

เป็นที่สังเกตว่าคำสั่งของกระทรวงมหาดไทย ทั้ง 2 ฉบับ ดังกล่าวนี เป็นเพียงระเบียบปฏิบัติในท้องที่บางแห่ง มิได้เป็นการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น ตามที่กฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดินหรือประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 218 ได้ระบุไว้

วันที่ 13 ธันวาคม 2515 ได้มีประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 326 แก้ไขปรับปรุงระเบียบบริหารของตำบลและให้ปรับปรุงตำบลให้เป็นสภาตำบล ตามประกาศคณะปฏิวัติฉบับนี้ ภายใน 3 ปี เพื่อให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์ในขณะนั้น และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงาน

อย่างไรก็ตาม ฐานะของสภาตำบลยังไม่ได้เป็นนิติบุคคล แต่ถือเป็นหน่วยหนึ่งขององค์การบริหารส่วนจังหวัด หรือหน่วยย่อยขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ตามนัยหนังสือกระทรวงมหาดไทย ด่วนมาก ที่ มท 0309/ว 438 ลงวันที่ 29 กันยายน 2509 ด่วนมาก ที่ มท 0309/ว 99 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2510

การที่สภาตำบลไม่มีฐานะเป็นนิติบุคคล ทำให้การบริหารงานไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขาดความคล่องตัวในการบริหาร รัฐบาลจึงปรับปรุงฐานะของสภาตำบลเสียใหม่ให้เป็นนิติบุคคล เพื่อให้สามารถรองรับการกระจายอำนาจไปสู่ประชาชนให้มากยิ่งขึ้น ตาม พ.ร.บ.สภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล มีฐานะเป็นนิติบุคคลและเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น ตามมาตรา 43 ประกอบด้วยสภาองค์การบริหารส่วนตำบลและคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ตามมาตรา 44

พ.ร.บ.สภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 ได้ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่มที่ 111 ตอนที่ 53 ก. ลงวันที่ 2 ธันวาคม 2537

เกณฑ์ที่กำหนดให้สภาตำบลเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นไปตาม พ.ร.บ.สภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 มาตรา 40 สภาตำบลที่มีรายได้โดยไม่รวมเงินอุดหนุนในปีงบประมาณที่ล่วงมาติดต่อกันสามปีเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละหนึ่งแสนห้าหมื่นบาท หรือตามเกณฑ์รายได้เฉลี่ยในวรรคสองอาจจัดตั้งเป็นองค์การบริหาร

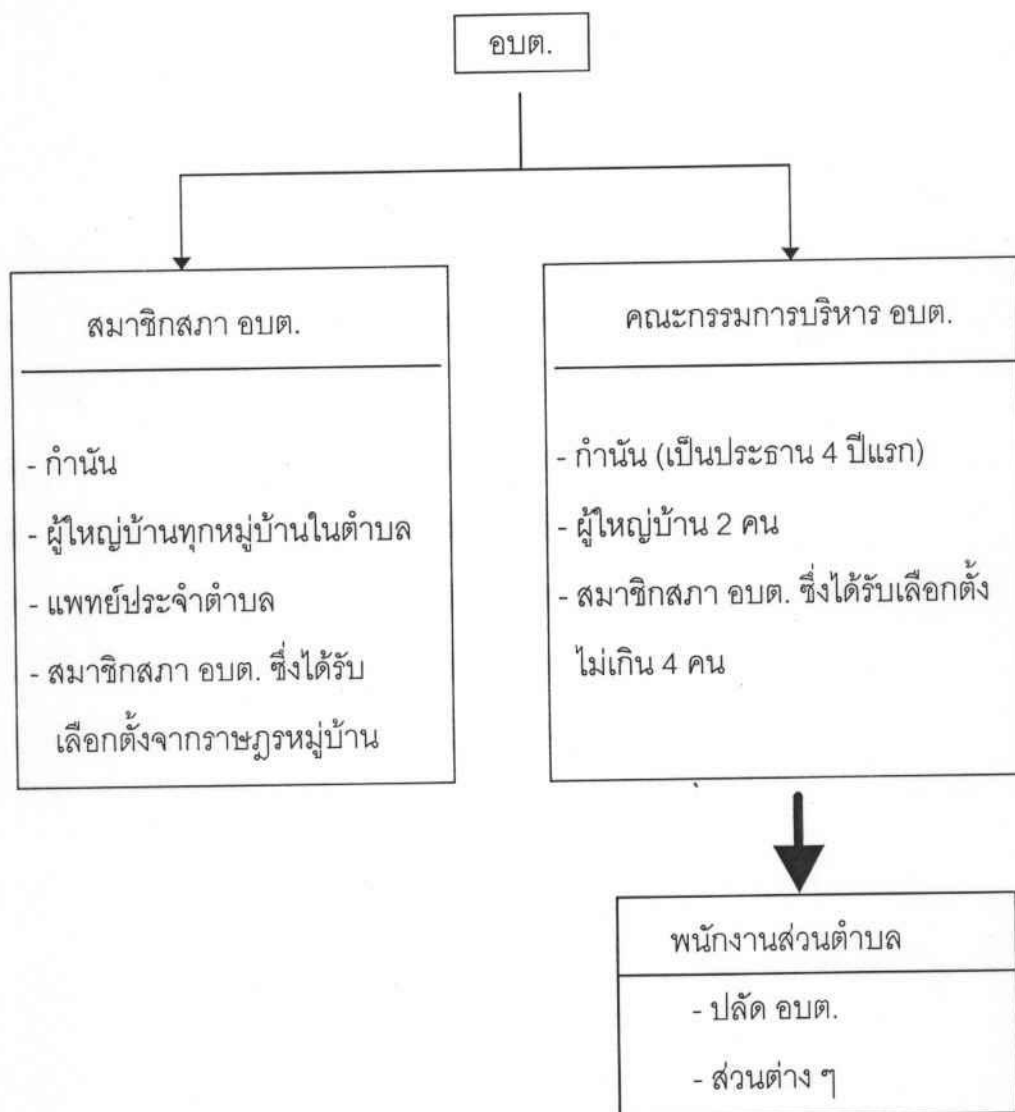
ส่วนตำบลได้ โดยทำเป็นประกาศของกระทรวงมหาดไทยและให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาในประกาศนั้นให้ระบุชื่อและเขตขององค์การบริหารส่วนตำบลไว้ด้วย

