเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง จึงได้จัดทำโครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ขึ้น เพื่อศึกษากระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ของโครงการ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของบุคลากร ผู้ประกอบการและประชาชนต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ในการจัดงานซึ่งโครงการนี้เป็นโครงการใหม่ ที่เพิ่งได้จัดทำขึ้น พร้อมทั้งพื้นที่ของชายหาดบางแสนนั้น เป็นสถานที่ใกล้

กรุงเทพมหานคร มีการเดินทางที่สะดวกและใช้เวลาไม่มากนัก จึงทำให้เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเหมาะสมกับสถานที่ในการจัดงาน ทำให้โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 เทศบาลได้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลและธุรกิจให้ประชาชนเดินทางมาท่องเที่ยว อาทิ เช่น ป้ายไวเนล แผ่นพับและเสียงตามสายศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของชายหาดบางแสนได้อีกทางหนึ่ง ดังนั้นเพื่อการพัฒนารูปแบบและกระบวนการประชาสัมพันธ์ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ในปีต่อไปผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของบุคลากร ผู้ประกอบและประชาชนต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์ของโครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์โครงการต่อไป

ปัญหาการวิจัย

1. กระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ของ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” มีกระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์อย่างไร
2. ความคิดเห็นของบุคลากร ผู้ประกอบการและประชาชนต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดงานของ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน

1. เพื่อศึกษากระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ของ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”
2. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดงานของ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน กรณีศึกษา: โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการมีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ป้ายไวเนล แผ่นพับ ป้ายประกาศ และโปสเตอร์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น และการจัดการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับ การสำรวจและกำหนดการวางแผนและกำหนดแผนงานปฏิบัติ การปฏิบัติการและการสื่อสาร และการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ขอบเขตประชากร

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ

ขอบเขตระยะเวลา

ตั้งแต่เดือน มิถุนายน – กรกฎาคม พ.ศ.2552

ข้อจำกัดในการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่ม ประชาชน ไม่ค่อยให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 หมายถึง โครงการที่เทศบาลเมืองแสนสุข ได้จัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน ระหว่างวันที่ 31 ธันวาคม 2551 ถึง วันที่ 1 มกราคม 2552
2. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารหรือการประชาสัมพันธ์ให้ ประชาชน สาธารณชนหรือกลุ่มชน เกี่ยวกับ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552
3. การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารแก่ ประชาชนผู้ที่เกี่ยวข้องรับรู้เกี่ยวกับ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 ของเทศบาลเมือง แสนสุข
4. ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงความรู้สึก ความคิดเห็นของ ประชาชน บุคลากร และ ผู้ประกอบการต่อสื่อที่ใช้ใน “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”
5. บทบาทในการช่วยการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ประชาชน บุคลากร และ ผู้ประกอบการช่วยเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท
 - 5.1 สื่อภายใน หมายถึง การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรสถาบัน ซึ่งเป็นการ ติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายในองค์กร ได้แก่ สื่อบุคคล หนังสือคำสั่งราชการ เป็นต้น
 - 5.2 สื่อภายนอก หมายถึง การติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร ที่สามารถเข้าถึง ประชาชนภายนอกเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ได้แก่ ป้ายไว้นิต แผ่นพับ ศูนย์ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยว เป็นต้น
6. กระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการประชาสัมพันธ์ของ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 ซึ่งแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน คือ

6.1 การสำรวจและกำหนดปัญหา หมายถึง การรวบรวมข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองแสนสุข เพื่อนำมาวางแผนในการจัดโครงการของการจัดกระบวนการประชาสัมพันธ์

6.2 การวางแผนและกำหนดแผนงานปฏิบัติ หมายถึง การวางแผนการทำงานของการจัดกระบวนการประชาสัมพันธ์โครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ของเทศบาลเมืองแสนสุข เช่น การกำหนดวัตถุประสงค์, กลุ่มเป้าหมาย, ช่วงระยะเวลาและงบประมาณ เป็นต้น

6.3 การปฏิบัติการและการสื่อสาร หมายถึง การลงมือปฏิบัติงานตามลำดับขั้นตอนของการวางแผน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป็นไปในแนวทางเดียวกันของโครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

6.4 การประเมินผลการปฏิบัติงาน หมายถึง เป็นกรตัดสินผลการปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้ รวมทั้งประเมินประสิทธิผลของการเตรียมแผนงานและการสนับสนุนแผนงาน โดยการสำรวจผลและความคิดเห็นจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายโดยตรงของโครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

7. ประชาชน หมายถึง ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตปกครองของเทศบาลตำบลแสนสุข

8. บุคลากร หมายถึง พนักงานที่ทำงานอยู่ในสำนักงานของเทศบาลเมืองแสนสุข

9. ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่มีใบอนุญาตประกอบกิจการค้าในบริเวณชายหาดบางแสน

10. ข้อเสนอแนะ หมายถึง แสดงข้อคิดเห็น ความรู้สึกที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงกระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ของ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” เพื่อเป็นแนวทางให้สำหรับผู้ที่สนใจศึกษากระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์

2. ทราบถึงความคิดเห็นของประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการที่ได้รับสื่อในการประชาสัมพันธ์ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน กรณีศึกษา “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จึงต้องอาศัยทฤษฎีในการสื่อสารและสื่อในการประชาสัมพันธ์หลายประเภท เช่น สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ต้องอาศัยเอกสารต่าง ๆ จากเทศบาลเมืองแสนสุขเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาโครงการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งอาศัยแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการประกอบการวิเคราะห์ 5 แนวคิดหลัก ได้แก่

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
2. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชนสัมพันธ์
4. แนวคิดสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”
5. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2546)

การสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ทักษะ ฯลฯ ด้วยการใช้อัตลักษณ์ เช่น คำพูด รูปภาพ ตัวเลข กราฟ ฯลฯ การกระทำหรือกระบวนการในการถ่ายทอด

ประเภทของการสื่อสาร

การสื่อสาร แบ่งออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การสื่อสารภายในบุคคล เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในเฉพาะตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นกระบวนการที่บุคคลแต่ละคนสื่อสารกับตนเองโดยระบบประสาทส่วนต่าง ๆ ได้ตอบกันภายใน

การสื่อสารภายในบุคคลเป็นเชื่อมโยงระหว่างสาขาวิชาจิตวิทยาและจิตวิทยาสังคมที่ศึกษาหรือประเมินได้ยากกว่าการสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ

2. การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน โดยสามารถโต้ตอบกันได้ การสื่อสารประเภทนี้จะมีลักษณะสำคัญคือ

2.1 การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้จะมีความใกล้ชิดกันระหว่างผู้ส่งกับผู้รับมากกว่าการสื่อสารประเภทอื่น ๆ

2.2 การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความซับซ้อนน้อย เนื่องจากไม่ต้องอาศัยสื่อกลางในการสื่อสาร

2.3 อุปสรรคที่เกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างบุคคลเกิดจากสาเหตุ 2 ประการ คือ อุปสรรคภายในและอุปสรรคภายนอก

3. การสื่อสารในกลุ่ม เป็นการสื่อสารของบุคคลในกลุ่มที่อาจเป็นกลุ่มขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ก็ได้ ขึ้นอยู่กับจำนวนของผู้สื่อสารซึ่งเกิดขึ้นในเวลาใกล้เคียงกันหรือเวลาเดียวกัน

4. การสื่อสารมวลชน เป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารที่มีบุคคลจำนวนมากเป็นเป้าหมายของการติดต่อสื่อสาร โดยให้ความสำคัญต่อผู้รับสารไม่จำกัดจำนวน

กระบวนการการสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, หน้า 55-58)

1. การสื่อสารทางเดียว (one-way communication)

ในกระบวนการสื่อสารแบบทางเดียว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร, สาร, สื่อ และผู้รับสาร

1.1 ผู้ส่งสาร (source) คือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสารความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน ดังนั้นผู้ส่งสารจึงอาจเป็นใครก็ได้หลายคน เช่น กลุ่มนักเรียน รัฐบาล หน่วยงานราชการ สถาบันสื่อมวลชน ฯลฯ

1.2 สาร (message) ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมา (actual physical product of the source) ในรูปของรหัส เช่นเมื่อเราพูดสารก็คือสิ่งที่เราพูด เมื่อเราเขียนก็คือสิ่งที่เราเขียน เมื่อเราแสดงกิริยาท่าทางสารก็คือกิริยาท่าทาง

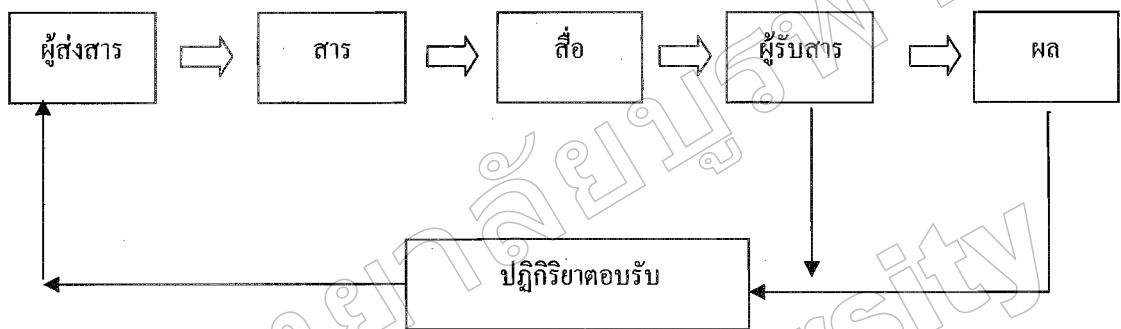
1.3 สื่อ (channel) คือสิ่งที่ขนส่งสารหรือเป็นพาหนะของสารกล่าวอีกนัยหนึ่งสื่อก็คือสิ่งที่นำหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสารให้ปรากฏ เช่นเมื่อเราพูดคลื่นเสียงและอากาศเป็นสื่อ

1.4 ผู้รับสาร (receiver) คือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ผู้รับสารอาจเป็นใครก็ได้หลายคน เช่นกลุ่มผู้ฟังการอภิปราย องค์กร สถาบัน ฯลฯ

2. การสื่อสารสองทาง (two-way communication)

กระบวนการสื่อสารแบบสองทางอธิบายการสื่อสารที่มีการสื่อสารกลับ (feedback) คือการโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยปกติแล้วการสื่อสารของมนุษย์นั้นมักจะมีลักษณะ

เป็นการโต้ตอบกัน กล่าวคือ เมื่อมีผู้พูดก็มีผู้ฟัง ผู้ฟังรู้สึกร้อยประการ ก็มีปฏิกิริยาตอบกลับมา แม้ว่าในการสื่อสารมวลชนจะมีการสื่อสารกลับที่ล่าช้าหรือโอกาสที่ผู้ส่งสารจะทราบการสื่อสารกลับมีน้อย แต่มิได้หมายความว่า การสื่อสารกลับมิได้เกิดขึ้น หากผู้รับสาร ได้รับสารนั้นแล้วเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่ง วิธีการวิจัยต่างๆ ทางด้านพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ เช่น การสำรวจประชามติ การสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค การวิจัยการตลาด การสำรวจความนิยมรายการวิทยุโทรทัศน์ สามารถที่จะเพิ่มโอกาสของผู้ส่งสารในอันที่จะทราบการสื่อสารกลับของผู้สื่อสารได้



ภาพที่ 1 กระบวนการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง

ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (two-step flow of communication)

สถาบันหรือองค์กร



ผู้นำความคิดเห็น



ประชาชน

ภาพที่ 2 การสื่อสารแบบสองขั้นตอน

จากการวิจัยที่เกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนพบว่าประชาชนแต่ละคนนั้นมีการติดต่อซึ่งกันและกันในชีวิตประจำวันและเป็นสมาชิกของสถาบันสังคมต่าง ๆ คนแต่ละคนมีการใช้สื่อมวลชนไม่เท่ากัน และมีอิทธิพลในการเป็นผู้นำไม่เท่ากันในสังคมแต่ละสังคม หรือในชุมชน

แต่ละแห่ง จะมีบุคคลซึ่งเป็นผู้นำความคิดเห็น (opinion leaders) ทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังประชาชนคนอื่นและมีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของประชาชนคนอื่นด้วย (ปรมะ สตะเวทิน, 2533, หน้า 143)

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์ (วิรัช กลิรัตน์กุล, 2546)

นักวิชาการและนักวิชาชีพ ด้านการประชาสัมพันธ์ได้ให้ความหมายของคำว่า การประชาสัมพันธ์ ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมาย “การประชาสัมพันธ์” ว่า การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

วิรัช กลิรัตน์กุล คำว่า “การประชาสัมพันธ์” หากวิเคราะห์ตามรูปศัพท์แล้วเป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า “Public Relations”

Public แปลว่า ประชา ได้แก่ ประชาชน สาธารณชน กลุ่มชน

Relations แปลว่า สัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวข้องด้วยหรือการผูกพัน

ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน สาธารณชนหรือกลุ่มชน

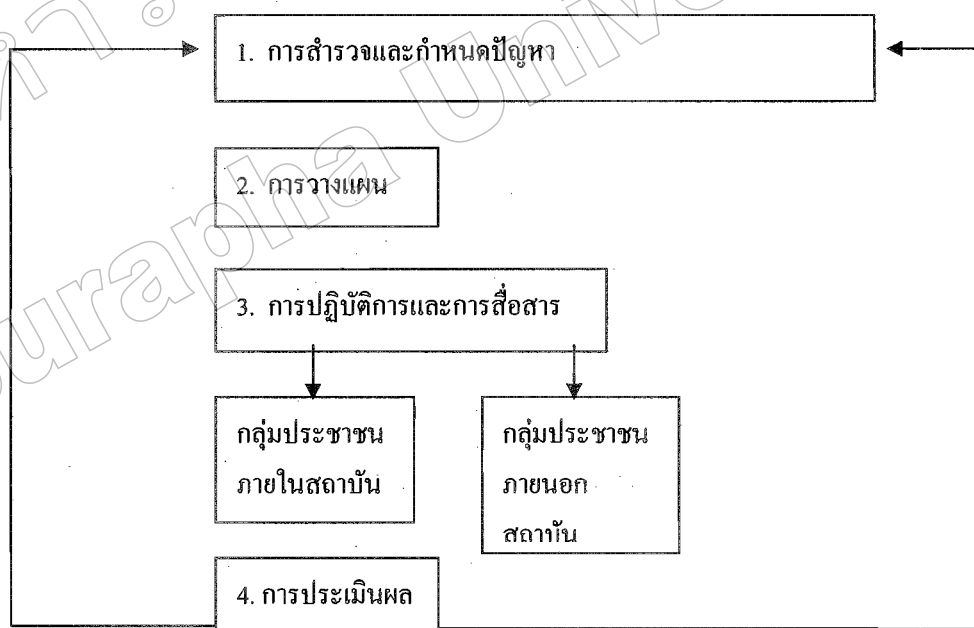
วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อการประกาศข่าวสาร
2. เพื่อการให้ข้อมูลข่าวสาร
3. เพื่อให้ความรู้หรือให้การศึกษา
4. เพื่อสร้างการยอมรับ
5. เพื่อเปลี่ยนแปลงความคิด
6. เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มและภาพพจน์
7. เพื่อสร้างความเข้าใจ
8. เพื่อสร้างความปรารถนาดีต่อสังคม
9. เพื่อสร้างการรอคอย
10. เพื่อชักจูง
11. เพื่อสร้างความรักและความสัมพันธ์ที่ดี
12. เพื่อการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาสังคม
13. เพื่อให้เกิดความร่วมมือ

14. เพื่อกำหนดทิศทางความคิดของคนของคน โดยการบริหารข่าวเชิงยุทธ
15. เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
16. เพื่อเพิ่มยอดขาย
17. เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

หนังสือศัพทานุกรมสื่อสารมวลชนได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า หมายถึง กิจกรรมที่ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อถือ ศรัทธาในบุคคลและสถาบัน การประชาสัมพันธ์อาจแบ่งออกเป็นหลายประเภท เช่น การประชาสัมพันธ์โรงเรียน การประชาสัมพันธ์สำหรับโรงพยาบาล การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล เป็นต้น ซึ่งการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย กระบวนการ 4 ประการ คือ การสำรวจและกำหนดปัญหา การวางแผน การสื่อสารและการติดตามผลประเมินผล

การดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กรใดองค์กรหนึ่งจึงอาจหมายถึง ความพยายามขององค์กรที่จะกระทำกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์อันเป็นที่พึงปรารถนาขององค์กรหรือหน่วยงานนั้น



ที่มา : การประชาสัมพันธ์, 2540

ภาพที่ 3 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

1. การสำรวจและกำหนดปัญหา (Fact-Finding)

การรวบรวมข้อมูลในการประชาสัมพันธ์สามารถทำได้ด้วยการศึกษาศาสนาการณีสังเกตการณ์หรือการวิจัยโดยอาจเริ่มต้นด้วยแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยได้มาจากคำถาม 4 ข้อดังนี้

หน่วยงาน องค์การ สถาบัน ประสบปัญหาอะไรในการศึกษาข้อมูล ทั้งจากภายในและภายนอกหน่วยงาน องค์การและสถาบัน ควรอาศัยหลักดังนี้

1.1 นักประชาสัมพันธ์เฝ้าดูความเป็นไปในหน่วยงานด้านความสัมพันธ์และในสถานะแวดล้อม ด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ ในการเฝ้าดูควรจะทำให้ลักษณะ “Radar Scanning” คือคอยเฝ้าระวังเหตุอยู่ตลอดเวลาทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทั้งในการเตรียมตัวแก้ปัญหาและเมื่อเวลาเกิดปัญหาขึ้นจะสามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันที่

1.2 นักประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถตัดสินใจได้ว่า จะหาข้อมูลด้วยวิธีไหนจึงจะเหมาะสมหาในเรื่องอะไรประเด็นปัญหาว่าอะไรเป็นต้น

1.3 รวบรวมข้อมูล

1.4 วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานเพื่อให้สามารถนำผลที่ได้ไปใช้กับหน่วยงานได้โดยตรง

2. การวางแผนและกำหนดแผนงานการปฏิบัติ (planning)

หลักในการวางแผนประชาสัมพันธ์ การพิจารณาการวางแผนนั้นมีหลักการสำคัญดังนี้

2.1 การกำหนดวัตถุประสงค์ (objective) จะต้องกำหนดหรือระบุไว้อย่างชัดเจนว่าเราต้องการสร้างความเข้าใจสิ่งใดบ้าง หรือต้องการแก้ปัญหาใดเป็นต้น

2.2 การกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย (target public) จะต้องระบุให้แน่ชัดว่ากลุ่มประชาชนเป้าหมายคือใคร มีพื้นฐานการศึกษาหรือภูมิหลังอย่างไร รวมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ เช่น สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมตลอดจนด้านจิตวิทยา เช่น ใครสามารถจะเป็นผู้นำความคิดเห็นหรือมีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายข่าวสารสู่และประชาชนอีกต่อหนึ่ง

2.3 การกำหนดหัวข้อเรื่อง (themes) ต้องกำหนดให้แน่นอนว่าแนวหัวข้อเรื่องนั้นจะเน้นในทางใด ตลอดจนการกำหนดสัญลักษณ์หรือข้อความสั้น ๆ เป็นคำขวัญต่าง ๆ ที่สามารถจดจำได้ง่ายหรือดึงดูดความสนใจและเตือนใจได้ดี

2.4 กำหนดช่วงระยะเวลา (timing) จะต้องมีการกำหนดช่วงระยะเวลาหรือจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ เช่น จะเริ่มทำการเผยแพร่ล่วงหน้าเพื่อเป็นการอุ่นเครื่องหรือปูพื้นเสียก่อน เป็นการเรียกความสนใจก่อนถึงวันรณรงค์เพื่อการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่เมื่อไร วันเวลาอะไร สิ่งเหล่านี้จะต้องกำหนดไว้ล่วงหน้า

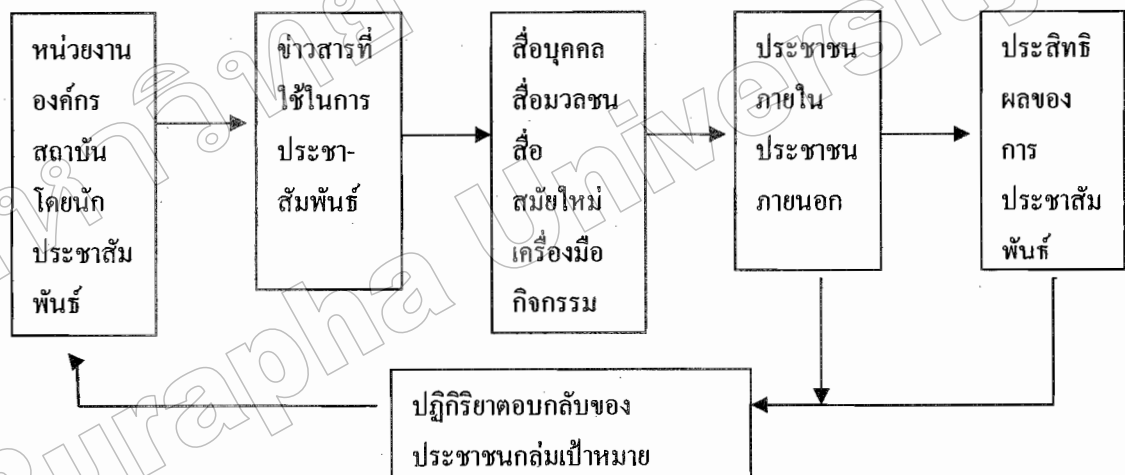
2.5 การกำหนดสื่อและเทคนิคต่าง ๆ จะต้องกำหนดลงไปว่าจะต้องใช้สื่อหรือเครื่องมือใดบ้างรวมทั้งจะใช้เทคนิคอื่น ๆ อะไรเข้ามาร่วมด้วย

2.6 การกำหนดงบประมาณ จะต้องกำหนดงบประมาณที่จะใช้ในการดำเนินการให้ชัดเจน เพื่อมิให้เกิดปัญหาภายหลัง เช่น งบประมาณไม่พอ หรือต้องใช้จ่ายเกินงบฯ

2.7 การกำหนดงบประมาณนี้รวมถึงการกำหนดบุคลากรต่าง ๆ ที่จะใช้ในการดำเนินการด้วย

3. การปฏิบัติการและการสื่อสาร (Taking Acting & Communicating)

เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร ชื่อเสียง เกียรติคุณหรือเผยแพร่ข้อมูลขององค์กรเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด โดยผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ ในขั้นตอนนี้จะเป็นการพยายามที่จะสื่อสารข้อความ แนวคิด ความรู้สึก ขององค์กร ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยจุดมุ่งหมายที่จะให้บุคคลเหล่านั้นเกิดการยอมรับและมีพฤติกรรมเป็นไปตามที่ผู้ทำการประชาสัมพันธ์คาดหวังไว้



ที่มา : หลักนิเทศศาสตร์, 2533

ภาพที่ 4 การปฏิบัติการและการสื่อสาร

4. การประเมินผลการปฏิบัติงาน (evaluation)

การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การประเมินผล กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเน้นดูว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ได้ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่ มีปัญหาและอุปสรรคอะไรเกิดขึ้นบ้าง

จุดมุ่งหมายของการประเมินผลแบบนี้ เพื่อเป็นการพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้นในอนาคต

ความสำคัญของการประเมินผลที่มีต่อการประชาสัมพันธ์คือ

1. การประเมินผลสามารถบอกอดีตการประชาสัมพันธ์ได้
2. การประเมินผลสามารถบอกสถานภาพในปัจจุบันของหน่วยงานองค์การสถาบัน
3. การประเมินผลสามารถให้ประโยชน์ในการคาดการณ์ในอนาคต
4. การประเมินผลสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ และพิสูจน์ความเป็นมืออาชีพ

ประเภทการประเมินผล การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ใช้เวลาเป็นเป็นหลักแบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ

1. การประเมินผลก่อนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ (Pre-testing)
2. การประเมินผลระหว่างการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (During-testing)
3. การประเมินผลหลังการดำเนินการประชาสัมพันธ์ (Post-testing)
4. การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ทุกปี

หลักการประชาสัมพันธ์ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546)

การประชาสัมพันธ์ ในปัจจุบันมีหลักใหญ่ ๆ สำคัญ ๆ อยู่ 2 ประการ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ การบอกกล่าวชี้แจงหรือเผยแพร่ให้ทราบนี้ คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึง นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน ผลงาน บริการ และกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ประชาชน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในองค์การสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก เข้าใจ และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การสถาบัน

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การป้องกันความเข้าใจผิดนี้ ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (Preventive Relation) ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้นการป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบังเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้ สามารถแบ่งประเภทของการแก้ไขความเข้าใจผิด

- 2.1 การแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง คือการออกคำแถลง ถ้อยแถลง แถลงการณ์หรือประกาศ ชี้แจงแก้ความเข้าใจผิดนั้นไปยังกลุ่มประชาชนเพื่อให้ประชาชนทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริงวิธีการแก้ไขความเข้าใจผิดวิธีนี้จึงเป็นวิธีแก้ตรงไปตรงมา กล่าวคือความจริงมีอยู่อย่างไรก็แถลงไปตามนั้น

- 2.2 การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมนี้ส่วนมากใช้ความเข้าใจผิดบางประการที่ไม่สมควรใช้วิธีการแก้ไขทางตรง เพราะอาจจะทำให้เกิดผลเสีย

มากกว่าผลดี การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมนี้ จึงมิใช่การออกประกาศชี้แจง หรือแถลงการณ์เหมือนวิธีแรก แต่เป็นการกระทำ (deeds) ให้ประชาชนได้เห็นประจักษ์แก่ตนเอง เพื่อลบล้างความเข้าใจผิดหรือข่าวลืออกุศลดังกล่าวเสีย ตัวอย่างเช่น มีข่าวลือหรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความสกปรกในการผลิต การบรรจุหีบห่อของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท ก็อาจจะแก้ไขความเข้าใจผิดด้วยการกระทำและแสดงให้เห็นข้อเท็จจริง โดยการเชิญสื่อมวลชนหรือตัวแทนกลุ่มประชาชนที่เข้าใจผิดเข้ามาเยี่ยมชมโรงงานหรือบริษัท หรือชมกรรมวิธีในการผลิต การบรรจุหีบห่อของสินค้า เป็นการลบล้างความเข้าใจผิดไปในตัว

ประเภทของการประชาสัมพันธ์ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546)

โดยทั่วไปการประชาสัมพันธ์ อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน (internal public relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบันเอง อันได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมตลอดจนถึงนักการภารโรง คนขับรถภายในองค์การสถาบันให้เกิดความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพันจงรักภักดี (loyalty) ต่อหน่วยงาน

การประชาสัมพันธ์ภายใน จึงมีความสำคัญมาก การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์การสถาบันจะดีไปไม่ได้เลยหากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานจะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการ และการดำเนินงานขององค์การสถาบันเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงานลูกจ้างภายในสถาบันมีความเข้าใจในนโยบาย และการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดี ก็จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้าง ประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย

สำหรับสื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้น อาจใช้การติดต่อสื่อสารด้วยวาจา แบบซึ่งหน้า (face of face) หรืออาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์การ (house journal) ช่วย เช่น หนังสือเวียน จดหมายของภายใน วารสารภายใน เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก (external public relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอก กลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ประชาชนทั่วไป และประชาชนที่องค์การสถาบันเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภค รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวสถาบัน และให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี

การทำการประชาสัมพันธ์ภายนอกต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่ หรือจำนวนมาก จึงอาจใช้เครื่องมือ สื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสารผ่านด้วย อันได้แก่ สื่อมวลชน (mass media) เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบัน องค์กร สถาบันต่าง ๆ ก็นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าช่วยในการประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้เป็นตัวกลางหรือช่องทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ประเภทสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

1. สื่อบุคคล (personal media) หมายถึง สื่อที่ใช้คำพูดเป็นตัวกลางในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ คำพูดเป็นสื่อดั้งเดิมที่ประหยัด และสามารถใช้ได้ในทุกโอกาส ซึ่งสามารถที่จะรับทราบข่าวสารกันจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ทันที โดยทั่ว ๆ ไป

ข้อดีของสื่อบุคคล

- 1) เป็นสื่อที่ทุกคนมีอยู่แล้ว ไม่ต้องสิ้นเปลืองในการซื้อสื่อแบบสื่ออื่น ๆ
- 2) ทำให้ผู้พูดและฟังเห็นหน้าตา บุคลิก ลีลา ท่าทาง น้ำเสียงประกอบการพูดซึ่งมีอิทธิพลในการชักจูงและเร้าความสนใจได้มากกว่า
- 3) เป็นการสื่อสารสองทาง ทั้งผู้พูดและผู้ฟังสามารถโต้ตอบกันได้ทันที
- 4) ผู้พูดสามารถปรับเนื้อหาให้เหมาะสมผู้ฟังได้ทันที
- 5) เหมาะกับการเผยแพร่เรื่องราวที่ไม่สลับซับซ้อนหรือติดต่อสัมพันธ์กันเป็นการส่วนตัว

ข้อจำกัดของสื่อบุคคล

- ไม่มีความคงทนถาวร พูดแล้วก็ผ่านไป

2. สื่อมวลชน (mass communication media) เป็นสื่อสำคัญในการประชาสัมพันธ์ และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายจำนวนมากได้ สื่อมวลชนในปัจจุบันมีหลายประเภท โดยทั่วไปจะแบ่งออกได้ดังนี้

2.1 สิ่งพิมพ์ เป็นสื่อมวลชนที่สำคัญในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเป็นสื่อที่มีความถาวรสูงให้รายละเอียดได้มาก ซึ่งแบ่งชนิดของสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้ดังนี้

2.1.1 หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่สำคัญอย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ และยังเป็นเครื่องมือที่ทรงอิทธิพลในการสร้างกระแสประชาชาติได้อีกด้วย

2.1.2 นิิตยสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะรูปเล่มกะทัดรัดและทนทานกว่าหนังสือพิมพ์ และยังมีรูปภาพ ประกอบด้วยเรื่องราว ข่าวสาร สารคดี รวมทั้งนวนิยายก็มีอยู่หลายรูปแบบ จึงทำให้ได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไปมาก

2.1.3 เอกสารประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งพิมพ์ที่สถาบันต่าง ๆ จัดทำขึ้น เพื่อเป็นสื่อในการโฆษณาเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ นโยบาย บริการ การดำเนินงาน รวมทั้งผลงานไปสู่ประชาชน ซึ่งสามารถเผยแพร่มุ่งตรงสู่เป้าหมายได้เป็นอย่างดีเอกสารประชาสัมพันธ์แบ่งออกได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1) เอกสารประชาสัมพันธ์ทั่วไป ได้แก่ ข่าวแจก จดหมายข่าว แผ่นปลิว แผ่นพับ สมุดภาพ และหนังสือ จุลสาร ที่จัดพิมพ์เป็นครั้งคราว เนื่องในโอกาสสำคัญๆ เป็นต้น

2) วารสารประชาสัมพันธ์เป็นเอกสารที่สถาบันจัดพิมพ์ออกมาเป็นระยะ ๆ ติดต่อกันไป

ข้อดีของสื่อสิ่งพิมพ์

1) เป็นสื่อที่เสนอข่าวที่น่าสนใจสม่าเสมอและรวดเร็วจึงเป็นสื่อที่มวลชนยอมรับข่าวการเผยแพร่

2) มีความคงทนถาวรกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่นเพราะเมื่อผู้อ่านไม่เข้าใจตอนใดก็ย้อนกลับมาอ่านทบทวนใหม่ได้

3) เสนอเรื่องราวข่าวสารหลายประเภทมีทั้งเรื่องราวข่าวสารที่ประชาชนเฉพาะกลุ่มและประชาชนทั่วไปสนใจจึงสามารถเข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่มหลายอาชีพ

4) เสนอข่าวหรือเรื่องราวต่างๆครั้งละมากๆ ได้รวมทั้งเสนอข่าวประจำวันทุกวันเป็นประจำทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสารเรื่องราวต่างๆได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

5) มีภาพถ่ายประกอบช่วยดึงดูดความสนใจและเข้าใจข่าวสารได้ยิ่งขึ้น

6) ราคาถูกหาซื้อได้ง่ายและมีหลายภาษา

ข้อจำกัดของสื่อสิ่งพิมพ์

1) ไม่สามารถเข้าถึงผู้อ่านที่อ่านหนังสือไม่ออกหรือผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี

2) เป็นสื่อที่ไม่มีสีสันสวยงาม ไม่มีสิ่งใดสะดุดตาผู้อ่านนอกจากภาพข่าวซึ่งควรเป็นข้อความที่ กะทัดรัดอ่านเข้าใจง่ายและสัมพันธ์กับเนื้อเรื่องของข่าว

3) มีอายุสั้นผู้อ่านอ่านครั้งเดียวแล้วจะทิ้งไปประชาชนไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นเวลานาน

4) มีช่วงอายุที่สั้นเมื่อคนอ่านเพียงครั้งเดียวแล้วก็จะผ่านไปเพราะข่าวต่างๆมีผ่านเข้ามาทุกวัน

5) ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเพียงบางเรื่องหรือบางคอลัมน์ที่เขาเกี่ยวข้องหรือสนใจเท่านั้น

6) ไม่มีสีสรรหรือภาพสีที่สวยงามสะดุดตาชวนอ่าน

3. สื่อสมัยใหม่ (modern media) เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุคสังคมข่าวสารหรือยุคสารสนเทศ (informationage) ที่กระแสโลกาภิวัตน์ (globalization) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ คือ

3.1 ดาวเทียม (sattelite) หรือสถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลกใช้ในการสื่อสารระหว่างประเทศ ระบบการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมนั้นมี 2 แบบ

3.1.1 แบบ c-band จะส่งคลื่นความถี่กลับมายังโลกอยู่ช่วงความถี่ 3.4-4.2 ghz ซึ่งจะมีฟุตพรีนท์ ที่มีขนาดกว้าง ครอบคลุมพื้นที่ การให้บริการได้หลายประเทศ เช่น ของดาวเทียมไทยคม 2/5 พื้นที่ให้บริการ คือทวีปเอเชีย และยุโรปบางส่วน

ข้อดี: การใช้ดาวเทียมระบบนี้เหมาะที่จะใช้ในประเทศใหญ่ ๆ เพราะครอบคลุมพื้นที่การให้บริการได้หลายประเทศ ซึ่งใช้ดาวเทียมหนึ่งดวง ก็ถ่ายทอดสัญญาณได้ ทั่วประเทศและยังถึงประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงด้วย เช่น จีน, อินโดนีเซีย, เวียดนาม เป็นต้น

ข้อเสีย: เนื่องจากส่งครอบคลุมพื้นที่กว้าง ๆ ความเข้มของสัญญาณจะต่ำจึงต้องใช้จาน 4 - 10 ฟุต ขนาดใหญ่รับสัญญาณภาพจึงจะคมชัด

3.1.2 แบบ ku-band จะส่งคลื่นความถี่ 10-12 ghz สูงกว่าความถี่ c-band สัญญาณที่ส่งจะครอบคลุมพื้นที่ได้น้อย จึงเหมาะสำหรับการส่งสัญญาณเฉพาะภายในประเทศ

ข้อดี: ความเข้มของสัญญาณใช้งานขนาดเล็ก ๆ 60-120 เซนติเมตร ก็สามารถรับสัญญาณได้แล้ว เหมาะสำหรับการส่งสัญญาณเฉพาะภายในประเทศ เช่น สัญญาณ เคเบิล ทีวี

ข้อเสีย: ฟุตพรีนระบบku-bandจะแคบส่งเฉพาะจุดที่ต้องการครอบคลุมพื้นที่ได้น้อยทำให้เสีค่าใช้จ่ายสูง ปัญหาในการรับสัญญาณภาพ เวลาเกิดฝนตกภาพจะไม่มี สาเหตุเนื่องมาจากความถี่ของ ku-band จะสูงมากเมื่อผ่านเมฆฝน

3.2 อินเทอร์เน็ต (internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก ตลอดจนในสังคมและในหน้าที่การทำงาน อาชีพต่าง ๆ แม้แต่การประชาสัมพันธ์ก็นำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ที่นำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ผ่านทาง E-mail หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจาก World Wide Web (WWW) โดยการจัดทำเป็น Website มองแต่ละแห่งให้ผู้เปิดดูเข้าไปดู และติดตามข้อมูลต่าง ๆ ได้

ข้อดีของอินเทอร์เน็ต

- 1) เป็นแหล่งรับหรือส่งข่าวสาร ได้หลายรูปแบบ เช่น E-mail , WWW ฯลฯ
- 2) เป็นแหล่งให้ความบันเทิง เช่น เพลง ภาพยนตร์ ข่าว หรือภาพ ฯลฯ
- 3) เป็นช่องทางสำหรับทำธุรกิจ สะดวกทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ประหยัดเวลา และมีความรวดเร็วสูง เช่น e-commerce หรือบริการ โอนเงิน เป็นต้น
- 4) เป็นช่องทางสำหรับประชาสัมพันธ์สินค้า บริการ หรือองค์กร

ข้อจำกัดของอินเทอร์เน็ต

- 1) เป็นเครือข่ายที่ใหญ่มาก มีบุคคลทุกเพศทุกวัย แทบทุกอาชีพที่ใช้งานข้อมูลที่สามารถใช้ได้กับบุคคลวัยหนึ่ง อาจไม่เหมาะสมกับบุคคลอีกวัยหนึ่ง โดยเฉพาะเด็ก
- 2) ภัยที่เกิดจากการติดต่อกับคนแปลกหน้า ซึ่งมีเจตนาที่จะหลอกลวงหรือต้องการข้อมูลส่วนตัวเรา
- 3) สื่อลามกอนาจาร การพนัน เข้าถึงผู้ใช้ได้ง่าย
- 4) เป็นช่องทางของมิจฉาชีพ ล่อลวง ลักพาตัวจากการ chat
- 5) ทำให้เกิดการใช้ภาษาผิด ๆ ได้จากการเล่นพูดคุย สื่อสารผ่านโปรแกรมสนทนาออนไลน์

กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ (Public for Public Relations)

การประชาสัมพันธ์ ส่วนที่สำคัญมากที่สุด คือ กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสาร คือ ผู้รับสาร (reciver) นั่นเอง กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. กลุ่มประชาชนภายใน คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ทำงานในองค์กรสถาบัน มีความเกี่ยวข้องผูกพันกับองค์การสถาบันอย่างใกล้ชิด
2. กลุ่มประชาชนภายนอก คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอกองค์กรสถาบันอาจแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มคือ
 - 2.1 กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การ โดยตรง ทั้งนี้อาจเป็นด้วยนโยบายหรือการดำเนินงานที่องค์การต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนเหล่านี้ หรืออาจเกี่ยวข้องกันทางด้านผลประโยชน์หรือกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งขององค์การสถาบัน เช่น กลุ่มผู้ถือหุ้น กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มสื่อมวลชน

2.2 กลุ่มประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่น คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ในละแวกเดียวกันหรือท้องถิ่นเดียวกันกับองค์การสถาบัน หรือสถานที่สถาบันตั้งดำเนินกิจการอยู่ กลุ่มประชาชนในท้องถิ่นนี้จึงมีลักษณะเป็นชุมชนในท้องถิ่น (community public) หรือชุมชนในละแวกใกล้เคียง

2.3 กลุ่มประชาชนทั่วไป คือกลุ่มประชาชนอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น กลุ่มประชาชนทั่วไปเหล่านี้ แม้อาจจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผูกพันกับองค์การเหมือนอย่างกลุ่มประชาชนภายใน

บทบาทความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสารที่มีความสำคัญ และเป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวาง มีระบบงานที่ซับซ้อนแต่งานประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมลักษณะความเป็นผู้นำขององค์การและบุคคล ทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือทั้งจากพนักงานภายในและจากประชาชนภายนอกด้วย นับว่างานประชาสัมพันธ์มีคุณค่าต่อสถาบันต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่ง ซึ่งพอจะสรุปความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ได้เป็นข้อ ๆ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงาน ได้ดีขึ้น หมายถึง การสร้างความรู้สึกระทับใจที่บุคคลหลาย ๆ กลุ่มมีต่อหน่วยงานนั้น ๆ รวมทั้ง ลูกจ้าง ลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน พ่อค้าและรัฐบาล โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ เผยแพร่ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณค่าความดีให้เกิดความเลื่อมใสและสร้างความผูกพันทางใจ เช่น การที่หน่วยงานประสบความสำเร็จมีกำไรพอควร และแบ่งส่วนของกำไรให้กับพนักงานในรูปของเงินเดือนที่สูงพอควร ตลอดจนมีสวัสดิการต่าง ๆ ให้เหมาะสมตามอัตรา ขณะเดียวกันก็เป็นสมาชิกที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชน เป็นเพื่อนบ้านที่ดี มีนโยบายส่งเสริมพนักงานให้มีตำแหน่งและความรับผิดชอบสูง มีการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

2. การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน หมายถึง มีการพัฒนาปรับปรุงตัวเอง รวมทั้งสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของประชาชนแล้วโอกาสที่ประชาชนจะได้รับความไม่สะดวก เกิดความเข้าใจผิด หรือมองในแง่ร้ายซึ่งจะเป็นผลในการนำไปวิพากษ์วิจารณ์ให้เกิดเสียชื่อเสียงย่อมไม่มี หรือมีน้อยมากเพราะเราได้ตรวจสอบความคิดเห็นทัศนคติของประชาชนและทำการปรับปรุงอยู่เสมอ

3. การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ทำให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานและฝ่ายบริหาร เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างฝ่ายบริหารกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง ด้วยการให้ข่าวสารข้อเท็จจริงและความถูกต้องมิได้เป็นการจูงใจหรือการโฆษณาชวนเชื่อด้วยกลวจา ย่อมทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกับฝ่ายบริหารขึ้น

4. การประชาสัมพันธ์ช่วยการขายและการตลาด การประชาสัมพันธ์เป็นการปูพื้นค่านิยมทัศนคติที่ดีที่เกิดกับหน่วยงานเมื่อประชาชนมีค่านิยม ความรู้สึกที่ดีแล้วก็มีใจพร้อมที่จะรับฟังข่าวสาร การโฆษณาสินค้า หรือบริการต่าง ๆ ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อในที่สุด ประชาสัมพันธ์ที่มีการตรวจสอบทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยมของ

กลุ่มเป้าหมาย ยังช่วยให้ฝ่ายการตลาดวางแผนงาน ตั้งแต่ผลิตสินค้า จัดจำหน่าย โฆษณา ฯลฯ ได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพด้วย

การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ในอันที่จะสร้างหรือพึงให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเพื่อให้สถาบันอันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ผลดี สมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540, หน้า 19-20)

จากคำจำกัดความดังกล่าว อธิบายได้ ดังนี้

1. คำว่า สถาบัน (institution or organization) คือกิจการที่บุคคลหรือคณะบุคคลได้จัดทำขึ้นโดยประสงค์ที่จะดำเนินการใด ๆ ในสังคมให้ลุล่วงไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น กิจการต่าง ๆ เช่น กิจการด้านการปกครอง สถาบันก็อาจมีรูปเป็นรัฐบาล กระทรวง ทบวง กรม และหน่วยราชการต่าง ๆ ถ้าเป็นกิจการด้านสังคมสงเคราะห์ ได้แก่ องค์กรสาธารณกุศล ต่างๆ เช่น มูลนิธิ หรือสภาสงเคราะห์ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีกิจการด้านธุรกิจ เช่น บริษัท ห้างร้าน ธนาคาร รวมทั้งสถาบันการศึกษาด้วย เช่น มหาวิทยาลัย วิทยาลัย โรงเรียน เป็นต้น หน่วยงาน และ องค์กรสถาบันเหล่านี้จะต้องดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายของสถาบันดังกล่าวข้างต้นจะต้องดำเนินงานถูกต้องตามกฎหมายมีระเบียบกฎเกณฑ์ข้อบังคับและเป็นสถาบันที่เกี่ยวข้องกับประชาชน

2. คำว่า กลุ่มประชาชน (the public) หมายถึง กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน กลุ่มประชาชน อาจแบ่งตามลักษณะต่าง ๆ เช่น ความสนใจ ระดับการศึกษา ความรู้ เพศ วัยฐานะ และ รายได้ ฯลฯ กลุ่มของประชาชนจะเป็นกลุ่มใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของสถาบันนั้น ๆ ซึ่งกลุ่มของประชาชน แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

2.1 กลุ่มประชาชนภายนอก (external public) ได้แก่ กลุ่มประชาชนภายนอก องค์กร หรือสถาบันและสถาบันที่เกี่ยวข้อง เช่น ลูกค้า ประชาชน ผู้บริโภค ลูกหนี้ เจ้าหนี้ ฯลฯ

2.2 กลุ่มประชาชนภายใน (internal public) ได้แก่ กลุ่มประชาชนภายในองค์กร หรือสถาบัน เช่น เจ้าหน้าที่ขององค์กร กลุ่มพนักงาน เป็นต้น

กลุ่มประชาชนดังกล่าวข้างต้น มีความสำคัญต่อสถาบันมากเพราะมีอิทธิพลที่จะทำให้สถาบันเจริญก้าวหน้า ถ้าเขาให้ความร่วมมือและสนับสนุน ตรงกันข้ามถ้าไม่ให้ความร่วมมือ สถาบันก็ไปไม่รอด ดังนั้นสถาบันจะต้องยืดหยุ่น เปลี่ยนแปลงให้เข้ากับกลุ่มประชาชนและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อความเจริญรุ่งเรืองของกิจการ

3. คำว่า ความสัมพันธ์อันดี (good relationship) ได้แก่ ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่าง องค์กร สถาบันกับกลุ่มประชาชนของตน กิจการใด ๆ ของสถาบันที่ได้จัดทำขึ้นนับตั้งแต่เริ่ม

จัดตั้งสถาบัน จนกระทั่งได้ดำเนินงานใด ๆ ของสถาบันไป ควรจะให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนกล่าวคือ ทำให้กลุ่มประชาชนมีความนิยม เกิดความพึงพอใจความเข้าใจในนโยบาย และการดำเนินงานของสถาบัน รวมทั้งเต็มใจที่จะให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วย การที่จะให้ดำเนินงานได้ผลดีเช่นนั้น องค์การสถาบันจำต้องศึกษาถึงสภาพของกลุ่มประชาชนตลอดจนความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อสถาบันและกิจการของสถาบัน สรุปแล้วก็คือ ทำให้เกิดความเข้าใจอันดี (good understanding) ซึ่งกันและกันนั่นเองเมื่อเกิดความเข้าใจอันดี หรือความสัมพันธ์อันดีแล้ว โอกาสที่จะได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนก็จะติดตามมา

4. คำว่า ประชามติ (public opinion) คือความคิดเห็นของกลุ่มประชาชน ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญร่วมมือ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลย่อมมีความเห็นต่อสิ่งเดียวกันหรือสถาบันแตกต่างกันหรือเหมือนกัน ดังนั้นสถาบันควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชน สนใจหรือเห็นด้วยให้ความสนับสนุนหรือไม่สนับสนุน โดยการคัดค้านหรือมีปฏิกิริยาโต้ตอบ เมื่อสถาบันได้ศึกษาสภาพความคิดเห็นของประชาชนแล้วก็จะได้หาทางแก้ไขความขัดแย้ง หรือความเข้าใจผิดของประชาชนบางคนในกลุ่มให้หมดไป

องค์การประชาสัมพันธ์ต่อระบบสังคม

มนุษย์มักจะรวมกลุ่มกันอยู่ในสังคม การรวมกลุ่มกันจะกลายเป็นสังคมชาติเพราะมนุษย์จะมีความรู้สึก ความคิดเห็นในแนวเดียวกัน ซึ่งเราเรียกว่าเป็นความรู้สึกร่วม ร่วมที่จะเป็นกลุ่มเดียวกัน มีความประพฤติเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน ยอมรับนับถือขนบธรรมเนียมประเพณีอย่างเดียวกัน

การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่ไม่เพียงแต่มุ่งเผยแพร่ข่าวสารจากกลุ่มสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่งแต่เพียงด้านเดียวเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมให้กลุ่มสังคมต่าง ๆ เข้ามาพิจารณาตัดสินคุณค่าของสังคม ช่วยให้ความคิดและเป้าหมายรวมทั้งความต้องการร่วมกัน บรรลุสู่ทิศทางเดียวกัน และเป็นจริงเป็นจังยิ่งขึ้น

ในยุคโลกาภิวัตน์ การประชาสัมพันธ์ทำให้สังคมกลายเป็นสังคมที่มีการรับรู้ข่าวสารเหมือนกัน มีความเข้าใจร่วมกันเกิดความรู้สึกเข้าใจ และเห็นใจระหว่างกลุ่มสังคมทำให้เกิดความรู้สึกเสียสละ อดทนและเกิดความมั่นคงขึ้นในสังคม ผลก็คือทำให้ประชาชนในสังคมสามารถช่วยกันพัฒนาบ้านเมืองและสังคมอย่างก้าวหน้าด้วยความร่วมมือของประชาชนทุกกลุ่มในสังคมนั่นเอง

บทบาทของการประชาสัมพันธ์ต่อระบบเศรษฐกิจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 ได้ให้ความหมายของคำว่า เศรษฐกิจ หมายถึง งานเกี่ยวกับการผลิต การจัดจำหน่าย จ่ายแจก และการบริโภคใช้สอยสิ่งต่าง ๆ ของชุมชน

จากความหมายของคำว่า เศรษฐกิจ ดังกล่าวนั้น ความหมายของคำว่า ระบบเศรษฐกิจ ก็คืองานอันเกี่ยวกับการผลิต การจัดจำหน่าย จ่ายแจก และการบริโภคสิ่งต่าง ๆ ของชุมชนนั้นคือ การทำธุรกิจและอุตสาหกรรมนั่นเอง

ในการประกอบธุรกิจ และอุตสาหกรรมนั้นถือว่าการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการจัดการหรือการบริหารการทำธุรกิจ และอุตสาหกรรมจะมั่นคง รวมทั้งได้รับการร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนก็ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องและเหมาะสมเพื่อชี้แจง แล่งข้อเท็จจริงให้บุคคลที่เกี่ยวข้องทราบถึงวัตถุประสงค์และนโยบายของหน่วยงาน หรือเพื่อติดต่อหาข้อมูลจากสิ่งแวดล้อมภายนอก เข้ามาช่วยตัดสินใจในการดำเนินกิจการของธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนที่เกี่ยวข้อง

การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้เกิดขึ้นแก่หน่วยงานสินค้าและบริการ ทำให้ประชาชนเกิดความนิยมและไว้วางใจหน่วยงาน และเกิดนิยมสินค้าและบริการ รวมทั้งได้รับการสนับสนุนในการดำเนินงานจากกลุ่มต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ที่ดีทำให้ความสัมพันธ์ภายในหน่วยงานเป็นไปด้วยความราบรื่น และเกิดการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจเสรีเป็นประโยชน์แก่ประชาชนในการที่จะพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

บทบาทของการประชาสัมพันธ์ต่อระบบการเมือง

ตามที่ได้เข้าใจความหมายของการประชาสัมพันธ์ไปแล้วนั้น เมื่อได้มาพิจารณาถึงบทบาทของการประชาสัมพันธ์ต่อระบบการเมืองตามความหมายดังกล่าวข้างต้นนั้น สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. บทบาทของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่องานที่เกี่ยวกับรัฐหรือแผ่นดินการประชาสัมพันธ์ต้องมีบทบาทในการเผยแพร่ข่าวสารสร้างศรัทธา สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรหน่วยงานและสถาบันของรัฐ เพื่อให้ความร่วมมือระหว่างองค์กร หน่วยงานสถาบันของรัฐกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการจัดส่วนแห่งรัฐ และการดำเนินการขององค์กร หน่วยงานและสถาบันของรัฐ

2. บทบาทของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการบริหารประเทศเฉพาะที่เกี่ยวกับนโยบายในการบริหารประเทศ การประชาสัมพันธ์ต้องมีบทบาทในการที่จะให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจความมุ่งหมายเกี่ยวกับการบริหารประเทศ โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับนโยบายในการบริหารประเทศ

การเมืองระหว่างประเทศ และนโยบายระหว่างประเทศ ซึ่งต้องใช้ระบบการประชาสัมพันธ์แบบ ยุคคลวิธี (two-ways communications) คือการบอกกล่าวให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบายและการ ดำเนินงานการดำเนินตามนโยบายประเทศ ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นของประชาชนด้วย ด้วยเหตุผลเพื่อให้ทั้งประชาชนและผู้บริหารประเทศได้ปรับแนวความคิดให้ตรงกันและได้รับการ สนับสนุนจากประชาชนและเกิดความมั่นคงทางการเมืองและแรงจูงใจในการพัฒนาประเทศตลอด ทั้งการสร้างความสัมพันธ์อันดีในการเมืองระหว่างประเทศ

3. บทบาทของการประชาสัมพันธ์ที่ดีต่อกิจการอำนาจ หรือควบคุมการบริหารราชการ แผ่นดิน การประชาสัมพันธ์เป็นกลไกที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่กิจการทุกอย่างที่มีการติดต่อ ระหว่างกลุ่มประชาชนและหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะช่วยให้รัฐบาลสามารถบริหารราชการได้ โดยสะดวก ช่วยให้ประชาชนเข้าใจปัญหาต่าง ๆ ของรัฐบาลในการทำกิจการอำนาจ หรือควบคุม การบริหารราชการแผ่นดิน การประชาสัมพันธ์จะช่วยให้รัฐบาลสามารถติดต่อสื่อสารกับประชาชน ได้ ช่วยแก้ไขปัญหารื่องความเข้าใจผิดที่จะเกิดขึ้นกับการบริหารราชการแผ่นดิน สามารถทำให้ รัฐบาลได้เข้าใจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารราชการแผ่นดินอีกด้วย

ในการบริหารราชการแผ่นดินนั้น การที่จะให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจความมุ่งหมาย ในนโยบายและการบริหารงานของรัฐบาล และหน่วยงานของรัฐบาลก็ต้องมีการประชาสัมพันธ์ สองทาง คือ บอกกล่าวให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบายและการดำเนินงาน ขณะเดียวกันก็รับฟัง ความคิดเห็นของประชาชนด้วย ทั้งนี้เพื่อจะได้ปรับแนวความคิดให้ตรงกัน และได้รับการ สนับสนุนจากประชาชนทำให้เกิดความรู้สึกในทางร่วมกัน

ตามที่ สุพิน ปัญญาภัก (2535) ได้กล่าวไว้ ศัพท์บางคำที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้ศึกษาความหมาย การประชาสัมพันธ์ ได้เข้าใจความหมายของการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน ยิ่งขึ้นจึงต้องทราบความหมายของคำศัพท์ต่างๆ ที่ใกล้เคียง และเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ ซึ่ง ผู้ศึกษาอาจเห็นบ่อย ๆ มีดังนี้

1. การเผยแพร่ (publicity) คือการกระจายข่าวสารต่าง ๆ ของหน่วยงานไปยังกลุ่ม ประชาชนการเผยแพร่ เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เท่านั้น เช่น การประกาศแจ้งความ

2. กิจกรมสาธารณะ (public affairs) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือมีประโยชน์ต่อ ประชาชนทั่ว ไปบางหน่วยงานใช้คำว่า “การประชาสัมพันธ์”

3. การสารนิเทศ (information) หมายถึง การให้บริการข่าวสาร หรือข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็น ประโยชน์ต่อประชาชน เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนหรือผู้ที่มาติดต่อเกี่ยวข้องกับ หน่วยงานของรัฐจะจัดตั้งเป็นศูนย์บริการข่าวสาร (information service center) หรือเรียกชื่อ ว่า “ศูนย์สารนิเทศ” (information center)

4. สำนักงานเผยแพร่ (press agency) หมายถึง การเป็นตัวแทนแพร่ข่าวสารให้หน่วยงานต่าง ๆ ตัวแทนเผยแพร่ข่าว หรือสำนักงานบริการเผยแพร่ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างหรือเรียกสร้างความสนใจจากประชาชน มากกว่าที่จะสร้างความเข้าใจแก่ประชาชน การสร้างข่าว สร้างเหตุการณ์ เช่น การประกวดนางงามจักรวาล การแสดงละคร ภาพยนตร์ ฯลฯ

5. การประกาศ (announcement) หมายถึง การบอกกล่าวแพร่กระจายข่าวสารให้ประชาชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทราบอาจจะจัดทำขึ้นเป็นครั้งคราวตาม โอกาสหรือความจำเป็นในแต่กรณี เช่น การประกาศเชิญชวนให้ถือหุ้นของบริษัท การประกาศรับสมัครงาน การประกาศประจำเสมอเช่น การประกาศของทางราชการ ประกาศข่าวสำคัญประจำสัปดาห์ ลักษณะการประกาศส่วนใหญ่จะใช้ข้อความสั้น กระชับ และเข้าใจง่าย

6. การประชุมแถลงข่าว (news conference) หมายถึง การให้ข่าวสารต่าง ๆ ในเรื่องในเรื่องหนึ่งแก่ผู้สนใจหรือสื่อมวลชน เพื่อนำไปเผยแพร่สู่สาธารณชนอีกต่อหนึ่ง เช่น การแถลงข่าวของกระทรวง ทบวง กรม การแถลงข่าวบางครั้งอาจมีการให้ซักถามเพิ่มเติมได้หรือให้สัมภาษณ์ประกอบ บางหน่วยงานจัดขึ้นเพื่อแถลงข่าวสำคัญๆ แก่สื่อมวลชน เช่น การประชุมแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน การประชุมพบปะระหว่างกลุ่มนักข่าวหนังสือพิมพ์และสื่อมวลชน กับบุคคลของหน่วยงาน

7. หน่วยงานติดต่อ - สอบถาม (enquiry) หมายถึง งานส่วนย่อยส่วนหนึ่งของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่คอยตอบข้อซักถามต่าง ๆ ให้ประชาชนผู้มาติดต่อกับหน่วยงาน เช่น สถานที่ราชการ โรงพยาบาล บริษัทธุรกิจการค้า ฯลฯ หน่วยงานติดต่อสอบถามประจำอยู่บริเวณหน้าสำนักงานหรือทางเข้าออกของสำนักงาน หน่วยติดต่อ สอบถาม จะเป็นด่านแรกที่คอยตอบข้อซักถามต่าง ๆ แก่ผู้มาติดต่อ เช่น จะพบผู้อำนวยการที่ไหน ฯลฯ หน่วยงานนี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความประทับใจ หรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กรในทางบวกหรือลบได้ ฉะนั้นเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่นี้จะต้องเป็นผู้มีกิจกรรมยาที่ดี พุดจาไพเราะ และรู้เรื่องราวขององค์กรเป็นอย่างดีและมีความรู้ความเข้าใจในหน้าที่ของการบริการให้บริการด้วย

8. การให้การศึกษา (education) หมายถึง การให้ความรู้ความเข้าใจ แนวคิด คำแนะนำ การให้การศึกษาเป็นกระบวนการอย่างหนึ่ง ทำให้มนุษย์มีความชำนาญหรือทักษะรวมทั้งค่านิยม ทัศนคติ การให้การศึกษาจะช่วยพัฒนาบุคคลให้มีประโยชน์แก่สังคมและทำให้บุคคลมีคุณค่ายิ่งขึ้น การศึกษาเป็นการให้ความรู้ความเข้าใจโดยไม่มีการ โหม้มน้าวชักจูงให้เกิดความเชื่อถือ การศึกษาเป็นการชี้แนะตามเนื้อหาวิชา ผู้รับมีอิสระและเสรีภาพในการคิด การหาเหตุผล และสามารถหาความรู้เพิ่มเติมได้ด้วยตนเอง

9. ข่าวแจก (press release or news release) หมายถึง ข่าวสารซึ่งองค์การหรือสถาบันจัดทำขึ้นเพื่อจัดส่งแจกจ่ายสู่หนังสือพิมพ์หรือมวลชนอื่น ๆ จัดทำขึ้นในลักษณะข่าวสารเพื่อให้มวลชนนำไปเผยแพร่แก่ประชาชนอีกทอดหนึ่ง ส่วนใหญ่ข่าวแจกจะเป็นเรื่องราว นโยบายความเคลื่อนไหวของการดำเนินงานของสถาบัน

10. การจัดให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน (press interview) การจัดให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชนหรือนักข่าวเป็นการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารขององค์การไปสู่ประชาชน โดยอาศัยมวลชนเป็นสื่อช่วยกระจายข่าว โดยทั่วไปการให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชนจัดขึ้นเมื่อนักข่าวหรือสื่อมวลชนขอสัมภาษณ์ ซึ่งอาจเป็นนักข่าวหลายคนหรือคนเดียวก็ได้ เพื่อสอบถามรายละเอียดเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น สื่อมวลชนขอสัมภาษณ์ผู้ว่าการทางด่วนแห่งประเทศไทย ฯลฯ ส่วนใหญ่จะมีการนัดหมายล่วงหน้า อาจมีการเตรียมคำถามจากนักข่าวล่วงหน้า

11. การจัดพาสื่อมวลชนชมกิจการ (press visits or press tour) การจัดพานักข่าวเข้าชมกิจการเพื่อนำเอาเอกสาร ข้อเท็จจริง หรือเรื่องราวที่พบเห็นไปเสนอข่าวสู่ประชาชน เช่น พายมโรงงาน โรงแรม สถานที่ราชการ ฯลฯ

12. การจัดเหตุการณ์พิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ (special event) การจัดเหตุการณ์พิเศษเป็นกิจกรรมพิเศษที่จัดทำขึ้นเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เช่น การจัดนิทรรศการ การจัดงานครบรอบปี ฯลฯ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมเข้าชมงานนั้น ๆ เช่น เข้าชมนิทรรศการเปิดตัวสินค้าใหม่ จัดครบรอบ 100 ปี ทำให้ผู้เข้าชมได้รับความรู้ ความบันเทิงและประโยชน์อีกด้วย

13. เจ้าหน้าที่กิจกรรมสาธารณะหรือกิจกรรมสังคม (public affairs officer) ทำหน้าที่บริการเสนอแนะ และปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ อันเป็นคุณประโยชน์แก่สังคม และส่งผลถึงสาธารณะ โดยส่วนรวม เพื่อให้ประชาชนเลื่อมใส ศรัทธา

14. พนักงานต้อนรับ (receptionist) หมายถึง ผู้ที่หน่วยงาน องค์การ สถาบัน ให้ทำหน้าที่ต้อนรับแขกหรือผู้ที่มาติดต่อเยี่ยมชมหน่วยงาน โดยมีหน้าที่เพียงต้อนรับหรือรับแขกที่มาพบ อาจทำหน้าที่พูดคุยทักทายเล็ก ๆ น้อย กับแขกผู้มาติดต่อ

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชนสัมพันธ์

สื่อมวลชนสัมพันธ์ (press relations)

สื่อมวลชนสัมพันธ์เป็นงานสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลในวงการหนังสือพิมพ์ ตั้งแต่บรรณาธิการ นักวิจารณ์ นักข่าว นักเขียนนักจัดรายการ ตลอดจนช่างภาพ เพราะงาน

ประชาสัมพันธต้องอาศัยสื่อมวลชนช่วยเน้นสื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อเท็จจริงไปสู่ประชาชนผู้รับข่าวสาร เมื่อสื่อมวลชนติดต่อขอรายละเอียด และข่าวสารก็ควรให้ความสะดวกต่าง ๆ

ความสำคัญของการสื่อสารมวลชนสัมพันธ์ (สุรัตน์ ตรีสุกุล, 2548)

การสื่อสารมวลชนเป็นรูปแบบหนึ่งของกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ซึ่งเน้นการสื่อสารมวลชนจึงมีความสำคัญสำหรับสมาชิกของสังคม และสังคมโดยรวม ดังนี้