การเปลี่ยนแปลงเกณฑ์รายได้เฉลี่ยของสภาตำบลตามวรรคหนึ่ง ให้ทำเป็นประกาศของกระทรวงมหาดไทยและให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา

องค์การบริหารส่วนตำบล มาตรา 40 และมาตรา 95 ให้พ้นจากสภาพแห่งสภาตำบลนับแต่วันที่ที่กระทรวงมหาดไทยได้ประกาศจัดตั้งขึ้นเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป และให้โอนบรรดางบประมาณทรัพย์สิน สิทธิ สิทธิเรียกร้องหนี้ และเจ้าหน้าที่ ของสภาตำบลไปเป็นขององค์การบริหารส่วนตำบล ตามมาตรา 41 และ 95 วรรคสี่

กระทรวงมหาดไทย ได้ประกาศจัดตั้งสภาตำบลเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลตามนัยมาตรา 40 และมาตรา 95 แห่ง พ.ร.บ.สภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 ไปแล้วเมื่อสิ้นปีงบประมาณ 2539 จำนวนทั้งสิ้น 2,760 แห่ง

โดยในโครงสร้างการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล จะมีสภาองค์การบริหารส่วนตำบลซึ่งมีสมาชิก 2 ประเภท คือ สมาชิกโดยตำแหน่ง ได้แก่ กำนันผู้ใหญ่บ้านในตำบลและแพทย์ประจำตำบลและสมาชิกซึ่งได้รับเลือกตั้งจากราษฎรในแต่ละหมู่บ้านในตำบลนั้นหมู่บ้านละ 2 คน สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลจะเลือกคณะบุคคลขึ้นเป็นคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ประกอบด้วย กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ไม่เกิน 2 คน และสมาชิกซึ่งได้รับเลือกตั้งไม่เกิน 4 คน นอกจากนี้สภาองค์การบริหารส่วนตำบลจะเลือกสมาชิกด้วยกันเป็นประธานสภาคนหนึ่ง รองประธานสภาคนหนึ่งและเลขานุการสภาคนหนึ่ง ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะต้องไม่เป็นคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในเวลาเดียวกัน ในส่วนของคณะกรรมการบริหารก็จะเลือกคณะกรรมการด้วยกันเป็นประธานกรรมการบริหารคนหนึ่งและเลขานุการคณะกรรมการบริหารอีกคนหนึ่งเช่นกัน ตามแผนภูมิที่ 2



แผนภูมิที่ 2 โครงสร้างการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบล

2.1.3.2 ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ตำบล

อรุณ งามดี (2540) ได้กล่าวถึงความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ตำบลว่า การประชาสัมพันธ์ตำบล ซึ่งมีลักษณะของชุมชนที่อยู่กันจำนวนไม่ กี่พันคน ส่วนใหญ่ อยู่กันในรัศมีที่ไม่ไกลเกินกว่า 5 กิโลเมตร จำนวนหมู่บ้าน และครัวเรือนก็ไม่มากจนเกินไปนัก ดังนั้น การที่จะมีการประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาชุมชนก่อน แล้วจึงวางแผนในการ ประชาสัมพันธ์ภายใน และภายนอก สำหรับการประชาสัมพันธ์ภายใน ต้องคำนึงถึงการ