1. สื่อมวลชนทำหน้าที่รายงานข่าวสารข้อมูลและเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสังคม ซึ่งจะเป็ประโยชน์ในการสร้างร่วมมือร่วมใจของคนในสังคมเพื่อสร้างสรรค์สิ่งที่ดี และป้องกันภัยหรือสิ่งเลวร้ายที่อาจเกิดขึ้นต่อประชาชนและสังคม
2. การสื่อสารมวลชนช่วยสร้างและขยายโลกทรรศน์ของประชาชนในสังคมให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์การเสริมสร้างศักยภาพของแต่ละบุคคลและเพิ่มพูนศักยภาพโดยรวมของสังคมในการเสริมสร้างและพัฒนาสังคมให้เจริญก้าวหน้า
3. การสื่อสารมวลชนคือเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างเพิ่มพูนและปรับเปลี่ยนความรู้อทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนให้สอดคล้องกับทิศทางและนโยบายการบริหารและการพัฒนาประเทศ
4. การสื่อสารมวลชนช่วยเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่ส่งเสริมสนับสนุนระบบกลไกและสถาบันของสังคมให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยดีและบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
5. การสื่อสารมวลชนเป็นเครื่องมือในการสร้างและสะท้อนประชาชาติซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตย
6. การสื่อสารมวลชนเป็นเสมือนเวทีในการอภิปราย และนำเสนอข้อคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อจัดการปัญหาความขัดแย้งและสร้างสรรค์ความเข้าใจ และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน
7. การสื่อสารมวลชนคือวิธีการหนึ่งในการสืบทอดค่านิยม ความเชื่อ ทัศนคติ พฤติกรรม และประเพณีวัฒนธรรมของประชาชนและสังคม
8. การสื่อสารมวลชนมีผลต่อการกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตวิถีชีวิตของคน จิตสำนึก ค่านิยมที่พึงประสงค์ และบรรทัดฐานของสังคม
9. การสื่อสารมวลชนคือปัจจัยหนึ่งในการส่งเสริมสนับสนุนการลงทุน การดำเนินธุรกิจ และอุตสาหกรรมทั้งในด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หรือการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการดำเนินธุรกิจและแรงงานสัมพันธ์
10. การสื่อสารมวลชนเป็นสื่อกลางในการสร้างความผลิตผลิติน ความสนุกสนาน ความบันเทิง และความผ่อนคลายให้แก่สมาชิกของสังคม

11. การสื่อสารมวลชนทำให้เกิดกระบวนการโลกาภิวัตน์ เป็นการหลอมประเทศต่างๆ และประชาชนในแต่ละประเทศให้กลายเป็นสมาชิกของสังคมเดียวกัน คือสังคมโลกซึ่งเอื้อให้คนส่วนใหญ่ในโลกมีโอกาสและมีเสรีภาพในการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลความรู้สึนึกคิด แนวทางการดำเนินชีวิต และความร่วมมือระหว่างกันได้อย่างอิสระเสรีอย่างยิ่ง

12. การสื่อสารมวลชนเป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่งในการดำเนินนโยบายและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่ากระบวนการสื่อสารมวลชนและสื่อมวลชนนั้น เปรียบเสมือนดาบสองคมคือมีทั้งประโยชน์และผลกระทบเชิงลบ จากความสำคัญ ของกระบวนการสื่อสารมวลชนที่น่าเสนอข้างต้นนี้ จะนำไปสู่การศึกษาถึงบทบาทหน้าที่ รวมทั้ง อิทธิพลและผลกระทบของการสื่อสารมวลชนที่มีต่อสมาชิกของสังคมและสังคมในภาพรวม

ทักษะการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสื่อมวลชน เช่น บุคลากร นโยบาย ฯลฯ
2. การให้ข่าวสารด้านต่างๆแก่สื่อมวลชน เช่น โครงการความเคลื่อนไหว
3. อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่มาติดต่อ โดยจัดหน่วยตอบข้อซักถาม

ตลอด 24 ชั่วโมง

4. การสร้างความสัมพันธ์และความสนิทสนมกับสื่อมวลชน อาจจะเป็นการจัดเลี้ยง หรือ พบปะสังสรรค์

5. การจัดทำแฟ้มข่าว (clipping file) โดยตัดข่าว บทความ และบทความสารคดีเกี่ยวกับ หน่วยงาน องค์กร สถาบัน

แนวคิดสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ตามโครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 (เทศบาล เมืองแสนสุข, 2551) สามารถแบ่งการใช้สื่อได้ดังนี้

1. สื่อภายใน หมายถึง การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรสถาบัน ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสาร กับบุคคลภายในองค์กร คือ

2. สื่อบุคคล คือ พนักงานในองค์กรได้ทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยใช้สื่อสาร ระหว่างบุคคลหรือการประชุมของ โครงการเพื่อมอบหมายความรับผิดชอบของบุคคลในหน้าที่ นั้นๆแตกต่างกัน

3. หนังสือคำสั่งราชการ คือ หนังสือคำสั่งของทางราชการที่แสดงถึงรายละเอียดของ โครงการและหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรในองค์กร

4. สื่อภายนอก หมายถึง การติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร ซึ่งเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงประชาชนโดยทั่วไปรับรู้ โดยแบ่งได้ดังนี้

1) แผ่นพับ (Folder) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการขององค์กรที่ทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ซึ่งทำการเผยแพร่ตามสถานที่และหน่วยงานที่ทางเทศบาลขอความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ จำนวน 1,000 ใบ เพื่อให้เห็นรายละเอียดของงาน”โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” เช่น วันเวลาและสถานที่ในการจัดงาน หมายกำหนดการการจัดงาน ฯลฯ

2) ป้ายประกาศและโปสเตอร์ เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนที่มีความเด่นและสะดุดตา จัดทำด้วยสีสดใสสวยงาม มีภาพและตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย แม้อยู่ไกล มีขนาดต่างตามความเหมาะสมของสถานที่ที่ทำการประชาสัมพันธ์ อาทิ เช่น บริเวณหน้าชายหาดบางแสน (ป้ายยินดีต้อนรับ) ถนนสุขุมวิท (ทางเข้าหน้าวัดตาลล้อม) มีข้อความว่า

“เทศกาลส่งท้าย ปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ 2552 Bangsaen Countdown to 2009, 31 ธ.ค. 51 ตั้งแต่ 18.30-02.00 น. สนุกเพลิดเพลินกับการแสดงของศิลปินยอดฮิตจาก RS นำโดย ไปงกลาง สะออน ปาน ธนพร หวีว วง Black Vanilla บิว กัลยาณี, 27 ธ.ค. 51-1 ม.ค.52 ร้านอาหารและลานเบียร์ ริมหะเลแหลมแท่น ตระการตากับการแสดงพลุ 999 ลูก ณ แหลมแท่น”

3) วิทยุ (Radio) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว และเผยแพร่ข่าวไปได้ไกลมาก เป็นที่นิยมทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งสื่อวิทยุของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองแสนสุข ซึ่งเป็นสื่อการในการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น เด็กพลัดหลง ให้สะดวกในการเลื่อนรถจอด และข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ และในการประชาสัมพันธ์งานโครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 มีข้อความในการประชาสัมพันธ์ คือ

“เทศบาลเมืองแสนสุข ร่วมกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ร่วมจัดงานนับถอยหลังส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2009 <Countdown 2009> ในวันที่ 31 ธันวาคม 2551 ที่ริมหะเลแหลมแท่นชายหาด บางแสน ซึ่งจัดขึ้นเป็นปีที่ 5 ภายในงานท่านจะได้พบกับคอนเสิร์ตจากศิลปิน อาทิ ปาน ธนพร ,บิว กัลยาณี Black Vanilla, ไปงกลาง สะออน ฯลฯ การแสดงพลุ 999 ลูก สำหรับท่านที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนในเขตเทศบาลเมืองแสนสุข ท่านจะได้พบกับลานเบียร์บรรยากาศแสนสบายแสงไฟยามค่ำคืนร้านค้าและร้านอาหารที่มีให้เลือกอย่างหลากหลาย ไฟที่ประดับประดาอย่างตระการตา พบกันที่ริมหะเลแหลมแท่นชายหาดบางแสน ระหว่างวันที่ 27 ธันวาคม 2551 ถึงวันที่ 1 มกราคม 2552 เชิญท่านร่วมงาน นับถอยหลังส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2009 พร้อมกัน ในวันที่ 31 ธันวาคม 2551”

4) ป้ายไฟรางกระพริบ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่แสดงถึงข้อความที่เผยแพร่กิจกรรม และเชิญชวนให้มาร่วมกิจกรรมต่างที่จัดขึ้น ซึ่งป้ายไฟรางกระพริบ ติดตั้ง ณ สะพานข้ามถนนหน้า โรงเรียนชลราษฎรอำรุง ตามข้อความนี้

“เทศบาลเมืองแสนสุข และ อบจ.ชลบุรี ร่วมฉลองนับเวลาถอยหลัง ส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ 2552 ในวันที่ 31 ธันวาคม 2551 งานนี้จัดศิลปินนักร้อง นักแสดงมาร่วมฉลองมากมาย อาทิเช่น ปาน ธนพร, บิว กัลยาณี, Black Vanilla, หิว, โป่งกลางสะออนและชมการแสดง พลุดอกไม้ไฟ จำนวน 999 ลูก อย่างตระการตา ณ ริมหาดแหลมแท่น ชายหาดบางแสน และ ระหว่างวันที่ 27 ธันวาคม 2551 ถึงวันที่ 1 มกราคม 2552 ได้จัดร้านค้า ร้านอาหารไว้บริการกับ บรรยากาศสบาย ๆ ยามค่ำคืน ประดับด้วยไฟแสงสีตระการตา”

5) เคเบิลทีวี (แสนสุขวิชั่น) เป็นสื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางโทรทัศน์ที่มีขอบเขต เนื้อหาอยู่บริเวณตำบลแสนสุขหรือตำบลใกล้เคียง ทางเทศบาลเมืองแสนสุขได้ขอความร่วมมือทำการเผยแพร่ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึง รายละเอียดการจัดงาน วันเวลา และสถานที่พร้อมทั้งยังขอความร่วมมือไปยังสถานีวิทยุที่อยู่ใน ความดูแลของแสนสุขวิชั่น คือ F.M 90.75 (smile f.m.), F.M. 97.75 (แสนสุขเอฟเอ็ม) ให้ช่วยทำการประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง

6) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เสนอข้อมูลข่าวสารอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัด ชลบุรี ทางเทศบาลเมืองแสนสุขจึงขอความร่วมมือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทำการประชาสัมพันธ์ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 คือ

-เสียงเสรี คุณสมศรี ศิริพงษ์ บรรณาธิการ

-เสียงมหาชน คุณสมหวัง มังกรสุรกาล บรรณาธิการ

-อิสระชน คุณผดุงศักดิ์ ตันติตระกูล บรรณาธิการ

-บางแสนโพสต์ คุณปัทกพล ชมชื่น บรรณาธิการ

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความคิดเห็น (opinion) (Dictionary of Education, 1973, 2545, หน้า 15-16) ความคิดเห็น (opinion) กับทัศนคติ (attitude) จะถูกใช้เปลี่ยนกันได้เสมอ ทัศนคติมักจะ หมายถึง ความพยายามที่จะกระทำ (intention of act) ซึ่งจะเกี่ยวข้องอย่างมากกับอุปนิสัยและพฤติกรรม(habit and behavior)

พจนานุกรมทางการศึกษา (Dictionary of Education, 1973, p.399 อ้างถึงใน สุชาติ ศรีสุวรรณ, 2545, หน้า 15) ได้ให้คำจำกัดความของความคิดเห็นว่า หมายถึง ความเชื่อ การตัดสินใจ ความคิด ความรู้ประทับใจที่ไม่ได้มาจากการพิสูจน์ หรือการชั่งน้ำหนักกว่าเป็นการถูกต้องหรือไม่

เทอร์โทน (Thurstone, 1967, p.77 อ้างถึงใน สุชาติ ศรีสุวรรณ, 2545 หน้า 16) กล่าวว่าทัศนคติเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิดเห็น ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางด้านคำพูดเป็นความคิดเห็น และความคิดเห็นนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้นถ้าเราอยากวัดทัศนคติก็ทำได้โดยวัดความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ

จากที่กล่าวมา อาจสรุปได้ว่า ความคิดเห็น เป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกหรือความเชื่อต่อสิ่งใดหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมขณะนั้น เป็นพื้นฐานในการแสดงความคิดเห็น ทั้งในทางที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย ซึ่งอาจเป็นคำพูดหรือการเขียนก็ได้ และอาจถูกต้องหรือไม่ก็ได้

ความสำคัญความคิดเห็น

การสำรวจความคิดเห็นเป็นการศึกษาความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคล หรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อม ซึ่งการสำรวจความคิดเห็นจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย ในการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยมากมักจะใช้วิธีแบบการวิจัยตลาด ๆ ได้แก่ การซักถาม สอบถาม และบันทึกรวบรวมไว้เป็นข้อมูล วิธีที่ง่ายที่สุดในการที่จะบอกถึงความคิดเห็นจะออกมาในลักษณะเช่นไร (Best, 1977, p.179 อ้างถึงใน สุชาติ ศรีสุวรรณ, 2545, หน้า 16)

สิ่งที่มีอิทธิพลทำให้ความคิดเห็นแตกต่างกัน ได้แก่

1. การศึกษา ซึ่งระดับการศึกษามีอิทธิพลมากต่อการแสดงความคิดเห็น
2. สถานะบันครอบครัว สภาพแวดล้อม กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้องซึ่งมีส่วนผลักดันให้บุคคลเกิดการเรียนรู้
3. สื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของแต่ละยุค

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยของ วันทนีย์ ศิริสุข (2539) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส กับความรู้ ทัศนคติของสมาชิกเกี่ยวกับโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส และกับความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อประสิทธิภาพ ของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ ที่มีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 549 คน ในรูปการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิกในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด

พลัส บางประเภทเท่านั้น ได้แก่ นิตยสารสวัสดี แผ่นพับ จดหมายโดยตรงถึงสมาชิก โปสเตอร์ นิตยสารทั่วไป และสติ๊กเกอร์ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ และทัศนคติของสมาชิกเกี่ยวกับ โครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ทุก ประเภทกับความคิดเห็นของสมาชิกต่อประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการในระดับปานกลาง และทัศนคติที่เป็นกลางต่อโครงการ สะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส

งานวิจัยของ คุณนที อนุรักษิพันธุ์ (2541) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ศึกษา เฉพาะกรณี โครงการบันไดปลาโจน ที่เขื่อนปากมูล จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์หลักที่จะ ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อ ที่มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อโครงการบันไดปลาโจน ที่เขื่อนปากมูล จังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งเพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้รับสารต่อการณรงค์ประชาสัมพันธ์ชุด “บันไดปลาโจน” อีกด้วย การศึกษาการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแนวทางการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ศึกษาหา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยศึกษา ณ จุดเวลาใด เวลาหนึ่งหรือการวิจัยแบบตัดขวาง โดย กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ประชาชนใน 5 ตำบลที่อาศัยอยู่ในอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่ง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการกำหนดขนาดตัวอย่างตามทฤษฎีของเคร์คกี และมอร์แกน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามระดับชั้นอย่างเป็นสัดส่วน โดยมีหน่วยศึกษา จำนวน 379 ตัวอย่าง ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยใช้แบบสัมภาษณ์อย่างเป็นระเบียบเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สำหรับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์และสื่อบุคคลที่เกี่ยวกับ โครงการบันไดปลาโจนนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับฟังข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์มากที่สุด โดยเฉพาะรายการ “กระจกกหักด้าน” ทางช่อง 7 รวมทั้งเคยเห็น โฆษณาชุดบันได ปลาโจนผ่านทางวิทยุโทรทัศน์ด้วย แต่เนื่องจากโฆษณาดังกล่าวใช้รูปแบบที่เข้าใจยากเกินไป จึง มีเพียงกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยที่จะสามารถจดจำภาพและคำพูดในงาน โฆษณาได้ สำหรับสื่อ วิทยุกระจายเสียงและหนังสือพิมพ์เป็นสื่อวิทยุกระจายเสียงและหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่าง เลือกเปิดรับข่าวสารรองลงมา ในกรณีสื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะเปิดรับข่าวสารผ่านผู้นำ ชุมชน ซึ่ง ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และพระ

ในเรื่องของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟัง ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการบันไดปลาโจนผ่านทั้งสื่อประชาสัมพันธ์และสื่อบุคคล แต่พบว่าสื่อต่างๆ เหล่านี้ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ โครงการฯ อีกทั้งยังพบอีกว่า

การได้รับข่าวสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและนิตยสารบ่อยครั้งเพียงใด สิ่งทำให้ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโครงการฯในระดับปานกลางอยู่แล้วลดต่ำลง หรือเป็นไปในทางที่ไม่สนับสนุนต่อโครงการฯ ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาของตัวผู้รับสาร ที่ทำให้ผลของการสื่อสารไม่เป็นไปตามเจตนาคติของผู้ส่งสาร (กฟผ.) อีกทั้งเนื้อหาข่าวสารและรูปแบบในการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อดังกล่าวค่อนข้างเข้าใจยาก โดยเฉพาะทางสื่อสิ่งพิมพ์และภาพยนตร์ โฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบแค่ระดับประถมศึกษาจึงทำให้เกิดอุปสรรคทางด้านภาษา ทำให้เขาเหล่านั้นตีความหมายของสารที่ส่งไปไม่ได้ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ รวมทั้งสื่อต่างๆที่ใช่มุ่งเน้นการเข้าถึงคนเมืองมากกว่าที่จะมุ่งการใช้สื่อลงไปในท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบจากการสร้างบันไดปลาโจน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการบันไดปลาโจนโดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์และสื่อบุคคลส่วนใหญ่ ไม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

งานวิจัยของโสธร เจริญไทย (2547) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์องค์กรของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ” ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การรวบรวมเอกสารและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและหัวหน้างานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับด้านการประชาสัมพันธ์ของ สวทช. ทั้งส่วนงานกลางและศูนย์แห่งชาติ เกี่ยวกับรูปแบบในการดำเนินงานแนวคิดในการทำงาน ตลอดจนแนวทางในการสร้างเอกลักษณ์ขององค์กร นอกจากนี้ ก็ได้สัมภาษณ์กลุ่มสื่อมวลชนทั้งที่มีความเกี่ยวข้องและไม่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับ สวทช. เพื่อให้ทราบถึงข้อคิดเห็นต่อการใช้สื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ของ สวทช. และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ขององค์กรของ สวทช. จากการศึกษาพบว่า สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ(สวทช.)เป็นองค์กรที่มีบทบาทหน้าที่หลักในการสร้างพลวัตทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับประเทศนับตั้งแต่เริ่มมีการก่อตั้งเป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน สวทช. ได้ทำกิจกรรมการประชาสัมพันธ์กับภายนอกผ่านสื่อมวลชนต่างๆ อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ตลอดจนจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งประชาชน ภาครัฐและภาคเอกชน ได้รู้จักและรับทราบถึงบทบาทหน้าที่ รูปแบบการดำเนินงาน และผลงานต่าง ๆ ของ สวทช. ที่ได้สร้างคุณประโยชน์นานับประการต่อประเทศ

ผลการศึกษาแนวคิดของบุคลากรในการทำงานประชาสัมพันธ์ของ สวทช. พบว่าบุคลากรมุ่งให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์หน่วยงานที่สังกัดอยู่เป็นอันดับแรก และเห็นว่าเอกลักษณ์องค์กรไม่มีความจำเป็นของในการประชาสัมพันธ์ และเห็นว่าการสร้างเอกลักษณ์

องค์กรของ สวทช. ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กร และเห็นว่าการประสานงานด้านการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันยังไม่เป็นที่น่าพอใจเท่าที่ควร ต้องได้รับการปรับปรุงเพิ่มเติม การประสานงานระหว่างศูนย์แห่งชาติมีค่อนข้างน้อย จะเป็นการประสานงานระหว่างศูนย์แห่งชาติกับส่วนงานกลางเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้บุคลากรเกือบทั้งหมดเห็นด้วยว่าเป็นเรื่องจำเป็นและควรมีแผนงานหลักร่วมกัน เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการทำงาน

ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ของ สวทช. พบว่าส่วนใหญ่เห็นพ้องกันว่า การประชาสัมพันธ์ของ สวทช. ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ยังไม่เป็นที่รู้จักของประชาชน และควรมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

ผลจากการศึกษาแนวทางการใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์องค์กรของ สวทช. พบว่า ต้องมีการกำหนดนโยบายในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานจากส่วนงานต่างๆมีทิศทางไปในแนวทางที่ตั้งไว้ และควรมีการประชาสัมพันธ์ไปสู่ภาคประชาชนเพื่อให้ประชาชนสนใจและมีส่วนร่วมมากขึ้น โดยเสนอให้มีการแนวทางในการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ ยังได้เสนอแนวทางว่า ควรสร้างเอกลักษณ์องค์กรร่วมขึ้นมาเพื่อสร้างความเกี่ยวพันกันทางใดทางหนึ่ง ช่วยให้การดำเนินงานไปในแนวทางเดียวกัน โดยเสนอแนวทางที่แตกต่างกัน อาทิ ใช้ตราสัญลักษณ์ รูปแบบอักษร สี หรือสร้างมาตรฐานสื่อสิ่งพิมพ์ของ สวทช. เป็นต้น

งานวิจัยของ นิวันดา เพ็ญภาคกุล (2547) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์วิจัยเรื่อง “การประเมินผลการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ บริษัทหลักทรัพย์ไชนีส จำกัด(มหาชน)ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มลูกค้า” เป็นการศึกษาวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ พฤติกรรมการเปิดรับ การรับรู้ และทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อบริษัทหลักทรัพย์ไชนีส จำกัด (มหาชน) โดยจะนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของบริษัทหลักทรัพย์ไชนีส จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้ลูกค้าของบริษัทหลักทรัพย์ ไชนีส จำกัด (มหาชน) ทั้งในสำนักงานใหญ่ และสาขา ทั้งหมด 8 แห่ง จำนวน 400 ตัวอย่าง มีการเลือกสุ่มตัวอย่างจากการหาค่าเฉลี่ยจากจำนวนลูกค้าของแต่ละสำนักงานและสาขา โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยเป็นผู้คิดขึ้นเอง ระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม 2549 โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามเอง ซึ่งสามารถรับแบบสอบถามกลับคืนมาได้ครบจำนวน 400 ชุด และมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าทางสถิติเป็นจำนวนร้อยละ และ หาค่าเฉลี่ย รายงานผลด้วยวิธีพรรณนา (Descriptive Statistics) และใช้ตารางประกอบคำอธิบาย ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 26 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ประกอบอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้านมากที่สุด มีรายได้ประมาณ 20,001 - 40,000 บาท

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด 3 อันดับ คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และอันดับ 3 คือ หนังสือพิมพ์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน ส่วนสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุด คือ นิตยสาร/วารสาร โดยในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับปานกลาง-น้อยที่สุด

3. การรับรู้สื่อสารการประชาสัมพันธ์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไซริส จำกัด (มหาชน) ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า สื่อของบริษัทหลักทรัพย์ ไซริส จำกัด (มหาชน) ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด 3 อันดับ คือ นิตยสาร/วารสาร รองลงมา คือ อินเทอร์เน็ต และอันดับ 3 คือ หนังสือพิมพ์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน ตามลำดับ ส่วนสื่อของบริษัทหลักทรัพย์ ไซริส จำกัด (มหาชน) ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุด คือ รายการโทรทัศน์ โดยในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อของบริษัทหลักทรัพย์ ไซริส จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลาง - น้อยที่สุด

4. ทักษะคติที่ลูกค้ามีต่อบริษัทหลักทรัพย์ ไซริส จำกัด (มหาชน) ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้ความคิดเห็นทางด้านทัศนคติที่มีต่อบริษัทหลักทรัพย์ ไซริส จำกัด (มหาชน) มีปัจจัยในด้านต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ด้านองค์กร กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นที่ดีคือ ที่ตั้งของสำนักงานการเดินทางสะดวกสบายมากที่สุด

4.2 ด้านผู้บริหาร กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นที่ดีคือ ผู้บริหารมีความน่าเชื่อถือและมีประสบการณ์มากที่สุด

4.3 ด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นที่ดีคือ พนักงานส่วนธุรกิจสัมพันธ์ให้ความช่วยเหลือมากที่สุด

4.4 ด้านการบริการ กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นที่ดีคือ มีการมอบของขวัญในวันพิเศษให้กับลูกค้ามากที่สุด

4.5 ด้านเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นที่ดีคือ มีการใช้ระบบ Internet ในการให้บริการมากที่สุด

4.6 ด้านความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นที่ดีคือ ให้ข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ถูกต้อง ใช้ประกอบการลงทุนได้ มากที่สุด โดยในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อบริษัทหลักทรัพย์ ไซริส จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก - ปานกลาง ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถ

นำผลไปปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไซรัส จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพและตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นต่อไป

งานวิจัยของนิวันดา เพ็ญภาคกุล (2549) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิจัยเรื่อง กระบวนการประชาสัมพันธ์โครงการทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์โครงการทำอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ประกอบกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มผู้ส่งสาร ได้แก่ ผู้บริหารโครงการฯ และผู้รับผิดชอบอากาศยานสากลกรุงเทพแห่งใหม่ จำกัด รวม 6 คน รวมทั้งวิธีการสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษากลุ่มผู้รับสาร จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มประชาชนทั่วไป และกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งทางอากาศ ผลการวิจัย พบว่า 1. กระบวนการประชาสัมพันธ์โครงการทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ในช่วงที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย และบริษัททำอากาศยานสากลกรุงเทพแห่งใหม่ จำกัด ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ ขั้นการวิจัย - รับฟัง ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการประสานกับหน่วยเกี่ยวข้องอื่น ๆ ขั้นการวางแผน ขั้นตอนการปฏิบัติงานส่วนใหญ่ทำตามแผนจริงทุกครั้ง ส่วนขั้นการประเมินผลนั้น ยังขาดการประเมินผลที่เป็นทางการ 2. กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ภายใต้การบริหารงานของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย (1) การกำหนดสื่อหลักและสื่อหลายประเภทสื่อรอง สื่อมวลชนเป็นสื่อหลัก, (2) การใช้สื่อหลายประการร่วมกัน, (3) การใช้สื่อสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง, (4) การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง และ (5) การใช้สื่อของหน่วยงานพันธมิตร ส่วนกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ ทำอากาศยานสากลกรุงเทพแห่งใหม่ จำกัด ประกอบด้วย (1) การกำหนดสื่อหลักและสื่อรอง โดยสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อหลัก, (2) การใช้กลยุทธ์การใช้สื่อหลายประเภทร่วมกัน และ (3) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย 3. กลยุทธ์การนำเสนอสารประชาสัมพันธ์โครงการทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ภายใต้การบริหารงานของการทำอากาศยานประเทศไทยประกอบด้วย (1) กลยุทธ์การสร้างความรู้จัก, (2) การสร้างสารสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง และ (3) การสร้างความจดจำชื่อ "SBIA" ส่วนกลยุทธ์การนำเสนอสารประชาสัมพันธ์ของบริษัททำอากาศยานสากลกรุงเทพแห่งใหม่ จำกัด ประกอบด้วย (1) การสร้างความรู้จัก (2) การนำเสนอชื่อทำอากาศยานและ (3) การนำเสนอแนวคิดหลัก 4. ปัจจัยที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์โครงการทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ประกอบด้วยปัจจัยภายนอก ได้แก่ (1) ปัจจัยทางการเมือง คือ เสถียรภาพของรัฐบาลและภาพลักษณ์ในการดำเนินโครงการของผู้บริหาร (2) ปัจจัยทางเศรษฐกิจคือ ความผูกพันของเศรษฐกิจไทยและ (3) ปัจจัยทางสังคม คือ การตื่นตัวในเรื่องหมู่ข่าวสารของประชาชนการมีส่วนร่วมในการบริหารประเทศของภาคประชาชน

และอิทธิพลของสื่อมวลชน ส่วนปัจจัยภายใน ได้แก่(1)ทรัพยากรในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของส่วนงานประชาสัมพันธ์และ (2) การประสานงานภายในหน่วยงาน โดยปัจจัยภายนอกเป็น ปัจจัยที่ส่งผลในเชิงลบต่อการประชาสัมพันธ์โครงการ ส่วนปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิง บวกต่อ การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย แต่กลับเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อ บริษัท ทำอากาศ ยานสากลกรุงเทพใหม่ จำกัด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดบาง แสน กรณีศึกษา โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 โดยการศึกษาเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ ต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์พร้อมทั้ง ศึกษากระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ของ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 ทั้ง 4 ด้าน คือการสำรวจและกำหนดปัญหา การวางแผนและกำหนดแผนงานปฏิบัติ การปฏิบัติและการ สื่อสาร การประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยใช้การสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ทราบถึง ความคิดเห็นของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และกระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ ซึ่งใช้หลัก แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) การประชาสัมพันธ์ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546) และสื่อมวลชนสัมพันธ์ (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2548) เป็นหลักในการศึกษาการจัดการ ประชาสัมพันธ์ของโครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาจากการดำเนินงานโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุข ผู้ศึกษาจึงได้เลือกศึกษา “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ซึ่งเลือกศึกษาระหว่างวันที่ 31 ธันวาคม 2551 ถึงวันที่ 1 มกราคม 2552 เป็นจำนวน 1 โครงการ โดยมีข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนจำนวน 19 คน บุคลากร จำนวน 7 คน และผู้ประกอบการ จำนวน 14 คน โดยผู้ศึกษามีแหล่งข้อมูลในการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสารที่เป็นแผนงานหลักของเทศบาลเมืองแสนสุข เช่นเอกสารประวัติความเป็นมาของเทศบาลเมืองแสนสุข หนังสือคำสั่งที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ตัวโครงการ ซึ่งได้มาจากผู้ที่รับผิดชอบงาน คือ สำนักปลัด จึงได้นำมาทำการศึกษาก่อนที่จะมาปฏิบัติงานจริงการศึกษาเกี่ยวกับสื่อในการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน

2. ศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ บุคลากรและประชาชนที่อยู่ในเขตความรับผิดชอบของเทศบาลเมืองแสนสุขกับการรับสื่อประชาสัมพันธ์ของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ได้เห็นถึงกระบวนการของการประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน คือ การสำรวจและกำหนดปัญหา การวางแผน การสื่อสารและการติดตามประเมินผล

3. ศึกษาการจัดกระบวนการประชาสัมพันธ์ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ประชาชน บุคลากรและผู้ประกอบการของผู้ดำเนินงาน “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของสื่อต่าง ๆ ที่ได้รับ

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (interview) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ได้แก่ ประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้

1. ประชาชน

- 1.1 เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตปกครองของเทศบาลเมืองแสนสุข ไม่น้อยกว่า 1 ปี
- 1.2 เป็นผู้ที่เคยรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

1.3 เป็นผู้ที่ยินยอมให้ข้อมูลเกี่ยวกับ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

2. บุคลากร

2.1 บุคลากรผู้รับผิดชอบ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

2.1.1 เป็นพนักงานที่ทำงานอยู่ในสำนักงานเทศบาลเมืองแสนสุขและมีอายุราชการมากกว่า 1 ปี

2.1.2 เป็นผู้ที่ยินยอมให้ข้อมูลของ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

2.2 บุคลากรในสำนักงานเทศบาลเมืองแสนสุข

2.2.1 เป็นพนักงานที่ทำงานอยู่ในสำนักงานเทศบาลเมืองแสนสุขและมีอายุราชการมากกว่า 1 ปี

2.2.2 เป็นผู้ที่ยินยอมให้ข้อมูลของ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

3. ผู้ประกอบการ

3.1 ผู้ที่มีใบอนุญาตประกอบกิจการค้าในบริเวณชายหาดบางแสน (ผู้ที่มีใบอนุญาตประกอบกิจการนั้นจะมีอายุใบอนุญาตไม่ต่ำกว่า 3 ปี)

3.2 เป็นผู้ที่ยินยอมให้ข้อมูลของ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ การใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ บุคลากรและประชาชน โดยใช้คำถามในการเก็บข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้

1. สื่อในการประชาสัมพันธ์และความคิดเห็นในการรับสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ในโครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 (ภาคผนวก ก) โดยทำการสัมภาษณ์จาก ผู้ประกอบการ, บุคลากร และประชาชน

2. กระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” (ภาคผนวก ก)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการร่างแบบสัมภาษณ์เพื่อสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ, บุคลากร และ ประชาชน
2. ทำการสัมภาษณ์ด้วยแสดงความเป็นมิตร เช่น การแนะนำตัว พูดคุยในภาษาที่เข้าใจ
3. ทำการสัมภาษณ์พร้อมเอกสาร โครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” เช่น ใบปลิว, แผ่นพับและโปสเตอร์ เป็นต้น
4. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้วทำการเรียบเรียงข้อมูลในการสัมภาษณ์ให้เป็น ภาษาเขียน

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ เดือนมิถุนายน ถึง เดือนกรกฎาคม

การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล

1. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์
2. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) สรุปความตามประเด็นสำคัญ
3. ผู้วิจัยมีการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล แบบสามเส้าโดยมีรายละเอียด ดังนี้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการวิจัย “การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ภูมิศึกษา โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 กระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของบุคลากร ผู้ประกอบและประชาชนต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 กระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 ของเทศบาลเมืองแสนสุข มีขั้นตอนหรือกระบวนการในการประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน คือ การสำรวจและกำหนดปัญหา, การวางแผนและกำหนดแผนงานปฏิบัติ, การปฏิบัติการและการสื่อสารในสื่อประชาสัมพันธ์, การประเมินผลการปฏิบัติงานของสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากการวิเคราะห์ สามารถนำเสนอขั้นตอนในการประชาสัมพันธ์โครงการ ได้ดังนี้

1. การสำรวจและกำหนดปัญหา เนื่องจาก “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ถือเป็นโครงการใหม่ของเทศบาลเมืองแสนสุขที่เพิ่งจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 3 จึงต้องทำการพัฒนาการจัดโครงการพร้อมทั้งแก้ไขข้อบกพร่องของโครงการที่เกิดขึ้นมาด้วยด้วย จึงมีการจัดกระบวนการประชาสัมพันธ์เพื่อการวางแผนในการทำโครงการ โดยเริ่มจาก โดยรวบรวมการประชาสัมพันธ์จากปีก่อน ๆ เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของในการจัดประชาสัมพันธ์ในปีที่ผ่านมา รวมทั้งวิเคราะห์พื้นที่ของสถานที่จัดงาน เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อกำหนดการขั้นตอนต่อไป เช่น หากพื้นที่ที่ต้องการประชาสัมพันธ์อยู่ห่างไกลการประชาสัมพันธ์จะใช้สื่อบุคคล เพื่อให้เกิดความเข้าใจโครงการและการจัดงานก็จะเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งการจากศึกษาเอกสาร พบว่า หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ สำนักงานปลัด มีการจัดประชุมอย่างเป็นทางการเป็นขั้นตอน กล่าวคือ

1) วาระการประชุม โครงการ ครั้งที่ 1 ในขั้นตอนการเตรียมงาน จะเป็นการประชุมร่วมกันจากทุกฝ่ายของเทศบาลเมืองแสนสุขเพื่อร่วมกันพิจารณาข้อมูลและปัญหาการประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมาปรับปรุงแก้ไขการประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้ด้วยหลังจากนั้นจะแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบงานให้แต่ละฝ่าย ซึ่งจะพิจารณาขอบเขตและรูปแบบการจัดงานเป็นหลัก เช่นการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประชาชนที่มาร่วมงานรับรู้จากสื่อใด อาทิ เคเบิลท้องถิ่น ศูนย์ประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองแสนสุข

2) การประชุมโครงการ ครั้งที่ 2 (เป็นการประชุมในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ) เพื่อให้แต่ละฝ่ายที่มีความรับผิดชอบในหน้าที่ต่างๆเสนอข้อมูลพร้อมแผนการทำงาน เพื่อมาแสดงความคิดเห็นร่วมกันเพื่อให้เกิดการทำงานที่สอดคล้องกันของแต่ละฝ่าย

“การจัดโครงการนั้นต้องมีการวิเคราะห์พื้นที่และการเลือกสื่อให้เหมาะสมในแต่ละพื้นที่เนื่องจากว่าในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน เช่น อยู่ในที่เข้าถึงยากห่างไกลสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น ในพื้นที่ที่ยากต่อการเข้าถึงก็ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นตัวนำสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจโครงการและการจัดงานก็จะเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“ในการจัดโครงการแต่ละโครงการนั้น จะต้องมีการทำแบบประเมินผลออกมาทุกครั้งเพื่อสอบถามความคิดเห็นในการจัดงาน และนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้นต่อไปในแต่ละปี”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

2. การวางแผนและกำหนดแผนงานปฏิบัติ เนื่องจากการจัดการวางแผนของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ได้ทำการประชุมการจัดงานโครงการซึ่งแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในส่วนต่างๆตามวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานกล่าวคือ

1) การวางแผนและระยะเวลาสื่อ เริ่มจากการพิจารณาขอบเขตและรูปแบบการจัดงานที่ให้คณะกรรมการพิจารณารายละเอียดข้อกำหนดและรูปแบบการจัด “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” พร้อมเสนอความเห็นชอบในการกำหนดสื่อโดยคำนึงถึง วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ที่ต้องการเผยแพร่รายละเอียดการจัดงาน “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” แก่ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาเลือก สื่อตามความเหมาะสม ซึ่งเนื้อหาที่น่าเสนอ ในสื่อต่างๆจะประกอบด้วรายละเอียของการจัดงาน ศิลปิน,คารา,นักร้อง ตารางการแสดงและ กำหนดการ ผ่านช่องทางต่างๆ (เอกสาร ภาคผนวก ง.4) คือ เคเบิลทีวีท้องถิ่น จะเน้นการ

ประชาสัมพันธ์แก่ประชาชนในพื้นที่เป็นหลักรายประชาสัมพันธ์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเน้น การประชาสัมพันธ์ข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่หาดบางแสนเป็นหลักโดยมี ระยะเวลาในการดำเนินงานเป็นเวลาล่วงหน้า 1 เดือน

2) การนำเสนอและพัฒนาารูปแบบการจัดงาน จะให้คณะกรรมการพิจารณา รายละเอียดข้อกำหนดและรูปแบบการจัดโครงการ ให้จัดรูปแบบสื่อให้เข้าใจง่ายและตรงกับ กลุ่มเป้าหมาย เช่น ใบปลิว, เบลูทิวทิวท้องถิ่น ทั้งนี้รูปแบบของสื่อที่ใช้จะได้รับการเห็นชอบ จากที่ประชุมรวมทั้งขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆเพื่อขอความร่วมมือในความสะดวกในการ จัดงาน เช่น ไฟกระพริบจากเอกสาร เลขที่ ขบ.52506/2384 (ภาคผนวก จ.1), ข่าวประชาสัมพันธ์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองแสนสุข (ภาคผนวก จ.2), ไปสเตอร์บอกรายละเอียดการ จัดงาน หมายกำหนดการ (ภาคผนวก จ.3), แผ่นพับรายละเอียดการจัดงานพร้อมหมายกำหนดการ จำนวน 1,000 แผ่น(ภาคผนวก จ.4)

3) งบประมาณ ในการจัดโครงการได้จัดสรรงบประมาณไปในด้านต่าง ๆ ตามความ เหมาะสม โดยคำนึงถึงความจำเป็นและประโยชน์ที่ได้ตอบรับเป็นหลัก การใช้สื่อต่าง ๆ อาทิ วิทยุ, ไปสเตอร์ ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ต้องได้มติดเห็นชอบในที่ประชุม

จากเอกสารเกี่ยวกับงบประมาณในการจัด “โครงการ ส่งท้ายปีต้อนรับปีใหม่ 2552” มี งบประมาณในการจัดงาน 4,000,000 บาท ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในส่วนต่างๆแยกออกตามความรับผิดชอบ ของแต่ละหน่วยงาน ส่วน สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นมีโดยมีค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์ โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 คิดเป็นร้อยละ 13.69 ของงบประมาณใน การจัดทำโครงการ (ภาคผนวก จ.6)

“การจัดโครงการในแต่ละครั้งต้องมีการวางแผนการสื่อและระยะเวลาของสื่อที่ทำ นำเสนออยู่แล้วอย่างเช่น ต้องตั้งป้ายประชาสัมพันธ์งานเมื่อใด ก่อนการจัดงานเวลา เท่าใด เช่น จัดงานตอนสิ้นปี ก็ต้องป้ายประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน กลุ่มเป้าหมายภายใน ได้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลแสนสุขหรือบริเวณ ใกล้เคียง ส่วนกลุ่มเป้าหมายภายนอก คือ กลุ่มประชาชนโดยทั่วไปที่พบเห็นสื่อ ประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นสื่อใด”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“ในการนำเสนอข้อความประชาสัมพันธ์นั้น ต้องประกอบไปด้วย ข้อความตัวอักษร รูปภาพสื่อให้เห็นบรรยากาศของงาน สีสันรูปแบบ เพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวดึงดูดควมความน่าสนใจมากน้อยเท่าใด”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“งบประมาณที่ได้รับสามารถนำมาพัฒนาสื่อได้ทุกรูปแบบ เนื่องจากว่าโครงการนี้เป็นโครงการใหญ่ประจำปีโครงการหนึ่ง จึงต้องให้ความสำคัญกับทุกๆ สื่อที่นำเสนอไป จะเน้นเพียงสื่อเดียวก็อาจจะไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายได้”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

3. การปฏิบัติการและการสื่อสารในสื่อประชาสัมพันธ์ จากการวางแผนการทำงานที่มีวาระมาจากการประชุม ซึ่งในการปฏิบัติต้องมีการประสานงานในแต่ละส่วนงานรับผิดชอบให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันและปฏิบัติตามขั้นตอนอย่างถูกต้องตามลำดับโดยมีขั้นตอนโดยรวมดังนี้

1) การนำมติในที่ประชุมแต่ละข้อมาเรียงลำดับการทำงานและแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ

2) ประสานกับผู้รับจ้างจัดงานในส่วนต่างๆ เช่น ผู้รับจ้างในส่วนของการจัดงานพิธีการ, การแสดงบนเวที, สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

3) การตกแต่งสถานที่และบริเวณโดยรอบของงาน โดยการประดับไฟ แสง สี ความเหมาะสม

4) การแจ้งรายละเอียดและค่าใช้จ่ายในการจัดงานเป็นลายลักษณ์อักษรและนำเสนอพร้อมใบเสนอราคาต่าง ๆ ในที่ประชุมครั้งประเมินผลตอนเสร็จงานได้ เป็นต้น

“ในการปฏิบัติงานต้องมีการประสานงานและประชุมกันภายในหน่วยงาน เพราะภายในหน่วยงานแต่ละส่วนรับผิดชอบแตกต่างกัน จึงต้องมีการวางแผน ประชุม และประสานงานเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“ปัญหาเกิดจากภายในหน่วยงานมีหลายฝ่ายและบุคลากรมาก บางครั้งจึงอาจมีความคิดเห็นที่ขัดแย้ง และการสื่อสารเป็นไปคนละทิศทาง จึงต้องมีการวางแผนให้กระชับและรัดกุมและต้องมีการกระจายข้อมูลข่าวสารกันให้ทั่วถึง”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

4. การประเมินผลการปฏิบัติงานของสื่อประชาสัมพันธ์ วิธีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์โครงการ ทำโดยการดูจากการตอบรับและนักท่องเที่ยวเป็นตัวหลัก โดยการประเมินผลของโครงการจะใช้ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานมาเป็นองค์ประกอบการทำการประเมินผลและให้ฝ่ายต่าง ๆ สรุปปัญหาที่เกิดขึ้นกับงานของตนเองและนำมาประมวลผลในการปฏิบัติงานกล่าวคือ

1) ผลของการประเมิน หน่วยงานจะนำผลของการประเมินมาเป็นแนวทางในการปรับปรุง หากการประเมินและผลของการประเมินมีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่งเพื่อเป็นตัวชี้วัดผลการประเมินซึ่งหน่วยงานจะนำผลการประเมินมาเป็นแนวทางปรับปรุงเป็นประจำทุก ๆ ปีเพราะจะได้หาข้อบกพร่องและส่วนที่ผิดพลาดปรับปรุงใหม่ให้ดียิ่งขึ้น

“ผลการประเมินทางหน่วยงานได้นำมาปรับปรุงใช้อยู่ทุก ๆ ปีเพราะจะได้หาข้อบกพร่องและส่วนที่ผิดพลาดนำมาปรับปรุงใหม่ให้ดียิ่งขึ้น”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“หากการประเมินผลและผลของการประเมินก็ต้องมีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง เพราะการประเมินก็เป็นตัวชี้วัดว่า การประชาสัมพันธ์มีผลมากน้อยเพียงใด”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 2, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“วิธีในการประเมินผลการประชาสัมพันธ์โครงการ ทำโดยการดูจากการตอบรับและนักท่องเที่ยวเป็นตัวหลัก เพราะมีนักท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมาก นั่นก็แสดงว่าการประชาสัมพันธ์ประสบผลสำเร็จ”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“หากมีการประเมิน ผลการประเมินก็ต้องมีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง เพราะการประเมินก็เป็นตัวชี้วัดว่า การประชาสัมพันธ์มีผลมากน้อยเพียงใด”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 2, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

2) จากการจัดประชาสัมพันธ์ในปีที่ผ่านมา พบปัญหาและอุปสรรคของงานในแต่ละฝ่ายในขั้นตอนต่าง ๆ ของการจัดประชาสัมพันธ์ ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ ประชาชน,บุคลากรในเทศบาล และผู้ประกอบการ พบว่าปัญหาและอุปสรรคที่ต้องทำการพัฒนาบุคลากรเพื่อที่จะใช้ข้อมูลที่ต้องการและครบถ้วน พร้อมทั้งทำการขยายกลุ่มเป้าหมายให้เพิ่มมากขึ้น งบประมาณที่สนับสนุนทั้งด้านสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และการจัดงาน

“ปัญหาและอุปสรรคในการทำการประเมินผลการประชาสัมพันธ์คิดว่าเกิดจากตัวบุคคล เพราะตัวบุคคลถ้าขาดข้อมูลข่าวสารแล้วก็จะทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่ได้ผล”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 2, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“ขยายกลุ่มเป้าหมายให้กระจายมากยิ่งขึ้นพร้อมจะทำการพัฒนาให้เหมาะสมและถูกต้อง และงบประมาณที่เพียงพอที่จะได้รับการสนับสนุน”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 2, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“วิธีในการประเมินผลการประชาสัมพันธ์โครงการ ทำโดยการดูจากการตอบรับและนักท่องเที่ยวเป็นตัวหลัก เพราะมีนักท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมาก นั่นก็แสดงว่าการประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“หากมีการประเมิน ผลการประเมินก็ต้องมีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง เพราะการประเมินก็เป็นตัวชี้วัดว่า การประชาสัมพันธ์มีผลมากน้อยเพียงใด”

(คณะจัดทำโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุขบุคลากร 2, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของบุคลากร ผู้ประกอบและประชาชนต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

ความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

จากการสัมภาษณ์บุคลากรภายในเทศบาลเมืองแสนสุข เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดงานของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น วิทยุเสียงตามสายผ่านศูนย์ประชาสัมพันธ์เทศบาลเมืองแสนสุข และใบปลิว/ป้ายโฆษณาต่าง ๆ พบว่า

1. เคเบิลทีวีท้องถิ่น จากการสัมภาษณ์ พบว่า ประชาชน, บุคลากรในเทศบาล และผู้ประกอบการเห็นว่า เคเบิลทีวีท้องถิ่นทำการสื่อข้อมูลของโครงการที่บอกถึงวันและเวลาสถานที่ของการจัดงานพร้อมทั้งรายละเอียดของงานในเบื้องต้น เช่น ดารานักร้อง, ดอกไม้ไฟ เป็นต้น

“ดูจากรายการเคเบิลที่ออก บอกว่างานมีเมื่อไหร่ รู้เพียงวันเวลาและสถานที่”

(ประชาชน 1, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“ฟังข่าวจากเคเบิลแล้วเข้าใจ รายละเอียดของงานว่าจัดงานปีใหม่ มีดารานักร้องมากมาย และดอกไม้ไฟประมาณสองพันลูก น่าสนใจ”

(ประชาชน 3, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“รู้จากเคเบิล ว่ามีงาน ปีใหม่ ที่บางแสนมีดารามาหลายคน ก็เคยเห็นจากปีที่แล้วด้วย”

(ผู้ประกอบการ 3, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“พอจะรู้ว่ามีงานปีใหม่ที่ไฉนก็มาจากเคเบิลทีวี เพราะจะดูข่าวจากเคเบิล ทุกวัน”

(บุคลากร 1, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

2. วิทยุ จากการสัมภาษณ์ พบว่า ประชาชน, บุคลากรในเทศบาล และผู้ประกอบการเห็นว่า วิทยุมีการรับรู้สื่อของรายละเอียดข้อมูลที่ไม่มากนัก การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการรับรู้ข่าวสารยังไม่ละเอียดครบถ้วน ถึงแม้จะเป็นผู้ที่รับสื่อนี้เป็นประจำ

“ฟังรายการวิทยุคลื่น 97.75 ประกาศว่าจะมีงาน ร้อยละเอี่ยด ไม่มากนัก”

(ประชาชน 3, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“ก็ฟังได้จากวิทยุเพราะปกติก็ฟังวิทยุอยู่แล้ว ฟังเพลงเป็นส่วนใหญ่ เวลาโฆษณาไม่ได้ฟัง รายละเอียดแต่ได้ยินผ่านหู”

(ประชาชน 4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“ก็พอจะรู้มาบ้าง ได้ยินจากวิทยุ รู้ว่ามีงานปีใหม่ที่ขาดบางแสนแต่ไม่รู้ว่ามีใครมาทำอะไรบ้าง”

(ผู้ประกอบการ 1, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“งานปีใหม่ที่บางแสนก็ได้ยินจากวิทยุที่เป็นสถานที่ท้องถิ่น รู้ว่ามีงานคืนวันที่ 31 ต้อนรับปีใหม่วันที่ 1 มกราคมแต่ไม่ทราบถึงรายละเอียดการจัดงาน”

(บุคลากร 2, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

3. ศูนย์ประชาสัมพันธ์เทศบาลเมืองแสนสุข จากการสัมภาษณ์ พบว่า ประชาชน, บุคลากรในเทศบาล และผู้ประกอบการ เห็นว่า ศูนย์ประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองแสนสุข เป็นสื่อที่อยู่ภายในเขตเทศบาลเมืองแสนสุข ที่ผู้รับสื่อมีความคุ้นเคยกับสื่อและพื้นที่ของชายหาดบางแสน พร้อมระยะเวลาในการรับรู้ทั้ง 3 เวลา เช้า กลางวัน และเย็น เป็นต้น

“เป็นผู้ประกอบการที่ชายหาดบางแสนที่ได้ยินเสียงตามสายของเทศบาลประกาศ 3 เวลา ทั้ง เช้า กลางวัน เย็น พร้อมรู้ข่าวประจำวันด้วย”

(ประชาชน 4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“รู้จากเสียงตามสายเทศบาลว่ามีงานปีใหม่ ปกติก็รู้อยู่แล้วเพราะปีที่แล้วก็มี มีคาราโอเกะร้องหลากหลาย”

(ประชาชน 5, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“ก็ได้ยินเสียงตามสายอยู่ทุกวันเวลาช่วงที่มีงานอะไรเขาก็จะประกาศก็จะรู้จากอันนี้ เพราะมาขายของที่หาดทุกวัน”

(ประชาชน 3, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“ฟังจากเสียงประกาศของเทศบาลที่จะบอกข่าวต่างๆ ตลอด ทั้ง เช้า-เย็น”

(ผู้ประกอบการ 2, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“เวลาฟังข่าวจากเสียงตามสายก็จะได้ยินข่าวประกาศว่ามีงานอะไรก็จะรู้จากเสียงตามสาย อันนี้”

(บุคลากร 2, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

4. ใบปลิว/ ป้ายโฆษณาต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์ พบว่า ประชาชน, บุคลากรในเทศบาล, ผู้ประกอบการ เห็นว่า มีการรับรู้ที่หลากหลาย ทั้งใบปลิว, แผ่นพับ, ป้ายโฆษณา ฯลฯ มีการรับรู้สื่อทั่วไปซึ่งใช้การรับรู้จากการเห็นในจำนวนที่บ่อยครั้งบริเวณริมทาง เช่น ถนนสุขุมวิท ที่แสดงข้อความในการจัดงาน ทั้งการแสดงของคารานักร้อง, การจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ เป็นต้น

“เห็นจากใบปลิวไปสเตอร์ทั่วไปที่ติดอยู่ตามข้างทาง เห็นหลายที่แต่ที่แรกยังไม่ให้ความสำคัญ สนใน พอผ่านบ่อย ๆ เลยอ่านข้อความแล้วทราบว่ามีงาน”

(ประชาชน 4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“รู้จากป้ายคัดเอาที่หน้าถนนสุขุมวิทว่ามีงานปีใหม่ที่แหลมแทน”

(ประชาชน 2, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“เห็นจากป้ายโฆษณาในงานปีใหม่นี้ที่แล้วก็มา ปีนี้ก็คงเป็นเหมือนปีที่แล้ว ที่มีการแสดง มีขายของมากมาย”

(ประชาชน 1, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“เห็นป้ายโฆษณาจากถนนสุขุมวิทหน้าวัดศาลล้อมบอกว่าบาลแสนจัดงานปีใหม่ มีคารานักร้อง”

(ผู้ประกอบการ 3, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“เห็นแผ่นพับที่เทศบาลและป้ายโฆษณาที่ทางลงหาดบางแสนที่บอกว่ามีงานปีใหม่ พร้อมการแสดงต่าง ๆ”

(บุคลากร 1, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อการประชาสัมพันธ์ใน “โครงการส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ 2552”

จากการสัมภาษณ์ประชาชน,บุคลากรในเทศบาล และผู้ประกอบการ พบว่า ความเหมาะสมของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของโครงการที่มีในรูปแบบต่าง ๆ นั้น เห็นว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมกับการจัดรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ในทุกรูปแบบของการนำเสนอสื่อใช้ประชาสัมพันธ์ได้อย่างดี กล่าวคือ

1. ความเหมาะสมของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” พบว่า ความเหมาะสมต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของ โครงการนั้น เช่น เคเบิลทีวี ท้องถิ่น, แผ่นพับ, วิทยุ เป็นต้น และเกิดความเพียงพอของการรับสื่อต่อประชาชนที่รับรู้กันอย่างทั่วถึงที่มีความน่าสนใจและคุ้มค่ากับสื่อที่ใช้ ในการประชาสัมพันธ์ โครงการดังกล่าว

“เหมาะสมแล้ว เพราะสื่อที่เทศบาลจัดทำเพื่อประกาศนั้นก็น่าจะเพียงพอต่อประชาชนได้ รับรู้กันทั่วถึงอยู่แล้ว”

(ประชาชน 1, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“เหมาะสมค่ะแต่ควรทำการประชาสัมพันธ์ให้เป็นวงกว้างมากกว่านี้ไม่ใช่ประชาสัมพันธ์ แต่ตำบลแสนสุขเพียงอย่างเดียวควรกระจายการประชาสัมพันธ์ให้มาก”

(ประชาชน 4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“เหมาะสมแล้วต้องทำให้คุ้มค่ากับการใช้สื่อ”

(บุคลากรในเทศบาล 2, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“เหมาะสมดี น่าสนใจอยู่แล้ว”

(ผู้ประกอบการ 2, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“ก็ดีแล้วอาจจะทำให้สมัยใหม่มากขึ้น”

(ผู้ประกอบการ 3, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

2. การรับรู้ของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” พบว่า การรับรู้ของสื่อประชาสัมพันธ์ในทุกรูปแบบนั้นมีการรับรู้ที่รับข้อมูลรายละเอียดของงานโครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับ 2552” เช่น วันและเวลา สถานที่ ดารานักร้อง เป็นต้นซึ่งเป็นสื่อที่เข้าใจและเข้าถึงได้ง่ายกับกลุ่มเป้าหมายและรับรู้ได้ดี

“สื่อประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบที่ได้มีการนำเสนอไปนั้นคิดว่ามีความเหมาะสมดีแล้ว เนื่องจากสื่อแต่ละประเภทสามารถรับรู้และเข้าถึงได้ง่ายกับทุกเพศทุกวัย”

(บุคลากรในเทศบาล 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“สามารถที่จะรับข้อมูลได้ละเอียดชัดเจน ครบถ้วนดี รู้วันเวลาดำเนินงานที่และดารานักแสดง ที่มีให้ความสนุกสนาน”

(ผู้ประกอบการ 1, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้น บอกรายละเอียดได้ดี เห็นแล้วอยากไปร่วมงานเป็นสื่อที่เข้าใจง่ายรับรู้ได้ดี”

(บุคลากรในเทศบาล 2, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

ความคิดเห็นต่อบทบาทในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

จากการสัมภาษณ์ประชาชน, บุคลากรในเทศบาล และผู้ประกอบการในพื้นที่ เกี่ยวกับบทบาทในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่ม แสดงบทบาทในการเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้ไม่มากนักกล่าวคือ ประชาชนและผู้ประกอบการที่อาศัยในเขตตำบลแสนสุขจะใช้วิธีการบอกต่อหรือชักชวนนักท่องเที่ยวที่แวะมาเที่ยวที่มีโอกาสแต่สำหรับการให้ข้อมูลนั้นยังไม่ครอบคลุมและจะให้ข้อมูลที่ถูกรบกวนนั้น นอกจากนี้ในส่วนของผู้ประกอบการบางกลุ่มจะนำไปปลิวไปแจกตามสถานที่ต่างๆ เพื่อแจ้งข่าวสารให้แก่นักท่องเที่ยว เพราะเห็นว่าเป็นช่องทางหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนในกรณีของบุคลากรในเทศบาลจะทำการช่วยประชาสัมพันธ์ไปกับประชาชน ที่มาติดต่อราชการหรือมี

การทำงานที่ต้องประสานกับเทศบาล เช่น สมาชิกสภาเทศบาล, หัวหน้าชุมชน, ผู้ที่มาติดต่อราชการ เป็นต้น

“ช่วยบอกต่อ ๆ กัน ไปหรือนำใบปลิวไปแจกตามสถานที่ต่างๆ ให้อย่างทั่วถึง ทำได้ดี เพราะเราเป็นเจ้าของบ้านต้องสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมาบางแสนเยอะ ๆ เพื่อมีรายได้ให้กับคนในชุมชน”

(ประชาชน 3, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“โดยการแนะนำและการบอกต่อหรือชักชวนให้นักท่องเที่ยวหรือคนที่ไม่เคยมาเที่ยวงาน ได้รู้จักแนะนำว่ามีจุดเด่นน่าสนใจอย่างไร โดยส่วนตัวไม่ใช่พื้นที่ไม่ค่อยรู้ข้อมูลมากเท่าไรสนใจค่ะ”

(ประชาชน 4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“มีบทบาทในการช่วยประชาสัมพันธ์ โดยการส่งข้อมูลการจัดงานให้กับช่องทางหรือสื่อ ที่ทำการประชาสัมพันธ์งาน”

(บุคลากรในเทศบาล 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“บทบาทในการเป็นผู้ประชาสัมพันธ์งานนั้นคิดว่าทำได้ดีและเต็มที่สุดแล้วเนื่องจาก ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ก็เป็นส่วนสำคัญในการกระจายข่าวสารเพราะฉะนั้นการที่จะทำการประชาสัมพันธ์ได้นั้นการที่จะทำการประชาสัมพันธ์ได้นั้นก็ต้องได้รับข้อมูลก่อน จึงจะเผยแพร่ได้”

(บุคลากร 3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“ก็ช่วยกันบอกกับนักท่องเที่ยว เพราะถ้าคนมาเที่ยวเยอะๆก็จะทำให้ขายของได้ดี ก็ช่วยกันบอกทำที่ทำได้”

(ผู้ประกอบการ 2, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

ข้อเสนอแนะต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

จากการสัมภาษณ์ ประชาชน,บุคลากรในเทศบาล และผู้ประกอบการ พบว่า ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการนั้นควร จะส่งเสริมให้สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจในสื่อทั้งรายละเอียดของงานและ พร้อมรายละเอียดที่ครบถ้วนและชัดเจนเพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนและนักท่องเที่ยวเพื่อจะประสบผลสำเร็จ

“นำรถขยายเสียงออกป่าวประกาศให้ชาวบ้านได้รับรู้ข่าวสารในการจัดงานให้มากที่สุด เพื่อที่ชาวบ้านจะได้ นำข่าวสาร ไปบอกต่อเพื่อฝูงและญาติพี่น้องมีการติดป้ายประกาศอย่างชัดเจนและน่าสนใจ จัดตั้งกลุ่มเดินสายให้อธิบายชาวบ้านเกี่ยวกับการจัดงานและประโยชน์ที่จะได้จากการจัดงานว่าเป็นอย่างไรเพื่อที่ชาวบ้านจะได้สนใจและให้ความร่วมมือมากขึ้น”

(ประชาชน 1, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“การที่จะให้คนเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ได้นั้นตัวบุคคลต้องรู้เกี่ยวกับงานนั้นๆก่อน และต้องมีความเข้าใจดีเกี่ยวกับรายละเอียดของงาน การส่งเสริมให้คนเป็นสื่อก็เป็นช่องที่ดีและสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่ายทางหนึ่งก็เป็นสิ่งที่ดีและควรนำมาปรับปรุงใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

(ประชาชน 2, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“ควรทำสื่อโฆษณาทางเคเบิล เพื่อให้สามารถประชาสัมพันธ์ได้มากขึ้น”

(บุคลากรในเทศบาล 2, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“เพิ่มป้ายโปสเตอร์ ตามจุดต่างๆที่เป็นแหล่งชุมชนและตามเส้นทางหลักที่คนต่างพื้นที่จะสามารถสังเกตเห็น เพื่อได้คนต่างพื้นที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น”

(ผู้ประกอบการ 4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“เพิ่มรายละเอียดของการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เช่น มีกิจกรรมอะไรบ้างเพื่อให้ผู้ที่มาร่วมงานได้ทราบข้อมูลเบื้องต้น ก่อนที่จะมาร่วมงาน”

(ผู้ประกอบการ 2, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

“ทำแผ่นพับแจกตามสถานที่ต่างๆที่คาดว่าประชาชนจะสามารถรับข่าวสารได้ เช่น ตามสถานที่ราชการ, ธนาคาร, ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ เพื่อให้คนทั่วไปใช้บริการยังสถานที่นั้นๆ ได้ข้อมูลข่าวสารในการจัดงาน”

(ประชาชน 5, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2552)

ข้อเสนอแนะต่อการเพิ่มบทบาทในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

จากการสัมภาษณ์ ประชาชน, บุคลากรในเทศบาล และผู้ประกอบการ พบว่า ข้อเสนอแนะของบทบาทในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อให้ประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองแสนสุขแสดงความเป็นเจ้าบ้าน โดยควรให้ได้ทั้งรายละเอียดในงานและชักชวนให้เที่ยวงานด้วย

“ในแต่ละชุมชนบริเวณใกล้เคียงกับเทศบาลแสนสุขควรจัดประชุมกันขึ้นเพื่อให้รับรู้ถึงรายละเอียดต่าง ๆ ของโครงการนั้น ๆ”

(บุคลากรในเทศบาล 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“ต้องให้ความรู้ความเข้าใจในการจัดงานครั้งนี้ว่าเป็นอย่างไรจัดขึ้นเพื่ออะไรจะได้แนะนำชาวนักท่องเที่ยวได้ถูกต้องและชัดเจน”

(ผู้ประกอบการ 3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“ต้องให้ประชาชนทราบข้อมูลที่ต้องการและควรแนะนำวิธีการพูดการแนะนำเชิญชวนให้กับนักท่องเที่ยว คือ ประชาชนจะต้องคิดว่าจะพูดอย่างไรให้นักท่องเที่ยวสนใจและอยากมาเที่ยวและเมื่อเคยมาแล้วและมีความรู้สึกลอยกลับมามีอีกค่ะ”

(ผู้ประกอบการ 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

“ควรมีการให้ข้อมูลกับผู้ประกอบการก่อนการจัดงานให้บทบาทผู้ประกอบการในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สามารถตอบนักท่องเที่ยว กรณีที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสอบถามว่างานมีอะไร”

(ผู้ประกอบการ 1, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2552)

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย “การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ภูมิศึกษา โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ ของ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ ต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ประชาชน จำนวน 19 คน บุคลากร จำนวน 7 คนและผู้ประกอบการจำนวน 14 คน ด้วยการใช้วิธีเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอข้อมูลในรูปความเรียงตามวัตถุประสงค์

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัย “การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ภูมิศึกษา โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ตามที่เทศบาลเมืองแสนสุข ได้จัดทำโครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 เพื่อทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวและช่วยส่งเสริมและพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์นั้น จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่า

1. เทศบาลเมืองแสนสุขมีกระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ในขั้นตอนต่าง ๆ คือ การสำรวจและกำหนดปัญหา, การวางแผนและกำหนดแผนงานปฏิบัติ, การปฏิบัติการและการสื่อสารในสื่อประชาสัมพันธ์, การประเมินผลการปฏิบัติงานของสื่อประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ ดังนี้

1.1 การสำรวจและกำหนดปัญหา จากโครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 มีการจัดกระบวนการประชาสัมพันธ์เพื่อการวางแผนในการจัดทำโครงการ ที่มีการวิเคราะห์ในหลายๆ ด้าน ทั้งความเหมาะสมของสื่อในการประชาสัมพันธ์และการดำเนินงานในโครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 พบว่า จากการประชุมที่มีในครั้งที่ 1 เป็นการประชุมร่วมกันจากทุกฝ่ายของเทศบาลเมืองแสนสุข มีรายละเอียดในที่ประชุมจะต้องมีมติในที่ประชุมเห็นชอบในที่ประชุมก่อนและพร้อมดำเนินการ