ประชาสัมพันธ์ในด้านการปกครอง การสาธารณสุข ความปลอดภัยของหมู่บ้าน ใจผู้ร้าย ยาเสพติด และปัญหาเกี่ยวกับการศึกษาในท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งการวางแผนในการประชาสัมพันธ์ภายในจะต้องมีการใช้สื่อในชุมชนอย่างเหมาะสม เช่น การใช้หอกระจายข่าว จดหมายข่าว หรือป้ายประกาศชาวหมู่บ้าน การประชาสัมพันธ์ในตำบล หรือองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งมีลักษณะชุมชนไม่ใหญ่นักนั้น การดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายในที่เหมาะสมมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากการประชาสัมพันธ์ภายใน ซึ่งใช้สื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น หอกระจายข่าว จดหมายข่าว ใบปลิว แผ่นพับ หรือโปสเตอร์ในชุมชนแล้ว การประชาสัมพันธ์ภายในยังสามารถใช้สื่อบุคคล เพื่อแจ้งข่าวโดยตรงได้อีกด้วย เช่น มีเรื่องโรคระบาดก็สามารถ เชิญแพทย์ หรือสาธารณสุขมาพูดเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการระวังป้องกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีความจำเป็นต่อตำบลทั้งสิ้น

ส่วนการประชาสัมพันธ์ภายนอก ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ตำบลก็เพื่อต้องการให้คนอื่นรู้ว่าตำบลของเราทำอะไรบ้าง เราอยู่ที่ไหน มีอาชีพหลักอะไร มีของเด่นอะไรบ้าง เช่น ปลาช่อนแม่ระ ของสิงห์บุรี ผ้าหมี่ขิดของจังหวัดอุดร หรือมีการเลี้ยงไก่บ้าน โดยการประชาสัมพันธ์ภายนอกนี้ อาจใช้สถานีวิฑูย์ที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยใช้สมาชิก อบต. ที่ผ่านการอบรมการประชาสัมพันธ์ หรืออาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน (อปม.) ของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีอยู่แล้วในทุกตำบล ซึ่งการส่งข่าวประชาสัมพันธ์นั้นจะส่งตรงไปถึงสถานีวิฑูย์ สถานีโทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ หรือจะส่งผ่านไปทางประชาสัมพันธ์จังหวัดก็ได้

การประชาสัมพันธ์ตำบล นอกจากจะมีการเผยแพร่ข่าวแล้วการจัดกิจกรรมต่างๆ ในตำบลการเชิญบุคคลสำคัญไปร่วมงาน ก็เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีอย่างหนึ่ง ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ภายนอกจึงมีความสำคัญต่อกิจการของตำบล บางครั้งดำเนินการไปเพื่อการตลาด ทำให้ตำบลสามารถจำหน่ายผลผลิตได้มากขึ้น

ดังนั้น ในอนาคตเมื่อองค์กรท้องถิ่นมีความเติบโตมากขึ้น ราชการจากส่วนกลางก็จะลดบทบาทลง องค์การบริหารส่วนตำบลก็มีอำนาจในการบริหารมากขึ้น

ความสลับซับซ้อนของสังคมและการบริหารก็มีมากขึ้น ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการบริหารแต่ละท้องถิ่นก็จะมีลักษณะไม่เหมือนกัน เช่น ความเป็นอยู่ สิ่งแวดล้อม อาชีพ ไร่สวน หรือยากจนแตกต่างกันไป จึงต้องบริหารให้เหมาะสมในแต่ละท้องถิ่น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมประชาสัมพันธ์ก็ต้องเข้าไปในลักษณะเป็น พี่เลี้ยง หรือที่ปรึกษา หรือช่วยสนับสนุนจนท้องถิ่นสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ ด้วยตัวเองได้ แล้วจึงถอนตัวออกมา

สำหรับความจำเป็นในการประชาสัมพันธ์ตำบลนั้น แม้ว่ารัฐบาลจะมีนโยบาย ในการลดปริมาณของข้าราชการลง แต่ความจำเป็นในการรับรู้ข่าวสารของประชาชนมี มากขึ้น ดังนั้น แทนที่จะมีการลดความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ลงนั้น ก็จะมีการ ปรับเป็นลดวิธีลงโดยการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย การผลิตสื่อก็อาจจะมีการจ้างเอกชนก็ได้

ในอดีตกรมประชาสัมพันธ์เคยมีความคิดที่จะมีการตั้งประชาสัมพันธ์จังหวัด ประชาสัมพันธ์อำเภอ และลงไปถึงประชาสัมพันธ์ตำบล ซึ่งขณะนี้ก็มีประชาสัมพันธ์ จังหวัดครบในทุกจังหวัดแล้ว แต่การจะจัดตั้งประชาสัมพันธ์อำเภอคงจะเกิดขึ้นได้ยาก เพราะนโยบายการลดปริมาณข้าราชการและข้อจำกัดในด้านงบประมาณ ดังนั้น การจัดตั้งประชาสัมพันธ์ตำบลจึงยังมีการขยความคิดกันอยู่ เพราะตำบลมีองค์การบริหาร ส่วนตำบลซึ่งบริหารงบประมาณของตนเอง การสร้างประชาสัมพันธ์ขึ้นในตำบลให้เป็น ส่วนหนึ่งที่เป็นเครื่องมือในการบริหารจึงมีโอกาที่จะเกิดขึ้นได้ โดยใช้บุคลากร และ งบประมาณของตำบล

2.1.3.3 บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลในการประชาสัมพันธ์ ตำบล

สุนทร ชูราชี (2541) ได้กล่าวถึง บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลใน การดำเนินการประชาสัมพันธ์ว่า ควรมีการจัดการในรูปของคณะกรรมการ เพื่อที่จะก่อให้เกิดผลดีแก่หน่วยงาน สร้างความนิยม ชื่นชมให้ผู้ให้บริการ ทั้งนี้การใช้เครื่องมือใน

การประชาสัมพันธ์ต้องมีความถูกต้องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์ตำบลจึงมีวิธีการใช้สื่อแต่ละชนิด ตามสภาพต่าง ๆ ซึ่งบางครั้งจะต้องใช้ผสมผสานกัน เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ตำบล ควรมีบทบาทในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อในตำบล โดยเฉพาะสื่อหอกระจายข่าวหมู่บ้าน ซึ่งจะช่วยให้งานประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ดังนั้นคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ตำบล จึงควรมีความรู้ความเข้าใจระเบียบปฏิบัติในการกระจายเสียง คือต้องดำเนินการให้ถูกกฎหมายและระเบียบที่ทางการกำหนดไว้ มิเช่นนั้นจะกระจายเสียง ก็ทำการกระจายเสียงตามใจชอบ ต้องดูว่ามีระเบียบเกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างไร สำหรับการกระจายเสียงนี้得有 พ.ร.บ. ว่าด้วยการควบคุมการโฆษณาใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ.2493 สรุปได้ดังนี้

1. ผู้ทำการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง จะต้องขอรับอนุญาตต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ก่อนจึงจะทำการโฆษณาได้ เช่น ในเขตเทศบาลขออนุญาตต่อนายกเทศมนตรี ในเขตสุขาภิบาล ประธานกรรมการสุขาภิบาล นอกเขตเทศบาลและสุขาภิบาล ขออนุญาตต่อนายอำเภอหรือปลัดอำเภอประจำกิ่งอำเภอ ในเขตท้องที่ที่ประจำอยู่

2. พนักงานที่ออกใบอนุญาตมีอำนาจกำหนดเงื่อนไข ลงในใบอนุญาตเกี่ยวกับเรื่องเวลา สถานที่ และเครื่องอุปกรณ์ขยายเสียง ซึ่งผู้รับอนุญาตต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนด

3. การโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงจะต้องโฆษณาเป็นภาษาไทย ภาษาไทยนั้นได้หมายความรวมถึงภาษาพื้นเมืองบางแห่งในประเทศไทยด้วย

4. ข้อยกเว้น พ.ร.บ. นี้ไม่ใช้บังคับแก่ คำสอนในทางศาสนา กิจกรรมของหน่วยงานราชการ การหาเสียง กิจกรรมของสมาชิกวุฒิสภา-สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร กิจกรรมเกี่ยวกับการมหรสพในโรงมหรสพ และในระหว่างที่แสดงมหรสพ

5. เมื่อปรากฏว่าเสียงที่โฆษณานั้นก่อให้เกิดความรำคาญแก่ประชาชน ประชาชนมีสิทธิที่จะร้องเรียนให้พนักงานเจ้าหน้าที่หรือพนักงานฝ่ายปกครอง หรือตำรวจ มีอำนาจสั่งผู้ควบคุมการใช้เครื่องขยายเสียงนั้นให้ลดลงได้ ถ้าไม่ปฏิบัติตามก็อาจถูกปรับตามประมวลกฎหมายอาญาได้