จากการประชุมโครงการ ครั้งที่ 2 (เป็นการประชุมในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ) เป็นประชุมการทำงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงมาประสานการทำงาน ในส่วนต่าง ๆ ซึ่งกันและกัน

เพื่อให้การทำงานสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งได้นำปัญหาจากปีที่ผ่านมามีวิเคราะห์พร้อมดำเนินการต่อไป

1.2 การวางแผนและกำหนดแผนงานปฏิบัติ จากการวางแผน โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 ได้แบ่งหน้าที่เป็นส่วนต่างๆกล่าวคือ

1) การวางแผนและระยะเวลาสื่อพิจารณาจากขอบเขตและรูปแบบการจัดงาน ที่กำหนดรายละเอียดและรูปแบบการจัด โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 ที่มาจากการเห็นชอบในที่ประชุมที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานล่วงหน้า 1 เดือน

2) การนำเสนอและพัฒนารูปแบบแบบการจัดงาน ที่พิจารณาจากรายละเอียดข้อกำหนดและรูปแบบการจัดโครงการ ให้จัดรูปแบบสื่อให้เข้าใจง่ายและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

3) งบประมาณปัญหาและอุปสรรค ในการจัดสรรงบประมาณในด้านต่าง ๆ ตามความเหมาะสม โดยคำนึงถึงความจำเป็นและประโยชน์ที่ได้ตอบรับเป็นหลัก

1.3 การปฏิบัติการและการสื่อสารในสื่อประชาสัมพันธ์ จากการวางแผนการทำงานซึ่งนำมาปฏิบัติตามลำดับขั้นตอนของการวางแผนงาน ที่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ตามลำดับถูกต้อง เช่น การประสานงานในฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งแจ้งรายละเอียดและค่าใช้จ่ายภายในการจัดทำโครงการ เป็นต้น

2. การประเมินผลการปฏิบัติงานของสื่อประชาสัมพันธ์ จากการวิเคราะห์การทำงาน โดยการประเมินผลของโครงการ ปัญหาและอุปสรรคในการจัดประชาสัมพันธ์ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมาสรุปวิเคราะห์เพื่อการประมวลผลความคิดเห็นของ ประชาชน บุคลากร ผู้ประกอบการ ต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 ได้แก่ เคมเบิ้ลทีวีท้องถิ่น,วิทยุ,ศูนย์ประชาสัมพันธ์เทศบาลเมืองแสนสุข ฯลฯ พบว่า

2.1 ความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ จากการสัมภาษณ์ประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ พบว่า เคมเบิ้ลทีวีท้องถิ่น เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงหรือสามารถรับรู้ได้ง่าย เพราะข้อความที่ประชาสัมพันธ์สามารถเข้าใจได้ง่ายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ส่วนสื่ออื่น ๆ เช่น วิทยุ, ศูนย์ประชาสัมพันธ์เทศบาลเมืองแสนสุข, ไลน์/ ป้ายโฆษณา ยังมีข้อบกพร่องในส่วนต่าง ๆ ที่มาจากการรวบรวมข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2.2 ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมในสื่อในการประชาสัมพันธ์ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 จากการสัมภาษณ์ ประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ ที่แสดงถึงความเหมาะสมของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 และการรับรู้ของสื่อประชาสัมพันธ์ ที่วิเคราะห์ข้อมูลโดยการรวบรวมที่มีความเหมาะสมของสื่อและมีการรับรู้สื่อในรูปแบบต่าง ๆ ได้ดี

2.3 ความคิดเห็นต่อบทบาทในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 จากการสัมภาษณ์ ประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการในพื้นที่ บทบาทของประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ ช่วยเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 จะมีโอกาสในการเป็นสื่อแต่ข้อมูลนั้นยังไม่ครอบคลุม จึงมีหน้าที่ในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ไม่สมบูรณ์อย่างที่ควร

อภิปรายผล

จากการวิจัย พบว่า การศึกษากระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ของโครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 กระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ มีทั้งหมด 4 ขั้นตอน คือ การสำรวจและกำหนดปัญหา, การวางแผนและกำหนดแผนงานปฏิบัติ, การปฏิบัติและการสื่อสารในสื่อประชาสัมพันธ์, การประเมินผลการปฏิบัติงานของสื่อประชาสัมพันธ์ นั้น มีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ประชาชน, บุคลากร และผู้ประกอบการ คือ กระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ทางเทศบาลเมืองแสนสุขที่เป็นผู้จัดทำโครงการ ได้ทำตามขั้นตอนทั้ง 4 ขั้นตอน ตามลำดับ ตั้งแต่สำรวจและกำหนดปัญหา เพื่อเป็นแนวทางต่อการวางแผนงาน โดยใช้มติในที่ประชุมเป็นมาตรฐานในการตัดสินใจ ดำเนินงาน ในหลักการปฏิบัติงานตามแผนงานที่วางไว้ ซึ่งการจัดลำดับการทำงานในทุกฝ่ายของผู้รับผิดชอบต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และตรวจสอบผลของการทำงาน โดยขั้นตอนสุดท้ายที่ประเมินผลโครงการที่จัดทำขึ้น โดยนำข้อมูลที่ผ่านมาเปรียบเทียบผลการทำงานพร้อมแก้ไขและข้อเสนอแนะใหม่ในส่วนต่าง ๆ โดยในการจัดกระบวนการประชาสัมพันธ์สามารถใช้แนวคิดการสื่อสารที่เป็นพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบช่วยในการจัดกระบวนการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องและเป็นระบบขั้นตอน แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เป็นทฤษฎีที่สอดคล้องโดยตรงของกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ชัดเจน หลักการประชาสัมพันธ์, ประเภทการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและข้อมูลครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิวันดา เพ็ญภาคกุล (2549) พบว่า ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่สำรวจและกำหนดปัญหา, วางแผนการปฏิบัติงาน, การปฏิบัติงานและสื่อสาร แต่พบว่างานวิจัยของนิวันดา เพ็ญภาคกุล (2549) มีการศึกษาทั้งด้านกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในรายละเอียดต่าง ๆ เป็นการปฏิบัติงานจริง ซึ่งมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการปฏิบัติงานของผลการทำงาน ส่วนการประเมินผล งานวิจัยของนิวันดา เพ็ญภาคกุล (2549) ขาดการประเมินผลอย่างเป็นทางการนั้น ส่วนของงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการประเมินผลการทำงานโดยรวมที่ไม่แบ่งตามขั้นตอนจึงไม่ค่อยทราบถึงข้อบกพร่องของการทำงานในแต่ละขั้นตอน ได้อย่างชัดเจน

จากการวิจัย พบว่า การศึกษาความคิดเห็นของประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ ต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการ แบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ จากการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงและรับรู้ได้ง่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี ส่วนวิทยุ ศูนย์ประชาสัมพันธ์เทศบาลเมืองแสนสุขและโบปลิว/ ป้ายโฆษณาต่าง ๆ นั้น เป็นสื่อที่รองลงมาทั้งลำดับความสำคัญและข้อมูลพร้อมทั้งการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย

ส่วน 2 ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อในการประชาสัมพันธ์ใน โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 จากการวิเคราะห์ข้อมูล สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสม จากความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญแสดงให้เห็นทั้งรายละเอียดของสื่อและความน่าสนใจในตัวสื่อประชาสัมพันธ์ได้

ส่วน 3 ความคิดเห็นต่อบทบาทในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 จากการรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญนั้น พบว่า ประชาชนและผู้ประกอบการ การใช้วิธีการชักชวนหรือบอกต่อกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกเขตเทศบาลเมืองแสนสุข ในบทบาทของการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 แต่มีข้อมูลของรายละเอียดโครงการที่ต้องให้ข้อมูลทั้งประชาชนและผู้ประกอบการในพื้นที่ต้องส่งเสริมและผลักดันให้มีบทบาทในการช่วยประชาสัมพันธ์พร้อมให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วนด้วย ส่วนบุคลากรในเทศบาลเมืองแสนสุขมีบทบาทในการช่วยประชาสัมพันธ์โครงการ โดยการช่วยประชาสัมพันธ์กับผู้ที่มาติดต่อราชการในสำนักงานพร้อมหรือผู้ที่มีโอกาสจะทำการประชาสัมพันธ์ด้วยได้ โดยการศึกษาความคิดเห็นของประชาชน บุคลากร ผู้ประกอบการนั้น สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มาจากการสำรวจความคิดเห็นเป็นการศึกษาความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคล ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์และแนวคิดสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์,แนวคิดสื่อมวลชน เป็นการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการจัดทำโครงการในแต่ละส่วนได้ ในการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ โสธร เจริญไทย (2547) พบว่า จากการศึกษาที่นั้นความคิดเห็นโดยรวมบอกตรงกันว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ยังไม่ประสบความสำเร็จทั้งสื่อภายในและภายนอก พร้อมทั้งองค์ประกอบในส่วนต่าง ๆ ของการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ แนวทางในการจัดทำสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่ควรนำความคิดเห็นของผลการวิจัยมาเป็นองค์ประกอบในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

1. ด้านการสำรวจและกำหนดปัญหาผลการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า การจัดกระบวนการประชาสัมพันธ์เพื่อการจัดทำโครงการนั้น สื่อที่ใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ต้องมีการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์โครงการมาพิจารณาให้เหมาะสมกับสื่อที่ใช้ในปัจจุบัน เพราะ จากผลการดำเนินงานปีที่ผ่านมาสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ยังไม่มีความสมบูรณ์และครบถ้วนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี ดังนั้นเทศบาล ควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลและพื้นที่ของสถานที่ พร้อมทั้งขั้นตอนการดำเนินงานมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาสื่อที่ใช้ในโครงการอื่น ๆ ต่อไป

2. การวางแผนและปฏิบัติงาน ซึ่งผู้ศึกษาแบ่งส่วนการดำเนินงานเป็น 3 ส่วน ผลการศึกษาพบว่า ส่วนที่ 1 การวางแผนและระยะเวลาสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการนั้นเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์โครงการที่วางแผนไว้ คือ ระยะเวลา 1 เดือนนั้น เป็นระยะเวลาที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการจดจำโครงการ ส่วนที่ 2 นำเสนอและพัฒนาแบบนั้น ผลการศึกษาพบว่าการประชาสัมพันธ์โครงการมีการนำเสนอในช่องทางที่เหมาะสมทั้งในรูปแบบของโปสเตอร์ แผ่นพับ การกระจายเสียงผ่านศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น มีความเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์โครงการ แต่ควรมีการปรับปรุงพัฒนาแบบของสื่อประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม เพื่อให้สื่อดังกล่าวมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น อาทิ โปสเตอร์, แผ่นพับ ควรมีการออกแบบให้ดึงดูดความสนใจ ทั้งข้อความเชิญชวน ภาพประกอบ และสีสันทันที่ใช้ในสื่อดังกล่าว เป็นต้น ส่วนที่ 3 งบประมาณ จากการศึกษาพบว่างบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการคิดเป็นร้อยละ 3 ของงบประมาณที่ใช้ในการจัดงานครั้งนี้ ซึ่งควรที่จะมีการบริหารจัดการงบประมาณดังกล่าว โดยเน้น ไปยังสื่อที่สามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการให้กับคนจำนวนมาก เช่น เคมเบิลทีวีท้องถิ่น เนื่องจากการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนมากได้รับรู้การประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางสื่อสารดังกล่าว

3. การปฏิบัติงานของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีหลากหลาย แต่สื่อที่ใช้กลับ ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายยังได้รับรายละเอียดไม่ครบถ้วน ดังนั้นเทศบาล และหน่วยงานที่รับผิดชอบควรดำเนินการกำหนดแนวทางการพัฒนาสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ทั้งการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพร้อมการให้ข้อมูล

รายละเอียดของโครงการอย่างครบถ้วนและปฏิบัติตามการวางแผนที่วางไว้ พร้อมทั้งกำหนดแนวทางปฏิบัติงานและการวางแผนสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันเพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงาน

4. การประเมินผลของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” จากการวิจัยพบว่า ทางเทศบาลเมืองแสนสุขมีการประเมินผลในภาพรวมของโครงการ เช่น จำนวนผู้ร่วมงาน, ความสะดวกสบายในการเดินทางมาร่วมงาน เป็นต้น แต่มิได้มีการประเมินผลทางด้านสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้โครงการดังกล่าวสามารถขยายขอบเขตของผู้ร่วมงานไปยังประชาชนในท้องถิ่นใกล้เคียง หรือพัฒนาไปสู่แหล่งท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ที่ได้รับความนิยมเช่นเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้ ทั้งนี้ ผลการประเมินที่ได้จากการศึกษาความคิดเห็นของประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการในครั้งนี้ พบว่าการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าวยังคงมีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นเพียงการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่จำกัดตามระยะเวลาของการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งเทศบาลเมืองแสนสุขควรมีการศึกษาประเมินผลโครงการดังกล่าวในแง่มุมอื่น ๆ กับกลุ่มประชากรที่มากขึ้น เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงสื่อการประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสม อันจะทำให้โครงการดังกล่าวเป็นหนึ่งในเทศกาลที่ได้รับความนิยมจากประชาชนเช่นเดียวกับเทศกาลอื่น ๆ

5. เทศบาลเมืองแสนสุขควรมีการจัดตั้งทีมงานในการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าว โดยเพิ่มการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลทางสถิติมาสนับสนุนการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โครงการให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึงทั้งประชาชนที่อยู่ในเขตเทศบาลเมืองแสนสุข และสามารถขยายการประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชนในท้องถิ่นใกล้เคียง เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับทราบถึงการจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ที่จัดขึ้น โดยเทศบาลเมืองแสนสุขสำหรับปีต่อ ๆ ไป อันจะทำให้มีผู้ร่วมงานในโครงการดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เทศบาลเมืองแสนสุขควรที่จะมีการส่งเสริมให้ประชาชน และผู้ประกอบการได้มีส่วนร่วมในการช่วยประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าวด้วย พร้อมทั้งการเชิญชวนให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมกับการจัดงานดังกล่าว เช่น การออกร้านขายของโดยชุมชนต่าง ๆ, การประกวดต่าง ๆ โดยตัวแทนของแต่ละชุมชน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะต่อการเพิ่มบทบาทในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

1. ในการจัดทำโครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ของเทศบาลเมืองแสนสุขนั้น พบว่า ประชาชน บุคลากรและผู้ประกอบการ ใช้วิธีการบอกต่อหรือชักชวนนักท่องเที่ยวเท่าที่จะมีโอกาสเท่านั้น ซึ่งยังมีข้อบกพร่องในเรื่องของการให้รายละเอียดข้อมูลของการจัดงานทางเทศบาล

เมืองแสนสุข ดังนั้น เทศบาลควรเร่งทำการประชาสัมพันธ์กับกลุ่ม ประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ เพื่อให้กลุ่มเหล่านี้มีความรู้มีข้อมูล เพียงพอในการประชาสัมพันธ์ต่อไปยังบุคคลกลุ่มอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

1. ในการจัดทำโครงการได้มีการกำหนดกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีระบบการทำงานตามขั้นตอน 4 ขั้นตอน การสำรวจและกำหนดปัญหา, การวางแผนและการกำหนดแผนงานปฏิบัติ, การปฏิบัติงานและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์, การประเมินผลการปฏิบัติ ซึ่งทางเทศบาลเมืองแสนสุขควรจะปฏิบัติงานเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ตามขั้นตอนดังกล่าวเพื่อการทำงานที่เป็นขั้นตอนและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน เช่น การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ สำรวจข้อมูลของสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีและจำนวนมาก ส่วนการวางแผนการปฏิบัติงานนั้นสื่อประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงจุดของการประชาสัมพันธ์เพื่อให้คุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

2. ในการจัดทำ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” จากสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นผลการวิจัยพบว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ คือ เคเบิลทีวีท้องถิ่น, วิทยุ, ศูนย์ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยว, โบปลิทหรือป้ายโฆษณา ฯลฯ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีทั้งเหมาะสมและให้รายละเอียดที่ครบถ้วนซึ่งในขณะเดียวกันสื่อบางชนิดก็มีข้อบกพร่องในส่วนต่างๆ ดังนั้น เทศบาลจำเป็นต้องปรับสาร หรือข้อความที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและสร้างความสนใจให้เหมาะสมกับจุดเด่นของแต่ละสื่อที่ต้องใช้

3. ในการจัดทำโครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ต้องการส่งเสริมสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการ โดยการเพิ่มสื่อที่ใช้เผยแพร่จาก โทรทัศน์ ในช่องทางปัจจุบัน เช่น ทาง ช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 7 และช่อง 9 เป็นต้น เพื่อประสิทธิภาพในการเผยแพร่ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้กว้างไกลมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะต่อการเพิ่มบทบาทในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

1. ในการจัดทำ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่เป็นบทบาทในการช่วยประชาสัมพันธ์โครงการ ซึ่งการช่วยประชาสัมพันธ์โครงการ ต้องให้ทั้งประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ ซึ่งต้องการให้มีบทบาทเป็นตัวแทนของชาวหาดบางแสนทำการประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กระจาย

รายได้ไปสู่ชุมชน โดยทางเทศบาลเมืองแสนสุขต้องอำนวยความสะดวกเรื่องข้อมูลของการจัดงาน อาจจะใช้การเผยแพร่โดยวิธีการทำการจัดอบรมข้อมูลหรือรายละเอียดของโครงการ หรือเจ้าหน้าที่ทำการประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนในพื้นที่ก่อนจะทำการประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่สามารถมีบทบาทในการช่วยประชาสัมพันธ์ได้อย่างเต็มที่ เพราะจากผลการวิจัยพบว่า ประชาชน บุคลากร และผู้ประกอบการ ไม่สามารถให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวดูได้อย่างสมบูรณ์ และครบถ้วน จึงทำให้การช่วยการประชาสัมพันธ์โครงการนั้น ยังไม่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ในการศึกษาสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และบทบาทของประชาชนที่ช่วยเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ของโครงการครั้งนี้ พบว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นยังเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่ดีทั้งหมดยังมีการรับรู้ได้อย่างไม่ชัดเจนเป็นสื่อซึ่งต้องสอดคล้องกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปจะนำข้อมูลและการสนับสนุนผลการวิจัยจะทำงานวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

2. ควรมีการศึกษาและวิจัยสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และบทบาทในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ เพื่อพัฒนาศักยภาพการประเมินผลที่จะสามารถพัฒนาสื่อที่ใช้ในโครงการที่เป็นเชิงวิจัย

3. ควรมีการศึกษาปัญหา อุปสรรค ของสื่อในการประชาสัมพันธ์และบทบาทของประชาชนที่ช่วยเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์

4. ควรมีการศึกษาความเห็นของผู้รับสื่อและผู้ที่มีบทบาทของการเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ เพื่อพัฒนาการดำเนินงานครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

- กุนนที อนุศักดิ์พันธุ์. (2541). ประสิทธิภาพของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ศึกษาเฉพาะกรณี โครงการบันไดปลาโจนที่เขื่อนปากมูล จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เทศบาลเมืองแสนสุข. (2549). ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองแสนสุข. ม.ป.ท.
- _____. (2551). สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ตามโครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552. ม.ป.ท.
- นิวันดา เพ็ญภาคกุล. (2547). การประเมินผลการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ บริษัท หลักทรัพย์ไชรัส จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มลูกค้า. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2549). กระบวนการประชาสัมพันธ์ โครงการทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และปัจจัยที่ส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์โครงการทำอากาศยานสุวรรณภูมิ. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2533). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ภาพพิมพ์.
- _____. (2546). หลักการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ภาพพิมพ์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- วันทนี ศิริสุข. (2539). ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส ของบริษัทการบินไทย (มหาชน). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2540). การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2546). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สนั่น ปัทมะทิน. (2520). ศัพท์านุกรมสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: แผนกอิสระวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุพิน ปัญญาภัก. (2535). บทบาทวัตถุประสงค์ทางการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. ใน
เอกสารการสอนชุดวิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สุรัตน์ ตรีสกุล. (2548). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ พ.ศ.พัฒนา.

โตธร เจริญไทย. (2547). การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์องค์กรของสำนักงานพัฒนา
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์จำนวน 3 ชุด

1) ข้อคำถามสำหรับประชาชน

วัตถุประสงค์/ประเด็นในการศึกษา (ตัวแปร)	ข้อคำถาม
ความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดงานของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”	<ol style="list-style-type: none"> 1) สื่อที่ท่านได้รับรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์งาน <u>ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่</u> ของ เทศบาลตำบลแสนสุข <u>ซึ่งจะจัดเป็นประจำทุกปีที่ชายหาดบางแสน</u> คือ สื่ออะไรบ้าง 2) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ท่านได้รับ เหมาะสมหรือไม่ ถ้าไม่เหมาะสมต้องปรับปรุงอย่างไร กรุณาเสนอแนะ 3) ท่านคิดว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ดีที่สุดคือสื่อใด 4) ถ้าเทศบาลต้องการประชาสัมพันธ์งานอีกครั้ง ควรประชาสัมพันธ์อย่างไร ด้วยสื่ออะไร 5) ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่มาในงาน “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” เป็นผลมาจากสื่อในการประชาสัมพันธ์หรือไม่ เพราะอะไร หากไม่ได้มาจากสื่อจะมาจากสาเหตุใด 6) ท่านมีบทบาทในการช่วยเป็นสื่อประชาสัมพันธ์โครงการบ้างไหม อย่างไร

2) ข้อคำถามสำหรับผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์/ประเด็นในการศึกษา (ตัวแปร)	ข้อคำถาม
<p>ความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดงานของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”</p>	<p>7) แนะนำตัวและสอบถามประวัติโดยทั่วไป</p> <p>8) สื่อที่ท่านได้รับรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์งาน <u>ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่</u> ของ <u>เทศบาลตำบลแสนสุข</u> ซึ่งจะ <u>จัดเป็นประจำทุกปี</u>ที่ชายหาดบางแสน คือ สื่ออะไรบ้าง</p> <p>9) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ท่านได้รับ เหมาะสมหรือไม่ ถ้าไม่เหมาะสมต้องปรับปรุงอย่างไร กรุณาเสนอแนะ</p> <p>10) ท่านคิดว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ดีที่สุดคือสื่อใด</p> <p>11) ถ้าเทศบาลต้องการประชาสัมพันธ์งานอีกครั้ง ควรประชาสัมพันธ์อย่างไร ด้วยสื่ออะไร</p> <p>12) ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่มาในงาน “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” เป็นผลมาจากสื่อในการประชาสัมพันธ์หรือไม่ เพราะอะไร หากไม่ได้มาจากสื่อ จะมาด้วยสาเหตุใด</p>

3) ข้อคำถามสำหรับบุคลากร

วัตถุประสงค์/ประเด็นในการศึกษา (ตัวแปร)	ข้อคำถาม
<p>3.1.บุคลากรในสำนักงาน ความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดงานของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”</p>	<p>13) สื่อที่ท่านได้รับรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์งาน <u>ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่</u> ของ เทศบาลตำบลแสนสุข <u>ซึ่งจะจัดเป็นประจำทุกปีที่ชายหาดบางแสน</u> คือ สื่ออะไรบ้าง</p> <p>14) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ท่านได้รับ เหมาะสมหรือไม่ ถ้าไม่เหมาะสมต้องปรับปรุงอย่างไร กรุณาเสนอแนะ</p> <p>15) ท่านคิดว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ดีที่สุดคือสื่อใด</p> <p>16) ถ้าเทศบาลต้องการประชาสัมพันธ์งานอีกครั้ง ควรประชาสัมพันธ์อย่างไร ด้วยสื่ออะไร</p> <p>17) ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่มาในงาน “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” เป็นผลมาจากสื่อในการประชาสัมพันธ์หรือไม่ เพราะอะไร หากไม่ได้มาจากสื่อจะมาจากสาเหตุใด</p> <p>18) ท่านมีบทบาทในการช่วยเป็นสื่อประชาสัมพันธ์โครงการบ้างไหม อย่างไร</p>
<p>3.2.บุคลากรที่รับผิดชอบ โครงการจัดการประชาสัมพันธ์ของ “โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”</p> <p>- การสำรวจและกำหนดปัญหาการรวบรวมข้อมูลในการประชาสัมพันธ์สามารถทำให้ด้านการศึกษาสถานการณ์ สังเกตการณ์ หรือการวิจัย</p>	<p>19) ท่านคิดว่าองค์กรของท่านควรกำหนดสื่อที่จะประชาสัมพันธ์อย่างไร</p> <p>20) ท่านมีวิธีที่เก็บรวบรวมข้อมูลในการจัดทำ การประชาสัมพันธ์อย่างไร</p> <p>21) ท่านมีวิธีการศึกษาและสังเกตการณ์ในการทำงานในปีที่ผ่านมาอย่างไร เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการทำโครงการครั้งต่อไป</p>

วัตถุประสงค์/ประเด็นในการศึกษา (ตัวแปร)	ข้อคำถาม
<p>- การวางแผนและกำหนดแผนงานปฏิบัติ</p> <p>การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดหัวเรื่อง ช่วงระยะเวลา และงบประมาณ เป็นต้น</p>	<p>22) ท่านคิดว่าหน่วยงานของท่านมีการกำหนดการวางแผนประชาสัมพันธ์ “หัวข้อเรื่อง” ในการสื่อให้นักท่องเที่ยวทราบถึงวัตถุประสงค์การจัดงานอย่างไร</p> <p>23) ท่านคิดว่าหน่วยงานของท่านมีการวางแผนเกี่ยวกับระยะเวลาในการจัดการประชาสัมพันธ์ของโครงการในลักษณะใด</p> <p>24) ท่านคิดว่าหน่วยงานของท่านได้ทำการกำหนดเป้าหมายของ โครงการอย่างไร</p> <p>25) ในการวางแผนการกำหนดงบประมาณของการประชาสัมพันธ์ของโครงการเป็นอย่างไร</p>
<p>- การปฏิบัติและการสื่อสาร</p> <p>ขั้นตอนนี้เป็นกรลงมือปฏิบัติและทำการวางแผนตามวางแผนและกำหนดไว้แล้วในขั้นตอนที่สอง เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้</p>	<p>26) การดำเนินงานขั้นตอนการทำสื่อ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ควรลงมือปฏิบัติงานควรเริ่มทำก่อนถึงวันงานกี่วัน</p> <p>27) การวางแผนในการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นไปในขั้นตอนเดียวกันได้อย่างไร</p>
<p>- การประเมินผลการปฏิบัติงาน</p> <p>เป็นการตัดสินผลการปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้ รวมทั้งประเมินประสิทธิผลของการเตรียมแผนงานและการสนับสนุนแผนงาน โดยการสำรวจผลและความคิดเห็นจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายโดยตรง</p>	<p>28) ท่านคิดว่าการตัดสินใจการปฏิบัติงานการเตรียมงานการสนับสนุนแผนงานสามารถทำได้อย่างไร</p> <p>29) การสำรวจความคิดเห็นประชาชน ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นเป้าหมายโดยตรงของการประชาสัมพันธ์ควรทำอย่างไร</p>

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ข
บทสัมภาษณ์

บทสัมภาษณ์

ข้อคำถามสำหรับประชาชน ความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดงานของ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

1. สื่อที่ท่านได้รับรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์งาน ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 ของเทศบาลเมืองแสนสุข ซึ่งจะจัดเป็นประจำทุกปีที่ชายหาดบางแสน คือ สื่ออะไรบ้าง
2. สื่อที่ประชาสัมพันธ์ที่ท่านได้รับ เหมาะสมหรือไม่ ถ้าไม่เหมาะสมต้องปรับปรุงอย่างไร กรุณาเสนอแนะ
3. ท่านคิดว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ดีที่สุดคือสื่อใด
4. ถ้าเทศบาลต้องการประชาสัมพันธ์งานอีกครั้ง การประชาสัมพันธ์อย่างไร ด้วยสื่ออะไร
5. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่มาในงาน “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” เป็นผลมาจากสื่อในการประชาสัมพันธ์หรือไม่ เพราะอะไร หากไม่ได้มาจากสื่อ จะมาด้วยสาเหตุใด
6. ท่านมีบทบาทในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์บ้างไหม อย่างไร

.....