ซึ่งผู้ใดส่งเสียงทำให้เกิดเสียงหรือกระทำความอื้ออึง โดยไม่มีเหตุอันสมควรจนทำให้ประชาชนตกใจ หรือเดือดร้อนต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 100 บาท

6. การฝ่าฝืนระเบียบ ตาม พ.ร.บ. นี้เกี่ยวกับไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไข อาจถูกปรับไม่เกิน 200 บาท และเจ้าพนักงานมีอำนาจสั่งเพิกถอนใบอนุญาตได้ด้วย ถ้าหากผู้ฝ่าฝืนเกี่ยวกับเรื่องไม่ใช่ภาษาไทยในการโฆษณา ก็จะมีโทษปรับสูงขึ้น คือ ปรับไม่เกิน 500 บาท และเจ้าพนักงานมีสิทธิถอนใบอนุญาต

ตามปกติแล้วกฎหมายให้เสรีภาพแก่ประชาชนในการแสดงความคิดเห็นทางด้านการพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา อยู่แล้ว แต่การให้เสรีภาพดังกล่าวก็จำเป็นต้องมีขอบเขต เพื่อป้องกันมิให้ผู้ใช้เสรีภาพดังกล่าวล่วงละเมิดสิทธิเสรีภาพของผู้อื่น โดยเฉพาะเกี่ยวกับเรื่องเกียรติยศชื่อเสียง

เท่าที่ปรากฏคดีที่เป็นความฟ้องร้องกันมากที่สุดในศาลเกี่ยวกับการโฆษณาข่าวประกาศหรือการกระจายเสียง ส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องของการหมิ่นประมาท ซึ่งเป็นการกล่าวล่วงเกินผู้อื่น ทำให้เขาเสียหาย

ลักษณะถ้อยคำที่ถือว่าเป็นการหมิ่นประมาท ได้แก่ การกล่าวยืนยันข้อเท็จจริงในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอันเป็นเหตุให้ผู้อื่นที่ถูกกล่าวถึงเสียหายต่อชื่อเสียง เกียรติยศ หรือเป็นผู้ที่ถูกหมิ่นและเกลียดชังจากคนทั่วไป

การกล่าวเท็จจริง จะยึดหลักตายตัวว่า ถ้อยคำอะไรเป็นหมิ่นประมาทไม่ได้ ต้องพิจารณาเป็นเรื่อง ๆ ไป อย่างไรก็ตามมีหลักที่ควรคำนึงถึงว่า ข้อความเหล่านั้นไม่ควรนำไปใช้โดยเด็ดขาด เพราะถือว่าเป็นการหมิ่นประมาทไปในตัว ได้แก่

1. การกล่าวว่าคุณคนใดกระทำความผิดอาญารายใดรายหนึ่งก่อนที่จะพิจารณาว่าเป็นเช่นนั้น

2. การกล่าวเรื่องผู้สาวของบุคคลอื่นแม้จะเป็นความจริงผู้กล่าวก็ผิด
3. การกล่าวว่าคุณใดเป็นโรคติดต่อเป็นโรคจิตประสาทไม่สมประกอบ
4. การกล่าวว่าคุณใดทุจริตในหน้าที่การงาน
5. การกล่าวว่าคุณใดไม่เหมาะสมกับตำแหน่งการงานของเขา

นอกจากนี้ ยังมีระเบียบว่าด้วยการนำข่าวหรือบทความออกอากาศวิทยุกระจายเสียง ซึ่งอนุโลมมาใช้ด้วยกันได้ คือ

1. ต้องเป็นข่าวที่เป็นประโยชน์แก่ส่วนรวมของชาติ ประชาชนหรือข่าวที่ให้ความรู้ ประสบการณ์แก่ประชาชนโดยไม่มีการต่อเติมพาดพิงถึงบุคคลอันก่อให้เกิดความเสียหาย หรือเป็นไปในทางลามกอนาจาร

2. ต้องไม่ส่งเสริมให้เกิดความนิยมในลัทธิคอมมิวนิสต์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

3. ต้องไม่เป็นข่าวที่ทำให้ประชาชนขวัญเสีย เกิดการอลหม่านก่อให้เกิดความแตกแยก กระทบกระเทือนความมั่นคงแห่งชาติ หรือสัมพันธ์ไมตรีอันดีกับต่างประเทศ

4. ต้องไม่เป็นข่าวที่เป็นเท็จไม่ว่าในลักษณะใด ๆ

5. ต้องไม่เป็นข่าวที่ขัดต่อกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ วัฒนธรรม ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

6. ไม่เป็นการเปิดเผยความลับของทางราชการ

สำหรับทางวิทยุและโทรทัศน์ปัจจุบันได้มีระเบียบห้ามการนำข่าวจากหนังสือพิมพ์ มาออกอากาศ อย่างไรก็ตามถ้าเป็นไปในรูปการกระจายเสียงก็พออนุโลม โดยยึดหลัก ปฏิบัติตามระเบียบเดิมที่กำหนดไว้ว่า ผู้นำข่าว ข้อความ หรือบทความจากหนังสือ หรือสิ่งพิมพ์มาอ่านและวิจารณ์ โดยการกระจายเสียงจะต้องระบุว่าเป็นข้อความหรือ บทความ จากหนังสือพิมพ์สิ่งพิมพ์อะไร ประจำวันที่เท่าไร หากมีชื่อผู้เขียนให้อ่านด้วย และต้องอ่านสาระสำคัญที่ปรากฏเป็นข่าว ข้อความหรือบทความ โดยไม่มีการดัดแปลง หรือต่อเติมแต่อย่างใด

การวิจารณ์ข่าวจากหนังสือพิมพ์จะต้องเป็นไปในทางที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคล สถาบัน หรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง หรือขัดกับนโยบายของรัฐบาล ความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ หรือก่อให้เกิดความแตกแยกสามัคคีระหว่างคนในชาติ ห้ามนำข่าว ข้อความ หรือบทความจากหนังสือพิมพ์หรือจากแหล่งข่าวอื่นมาดัดแปลง หรือต่อเติมเป็นสนทนาโต้ตอบหรือในรูปอื่นใดที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคล สถาบันหรือหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง หรือขัดกับนโยบายของรัฐบาล ความมั่นคงปลอดภัยของประเทศหรือก่อให้เกิดความแตกแยกสามัคคีระหว่างคนในชาติ

นอกจากนี้ คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ตำบล ควรจะเป็นผู้ที่มีความรู้ และทักษะในการผลิตและใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในตำบลได้เป็นอย่างดี ดังที่ ชนิตดา แฮร์ริส (2541) ได้กล่าวถึงคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ตำบลว่า ควรจะเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี และโดยเฉพาะการใช้สื่อที่มีความสำคัญ เช่น หอกระจายข่าวหมู่บ้าน เนื่องจากเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้ฟังจำนวนมาก

ถ้าหมู่บ้านมีหอกระจายข่าว แต่กระจายเสียงตามมีตามเกิด ไม่เข้าใจหลักการว่า ทำอย่างไรประชาชนจะได้ฟังรายการนั้นเหมือน ๆ กัน ก็เป็นการดำเนินงานที่ไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ เพราะพูดแล้วคนฟังไม่เข้าใจ ดังนั้นผู้ดำเนินการหอกระจายข่าวควรได้มีการพิจารณาในเรื่องต่อไปนี้

1. ผู้พูด คนพูดต้องมีน้ำเสียงดี พูดชัดเจน พูดถูกจังหวะ มีลีลาดี มีคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

2. เนื้อหาที่พูด เรื่องที่พูดต้องง่ายต่อการเข้าใจ ใช้ภาษาง่าย ๆ ควรใช้ภาษาท้องถิ่นถ้าประชาชนฟังภาษากลางไม่เข้าใจ เนื้อหานั้นควรต้องตรงกับสิ่งที่ประชาชนท้องถิ่นอยากรู้ อยากรับ เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง

3. เครื่องขยายเสียง ต้องมีกำลังสูงเพียงพอที่จะให้ประชาชนทั้งหมู่บ้านได้ยิน เวลาเปิดต้องไม่ดัง หรือเบาจนเกินไป ตรวจสอบดูสภาพเครื่องให้อยู่ในสภาพที่จะใช้ได้เสมอ เมื่อหยุดกระจายเสียงต้องปิดไฟที่เครื่องกระจายเสียง เพื่อประหยัดไฟ และเป็นการ

เมื่อหยุดกระจายเสียงต้องปิดไฟที่เครื่องกระจายเสียง เพื่อประหยัดไฟ และเป็นการรักษาเครื่องขยายเสียงไปในตัวด้วยวางเครื่องเสียงให้ห่างจากฝาผนังประมาณ 1 ฟุต ให้มีที่ระบายความร้อนได้ อย่าใช้ผ้าคลุมโดยเฉพาะ พวกผ้าพลาสติก เพราะจำทำให้ความร้อนระบายไม่ได้

4. เวลาที่ใช้กระจายเสียง ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของหมู่บ้าน แต่ปกติภาคเช้า เวลา 06.00-8.30 น. ภาคเย็น 18.00-19.00 น. ควรกระจายเสียงตลอด 7 วันในสัปดาห์ เรื่องที่สำคัญต้องพูดบ่อย ๆ พูดจนคนจำได้จึงหยุดพูด เช่น การเสียภาษี สุขภาพอนามัย เป็นต้น