บทสัมภาษณ์ประชาชนคนที่ 1

ผู้สัมภาษณ์

สวัสดีค่ะ ดิฉันมาจากเทศบาลเมืองแสนสุข อยากทราบเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ว่าที่รับรู้สื่อด้านใดบ้างคะ

ประชาชน 1

สื่อที่รู้หรือค่ะ ก็มี เคเบิ้ล ทีวี ป้ายโฆษณา แล้วก็เสียงตามสายแค่นี้

ผู้สัมภาษณ์

มีแค่นี้ค่ะ แล้วคุณพื้คิดว่าสื่อที่มีอยู่เหมาะสมหรือยังคะ

ประชาชน 1

จะ ก็เหมาะสมดีนะ

ผู้สัมภาษณ์

แล้วสื่อที่คิดว่านักท่องเที่ยวรับรู้ได้ดีคือสื่อใดคะ

ประชาชน 1

ไม่รู้ ยาก

ผู้สัมภาษณ์

ไม่เป็นค่ะ ถ้าอย่างนั้นรบกวนอีกคำถามนะคะ พื้มีบทบาทในการช่วยเป็นสื่อประชาสัมพันธ์งานใหม่คะ

ประชาชน 1

ไม่ค่อยมีบทบาทสักเท่าไรเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานคิดเป็นการไปได้ด้วยดีอยู่แล้ว

ผู้สัมภาษณ์

พื้มีข้อเสนอแนะอะไรด้วยไหมคะ

ประชาชน 1

ไม่มี

ผู้สัมภาษณ์

ขอบคุณมากคะ

บทสัมภาษณ์ประชาชนคนที่ 2

ผู้สัมภาษณ์

ขอโทษนะคะ รบกวนถามข้อมูลเกี่ยวกับงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ค่ะ จากเทศบาลเมืองแสนสุขค่ะ งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ค่ะ ไม่ทราบว่าเคยเห็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์งานอะไรบ้างค่ะ

ประชาชน 2

ก็มีเสียงตามสายของเทศบาลแล้วมีป้ายที่อยู่ตรงทางลงบางแสนใหญ่ ๆ ค่ะ

ผู้สัมภาษณ์

ค่ะแล้วสื่อที่เห็นคิดว่าเหมาะสมหรือยังคะ

ประชาชน 2

สื่อประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์ไม่กว้างขวางรับรู้ได้เฉพาะคนชลบุรีมีช่องทางการสื่อสารน้อยเกินไปควรเพิ่มช่องทางที่สามารถกระจายข่าวได้มากกว่านี้ เช่น ทีวีสาธารณะ

ผู้สัมภาษณ์

ค่ะ แล้วคิดว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวงานเพราะสื่ออะไร

ประชาชน 2

อันนี้ไม่ทราบค่ะ

ผู้สัมภาษณ์

ถ้าต้องมีการประชาสัมพันธ์อีกครั้งต้องการให้เทศบาลทำสื่ออะไรบ้างคะ

ประชาชน 2

อะไรก็ได้

ผู้สัมภาษณ์

คำถามสุดท้ายค่ะ ไม่ทราบว่ามึบทบาทในการช่วยประชาสัมพันธ์งานปีใหม่นี้บ้างไหม

ประชาชน 2

ก็ใช้บอกต่อให้เพื่อนที่รู้จักทราบว่ามึงานให้เดินทางไปเที่ยวอื่นและไม่เปลืองค่าใช้จ่ายไปเที่ยวที่อื่น

ผู้สัมภาษณ์

ขอบคุณมากนะคะ

บทสัมภาษณ์ประชาชนคนที่ 3

ผู้สัมภาษณ์

ขอโทษนะคะเนื่องไม่ทราบว่าคุณเคยเห็นสื่อประชาสัมพันธ์งานปีใหม่ของบางแสนใหม่
ค่ะพอดีที่มาจากเทศบาลเมืองแสนสุขขอถามข้อมูลค่ะ

ประชาชน 3

ก็เคยเห็นบ้าง

ผู้สัมภาษณ์

เห็นเป็นสื่ออะไรบ้างคะ

ประชาชน 3

ก็มีเคเบิลทีวี วิทยุ 90.75 แล้วเขาเรียกอะไรที่ดังอยู่ชายหาดนะค่ะแล้วก็ไปปลิวที่แจกฟรี

ผู้สัมภาษณ์

ค่ะ แล้วสื่อที่มีอยู่ตอนนี้เหมาะสมหรือยังคะ

ประชาชน 3

ก็เหมาะสมเพราะว่าได้รับข้อมูล ได้ชัดเจนละเอียดมีอะไรอีกไหมคะ

ผู้สัมภาษณ์

จะนับรบกวนว่าถ้าทางเทศบาลจะจัดสื่อมาประชาสัมพันธ์อยากให้มีสื่อใดคะ

ประชาชน 3

อะไรก็ได้ที่เห็นง่าย ก็ดีนะ

ผู้สัมภาษณ์

ค่ะแล้วในงานปีใหม่ได้มีบทบาทในการช่วยประชาสัมพันธ์อะไรบ้างหรือเปล่า

ประชาชน 3

ช่วยบอกต่อ ๆ กัน ไปหรือนำไปปลิวไปแจกตามสถานที่ต่างๆ ให้อย่างทั่วถึง ทำได้ดีเพราะ
เราเป็นเจ้าของบ้านต้องสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมาบางแสนเยอะๆ เพื่อมีรายได้ให้กับคนในชุมชน มี
อะไรอีกไหม

ผู้สัมภาษณ์

ไปเป็นไรคะขอบคุณค่ะ

บทสัมภาษณ์ประชาชนคนที่ 4

ผู้สัมภาษณ์

สวัสดิ์ค่ะ ไม่ทราบว่าเคยเห็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์งานปีใหม่ของชายหาดบางแสนไหมค่ะ

ประชาชน 4

สื่ออะไร

ผู้สัมภาษณ์

ก็เป็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์งานนะคะ ไม่ทราบว่าคนที่ได้เห็นบ้างไหมค่ะ

ประชาชน 4

ก็หลายอย่างอยู่ ก็มีเคเบิลทีวี เสียงตามสาย ป้ายวิทยุอะไรแบบนี้ใช้ไหม

ผู้สัมภาษณ์

ใช้ค่ะแล้วสื่อที่มีอยู่เหมาะสมหรือยังจะต้องปรับปรุงหรือแนะนำอะไรไหม

ประชาชน 4

เหมาะสมค่ะแต่ควรทำการประชาสัมพันธ์ให้เป็นวงกว้างมากกว่านี้ไม่ใช่ประชาสัมพันธ์แต่ตำบลสนุกเพียงอย่างเดียวควรกระจายการประชาสัมพันธ์ไปยังชุมชนอื่นหรือจังหวัดอื่นด้วย

ผู้สัมภาษณ์

ถ้ามีการประชาสัมพันธ์อีกครั้งต้องการให้ทางเทศบาลใช้สื่ออะไรคะ

ประชาชน 4

ก็ที่มีอยู่ก็ดีนะแต่ก็ให้ได้มากกว่านี้ มีอะไรอีกไหม

ผู้สัมภาษณ์

ขอรบกวนคำถามสุดท้ายค่ะ ไม่ทราบว่ามียุทธศาสตร์ที่เป็นสื่อช่วยประชาสัมพันธ์งานปีใหม่บ้างไหมคะ

ประชาชน 4

มี โดยการแนะนำและบอกต่อหรือชักชวนให้นักท่องเที่ยวหรือคนที่ไม่เคยมาเที่ยวงานได้รู้จักแนะนำว่ามีจุดเด่นน่าสนใจอย่างไร โดยส่วนตัวไม่ใช่คนพื้นที่ไม่ค่อยรู้จักข้อมูลมากเท่าไรสนใจค่ะ

ผู้สัมภาษณ์

ขอบคุณนะคะ

บทสัมภาษณ์ประชาชนคนที่ 5

ผู้สัมภาษณ์

สวัสดิ์ค่ะรบกวนหน่อยค่ะอยากทราบว่าเคยเห็นสื่อที่ใช้ในงานปีใหม่ของบางแสนบ้างไหมคะ

ประชาชน 5

ก็เห็น

ผู้สัมภาษณ์

ไม่ทราบเห็นเป็นสื่ออะไรคะ เช่น ใบปลิว แผ่นพับหรืออย่างอื่นนะคะ

ประชาชน 5

ถ้าที่รู้ ก็แสนสุขวิชชัณ ช่อง 2

ผู้สัมภาษณ์

คะแล้วเคเบิ้ลทีวีที่เห็นหรือสื่ออื่นนะคะเหมาะสมหรือยังกับการประชาสัมพันธ์งาน

ประชาชน 5

เหมาะสม ครบถ้วนดี

ผู้สัมภาษณ์

แล้วคิดว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวงานนั้นมาจากสื่ออะไรคะ

ประชาชน 5

น่าจะมาเองก็คงมาเที่ยวบางแสนอยู่แล้ว

ผู้สัมภาษณ์

คะแล้วขออีกคำถามนะคะคิดว่าตัวเองได้มีส่วนร่วมในการเป็นสื่อการประชาสัมพันธ์บ้างไหม

ประชาชน 5

ก็รับข่าวสารพบเห็นแล้วบอกต่อ มีส่วนนิดหน่อยโดยการบอกต่อเพื่อนฝูงญาติพี่น้องมี

อะไรอีกไหม

ผู้สัมภาษณ์

ขอบคุณมากคะ

ข้อคำถามสำหรับบุคลากร ความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดงานของ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” (บุคลากรในสำนักงานเทศบาลเมืองแสนสุข)

1. สื่อที่ท่านได้รับรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์งาน ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 ของเทศบาลเมืองแสนสุข ซึ่งจะจัดเป็นประจำทุกปีที่ชายหาดบางแสน คือ สื่ออะไรบ้าง
2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ท่านได้รับเหมาะสมหรือไม่ ถ้าไม่เหมาะสมต้องปรับปรุงอย่างไร กรุณาเสนอแนะ
3. ท่านคิดว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ดีที่สุดคือสื่อใด
4. ถ้าเทศบาลต้องการประชาสัมพันธ์งานอีกครั้ง ควรประชาสัมพันธ์งานอีกครั้ง ควรประชาสัมพันธ์อย่างไร ด้วยสื่ออะไร
5. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่มาในงาน “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับ 2552” เป็นผลมาจากสื่อในการประชาสัมพันธ์หรือไม่ เพราะไม่ หากไม่ได้มาจากสื่อ จะมาด้วยสาเหตุใด

บทสัมภาษณ์บุคลากรในสำนักงานเทศบาลเมืองแสนสุขคนที่ 1

ผู้สัมภาษณ์

ขอโทษนะคะ จะรบกวนพี่ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์งานปีใหม่

บุคลากร 1

ได้ค่ะ สื่ออะไร

ผู้สัมภาษณ์

จะถามพี่ว่า สื่อที่รับรู้เกี่ยวกับงานปีใหม่ที่เทศบาลเราจัดพี่เห็นสื่ออะไรบ้างคะ

บุคลากร 1

ก็มีเคเบิลแสนสุข,ป้ายที่ติดหน้าทางลงหาดบางแสน,เสียงตามสายของชายหาดแล้วก็มีวิทยุ

ผู้สัมภาษณ์

แค่นี้คะ แล้วสื่อที่มีอยู่คิดว่าเหมาะสมกับงานปีใหม่หรือยังคะ

บุคลากร 1

สื่อประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบที่ได้มีการนำเสนอไปนั้นคิดว่ามีความเหมาะสมดีแล้ว
เนื่องจากสื่อแต่ละสามารถรับรู้และเข้าถึงได้ง่ายกับทุกเพศทุกวัย

ผู้สัมภาษณ์

มีอย่างอื่นเพิ่มเติมหรือเสนอแนะด้วยหรือเปล่า

บุคลากร 1

ก็จริง ๆ ที่ทำอยู่นั้นก็ดีแล้วนะ แล้วแต่ความคิดเห็นของคณะผู้บริหาร

ผู้สัมภาษณ์

แล้วในการเป็นบุคลากรในเทศบาลเองนั้น พี่มีบทบาทหรือที่ช่วยประชาสัมพันธ์งานปีใหม่ของเราอย่างไรบ้างไหมคะ

บุคลากร 1

มีบทบาทในการช่วยประชาสัมพันธ์ โดยการส่งข้อมูลการจัดงานให้กับช่องทางหรือสื่อที่
ทำการประชาสัมพันธ์งาน

ผู้สัมภาษณ์

แล้วพี่มีข้อเสนอแนะอื่นทั้งในด้านสื่อหรือว่าไม่ใช่ทางด้านสื่อก็ได้คะ

บุคลากร 1

การที่จะให้คนเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ได้นั้นตัวบุคคลต้องรู้เกี่ยวกับงานนั้นๆ ก่อน และต้องมีความเข้าใจดีเกี่ยวกับรายละเอียดของงาน การส่งเสริมให้คนเป็นสื่อก็เป็นสื่อช่องที่ดีและสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่ายทางหนึ่งก็เป็นสิ่งที่ดีและควรนำมาปรับปรุงใช้ให้เกิดประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น

ผู้สัมภาษณ์

ขอบคุณพี่มากคะ เดี่ยวถ้างานเสร็จแล้วหนูจะเอามาให้คุณะคะ

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทสัมภาษณ์บุคลากรในสำนักงานเทศบาลเมืองแสนสุขคนที่ 2

ผู้สัมภาษณ์

พี่คะ จะรบกวนพี่ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์งานปีใหม่น้อยนะคะไม่ทราบ ว่าที่อยู่เทศบาลมาก็ปีแล้วคะ

บุคลากร 2

ที่อยู่มาได้ 3 ปีแล้ว

ผู้สัมภาษณ์

พี่คงเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ของงานปีใหม่ทุกปีเริ่มจัดเลยใช่ไหมคะ

บุคลากร 2

ก็เห็นบ้าง แต่ไม่มากนัก เพราะมีแต่ทำงานที่เกี่ยวกับสำนักงานธุรการและไม่ได้เป็นกองที่รับผิดชอบงานก็เลยไม่ค่อยได้สนใจเท่าไร

ผู้สัมภาษณ์

ไม่เป็นไรคะ พี่ตอบเท่าที่ทราบก็ได้คะ พี่เห็นสื่ออะไรบ้างคะเอาปีนี้ก็ได้คะ

บุคลากร 2

พี่ก็เห็นเสียงตามสายอันนี้ได้ยินอยู่, เคเบิลทีวี แล้วป้ายอันใหญ่ตรงวงเวียนใหญ่ของ บางแสน

ผู้สัมภาษณ์

แล้วพี่คิดว่าสื่อที่ใช้พี่เห็นมันเหมาะสมกับงานปีใหม่ที่มีหรือยังคะ

บุคลากร 2

เหมาะสมแล้วต้องทำให้คุ้มค่ากับการใช้สื่อ

ผู้สัมภาษณ์

มีอะไรเพิ่มเติมไหมคะ

บุคลากร 2

ไม่มีค่ะ

ผู้สัมภาษณ์

แล้วถ้าพี่คิดว่าทางเทศบาลควรเพิ่มเติมสื่ออะไรที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์บ้างไหมคะไม่มีนะที่นึกก็เยอะแล้ว

ผู้สัมภาษณ์

คะแล้วพี่เองมีบทบาทที่เกี่ยวกับงานปีใหม่บ้างไหมคะ เช่น ช่วยประชาสัมพันธ์หรือบอก
ว่าเกี่ยวกับปีใหม่ บ้างไหมคะ

บุคลากร 2

ช่วยบอกข้อมูลต่าง ๆ ให้กับคนชุมชนหรือหัวหน้าชุมชนที่ทางเทศบาลทำงานร่วมด้วย
ขอความร่วมมือ

ผู้สัมภาษณ์

คะแล้วพี่มีข้อเสนอแนะอื่น ๆ อีกไหมคะ

บุคลากร 2

ควรมีการให้ข้อมูลกับผู้ประกอบการก่อน การจัดงาน เพื่อให้สามารถตอบนักท่องเที่ยว
กรณีนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสอบถามว่างานมีอะไรบ้าง

ผู้สัมภาษณ์

ไม่มีอะไรแล้วคะ ขอขอบคุณมากนะคะ

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทสัมภาษณ์บุคลากรในสำนักงานเทศบาลเมืองแสนสุขคนที่ 3

ผู้สัมภาษณ์

คือจะรบกวนพี่ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับปีใหม่ ที่มีสื่อประชาสัมพันธ์นะคะพี่พอจะวางให้ข้อมูลใหม่คะ

บุคลากร 3

มีอะไรมาใหม่

ผู้สัมภาษณ์

ไม่เยอะมากคะคือจะรบกวนถามพี่ว่าพี่พอเห็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์งานปีใหม่บ้างไหมคะ

บุคลากร 3

ก็เห็นนะก็มีเสียงตามสายของเทศบาล แล้วก็ป้ายใบปลิวแผ่นพับ แล้วก็คนพูดปากต่อปาก

ผู้สัมภาษณ์

คะแล้วพี่คิดว่าสื่อที่มีอยู่แล้วก็ที่มีพี่เห็นเหมาะสมไหมคะ

บุคลากร 3

การใช้สื่อให้ได้มากที่สุดก็คิดและได้ประโยชน์เหมาะสมก็น่าจะพอแล้ว

ผู้สัมภาษณ์

คะแล้วพี่มีอะไรเพิ่มเติมที่เกี่ยวกับสื่อหรือมีบทบาทที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์งานบ้างไหมคะ

บุคลากร 3

บทบาทในการเป็นผู้ประชาสัมพันธ์งานนั้นคิดว่าที่ได้ดีและเต็มที่ที่สุดแล้วเนื่องจากข้อมูลการประชาสัมพันธ์ก็เป็นส่วนสำคัญในการกระจายข่าวสารเพราะฉะนั้นการที่จะทำการประชาสัมพันธ์ได้นั้นก็ต้องได้รับข้อมูลก่อนจึงจะเผยแพร่ได้

ผู้สัมภาษณ์

มีข้อเสนอแนะที่เพิ่มเติมอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับสื่อหรือไม่ก็จะได้คะ เพื่อนำไปปรับปรุงงานนี้คะ

บุคลากร 3

ไม่มี

ผู้สัมภาษณ์

ขอบคุณพี่มากนะคะ

ข้อคำถามสำหรับบุคลากรที่รับผิดชอบโครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

1. การสำรวจและกำหนดปัญหา การรวบรวมข้อมูลในการประชาสัมพันธ์สามารถทำให้ด้านการศึกษาด้านการณ้ สังเกตการณ์หรือการวิจัย

- 1) ท่านคิดว่าองค์กรของท่านควรกำหนดสื่อที่จะประชาสัมพันธ์อย่างไร
- 2) ท่านมีวิธีที่เก็บรวบรวมข้อมูลในการจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์อย่างไร
- 3) ท่านมีวิธีการศึกษาและสังเกตการณ์ในการทำงานในปีที่ผ่านมาอย่างไร เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการทำโครงการครั้งต่อไป

เป็นข้อมูลในการทำโครงการครั้งต่อไป

2. การวางแผนและกำหนดแผนงานปฏิบัติ การกำหนดวัตถุประสงค์การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดหัวเรื่อง ช่วงระยะเวลา และงบประมาณ เป็นต้น

1) ท่านคิดว่าหน่วยงานของท่านมีการกำหนดการวางแผนประชาสัมพันธ์ “หัวข้อเรื่อง” ในการสื่อให้นักท่องเที่ยวทราบถึงวัตถุประสงค์การจัดงานอย่างไร

2) ท่านคิดว่าหน่วยงานของท่านมีการวางแผนเกี่ยวกับระยะเวลาในการจัดการประชาสัมพันธ์ของโครงการลักษณะใด

3) ท่านคิดว่าหน่วยงานของท่านได้ทำการกำหนดเป้าหมายของโครงการอย่างไร

4) ในการวางแผนการกำหนดงบประมาณของการประชาสัมพันธ์ของโครงการเป็นอย่างไร

3. การปฏิบัติการและการสื่อสารขั้นตอนนี้เป็นกลางมือปฏิบัติและทำการวางแผนตามวางแผนและกำหนดไว้แล้วในขั้นตอนที่สองเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

1) การดำเนินงานขั้นตอนการทำสื่อ โครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” ควรลงมือปฏิบัติงานควรเริ่มทำก่อนถึงวันงานกี่วัน

2) การวางแผนในการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นไปในขั้นตอนเดียวกันได้อย่างไร

4. การประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นการตัดสินใจผลการปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้ รวมทั้งประเมินผลประสิทธิผลของการเตรียมแผนงานและการสนับสนุนแผนงานโดยการสำรวจผลและความคิดเห็นจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายโดยตรง

1) ท่านคิดว่าการตัดสินใจการปฏิบัติงานการเตรียมงานการสนับสนุนแผนงานสามารถทำได้อย่างไร

2) การสำรวจความคิดเห็นประชาชน ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นเป้าหมายโดยตรงของการประชาสัมพันธ์ควรทำอย่างไร

.....

บทสัมภาษณ์

บุคลากรที่รับผิดชอบโครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” คนที่ 1

ผู้สัมภาษณ์

ขอโทษนะคะรบกวนจะถามเกี่ยวกับ โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ตามที่ที่รับผิดชอบโครงการเกี่ยวกับขั้นตอนต่างๆเกี่ยวกับกระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์

บุคลากร 1

ถ้าถามถึงขั้นตอนในการประชาสัมพันธ์ของการทำโครงการนั้น โดยทั่วไปแล้วก็คงไม่ได้ทำตามขั้นตอนที่เป็นทางการมากนักแต่ถ้าจะแยกออกเป็นตามขั้นตอนก็ได้

ผู้สัมภาษณ์

ถ้าจะแยกออกเป็น 4 ขั้นตอนตามกระบวนการทำงานเช่นการสำรวจปัญหา, การวางแผน, การปฏิบัติงาน, พร้อมการประเมินผลเป็นขั้นตอนตามลำดับได้ไหมคะ

บุคลากร 1

ถ้าเริ่มจากการสำรวจปัญหาสำหรับโครงการการจัดโครงการนั้นต้องมีการวิเคราะห์พื้นที่และการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมในแต่ละพื้นที่เนื่องจากว่าในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน เช่น อยู่ในที่เข้าถึงยากห่างไกลสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นต้น ในพื้นที่ที่เข้าถึงยากก็ต้องสื่อบุคคลเป็นตัวนำสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจโครงการและการจัดงานก็จะเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผู้สัมภาษณ์

อันนี้เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสำรวจปัญหาคะ

บุคลากร 1

ใช่คะถ้าเป็นเกี่ยวกับการรวบรวมข้อมูลนั้นก็ในการจัดโครงการนั้น จะต้องมีการทำแบบประเมินผลออกมาทุกครั้ง เพื่อสอบถามความคิดเห็นในการจัดงานและนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้นต่อไปในแต่ละปี

ผู้สัมภาษณ์

คะแล้วขั้นตอนต่อมาที่เป็นการวางแผนละคะ

บุคลากร 1

ถ้าเป็นการวางแผนสำหรับการจัดโครงการในแต่ละครั้งต้องมีการวางแผนการสื่อและระยะเวลาของสื่อที่ทำนำเสนออยู่และอย่างเช่นต้องตั้งป้ายประชาสัมพันธ์งานเมื่อใดก่อนการจัดงานเวลาเท่าใดเช่นจัดงานตอนสิ้นปีก็ต้องป้ายประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า 1 เดือน

ผู้สัมภาษณ์

แล้วในส่วนอื่นละคะ

บุคลากร 1

ในการนำเสนอข้อความประชาสัมพันธ์นั้นต้องประกอบไปด้วย ข้อความตัวอักษร รูปภาพสื่อให้เห็นบรรยากาศของงาน สีสันรูปแบบ เพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวดึงดูดความน่าสนใจมากขึ้นเท่าใด

ผู้สัมภาษณ์

มีการปรับปรุงเพิ่มเติมอะไรไหมคะ

บุคลากร 1

ถ้าเป็นปัญหาต่าง ๆ ก็จะเป็นเรื่องงบประมาณที่ได้รับสามารถนำมาพัฒนาสื่อได้ทุกรูปแบบเนื่องจากว่าโครงการนี้เป็นโครงการใหญ่ประจำปีโครงการหนึ่งจึงต้องให้ความสำคัญกับทุกๆสื่อที่นำเสนอไปจะเน้นเพียงสื่อเดียวก็อาจจะไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย

ผู้สัมภาษณ์

คะสำหรับพี่คิดว่าการทำงานในตอนนี้เป็นอย่างไบบ้างคะ

บุคลากร 1

ในการปฏิบัติงานต้องมีการประสานและประชุมกันในหน่วยงานแต่ละส่วนรับผิดชอบแตกต่างกันจึงต้องมีการวางแผน ประชุม และประสานงานเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนปัญหาเกิดจากภายในหน่วยงานมีหลายฝ่ายและบุคลากรมาบางครั้งจึงอาจมีความคิดเห็นที่ขัดแย้งและการสื่อสารเป็นไปคนทิศทางจึงต้องมีการวางแผนให้กระชับและรัดกุมและต้องมีการกระจาย

ข้อมูล

ผู้สัมภาษณ์

มีอะไรเพิ่มเติมไหมคะ

บุคลากร 1

ไม่มีจ้ะ

ผู้สัมภาษณ์

แล้วถ้าเป็นขั้นตอนการประเมินผลที่บอกถึงการทำงานโดยรวมละคะ

บุคลากร 1

วิธีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์โครงการทำโดยการดูจากการตอบรับและนักท่องเที่ยวเป็นตัวหลัก เพราะมีท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมากนั้นก็แสดงว่าการประชาสัมพันธ์

ประสบผลสำเร็จ ส่วนผลการประเมินทางหน่วยงานได้นำมาปรับปรุงใช้อยู่ทุก ๆ ปีเพราะจะได้หาข้อบกพร่องและส่วนที่ผิดพลาดนำมาปรับปรุงใหม่ให้ดียิ่งขึ้น

ผู้สัมภาษณ์

ในการทำการประเมินผลนี้ที่พบปัญหาอุปสรรคอะไรบ้างไหมคะ

บุคลากร 1

ถ้าพูดถึงปัญหาและอุปสรรคในการทำการประเมินผลการประชาสัมพันธ์คิดว่าเกิดจากตัวบุคคลเพราะตัวบุคคลถ้าขาดข้อมูลข่าวสารแล้วก็จะทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่ได้ผล

ผู้สัมภาษณ์

สำหรับขั้นตอนการทำงานที่ว่าครบถ้วนหรือยังคะ

บุคลากร 1

ถ้าเป็นความคิดที่ก็คงดีแล้วละเพราะในการทำงานทุกอย่างต้องมีปัญหาแต่เราต้องทำให้มันดีที่สุด

ผู้สัมภาษณ์

คะที่มีอะไรเพิ่มเติมอีกไหมคะ

บุคลากร 1

ไม่มีแล้วคะ

ผู้สัมภาษณ์

ขอบคุณพี่มากนะคะที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการนี้ ขอขอบคุณคะ

บทสัมภาษณ์

บุคลากรที่รับผิดชอบโครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552” คนที่ 2

ผู้สัมภาษณ์

พอจะวางให้ข้อมูลเกี่ยวกับงาน โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 ที่เรารับผิดชอบงานอยู่ก็จะถามเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงานของ โครงการที่เป็นกระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสื่อ เช่น การสำรวจปัญหา, การวางแผน, ปฏิบัติงานและประเมินผล พอจะให้ข้อมูลได้ไหม

บุคลากร 2

ได้แต่ อาจจะไม่ครบถ้วนมากนักนะ

ผู้สัมภาษณ์

ก็ให้เฉพาะเท่าที่ทราบก็ได้ เริ่มจากการสำรวจปัญหาของกระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์ก่อน

บุคลากร 2

ก็การทำงานที่เก็บรวบรวมจากข้อมูลที่ศึกษาโดยทั่วไป เพราะการต้องสำรวจพร้อมกำหนดปัญหาเพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

ผู้สัมภาษณ์

มีอย่างอื่นเพิ่มเติมในขั้นตอนนี้ไหม

บุคลากร 2

ไม่มี

ผู้สัมภาษณ์

แล้วถ้าเป็นขั้นตอนต่อไปที่เป็นการวางแผนงานล่ะคะ

บุคลากร 2

การทำกรวางแผนในการใช้สื่อให้เหมาะสมกับการจัดสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ในถึงกลุ่มเป้าหมายจะได้รับรู้สื่อได้ตรงเป้าหมายระยะเหมาะสม สำหรับการจ้ดรูปแบบสื่อให้เป็นความเข้าใจที่ง่ายและรับรู้ได้ดี ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

ผู้สัมภาษณ์

คะแล้วในการทำงานมีปัญหาอุปสรรคหรือผลของการทำงานอย่างไรบ้างคะ

บุคลากร 2

สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการวางแผนล่วงหน้าและให้เวลากับโครงการมากกว่านี้ในการจัดและสรุปรูปแบบ การใช้สื่อต่างๆเพื่อให้มีเวลาคิดมากขึ้นว่าสื่อใดดีและผลมากที่สุดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ผู้สัมภาษณ์

แล้วมีอะไรในส่วนอื่นอีกไหมคะ

บุคลากร 2

ไม่มี

ผู้สัมภาษณ์

แล้วขั้นตอนการปฏิบัติงานจะคะมีการทำงานอย่างไร

บุคลากร 2

ต้องมีการทำตารางหรือปฏิทินการปฏิบัติงานออกมาเพื่อขึ้นำการทำงานให้เป็นไปในแต่ละขั้นตอนอย่างถูกต้องและตรงตามลำดับความสำคัญของการจัดงานว่าสิ่งใดควรทำก่อนหรือหลัง ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาที่เคยเจอมาแล้ว จึงจะแก้ไขในส่วนสื่อเป็นหลักก่อนพร้อมขยายกลุ่มเป้าหมาย

ผู้สัมภาษณ์

มีแค่นี้หรือคะมีข้อมูลอื่นเพิ่มเติมอื่นไหม

บุคลากร 2

ไม่มีนะ

ผู้สัมภาษณ์

แล้วส่วนของขั้นตอนการประเมินผลคะคิดว่าเป็นอย่างไรในการทำโครงการนี้

บุคลากร 2

จริง ๆ น่าจะมีหน่วยงานเฉพาะที่สร้างขึ้นมาเพื่อทำการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะ เพราะจะได้ข้อสรุปที่ชัดเจนและแน่นอนและที่สำคัญเป็นเรื่องที่แยกออกมาจะได้มีความชัดเจนมากกว่านี้ หากการประเมินผล และผลของการประเมินก็ต้องมีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง เพราะการประเมินก็เป็นตัวชี้วัดว่า การประชาสัมพันธ์มีผลมากน้อยเพียงใด

ผู้สัมภาษณ์

คะแล้วในการทำงานและการประเมินผลนั้นมีปัญหาอุปสรรคหรือข้อเสนอแนะอะไรบ้างไหมคะ

บุคลากร 2

การขยายกลุ่มเป้าหมายให้กระจายมากยิ่งขึ้นพร้อมจะทำการพัฒนาให้เหมาะสมและ
ถูกต้องและงบประมาณที่เพียงพอที่จะได้รับการสนับสนุน

ผู้สัมภาษณ์

คะแล้วมีข้อเสนอแนะในการทำงานไหมคะ

บุคลากร 2

ไม่มีนะเพราะการทำงานโดยทั่วไปก็เป็นไปตามขั้นตอนของงานอยู่แล้ว

ผู้สัมภาษณ์

ขอบคุณมากที่ช่วยให้ข้อมูลนะคะ

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ข้อคำถามสำหรับผู้ประกอบการ ความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัด
ของ “โครงการ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

1. แนะนำตัวและสอบถามประวัติโดยทั่วไป
2. สื่อที่ท่านได้รับรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์งาน ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 ของ
เทศบาลเมืองแสนสุข ซึ่งจะจัดเป็นประจำทุกปีที่ชายหาดบางแสนคือสื่ออะไรบ้าง
3. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ท่านได้รับ เหมาะสมหรือไม่ ถ้าไม่เหมาะสมต้องปรับปรุงอย่างไร
กรุณาเสนอแนะ
4. ท่านคิดว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ดีที่สุดคือสื่อใด
5. ถ้าเทศบาลต้องการประชาสัมพันธ์งานอีกครั้ง ควรประชาสัมพันธ์อย่างไร ด้วยสื่อ
อะไร
6. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่มาใน งาน โครงการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552 เป็นผล
มาจากสื่อในการประชาสัมพันธ์หรือไม่เพราะไม่ หากไม่ได้มาจากสื่อจะมาด้วยสาเหตุใด

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคนที่ 1

ผู้สัมภาษณ์

สวัสดีค่ะ พอดีมาจากเทศบาลเมืองแสนสุข จะถามเรื่องสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์งาน
ปีใหม่ของบางแสนนะคะ จะรบกวนพี่ช่วยตอบข้อมูลหน่อยค่ะ

ผู้ประกอบการ 1

เกี่ยวกับอะไรบ้าง

ผู้สัมภาษณ์

ก็เกี่ยวกับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการโปรโมตงานนะคะ

ผู้ประกอบการ 1

พวกป้ายเสียงเทศบาลแล้วก็ 97.75 แชนนลวิวชั่น มีแค่นี้

ผู้สัมภาษณ์

คะ พี่คะพี่คิดว่าสื่อที่พี่เห็นที่ว่ามันดีแล้วหรือยัง หรือพี่อยากได้อะไรเพิ่มอีกไหมคะ

ผู้ประกอบการ 1

สื่อประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบที่ได้ มีการนำเสนอไปนั้นคิดว่ามีความเหมาะสมดีแล้ว
เนื่องจากสื่อแต่ละชนิดสามารถรับรู้และเข้าถึงได้ง่ายกับทุกเพศทุกวัย

ผู้สัมภาษณ์

แล้วพี่คิดว่าเทศบาลควรจะเพิ่มสื่ออะไรอีกไหมคะ

ผู้ประกอบการ 1

ที่มีอยู่ก็เต็มไปหมดแล้ว ป้ายนี้เขาติดตั้งเยอะมากแล้ว

ผู้สัมภาษณ์

ขออีกคำถามคะ พี่คิดว่านักท่องเที่ยวมาเที่ยวงานเพราะสื่อไหนบ้างคะ

ผู้ประกอบการ 1

ได้จากป้ายที่ติดตามถนนและสื่อทางสาธารณะช่องต่าง ๆ มีอะไรอีกไหม

ผู้สัมภาษณ์

ไม่แล้วค่ะ ขอบคุณพี่มากคะ

บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคนที่ 2

ผู้สัมภาษณ์

สวัสดิ์คะ รบกวนหน่อยคะ พอดีมาจากเทศบาลเมืองแสนสุขนะคะจะถามเกี่ยวกับสิ่งงาน
ปีใหม่ที่ผ่านมานะคะ

ผู้ประกอบการ 2

คืออะไร

ผู้สัมภาษณ์

ก็พวกการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อให้คนมาเที่ยวงานนะคะ อยากถามพี่ว่าพี่เห็นสื่อ
ประชาสัมพันธ์อะไรบ้างคะ

ผู้ประกอบการ 2

สื่อเธอ หมายถึงพวกป้ายอะไรแบบนี้ใช่ไหม

ผู้สัมภาษณ์

ใช่คะ พี่เห็นหรือได้ยินอะไรบ้างคะ

ผู้ประกอบการ 2

ถ้าได้ยินก็เสียงตามสาย วิทยู แต่ถ้าเห็นชัด ๆ ก็ป้ายที่ติดตามถนนทางลงหาดที่เวลาเขามี
งานอะไรก็เอามาติดนั่นล่ะ

ผู้สัมภาษณ์

คะแล้วมีสื่ออื่น ๆ อีกไหมคะ

ผู้ประกอบการ 2

ไม่เห็นแล้วนะ

ผู้สัมภาษณ์

คะแล้วพี่คิดว่า สื่อที่พี่เห็นนะคะ มันเหมาะสมกับการใช้ในการประชาสัมพันธ์หรือยังคะ
หรือพี่มีข้อเสนอแนะอะไรบ้างไหมคะ

ผู้ประกอบการ 2

ที่มีอยู่ก็เหมาะสมดี น่าสนใจอยู่แล้ว

ผู้สัมภาษณ์

แค่นี้เธอคะ

ผู้ประกอบการ 2

ก็แค่นี้จะ อย่างอื่น ๆ ก็ดีแล้วเหมือนกันนะ

ผู้สัมภาษณ์

คะ ครอบคลุมที่อีกคำถามนะคะ พี่ว่าเทศบาลควรเพิ่มสื่อในการประชาสัมพันธ์อะไรอีกไหม

ผู้ประกอบการ 2

ไม่มีแล้วนะ

ผู้สัมภาษณ์

คะแล้วถ้านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอยู่ที่คิดว่ามาจากอะไรคะ

ผู้ประกอบการ 2

มาจากสื่อใช้บางสื่อแต่ถ้าหากไม่ได้มาตามสื่อก็อาจมาตามการพูดคุยต่อกันไปของประชาชนเอง มีอะไร มีอะไรอีกไหม

ผู้สัมภาษณ์

ที่พอมีข้อเสนอแนะอะไรให้ปรับปรุงไหมคะ

ผู้ประกอบการ 2

ก็อยากให้เพิ่มรายละเอียดของการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เช่น มีกิจกรรมได้ทราบข้อมูลเบื้องต้นก่อนที่จะมาร่วมงาน

ผู้สัมภาษณ์

โอเค คะ ขอบคุณมากคะ

บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคนที่ 3

ผู้สัมภาษณ์

ขอโทษนะคะ สวัสดิ์คะ พี่ชายของที่นี่มากี่ปีแล้วคะ แล้วพี่พอจะเห็นสื่อประชาสัมพันธ์
ของงานปีใหม่น่าใหม่ พอดีคิดค้นมาจากเทศบาลเมืองแสนสุข อยากทราบข้อมูลหน่อยคะ

ผู้ประกอบการ 3

ก็ขายของมาหลายปีแล้วนะ สื่อที่ว่าคืออะไรใช้ประชาสัมพันธ์งานหรือ

ผู้สัมภาษณ์

คะ สื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ว่ามีงานเมื่อไร มีใครมาทำการแสดงอะไรบ้างแบบนี้คะ

ผู้ประกอบการ 3

ก็เห็นแต่ป้ายที่ติดอยู่นะ แต่ป้ายเขามืออยู่หลายที่แล้วก็เยอะอยู่

ผู้สัมภาษณ์

มีเห็นอย่างเดียวหรือคะ

ผู้ประกอบการ 3

อย่างเดียว

ผู้สัมภาษณ์

แล้วพี่คิดว่าสื่อที่มีอยู่นั้นเหมาะสมหรือยังคะ

ผู้ประกอบการ 3

ก็ดีแล้ว อาจจะทำให้สมัยใหม่มากขึ้น

ผู้สัมภาษณ์

สมัยใหม่อย่างไรคะ

ผู้ประกอบการ 3

ก็สีสันหรือรูปภาพแต่ที่มีก็สวยอยู่แล้วนะ

ผู้สัมภาษณ์

คะ แล้วพี่คิดว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวงานปีใหม่ เห็นจากสื่อประชาสัมพันธ์หรือเปล่าคะ

ผู้ประกอบการ 3

หรือว่ามาเอง

ผู้ประกอบการ 3

ก็ได้มาจากสื่อเช่นกัน แต่เป็นเพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมที่จะมาและพักผ่อนตาก
อากาศในบางแสน

ผู้สัมภาษณ์

ที่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในส่วนต่างๆอะไรไหม

ผู้ประกอบการ 3

ก็ไม่มีนะ มันก็ได้อยู่แล้ว

ผู้สัมภาษณ์

ขอบคุณมากนะคะ

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ค

ตารางวิเคราะห์และจำแนกข้อมูลจากการสัมภาษณ์

กระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์	บุคลากรที่รับผิดชอบโครงการ		หมายเหตุ
	บุคลากร 1	บุคลากร 2	
1. การสำรวจและกำหนดปัญหา	<p>การจัดโครงการนั้นต้องมีกระบวนการระบุพื้นที่และ การเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ เนื่องจากว่าในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน เช่น อยู่ในที่เข้าถึงยากห่างไกลสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นต้น ในพื้นที่ที่ยากต่อการเข้าถึงก็ต้องสื่อบุคคลเป็น ตัวนำสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจโครงการและการ จัดงานก็จะเกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</p>	<p>การทำงานที่เก็บรวบรวมรายชื่อผู้ศึกษา โดยทั่วไป เพราะการต้องสำรวจพร้อม กำหนดปัญหาเพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป</p>	
1.1 การรวบรวมข้อมูล	<p>ในการจัดโครงการนั้น จะต้องมีกรทำแบบ ประเมินผลออกมาทุกครั้ง เพื่อสอบถามความ คิดเห็นในการจัดงานและนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้นต่อไปในแต่ละปี</p>		
2. การวางแผนและกำหนดแผนงานปฏิบัติ			
2.1 การวางแผนและระยะเวลาสื่อ	<p>การจัดโครงการในแต่ละครั้งต้องมีการวางแผนการ สื่อและระยะเวลาของสื่อที่ทำงานเสนออยู่แล้ว อย่างเช่นต้องตั้งป้ายประชาสัมพันธ์งานเมื่อใดก่อน การจัดงานเวลาเท่าใดเช่นจัดงานตอนเย็นก็ตั้ง ป้ายประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า 1 เดือน</p>	<p>ทำการวางแผนในการใช้สื่อให้เหมาะสมกับการ จัดสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ใน ถึง กลุ่มเป้าหมายจะได้รู้สื่อได้ตรงเป้าหมาย ระยะเวลาเหมาะสม</p>	

กระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์	บุคลากรที่รับผิดชอบโครงการ		หมายเหตุ
	บุคลากร 1	บุคลากร 2	
2.2 การนำเสนอและพัฒนารูปแบบ	<p>ในการนำเสนอข้อความประชาสัมพันธ์ ต้องประกอบด้วยข้อความตัวอักษร รูปภาพสื่อให้เห็นบรรยายลักษณะของงาน สีสันรูปแบบ เพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวดึงดูดความน่าสนใจมากขึ้น</p> <p>เท่าใด</p>	<p>การจัดรูปแบบสื่อให้เป็นความเข้าใจง่าย และรับรู้ได้ชัด ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</p>	
2.3 งบประมาณ ปัญหาและอุปสรรค	<p>งบประมาณที่ได้รับสามารถนำมาพัฒนาสื่อได้ทุกรูปแบบเนื่องจากว่าโครงการนี้เป็นโครงการใหญ่ ประจำปีโครงการหนึ่งจึงต้องให้ความสำคัญกับทุกๆสื่อที่นำเสนอไปจะเน้นเพียงสื่อเดียวก็อาจจะไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการวางแผนล่วงหน้าและให้เวลากับโครงการมากกว่านี้ในการจัดและสรุปแบบ การใช้สื่อต่างๆ เพื่อให้มีเวลาคิดมากขึ้นว่าสื่อใดดี และผลมากที่สุดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด</p>	
3. การปฏิบัติงานและการสื่อสารในสื่อประชาสัมพันธ์	<p>ในการปฏิบัติงานต้องมีการประสานงานและประชุมกันในหน่วยงานแต่ละส่วนรับผิดชอบแตกต่างกันจึงต้องมีการวางแผน ประชุม และประสานงานเพื่อให้เป็นในทิศทางเดียวกัน</p>	<p>ต้องมีการทำตารางหรือปฏิทินการปฏิบัติงานออกมาก่อนนำการทำงานไปเป็นไปในแต่ละขั้นตอนอย่างถูกต้องและตรงตามลำดับความสำคัญของการจัดงานว่าส่วนใดควรทำก่อนหรือทำหลัง</p>	

กระบวนการจัดการประชาสัมพันธ์	บุคลากรที่รับผิดชอบโครงการ		หมายเหตุ
	บุคลากร 1	บุคลากร 2	
3.1 ปัญหาและอุปสรรค	<p>ปัญหาเกิดจากภายในหน่วยงานมีหลายฝ่ายและบุคลากรมากบางครั้งจึงอาจมีความคิดเห็นที่ขัดแย้งและการสื่อสารเป็นไปคนละทิศทางจึงต้องมีการวางแผนให้กระชับและรัดกุมและต้องมีการกระจายข้อมูล</p>	<p>ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาที่ทยอยเข้ามาแล้วจึงจะแก้ไขในส่วนที่เป็นหลักก่อนพร้อมขยายกลุ่มเป้าหมาย</p>	
4. การประเมินผลและการปฏิบัติงานของสื่อประชาสัมพันธ์	<p>วิธีการประเมินผลการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการทำได้โดยการดูจากการตอบรับและนักท่องเที่ยวเป็นหลัก เพราะมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากนั้นก็แสดงว่าการประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ</p>	<p>น่าจะมีหน่วยงานเฉพาะที่สร้างขึ้นมาเพื่อทำการประเมินผลการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ เพราะจะได้ข้อสรุปที่ชัดเจนและแน่นอนและที่สำคัญเป็นเรื่องที่แยกออกมาจะได้มีความชัดเจนมากกว่านี้</p>	
	<p>ผลการประเมินทางหน่วยงานได้นำมาปรับปรุงใช้อยู่ทุก ๆ ปีเพราะจะได้หาข้อบกพร่องและส่วนที่ผิดพลาดนำมาปรับปรุงใหม่ให้ดียิ่งขึ้น</p>	<p>หากการประเมิน และผลของการประเมินก็ต้องมีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง เพราะการประเมินก็เป็นตัวชี้วัดว่า การประชาสัมพันธ์มีผลมากน้อยเพียงใด</p>	
	<p>ปัญหาและอุปสรรคในการทำการประเมินผลการประชาสัมพันธ์คิดว่าเกิดจากตัวบุคคลเพราะตัวบุคคลถ้าขาดข้อมูลข่าวสารแล้วก็จะทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่ได้ผล</p>	<p>ขยายกลุ่มเป้าหมายให้กระจายมากยิ่งขึ้นพร้อมจะทำการพัฒนาให้เหมาะสมและถูกต้องและงบประมาณที่เพียงพอที่จะได้รับการสนับสนุน</p>	

ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่รับรู้จากการประชาสัมพันธ์

รายละเอียด	สื่อที่รับรู้จากการประชาสัมพันธ์			
	เคเบิลทีวี	วิทยุ (F.M.)	ศูนย์ประชาสัมพันธ์เทศบาลเมืองแสนสุข	ใบปลิว/ป้ายโฆษณาต่างๆ
ประชาชน 1	/		/	/
ประชาชน 2			/	/
ประชาชน 3	/	/	/	/
ประชาชน 4	/	/	/	/
ประชาชน 5	/			
บุคลากรในเทศบาล 1	/	/	/	/
บุคลากรในเทศบาล 2	/		/	/
บุคลากรในเทศบาล 3	/		/	/
ผู้ประกอบการ 1	/	/	/	/
ผู้ประกอบการ 2	/	/	/	/
ผู้ประกอบการ 3				

ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเหมาะสมของสื่อ

รายละเอียด	ความเหมาะสมของสื่อ
ประชาชน 1	เหมาะสมแล้ว เพราะสื่อที่เทศบาลจัดทำเพื่อประกาศนั้นก็น่าจะเพียงพอต่อประชาชนได้รับรู้ทั่วถึงอยู่แล้ว
ประชาชน 2	ส่งประชาสัมพันธ์ไม่กว้างขวางรับรู้ได้เฉพาะคนชลบุรีและมีช่องทางการสื่อสารน้อยเกินไปควรเพิ่มช่องทางที่สามารถกระจายข่าวได้มากกว่านี้ เช่น ทีวีสาธารณะ
ประชาชน 3	เหมาะสมเพราะว่าได้รับข้อมูลได้ชัดเจนละเอียด
ประชาชน 4	เหมาะสมค่ะ แต่ควรทำการประชาสัมพันธ์ให้เป็นวงกว้างมากกว่านี้ไม่ใช่ประชาสัมพันธ์แต่ตำบลแสนสุขเพียงอย่างเดียวควรกระจายการประชาสัมพันธ์ไปยังชุมชนอื่นหรือจังหวัดอื่นด้วย
ประชาชน 5	เหมาะสมครบถ้วนดี
บุคลากรในเทศบาล 1	สื่อประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบที่ได้มีการนำเสนอไปนั้นคิดว่ามีความเหมาะสมดีแล้วเนื่องจากสื่อแต่ละอันสามารถรับรู้และเข้าถึงได้ง่ายกับทุกเพศทุกวัย
บุคลากรในเทศบาล 2	เหมาะสมแล้วต้องทำให้คุ้มค่ากับการใช้สื่อ
บุคลากรในเทศบาล 3	การใช้สื่อให้ได้มากที่สุดและได้ประโยชน์เหมาะสม
ผู้ประกอบการ 1	สื่อประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบที่ได้มีการนำเสนอไปนั้นคิดว่ามีความเหมาะสมดีแล้วเนื่องจากสื่อแต่ละชนิดสามารถรับรู้และเข้าถึงได้ง่ายกับทุกเพศทุกวัย
ผู้ประกอบการ 2	เหมาะสมดีน่าสนใจอยู่แล้ว
ผู้ประกอบการ 3	ก็ดีแล้วอาจจะทำให้สมัยใหม่มากขึ้น

ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์

รายละเอียด	บทบาทในการเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์
ประชาชน 1	ไม่ค่อยมีบทบาทสักเท่าไร เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานคิดเป็นการไปได้ด้วยดีอยู่แล้ว
ประชาชน 2	โดยการบอกต่อให้เพื่อนที่รู้จักทราบว่ามีการเดินทางไปเที่ยวที่อื่นและไม่เปลืองค่าใช้จ่ายไปเที่ยวที่อื่น
ประชาชน 3	ช่วยบอกต่อ ๆ กันไปหรือนำใบปลิวไปแจกตามสถานที่ต่าง ๆ ให้อย่างทั่วถึง ทำได้ดีเพราะเราเป็นเจ้าบ้านต้องสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมาบางแสนเยอะๆ เพื่อมีรายได้ให้กับคนในชุมชน
ประชาชน 4	โดยการแนะนำและบอกต่อหรือชักชวนให้นักท่องเที่ยวหรือคนที่ไม่เคยมาเที่ยวงานได้รู้จักแนะนำว่ามีจุดเด่นน่าสนใจอย่างไร โดยส่วนตัวไม่ใช่คนพื้นที่ ไม่ค่อยรู้ข้อมูลมากเท่าไร
ประชาชน 5	รับข่าวสารพบเห็นแล้วบอกต่อ มีส่วนนิดหน่อยโดยการบอกต่อเพื่อนฝูงญาติพี่น้อง
บุคลากรในเทศบาล 1	มีบทบาทในการช่วยประชาสัมพันธ์โดยการส่งข้อมูลการจัดงานให้กับช่องทางหรือสื่อที่ทำการประชาสัมพันธ์งาน
บุคลากรในเทศบาล 2	ช่วยบอกข้อมูลต่างๆ ให้กับคนชุมชนหรือหัวหน้าชุมชนที่ทางเทศบาลทำงานร่วมด้วยขอความร่วมมือ
บุคลากรในเทศบาล 3	บทบาทในการเป็นผู้ประชาสัมพันธ์งานนั้นคิดว่าทำได้ดีและเต็มที่ที่สุดแล้วเนื่องจากข้อมูลการประชาสัมพันธ์ก็เป็นส่วนสำคัญในการกระจายข่าวสารเพราะฉะนั้นการที่ทำการประชาสัมพันธ์ได้นั้นก็ต้องได้รับข้อมูลก่อนจึงจะเผยแพร่ได้
ผู้ประกอบการ 1	-
ผู้ประกอบการ 2	-
ผู้ประกอบการ 3	-

ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

รายละเอียด	ข้อเสนอแนะ
ประชาชน	<ul style="list-style-type: none"> - ในแต่ละชุมชนบริเวณใกล้เคียงกับเทศบาลแสนสุขควรจัดประชุมกันขึ้นเพื่อให้รับรู้ถึงรายละเอียดต่าง ๆ ของโครงการนั้น ๆ - ต้องให้ความรู้ความเข้าใจในการจัดงานครั้งนี้ว่าเป็นอย่างไรวัดขึ้นเพื่ออะไรจะได้แนะนำชาวบ้านที่เกี่ยวข้องได้ถูกต้องและชัดเจน - ต้องให้ประชาชนทราบข้อมูลที่ถูกต้องและควรแนะนำวิธีการพูดแนะนำเชิญชวนให้กับนักท่องเที่ยวคือประชาชนจะต้องคิดว่าจะพูดอย่างไรให้นักท่องเที่ยวสนใจและอยากมาเที่ยวและเมื่อเคยมาแล้วและมีความรู้สึกอยากกลับมาอีกค่ะ - นำรอยขายเสียงออกป่วนประกาศให้ชาวบ้านได้รับรู้ข่าวสารในการจัดงานให้มากที่สุดเพื่อที่ชาวบ้านจะได้นำข่าวสารบอกต่อเพื่อผู้และญาติพี่น้องมีการติดป้ายประกาศอย่างชัดเจนและน่าสนใจ จัดตั้งกลุ่มเดินสายให้อธิบายชาวบ้านเกี่ยวกับการจัดงานและประโยชน์ที่จะได้จากการจัดงานว่าเป็นอย่างไรเพื่อที่ชาวบ้านจะได้สนใจและให้ความร่วมมือมากขึ้น
บุคลากรในเทศบาล	<ul style="list-style-type: none"> - การที่จะให้คนเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ได้นั้นตัวบุคคลต้องรับรู้เกี่ยวกับงานนั้น ๆ ก่อนและต้องมีความเข้าใจดีเกี่ยวกับรายละเอียดของงาน การส่งเสริมให้คนเป็นสื่อก็เป็นสื่อที่เป็นช่องทางที่ดีและสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่ายทางหนึ่งก็เป็นสิ่งที่ดีและควรนำมาปรับปรุงใช้ให้เกิดประโยชน์ได้
ผู้ประกอบการ 1	-
ผู้ประกอบการ 2	-
ผู้ประกอบการ 3	-

ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจากสื่อใด

รายละเอียด	นักท่องเที่ยวที่เข้ามาจากสื่อใด
ประชาชน	-
บุคลากรในเทศบาล	-
ผู้ประกอบการ 1	- ได้จากสื่อทางป้ายที่ติดตามถนนและสื่อทางสาธารณะช่องต่าง ๆ
ผู้ประกอบการ 2	- ใ้เข้ามาจากสื่อบางสื่อแต่ถ้าหากไม่ได้มาตามสื่อก็มาตามการพูดบอกต่อกันไปของประชาชนเอง
ผู้ประกอบการ 3	- ก็ได้มาจากสื่อเช่นกัน แต่เป็นเพราะสถานที่ท่องเที่ยวด้วยมีการจัดงานอยู่แล้วในเกือบทุก ๆ ปี เลยทำให้นักท่องเที่ยวนิยมที่จะมาพักผ่อนตากอากาศในเมืองแสนสุขอย่างไม่น่าเสียดาย

ภาคผนวก ง

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการ “ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2552”

เทศบาลเมืองแสนสุข



คำสั่งเทศบาลเมืองแสนสุข

ที่ 529/2551

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ 2552

ด้วยเทศบาลเมืองแสนสุข ได้กำหนดจัดงานส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ 2552 ในวันที่ 31 ธันวาคม 2551 ณ บริเวณลานอเนกประสงค์แหลมแท่น และเพื่อให้การจัดงานดังกล่าวดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ จึงแต่งตั้งผู้มีรายนามต่อไปนี้ เป็นคณะกรรมการดำเนินงาน ดังนี้

1. คณะกรรมการที่ปรึกษา

1.1 นายพรมมาศ	ยัมลมัย	ประธานสภาเทศบาล	ประธานกรรมการ
1.2 นายเล็ก	ทองระอา	รองประธานสภาเทศบาล	รองประธานกรรมการ
1.3 นายชัยพร	เจียมตณ	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.4 นายเนือง	เปรมเจริญ	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.5 นายประนอม	เปรมเจริญ	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.6 น.ส.สมัย	ศิรินทร์	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.7 นายธานินทร์	เรืองสุขศรี	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.8 นายเลิศชาย	เจียรสินธุ์กุล	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.9 ต.ต.อภิชาติ	เจริญผล	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.10 นายภาสกร	หอมหวล	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.11 นายแสนชัย	สวยสม	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.12 นายชวลิต	วงศ์ศิริ	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.13 นายวิรัตน์	เกิดอยู่	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.14 นายสุภาพ	พร้อมมูล	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.15 นายเฉลียว	เอ็มโอช	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.16 นายอำนาจ	สังข์สุวรรณ	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.17 นายสมคิด	ชอบสะอาด	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.18 นายสุพร	พิริยะสกุลธร	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.19 นายธานินทร์	เจริญผล	เลขานุการนายกเทศมนตรี	กรรมการ
1.20 นายสมศักดิ์	พึงรุ่ง	ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี	กรรมการ

มีหน้าที่

ให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะการดำเนินการจัดงานส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ ประจำปี 2551 ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย

2. คณะกรรมการอำนวยการ

2.1	นายสวัสดิ์	หอมปลื้ม	นายกเทศมนตรี	ประธานกรรมการ
2.2	นายสมชาติ	คุณปลื้ม	รองนายกเทศมนตรี	รองประธานกรรมการ
2.3	นายวรชาติ	ศักดิ์วราสวัสดิ์	รองนายกเทศมนตรี	รองประธานกรรมการ
2.4	นายณรงค์ชัย	คุณปลื้ม	รองนายกเทศมนตรี	รองประธานกรรมการ
2.5	ดร.ประกายภาพ	ชะอุ่ม	ปลัดเทศบาล	กรรมการ
2.6	น.ส.สุภาพร	ภักชนกุล	รองปลัดเทศบาล	กรรมการ
2.7	นายเทียม	พัฒนพงศ์สิริกุล	รองปลัดเทศบาล	กรรมการ
2.8	นายวรสันต์	คัมภุชาติ	ผู้อำนวยการกองช่าง	กรรมการ
2.9	นางกนกวรรณ	ปัจจันตโชติ	ผู้อำนวยการกองสาธารณสุขฯ	กรรมการ
2.10	น.ส.อภิรดี	สุวรรณฤกษ์	ผู้อำนวยการกองคลัง	กรรมการ
2.11	นางสุรางค์	รุ่งโรจน์	ผู้อำนวยการกองวิชาการฯ	กรรมการ
2.12	น.ส.วันเพ็ญ	วิสิทธิ์วงศ์ชาติ	ผู้อำนวยการกองการศึกษา	กรรมการ
2.13	นายนรินทร์	บุญจำ	หัวหน้าสำนักปลัดเทศบาล	กรรมการและเลขานุการ
2.14	นายกฤษฎา	ผลากอง	หัวหน้าฝ่ายอำนวยการ	กรรมการและผู้ช่วย เลขานุการ

มีหน้าที่

1. กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และอำนวยการจัดงาน
2. ประสานงานกับคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

3. คณะกรรมการฝ่ายจัดสถานที่

3.1	นายวรสันต์	คัมภุชาติ	ผู้อำนวยการกองช่าง	ประธานกรรมการ
3.2	นายเสรี	ศรีวิเชียร	หัวหน้าฝ่ายแบบแผนและก่อสร้าง	รองประธานกรรมการ
3.3	นายมานะ	สมนวล	นายช่างเขียนแบบ 6 ว	กรรมการ
3.4	นายชัยวัฒน์	ทองเอี่ยม	ช่างผังเมือง 5	กรรมการ
3.5	นายรัตนพล	พวงย้อย	วิศวกรโยธา 5	กรรมการ
3.6	น.ส.ดาริกา	ดวงกลาง	สถาปนิก 3	กรรมการ
3.7	นายธนะชัย	แสนสุขสกุลชล	นายช่างไฟฟ้า 3	กรรมการ
3.8	ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้าง	กองช่างทุกคน		กรรมการ
3.9	นายบุญฤทธิ์	วงษ์ประเสริฐ	หัวหน้างานสถานที่และไฟฟ้า	กรรมการและเลขานุการ
3.10	นายโสธร	นิเวศบรรชัย	หัวหน้างานสวนสาธารณะ	กรรมการและผู้ช่วย เลขานุการ

มีหน้าที่

1. จัดทำแผนผังพร้อมทั้งกำหนดสถานที่จัดกิจกรรมและตกแต่งไฟรอบ ๆ บริเวณงาน
2. จัดตั้งกองอำนวยการ เต็นท์ ปะรำพิธี ติดตั้งเครื่องเสียงและเครื่องไฟ จัดโต๊ะและเก้าอี้
3. ประดับตกแต่งบริเวณงานด้วยธงทิว และต้นไม้

4. คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์

4.1	น.ส.สุภาพร	ภัคชนกุล	รองปลัดเทศบาล	ประธานกรรมการ
4.2	นางสุรางค์	รุ่งโรจน์	ผอ.กองวิชาการและแผนงาน	รองประธานกรรมการ
4.3	ส.ต.อ.ศุภวิชญ์	เนื่อทอง	นิติกร 6 ว	กรรมการ
4.4	น.ส.เพ็ญประภา	สำเนาแก้ว	หัวหน้าฝ่ายแผนงานฯ	กรรมการ
4.5	น.ส.ณัชชา	แสงสุรกฤตย์	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายฯ	กรรมการ
4.6	นายสุรียา	มงคุณคง	พนักงานจ้าง	กรรมการ
4.7	น.ส.รุ่งรัตน์	เบญจธนรัตน์	พนักงานจ้าง	กรรมการ
4.8	นางลลิตา	สุขดี	พนักงานจ้าง	กรรมการ
4.9	น.ส.จิรัชพรรณ	สุขนคร	พนักงานจ้าง	กรรมการ
4.10	น.ส.ธีรนาฏ	วงศ์จิตราทร	นักวิชาการประชาสัมพันธ์ 3	กรรมการและเลขานุการ
4.11	น.ส.กุลนันท์	เสมอคำ	ลูกจ้างประจำ	กรรมการและผู้ช่วย เลขานุการ

มีหน้าที่

ดำเนินการประสานงานกับผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ ทีวีและสถานีวิทยุต่าง ๆ ในท้องถิ่น เพื่อขอความร่วมมือทำข่าวและประชาสัมพันธ์การจัดงาน จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ ถ่ายภาพและบันทึกเทป วีดีโอ กิจกรรมต่าง ๆ ภายในงานและประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมอย่างทั่วถึง

5. คณะกรรมการฝ่ายปฎิคม

5.1	ดร.ประกายภาพ	ชะอุ่ม	ปลัดเทศบาล	ประธานกรรมการ
5.2	น.ส.สุภาพร	ภัคชนกุล	รองปลัดเทศบาล	รองประธานกรรมการ
5.3	น.ส.วันเพ็ญ	วิสิทธิ์วงศ์ชาติ	ผู้อำนวยการกองการศึกษา	กรรมการ
5.4	นางอนงค์	บรรพต	หัวหน้าฝ่ายปกครอง	กรรมการ
5.5	นางผกากรอง	ขุนทิพย์ทอง	หัวหน้าฝ่ายบริหารงานคลัง	กรรมการ
5.6	น.ส.นงลักษณ์	จันทร์คล้าย	หัวหน้าฝ่ายพัสดุและทรัพย์สิน	กรรมการ
5.7	น.ส.แอนนา	มโนวรกุล	หัวหน้าฝ่ายพัฒนาชุมชน	กรรมการ
5.8	นางทวีพร	นักบรรเลง	หัวหน้าฝ่ายงานบริหารทั่วไป	กรรมการ
5.9	นายกฤษฎา	ผลากอง	หัวหน้าฝ่ายอำนวยการ	กรรมการ
5.10	นายวิรุฬ	สายนภา	เจ้าพนักงานการเงินและบัญชี 6 ว	กรรมการ
5.11	นางเรวดี	เอกปัตย์	เจ้าพนักงานธุรการ 6 ว	กรรมการ
5.12	น.ส.ปิยฉัตร	บัวรอด	นักสังคมสงเคราะห์ 6 ว	กรรมการ
5.13	นางยุวดี	ปรีหะจินดา	เจ้าพนักงานธุรการ 6 ว	กรรมการ
5.14	นางละออง	เสริมศรี	เจ้าพนักงานทะเบียน 6 ว	กรรมการ
5.15	นายเสวียง	ศรีกันหา	เจ้าหน้าที่บริหารงานทะเบียนฯ 5	กรรมการ
5.16	น.ส. พิสวาท	ชาระ	เจ้าพนักงานทะเบียน 5	กรรมการ
5.17	นางนวลตรง	ช่วยป้อง	เจ้าพนักงานการเงินและบัญชี 4	กรรมการ
5.18	จ.อ.สัญญา	บุญโฌง	บุคลากร 4	กรรมการ

5.19	น.ส.รองเรือง	ธาราศักดิ์	เจ้าพนักงานพัสดุ 3	กรรมการ
5.20	น.ส.จำเรียง	ยีนยง	เจ้าพนักงานการเงินและบัญชี 3	กรรมการ
5.21	น.ส.ฐิติญา	ดีพร้อม	เจ้าพนักงานธุรการ 3	กรรมการ
5.22	น.ส.บุษกร	องค์การ	เจ้าพนักงานธุรการ 3	กรรมการ
5.23	น.ส.ดวงจิตร์	น้ำพรีา	เจ้าพนักงานธุรการ 3	กรรมการ
5.24	นางพัชรี	พิริยะสกุลธร	เจ้าพนักงานทะเบียน 3	กรรมการ
5.25	น.ส.ปณยวีร์	คงศิริ	เจ้าพนักงานทะเบียน 3	กรรมการ
5.26	น.ส.ประภัสสร	สุพรรณรังษี	เจ้าพนักงานทะเบียน 3	กรรมการ
5.27	น.ส.วิภาภรณ์	จิรวฒนธรรม	เจ้าพนักงานธุรการ 2	กรรมการ
5.28	นายประเวศ	บัวเรือง	ลูกจ้างประจำ	กรรมการ
5.29	นายพิชิตพงษ์	ลาภิเศษพันธุ์	พนักงานขับรถยนต์	กรรมการ
5.30	นายสัญญา	คุณปลื้ม	พนักงานขับรถยนต์	กรรมการ
5.31	นางศิริณพัชร	วิมลรัตน์	ลูกจ้างประจำ	กรรมการ
5.32	นางณัฏฐิญา	เกียรติสุข	ลูกจ้างประจำ	กรรมการ
5.33	น.ส.จิรัฐติกุล	กังสดาร	ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่ธุรการ	กรรมการ
5.34	น.ส.สุวิมล	ยะสะวุฒิ	ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูล	กรรมการ
5.35	นางพิชชณานันท์	อินทรสุวรรณ	ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่ทะเบียน	กรรมการ
5.36	นางสมหมาย	ชกวัน	พนักงานจ้าง	กรรมการ
5.37	นางจำปา	วงศ์เชื้อ	พนักงานจ้าง	กรรมการ
5.38	นางอำพัน	พิมพ์เงิน	พนักงานจ้าง	กรรมการ
5.39	นายนรินทร์	บุญจำ	หัวหน้าสำนักปลัดเทศบาล	กรรมการและเลขานุการ
5.40	นางอุไรวรรณ	สายนภา	หัวหน้างานธุรการ	กรรมการและผู้ช่วย เลขานุการ

มีหน้าที่

ให้การต้อนรับอำนวยความสะดวกจัดหาน้ำดื่ม พร้อมอุปกรณ์ให้บริการแขกผู้มีเกียรติ และ กรรมการที่มาร่วมงานบริเวณกองอำนวยการตลอดงาน

6. คณะกรรมการคัดเลือกและจัดระเบียบร้านค้า

6.1	น.ส.สุภาพร	ภัคชนกุล	รองปลัดเทศบาล	ประธานกรรมการ
6.2	นางกนกวรรณ	ปัจจนัดโชติ	ผู้อำนวยการกองสาธารณสุข	รองประธานกรรมการ
6.3	น.ส.สุปาจริย์	ศรีปิยะบุตร	นักวิชาการสุขาภิบาล 4	กรรมการ
6.4	น.ส.เยาวดี	ถวิลหา	เจ้าพนักงานธุรการ 3	กรรมการ
6.5	นางนิรมล	คำไทย	ลูกจ้างประจำ	กรรมการ
6.6	น.ส.จันทร์เพ็ญ	จันทร์	ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูล	กรรมการ
6.7	น.ส.ศวรรคนิ่ง	สีหาวงษ์	หน.ฝ่ายบริหารงานสาธารณสุข	กรรมการและเลขานุการ
6.8	น.ส.กมลรัตน์	รักษ์บริสุทธิ์ศรี	เจ้าพนักงานธุรการ 3	กรรมการและผู้ช่วย เลขานุการ

มีหน้าที่

พิจารณาคัดเลือกร้านค้าที่เหมาะสม และจัดระเบียบร้านค้าที่เข้ามาขายของภายในงาน พร้อมทั้งกำหนดค่าตอบแทน