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ทฤษฎีสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์ (Communication Theory: Interaction)

ทฤษฎีนี้ให้แนวคิดว่าการสื่อสารหรือปัจจัยทางการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างปฏิภานหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาข่าวสารกับบุคคล ปฏิภานแสดงออกมาทางพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนั้นพฤติกรรมทั้งหลายจึงเกิดจากพฤติกรรมทางการสื่อสารทั้งสิ้น

ปัจจัยหรือตัวแปรทางการสื่อสาร ได้แก่ บุคลิกภาพ ความน่าเชื่อถือ ทักษะ ความคิด อิทธิพล ข่าวสาร เช่นความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเป็นตัวกำหนดปฏิภานของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร นอกจากความน่าเชื่อถือทั้งสองฝ่ายก็เป็นตัวกำหนดปฏิภานตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารที่ส่งมา ดังนั้นการที่มนุษย์มีปฏิภานตอบสนองต่อข่าวสารเรื่องเดียวกันต่างกันก็เพราะคนเรามีอารมณ์ความรู้สึกนึกคิด บุคลิกภาพที่แตกต่างกันนั่นเองคำอธิบายนี้ยังนำมาใช้อธิบายความแตกต่างในปฏิภานของมนุษย์ทั้งหลายว่า เกิดจากความแตกต่างทางทัศนคติของผู้รับสาร โดยถือว่า ทัศนคติเป็นผลที่เกิดจากอารมณ์ความรู้สึกที่มีอยู่เดิมเป็นความรู้สึกจากภายในหรือความคิดที่แสดงออกทางการกระทำ นอกจากนี้เหตุผลที่ว่ามนุษย์มีความโน้มเอียงที่จะประพฤตินำตนเองที่จะลดหรือกำจัดความขัดแย้งทางความรู้สึก ความเชื่อ การกระทำ ตลอดจนความ

สัมพันธ์ระหว่างบุคคลจนเกิดเป็นแบบแผนของปฏิกิริยาที่มีต่อกัน อาศัยเหตุผลนี้กับเหตุผลข้างต้นเราสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงทางความคิดหรือความตั้งใจของคนเราที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีอยู่เดิมได้เพราะมนุษย์ต้องการลดความขัดแย้งทางความเชื่อและการกระทำ อย่างไรก็ตามมนุษย์มีแนวโน้มจะต่อต้านการเปลี่ยนแปลงมาก ถ้าสิ่งที่ต้องการเปลี่ยนแปลงนั้นมีความผูกพันอย่างมากกับความรู้สึก ความเชื่อ และทัศนคติของผู้นั้น

ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อความแตกต่างกันในการตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารที่แสดงออกมาทางปฏิกิริยาของมนุษย์คือ อิทธิพลของสังคมในรูปของการยอมรับหรือปรับตัวเข้ากับสังคม การพิสูจน์หรือการค้นหาตนเองและการกลายกลืนทางวัฒนธรรม

ปัจจัยสุดท้ายที่ทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับด้วย ก็คือ ลักษณะของเนื้อหาข่าวสารเองที่สามารถอธิบายความแตกต่างของปฏิกิริยาของมนุษย์ กล่าวคือ รูปแบบในการเรียบเรียงหรือการจัดเนื้อหาสาระที่มีประสิทธิภาพหรือไม่มีประสิทธิภาพมีผลต่อการแสดงออกต่อเนื้อหาข่าวสารนั้น

แนวคิดของทฤษฎีนี้ มาจากทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมพื้นฐานที่สำคัญ 2 ทฤษฎี คือ Balance Con-gruity และ Cognitive Dissonaned Theories

กล่าวโดยสรุป ปฏิสัมพันธ์คือ กระบวนการเชื่อมโยงระหว่างผู้รับและผู้ส่งสาร แต่กระบวนการที่ว่ามีได้เป็นกระบวนการแบบง่าย ๆ อันเกิดจากองค์ประกอบ 2 ตัวมาเชื่อมโยงกันเมื่อเกิดการสื่อสารเท่านั้น หากแต่ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความสัมพันธ์กันด้วยอำนาจจากภายนอกและยังมีได้เป็นความสัมพันธ์ที่มีความสมดุลกันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารไม่เหมือนกับลักษณะของความเป็นเหตุเป็นผลกัน เพราะความจริงแล้วกระบวนการเชื่อมโยงหรือปฏิสัมพันธ์กันนี้เกิดจากปัจจัยมากกว่า 2 ตัวขึ้นไป อาจมีเป็นชุดของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องตามทฤษฎีนี้พฤติกรรมใด ๆ ก็ตามมีอิทธิพลต่อกระบวนการปฏิสัมพันธ์เสมอ เช่น อากัปกริยา พื้นอารมณ์ แรงขับ ทัศนคติ ความขัดแย้ง ระยะทางระหว่างบุคคลหรือความใกล้ชิดระหว่างบุคคล กลุ่มอิทธิพล ความไว้วางใจ ฯลฯ ทฤษฎีนี้มีการอธิบายบทบาทหรืออิทธิพลของอารมณ์ บุคลิกภาพ

ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ความสอดคล้องและไม่สอดคล้องทางความคิด บทบาทของทัศนคติที่มีต่อปฏิสัมพันธ์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2529)

2.2.2 ทฤษฎีสื่อสารเชิงบริบททางสังคม (Communication Theories : Social Context)

ทฤษฎีนี้อธิบายกระบวนการสื่อสารว่า เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นภายใต้อิทธิพลของปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม กล่าวคือทุกสถานการณ์ ทางสังคมจะสร้างแบบแผนหรือบรรยากาศที่มีอิทธิพลหรือควบคุมกระแสข่าวสารและผลแห่งพฤติกรรมระหว่างบุคคลอธิบายอย่างง่าย ๆ ได้ว่าในการสื่อสารของมนุษย์นั้น สภาพแวดล้อมทางสังคมมีอิทธิพลอย่างสำคัญที่ทำให้การสื่อสารเกิดขึ้นได้ เพราะเป็นปัจจัยที่ควบคุมแหล่งสาร การไหลของกระแสข่าวสารและผลของข่าวสาร สภาพแวดล้อมทางสังคมเป็นตัวการที่ทำให้การไหลของกระแสข่าวสารเปลี่ยนแปลงไปได้ทุกครั้ง

ทฤษฎีเชิงบริบททางสังคมนี้ ให้ความหมายของบริบททางสังคมไว้ว่า เป็นพลังอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลเหนือการสื่อสารในสถานการณ์เฉพาะ เช่น ในงานสังสรรค์ ในการประชุมในกลุ่มขนาดเล็ก รวมทั้งพลังที่ควบคุมกระแสข่าวสารและรูปแบบของอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง ปัจจัยเกี่ยวกับสถานการณ์ทางสังคมอื่น ๆ ได้แก่ เวลาที่ทำการสื่อสาร ความเป็นเอกฉันท์ การตรวจสอบข้อผิดพลาด อัตราการแลกเปลี่ยนบรรยากาศของกลุ่ม การรวมตัวกันเป็นกลุ่ม โครงสร้างของกลุ่มหรือองค์กรต่าง ๆ โครงสร้างของอำนาจ โครงสร้างของการสื่อสาร โครงสร้างของความสัมพันธ์ ปัจจัยหรือตัวแปรเหล่านี้จะนำไปสู่การตัดสินใจที่จะมีพฤติกรรมอย่างไรกันบ้างหรือจะสื่อสารกันอย่างไร นอกจากนี้ยังกล่าวถึงทัศนคติ ชื่อเสียง ปทัสถานทางสังคม แรงจูงใจของกลุ่มความคล้ายคลึงกันทางด้านความคิดของกลุ่ม การสื่อสารที่ไม่ปิดบังซ่อนเร้น ความเครียด ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นตัวกำหนดหรือสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความคิด ความเชื่อและพฤติกรรมของสมาชิกในกลุ่มตลอดจนเป็นตัวกำหนดความสามารถของกลุ่มที่จะตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ เช่น สัมพันธภาพระหว่างบุคคลที่มีต่อแบบแผนการสื่อสารจากกลุ่มในสถานการณ์ต่าง ๆ

นอกจากการอธิบายทฤษฎีการสื่อสารในกลุ่มเล็ก ทฤษฎีเชิงปริบททางสังคมยังนำไปใช้อธิบายกระบวนการและลักษณะการแพร่กระจายนวัตกรรม เช่น การไหลของกระแสข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ในการเผยแพร่นวัตกรรมภายใต้สิ่งแวดล้อมที่ต่างกันทางสังคม เช่น ภายใต้โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมของประเทศด้อยพัฒนา และประเทศที่เจริญกว่าหรืออธิบายการยอมรับนวัตกรรมต่าง ๆ ภายใต้เงื่อนไขของกาลเวลา จำนวนคน หรือขนาดของกลุ่ม ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับช่องทาง โครงสร้างของสังคม ค่านิยม หรือวัฒนธรรม

จากสิ่งที่ค้นพบในงานวิจัยในทฤษฎีนี้ ได้มีการสรุปผลออกมาเป็นกลไกหรือเทคนิคในการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและศิลปวิทยาการโดยอาศัยการสื่อสาร (