7. คณะกรรมการฝ่ายจัดเก็บรายได้

7.1 น.ส.อภิรดี สุวรรณฤกษ์	ผู้อำนวยการกองคลัง	ประธานกรรมการ
7.2 นางนราลักษณ์ โฆษิตนรงค์	หัวหน้าฝ่ายพัฒนารายได้	รองประธานกรรมการ
7.3 ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างกองคลังทุกคน		กรรมการ
7.4 น.ส.สุวิรัตน์ เสริมศรี	หัวหน้าฝ่ายแผนที่ภาษีฯ	กรรมการและเลขานุการ
7.5 น.ส.สุภาวค์ ยิ้มลมัย	เจ้าพนักงานการคลัง 3	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

เก็บค่ารักษาความสะอาดหรือค่าธรรมเนียมตามที่เทศบาลกำหนด จากร้านค้าที่เข้ามาขายของภายในงาน และงานที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย

8. คณะกรรมการฝ่ายปฐมพยาบาล และรักษาความสะอาด

8.1 นางกนกวรรณ ปัจฉินโต	ผู้อำนวยการกองสาธารณสุขฯ	ประธานกรรมการ
8.2 นายมานะ กมลธเนศ	สัตวแพทย์ 7 ว	รองประธานกรรมการ
8.3 น.ส.ศุวคนึง สีหาวงษ์	หน.ฝ่ายบริหารงานสาธารณสุข	กรรมการ
8.4 นางมณฑิรา จรรยาภรณ์พงศ์	พยาบาลวิชาชีพ 5	กรรมการ
8.5 นายณัฐวิฑูร บุคเนตร	นักวิชาการสุขาภิบาล 3	กรรมการ
8.6 น.ส.กมลรัตน์ รักรับริสุทธิศรี	เจ้าพนักงานธุรการ 3	กรรมการ
8.7 น.ส.เยาวดี ถวิลหา	เจ้าพนักงานธุรการ 3	กรรมการ
8.8 นางนิรมล คำไทย	ลูกจ้างประจำ	กรรมการ
8.9 น.ส.จันทร์เพ็ญ จันทร	ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูล	กรรมการ
8.10 นางจำปา วงศ์เชื้อ	พนักงานจ้าง	กรรมการ
8.11 พนักงานจ้างกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมทุกคน		กรรมการ
8.12 น.ส.กฤษณา ตันวิเศษ	พยาบาลวิชาชีพ 6 ว	กรรมการและเลขานุการ
8.13 นางวาสนา ผิวงาม	พยาบาลเทคนิค 6 ว	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
8.14 น.ส.สุภาจรรย์ ศรีปิยะบุตร	นักวิชาการสุขาภิบาล 4	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

1. จัดเตรียมอุปกรณ์และเวชภัณฑ์สำหรับการปฐมพยาบาลแก่ผู้มาร่วมงานที่เจ็บป่วย
2. จัดเตรียมยานพาหนะเจ้าหน้าที่และผู้มาร่วมงานที่ป่วยหนักต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล
3. ดูแลด้านความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในบริเวณงาน
4. จัดเตรียมโต๊ะ – เก้าอี้ โดยขนย้ายจากบริษัทป้อมบูรพา พร้อมทั้งจัดวางในบริเวณงานให้เรียบร้อย

9. คณะกรรมการฝ่ายรักษาความปลอดภัย การจราจรและการสื่อสาร

9.1	น.ส.สุภาพร	ภักธนกุล	รองปลัดเทศบาล	ประธานกรรมการ
9.2	นายเทียม	พัฒนพงศ์สิริกุล	รองปลัดเทศบาล	รองประธานกรรมการ
9.3	นายพรินทร์	บุญน้ำ	หัวหน้าสำนักปลัด	กรรมการ
9.4	นายพีรพงศ์	พรหมเจริญ	เจ้าหน้าที่เทศกิจ 1	กรรมการ
9.5	ตำรวจสถานีตำรวจภูธรตำบลแสนสุขทุกนาย			กรรมการ
9.6	ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้าง งานป้องกันฯ ทุกนาย			กรรมการ
9.7	เจ้าหน้าที่ตำรวจเทศกิจและพนักงานเทศกิจเทศบาลเมืองแสนสุขทุกนาย			กรรมการ
9.8	นายพงษ์สันต์	ทองระอา	หัวหน้างานป้องกันฯ	กรรมการและเลขานุการ
9.9	นายกตัญญู	อยู่เจริญ	เจ้าหน้าที่ป้องกัน 1	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

1. พิจารณากำหนดมาตรการในด้านการรักษาความปลอดภัย
2. กำหนดแผนการจราจรภายในบริเวณสถานที่จัดงาน พร้อมทั้งจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์การจัดจราจร
3. ประสานงานกับประธานฝ่ายต่าง ๆ ในด้านการรักษาความปลอดภัยและการจราจร บริเวณสถานที่จัดกิจกรรมและจัดตั้งศูนย์สื่อสารเพื่อประสานงาน ณ เวทีกลางภายในบริเวณงาน

10. คณะกรรมการฝ่ายประเมินผล

10.1	นางสุรางค์	รุ่งโรจน์	ผอ. กองวิชาการและแผนงาน	ประธานกรรมการ
10.2	ส.ต.อ. ศุภวิชญ์	เนื่อทอง	นิติกร 6 ว	รองประธานกรรมการ
10.3	น.ส.รุ่งรัตน์	เบญจธนรัตน์	พนักงานจ้าง	กรรมการ
10.4	น.ส.เพ็ญประภา	สำเภาแก้ว	หนฝ่ายแผนงานและงบประมาณ	กรรมการและเลขานุการ
10.5	น.ส.ณัชชา	แสงสุรฤกษ์	จนท.วิเคราะห์นโยบายและแผน 4	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

ประเมินผลการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และรายงานสรุปผลการดำเนินงานปัญหาข้อขัดข้องและอุปสรรคที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นข้อมูลในการจัดงานครั้งต่อไป

ให้คณะกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยให้มีการติดต่อประสานงานระหว่างคณะกรรมการในฝ่ายต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อให้การจัดงานส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ 2552 บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ พฤศจิกายน พ.ศ. 2551

(นายสวัสดิ์ หอมปลื้ม)
นายกเทศมนตรีเมืองแสนสุข



คำสั่งเทศบาลเมืองแสนสุข

ที่ 5๒๑/2551

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ 2552

ด้วยเทศบาลเมืองแสนสุข ได้กำหนดจัดงานส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ 2552 ในวันที่ 31 ธันวาคม 2551 ณ บริเวณลานอเนกประสงค์แหลมแท่น และเพื่อให้การจัดงานดังกล่าวดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ จึงแต่งตั้งผู้มีรายนามต่อไปนี้ เป็นคณะกรรมการดำเนินงาน ดังนี้

1. คณะกรรมการที่ปรึกษา

1.1 นายพรมมาต	ยัมลมัย	ประธานสภาเทศบาล	ประธานกรรมการ
1.2 นายเล็ก	ทองระอา	รองประธานสภาเทศบาล	รองประธานกรรมการ
1.3 นายชัยพร	เจียมต่น	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.4 นายเนื่อง	เปรมเจริญ	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.5 นายประนอม	เปรมเจริญ	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.6 น.ส.สมัย	ทิลรัตน์	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.7 นายธานีินทร์	เรืองสุขศรี	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.8 นายเลิศชาย	เจียรสินธุ์กุล	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.9 ต.ต.อภิชาติ	เจริญผล	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.10 นายภาสกร	หอมหวล	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.11 นายแสนชัย	สวยสม	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.12 นายชาลิต	วงศ์ศิริ	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.13 นายวีรัตน์	เกิดอยู่	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.14 นายสุภาพ	พร้อมมูล	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.15 นายเฉลียว	เอมโอช	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.16 นายอำนาจ	สังข์สุวรรณ	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.17 นายสมคิด	ชอบสะอาด	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ
1.18 นายสุพร	พิริยะสกุลธร	สมาชิกสภาเทศบาล	กรรมการ

มีหน้าที่

ให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะการดำเนินการจัดงานส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ ประจำปี 2552 ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย

9. คณะกรรมการฝ่ายรักษาความปลอดภัย การจราจรและการสื่อสาร

9.1 น.ส.สุภาพร	ภักชนกุล	รองปลัดเทศบาล	ประธานกรรมการ
9.2 นายนรินทร์	บุญน้ำ	หัวหน้าสำนักปลัด	รองประธานกรรมการ
9.3 นายพิรพงศ์	พรหมเจริญ	เจ้าหน้าที่เทศกิจ 1	กรรมการ
9.4 ตำรวจสถานีตำรวจภูธรตำบลแสนสุขทุกนาย			กรรมการ
9.5 ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้าง งานป้องกันฯ ทุกนาย			กรรมการ
9.6 เจ้าหน้าที่ตำรวจเทศกิจและพนักงานเทศกิจเทศบาลเมืองแสนสุขทุกนาย			กรรมการ
9.7 นายพงษ์สันต์	ทองระอา	หัวหน้างานป้องกันฯ	กรรมการและเลขานุการ
9.8 นายกตัญญู	อยู่เจริญ	เจ้าหน้าที่ป้องกัน 1	กรรมการและผู้ช่วย เลขานุการ

มีหน้าที่

1. พิจารณากำหนดมาตรการในด้านการรักษาความปลอดภัย
2. กำหนดแผนการจราจรภายในบริเวณสถานที่จัดงาน พร้อมทั้งจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์การจัดจราจร
3. ประสานงานกับประธานฝ่ายต่าง ๆ ในด้านการรักษาความปลอดภัยและการจราจร บริเวณสถานที่จัดกิจกรรมและจัดตั้งศูนย์สื่อสารเพื่อประสานงาน ณ เวทีกลางภายในบริเวณงาน

10. คณะกรรมการฝ่ายประเมินผล

10.1 นางสุรางค์	รุ่งโรจน์	ผอ. กองวิชาการและแผนงาน	ประธานกรรมการ
10.2 ส.ต.อ. ศุภวิชญ์	เนื่อทอง	นิติกร 6 ข	รองประธานกรรมการ
10.3 น.ส.รุ่งรัตน์	เบญจรัตน์	พนักงานจ้าง	กรรมการ
10.4 น.ส.เพ็ญประภา	สำเนาแก้ว	หน.ฝ่ายแผนงานและงบประมาณ	กรรมการและเลขานุการ
10.5 น.ส.ณัชชา	แสงสุรกฤตย์	จนท.วิเคราะห์นโยบายและแผน 4	กรรมการและผู้ช่วย เลขานุการ

มีหน้าที่

ประเมินผลการจัดกิจกรรมต่างๆ และรายงานสรุปผลการดำเนินงานปัญหาข้อขัดข้องและอุปสรรคที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นข้อมูลในการจัดงานครั้งต่อไป

ให้คณะกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยให้มีการติดต่อประสานงานระหว่างคณะกรรมการในฝ่ายต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อให้การจัดงานส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ 2552 บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒๗ พฤศจิกายน พ.ศ. 2551

(นายสวัสดิ์ หอมปลื้ม)

นายกเทศมนตรีเมืองแสนสุข

โครงการจัดงานส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ ประจำปี 2552

1. หลักการและเหตุผล

เทศกาลปีใหม่ เป็นเทศกาลสากลที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาช้านาน เป็นเทศกาลรื่นเริงที่แสดงความปิติยินดีของประชาชนทั่วโลก เนื่องในโอกาสฉลองวันสุดท้ายของปีที่กำลังจะผ่านพ้นไป และฉลองช่วงเวลาที่กำลังจะก้าวขึ้นสู่ปีศักราชใหม่ ดังนั้น คำคืนวันที่ 31 ธันวาคมของทุกปี ประชาชนทั่วโลกต่างรอคอยการนับเวลาถอยหลังเพื่อต้อนรับและแสดงความยินดีซึ่งกันและกัน เมื่อนาทีของปีใหม่ได้ย่างเข้ามา

เทศบาลเมืองแสนสุข จึงได้กำหนดให้มีการจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ประจำปี 2552 ขึ้น โดยได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี บริเวณพื้นที่ลานอเนกประสงค์แหลมแท่น ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อสนับสนุนและสนองนโยบายของเทศบาลเมืองแสนสุขที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาดสวยงามน่าอยู่ สร้างความประทับใจ ให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น

2.2 เพื่อส่งเสริมรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นและช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจของชุมชนให้เข้มแข็ง

2.3 เพื่อสร้างกลุ่มเป้าหมายถาวร ให้มาท่องเที่ยวงานเทศกาลประจำปีเป็นประจำต่อไปในอนาคต

3. เป้าหมาย

- จัดให้มีการแสดงบนเวทีของนักร้องนักแสดง พร้อมนาฬิกา COUNTDOWN และแสดงพลุดอกไม้ไฟ
- ประชาชนในเขตเทศบาลและนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศไม่ต่ำกว่า 100,000 คน เข้าร่วมชมงาน

4. สถานที่ดำเนินการ

ณ ลานอเนกประสงค์แหลมแท่น เทศบาลเมืองแสนสุข

5. ระยะเวลาดำเนินการ

วันที่ 31 ธันวาคม 2551

6. ผู้รับผิดชอบโครงการ

สำนักปลัดเทศบาล เทศบาลเมืองแสนสุข

7. วิธีดำเนินการ

- 7.1 เสนอโครงการเพื่อพิจารณาอนุมัติ
- 7.2 ประชุมเพื่อปรึกษาและวางแนวทางการดำเนินการ
- 7.3 แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานและประสานงาน
- 7.4 ดำเนินงานตามโครงการ
- 7.5 ติดตามประเมินผลและรายงานคณะผู้บริหารเพื่อทราบต่อไป

8. งบประมาณ จำนวน 4,000,000 บาท โดย

8.1 ขอรับการสนับสนุนจาก องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี

- ค่าจัดทำเวที ระดับตึกแดงสถานที่ แสง สี เสียง การจัดแสดงบนเวทีของ
นักร้อง นักแสดงและศิลปิน พร้อมนาฬิกา COUNTDOWN และค่าใช้จ่ายด้านประชาสัมพันธ์ จำนวน
2,000,000 บาท

8.2 งบประมาณของเทศบาลเมืองแสนสุข

ค่าจัดแสดงพลุดอกไม้ไฟ จัดซื้อวัสดุไฟฟ้า เพื่อประดับบริเวณรอบ ๆ งาน
ค่าอาหารและอาหารว่างพร้อมเครื่องดื่มสำหรับคณะกรรมการ แขกผู้มีเกียรติ
และเจ้าพนักงานพร้อมเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน จำนวน 2,000,000 บาท

9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

9.1 แหล่งท่องเที่ยวภายในเขตเทศบาลเมืองแสนสุข เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและ
ต่างประเทศ

9.2 รายได้จากการท่องเที่ยวสะพัดไม่ต่ำกว่า 5,000,000 บาท

9.3 งานเทศกาลสงฆ์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ได้รับการพัฒนาให้เป็นเทศกาลประจำปี

ตลอดไป

(ลงชื่อ) ผู้เขียนโครงการ

(นายกฤษฎา ผลากอง)

หัวหน้าฝ่ายอำนวยการ

(ลงชื่อ) ผู้เสนอโครงการ

(นายรินทร์ บุญจำ)

หัวหน้าสำนักปลัดเทศบาล

(ลงชื่อ) ผู้พิจารณาโครงการ
 (ดร. ประกายภาพ ชะอ่อม)
 ปลัดเทศบาลเมืองแสนสุข

(ลงชื่อ) ผู้เห็นชอบโครงการ
 (นายณรงค์ชัย คุณปลื้ม)
 รองนายกเทศมนตรี

(ลงชื่อ) ผู้เห็นชอบโครงการ
 (นายวรชาติ ศักดิ์วรวัสส์)
 รองนายกเทศมนตรี

(ลงชื่อ) ผู้เห็นชอบโครงการ
 (นายสมชาติ คุณปลื้ม)
 รองนายกเทศมนตรี

(ลงชื่อ) ผู้อนุมัติโครงการ
 (นายสวัสดิ์ หอมปลื้ม)
 นายกเทศมนตรีเมืองแสนสุข

กำหนดการ " BANGSAEN COUNTDOWN TO 2009 "

วันที่ 31 ธันวาคม 2551 เวลา 18.30 น.

ณ บริเวณแหลมแท่น ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

กำหนดการจัดงาน ประกอบด้วย 3 ช่วง

- ช่วงที่ 1 กิจกรรม ช่วงหัวค่ำ
- ช่วงที่ 2 กิจกรรมพิธีการ ช่วง COUNTDOWN ค่ายเพลงอิสระ
- ช่วงที่ 3 กิจกรรมช่วงหลัง COUNTDOWN

กำหนดการแสดงบนเวที และศิลปิน

- ช่วงที่ 1: ช่วงหัวค่ำก่อน COUNTDOWN ช่วงเวลา 18.30 - 23.45 น.
 - การแสดงของบรรดาศิลปินนักร้อง จากค่าย RS
 - ต้นอ้อ ร่วมกับ วง NAZESUS
 - อิง นิว กัลยาณี จาก RS
 - วง BOY BAND Black Vanilla จาก RS
 - หวิว จาก RS
 - ปาน ธนพร จาก RS
- ช่วงที่ 2: ช่วง COUNTDOWN ช่วงเวลา 23.45 – 24.20 น.
 - พิธีการอวยพรปีใหม่ โดย ประธานพิธี
 - พิธีการร่วมนับถอยหลัง กับ นาฬิกา TIMER 10 วินาที พร้อมกัน เพื่อเฉลิมฉลองส่งท้าย ปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ บนเวที
 - การแสดงพลุเปิด ประกอบกับ Special Effects และ Pyrotechnics พร้อมพลุดัวอักษร HAPPY NEW YEAR 2009 จำนวน 1 ชุด
 - การแสดงพลุไฟประกอบแสง-เสียง 6 ชุด จำนวน 999 ลูก ตระการตาทั้งงาน

ชุดที่ 1	ชุด " หัวห้องฟ้า แผ่นดินไทย "
ชุดที่ 2	ชุด " แม่แสงทอง จรัสแสงเงิน "
ชุดที่ 3	ชุด " ชาวบางแสน แม่น้ำใจ "
ชุดที่ 4	ชุด " เพื่อชนทุกผอง ทวีสุข สำนวนใจ "
ชุดที่ 5	ชุด " ขอทั่วทุกถิ่น มีสุข ร่วมสามัคคี "
ชุดที่ 6	ชุด " มีสุขสวัสดิ์ แต่ประเทศไทย "

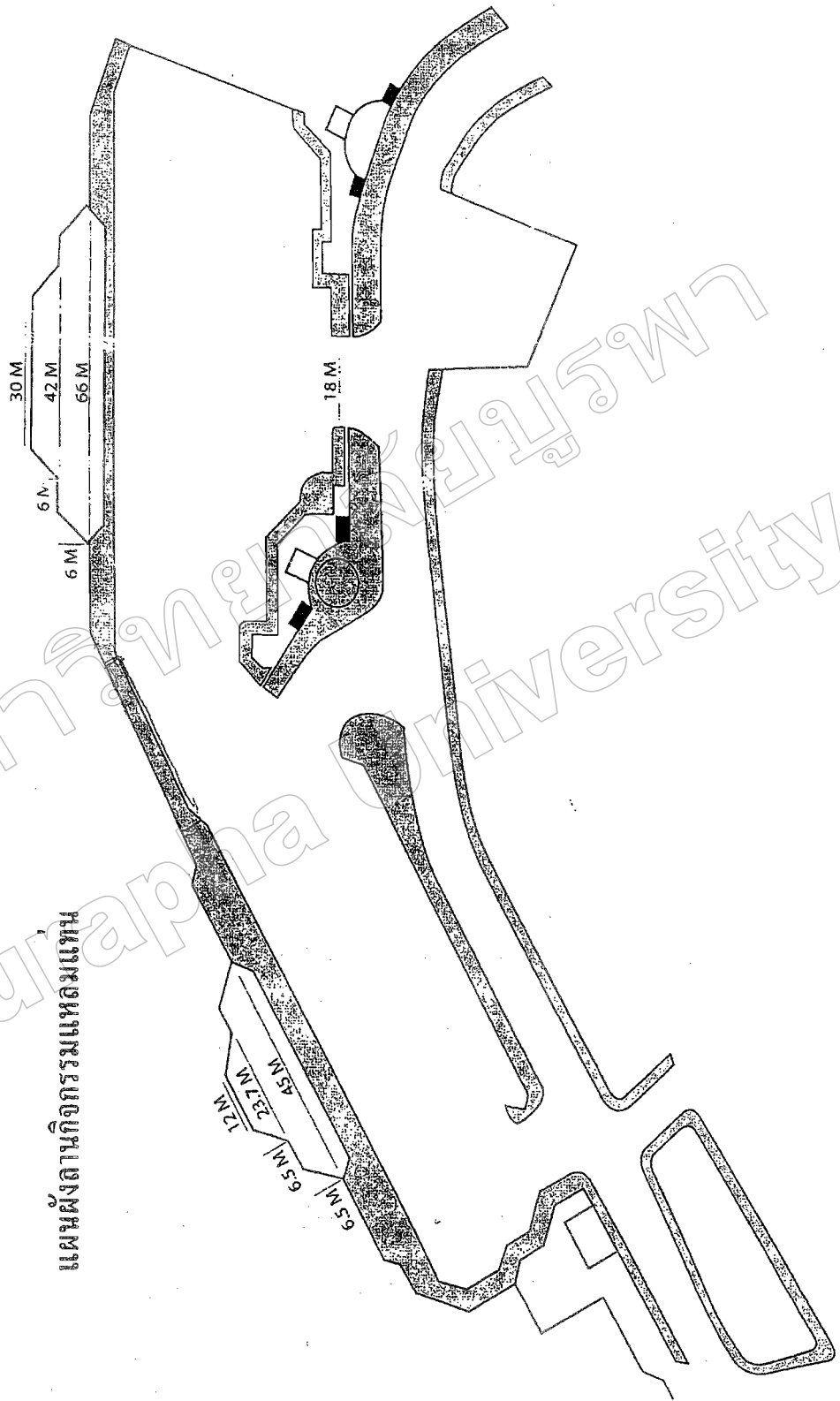
- สถานที่การแสดงหรือจุดชิงผล แบ่งเป็น 3 จุด
 - จุดที่ 1 จุดเปิดงาน บริเวณลานหน้าเวที
 - จุดที่ 2 จุดชิงหลัก บริเวณสะพาน วงเวียนเรือประมง
 - จุดที่ 3 จุดชิงผลประกอบ สะพานหลังศาลเจ้าแม่กวนอิม

○ ช่วงที่ 3 : ช่วงหลัง COUNTDOWN ช่วงเวลา 24.20 – 02.00 น.

- การแสดงของกลุ่มศิลปิน ไปกลางสะพาน จาก ค่าย RS
- ปิดงาน

**** ระหว่างวันที่ 27 ธันวาคม 2551 ถึงวันที่ 1 มกราคม 2552 ท่านจะได้พบกับ
 ดนตรีบรรยากาศแสนสบายแสงไฟยามค่ำคืน ร้านค้าและร้านอาหารที่มีให้เลือกอย่าง
 หลากหลาย ไฟที่ประดับประดาอย่างตระการตา

มหาวิทยาลัยบูรพา
 Burapha University



แผนผังตามกิจกรรมแหลมแก้ว

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก จ
สื่อประชาสัมพันธ์

คูปับ

ที่ ขบ 52506/๕384

สำนักงานเทศบาลเมืองแสนสุข
ถนนบางแสนสาย 2 ขบ 20130

๒5 ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอความร่วมมือประชาสัมพันธ์ “ งานส่งท้ายปีเก่า ค้อนรับปีใหม่ ” (COUNTDOWN)

เรียน ผู้อำนวยการสำนักก่อสร้างทางกรมทางหลวงชนบทที่ 3 ชลบุรี

ด้วยเทศบาลเมืองแสนสุข ร่วมกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี กำหนดจัดงานนับเวลาถอยหลัง “ งานส่งท้ายปีเก่า ค้อนรับปีใหม่ ” (COUNTDOWN) ในวันที่ 31 ธันวาคม 2551 เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวบางแสน – แหลมแท่นให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

ในการนี้ เทศบาลฯ ใคร่ขอความอนุเคราะห์หน่วยงานท่านโปรดให้การสนับสนุนโดยเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ข้อความที่ป้ายไฟรางกระพริบ ณ สะพานข้ามถนนหน้าโรงเรียนชลราษฎรอำรุงตามข้อความดังนี้

เทศบาลเมืองแสนสุข และ อบจ.ชลบุรี ร่วมฉลองนับเวลาถอยหลัง ส่งท้ายปีเก่าค้อนรับปีใหม่ 2552 ในวันที่ 31 ธันวาคม 2551 งานนี้จัดศิลปินนักร้อง นักแสดงมาร่วมฉลองมากมาย อาทิเช่น ป่านธนพร, บิว กัลยาณี, Black Vanilla, ทิว, ไปงกลางสะออน และชมการแสดงพลุดอกไม้ไฟ จำนวน 999 ลูก อย่างตระการตา ณ ริมหาดแหลมแท่น ชายหาดบางแสน และระหว่างวันที่ 27 ธันวาคม 2551 ถึงวันที่ 1 มกราคม 2552 ได้จัดร้านค้า ร้านอาหารไว้บริการกับบรรยากาศสบายๆ ยามค่ำคืน ประดับด้วยไฟแสงสีตระการตา”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์และสนับสนุนการประชาสัมพันธ์การจัดงานในครั้งนี้ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ



(นายวรชาติ ตักดีวราสวัสดิ์)

รองนายกเทศมนตรี ปฏิบัติราชการแทน

นายกเทศมนตรีเมืองแสนสุข

กองวิชาการและแผนงาน

โทร 0-3819-3503

..... ปลัดเทศบาล
..... รองปลัดเทศบาล
..... ผู้อำนวยการกอง
..... หัวหน้าฝ่าย
..... หัวหน้างาน
..... ที่ปรึกษา

ข่าวประชาสัมพันธ์

เทศบาลเมืองแสนสุข ร่วมกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ร่วมจัดงานนับถอยหลังส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2009 <countdown 2009> ในวันที่ 31 ธันวาคม 2551 ที่ริมทะเลแหลมแท่น ชายหาด บางแสน ซึ่งจัดขึ้นเป็นปีที่ 5 ภายในงานท่านจะได้พบกับคอนเสิร์ตจากศิลปิน อาทิ ปาน ธนพร , บิว กัลยาณี, แบล็คควีนีลา, ไป่กลางสะออน ฯลฯ การแสดงพลุ 999 ลูก สำหรับท่านที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนในเขตเทศบาลเมืองแสนสุข ท่านจะได้พบกับลานเบียร์บรรยากาศแสนสบายแสงไฟยามค่ำคืน ร้านค้าและร้านอาหารที่มีให้เลือกอย่างมากมายหลากหลาย ไฟที่ประดับประดาอย่างตระการตา พบกันที่ ริมทะเลแหลมแท่นชายหาดบางแสน ระหว่างวันที่ 27 ธันวาคม 2551 ถึงวันที่ 1 มกราคม 2552 เชิญท่านร่วมงาน นับถอยหลังส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2009 พร้อมกัน ในวันที่ 31 ธันวาคม 2551

ข่าวประชาสัมพันธ์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

เทศกาลสงกรานต์ Countdown to 2552 Bangsae Countdown to 2009

31S-A-51 วัน 18:30-02:00-1

สนุก เพลิดเพลินกับการแสดงของศิลปินยอดเยี่ยมจาก RS นำโดย
โอบางซองอน ปาน รามร หัวจิว Black Vanilla ปิว กัญยานี

27S-A-51-1W-A-52

* รำนอาหาร และลานเบียร์ ราม:เลอแหลมเท่น

นร:การตากับการแสดง 999 ลูก

ณ แหลมเท่น

กำหนดการ " BANGSAEN COUNTDOWN TO 2009 "

วันที่ 31 ธันวาคม 2551 เวลา 18.30 น.

ณ บริเวณแหลมแท่น ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

กำหนดการจัดงาน ประกอบด้วย 3 ช่วง

- ช่วงที่ 1 กิจกรรม ช่วงหัวค่ำ
- ช่วงที่ 2 กิจกรรมพิธีการ ช่วง COUNTDOWN ค่ายเพลงอิสระ
- ช่วงที่ 3 กิจกรรมช่วงหลัง COUNTDOWN

กำหนดการแสดงบนเวที และศิลปิน

ช่วงที่ 1. ช่วงหัวค่ำก่อน COUNTDOWN

ช่วงเวลา 18.30 - 23.45 น.

★ การแสดงของบรรดาศิลปินมีร้องจากค่าย RS

- ดันได้อั้ว ร่วมกับ วง NAZESUS
- วง บี๊ กัดยาณี
- วง BOY BAND Black Vanilla
- หัวัว
- ป่าน ชนพร

ช่วงที่ 2. ช่วง COUNTDOWN

ช่วงเวลา 23.45 - 24.30 น.

- พิธีกรอวยพรปีใหม่ โดย ประธานพิธี
 - พิธีกรร่วมนับถอยหลังกับนาฬิกา TIMER
10. วันที่ พร้อมกัน เพื่อเฉลิมฉลองส่งท้าย ปีเก่าต้อนรับ ปีใหม่ บนเวที
- การแสดงพิเศษ ประกอบด้วย Special Effects และ Pyrotechnics พร้อมพลุดิวอี้กร HAPPY NEW YEAR 2009 จำนวน 1 ชุด
 - การแสดงไฟประกอบแสงเสียง 6 ชุด จำนวน 999 ลูก ตระการตาทั้งงาน

- ชุดที่ 1 ชุด " หัวหัวฟ้า แผ่นดินไทย "
- ชุดที่ 2 ชุด " แผ่นแสงทอง จรัสแสงเงิน "
- ชุดที่ 3 ชุด " ชาวบางแสน แผ่นน้ำใจ "
- ชุดที่ 4 ชุด " เพื่อชนทุกผอง หัวใจสุข สำราญใจ "
- ชุดที่ 5 ชุด " ขอทักทุกคน มีสุข ร่วมสามัคคี "
- ชุดที่ 6 ชุด " มีสุขสวัสดิ์ แต่ประเทศไทย "

★ สถานที่การแสดงหรือจุดยิงพลุ แบ่งเป็น 3 จุด

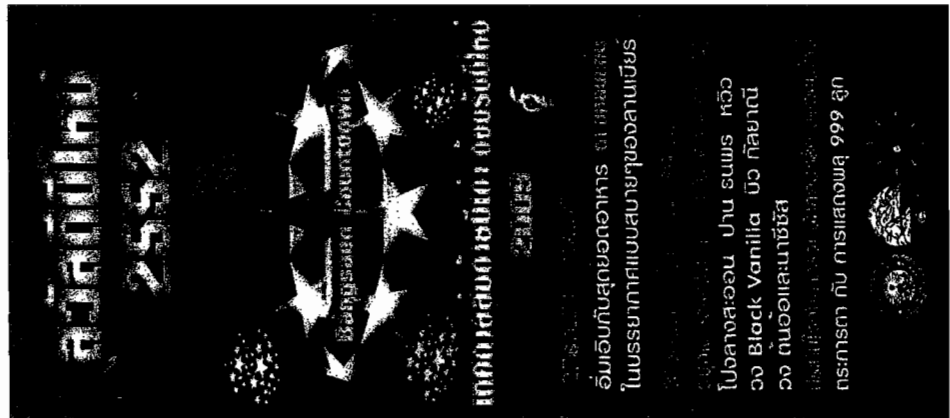
- จุดที่ 1 จุดเปิดงาน บริเวณลานหน้าเวที
- จุดที่ 2 จุดยิงหลัก บริเวณสะพาน วงเวียนเรือประมง
- จุดที่ 3 จุดยิงพลุประกอบ สะพานหลังศาลเจ้าแม่กวนอิม

ช่วงที่ 3 : ช่วงหลัง COUNTDOWN

ช่วงเวลา 24.20-02.00 น.

การแสดงของวงกลุ่มศิลปิน ไปงลงจะออน จาก ค่าย RS ปิดงาน

*** ระหว่างวันที่ 27 ธันวาคม 2551 ถึงวันที่ 1 มกราคม 2552 ท่านจะได้พบกับความบันเทิงระยการกาพิเศษมากมายแสงไฟ ยามค่ำที่ม ร้านค้า และร้านอาหารที่มีให้เลือกอย่าง หลากหลาย ไฟที่ประดับประดาอย่างตระการตา บริเวณแหลมแท่น ชายหาดบางแสน...



ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ

ชื่อ-สกุล	นางสาวธิดา บุญชื่น
วัน เดือน ปี เกิด	20 กรกฎาคม 2528
สถานที่เกิด	ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	421 ถ.สุขุมวิท ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ.2550-2551	ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่ธุรการ เทศบาลเมืองแสนสุข
พ.ศ.2551-2552	ผู้จัดการฝ่ายบุคคล โรงแรม THE SEZ
วุฒิการศึกษา	
พ.ศ.2549	นิเทศศาสตรบัณฑิต (การประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.2552	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารทั่วไป) วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา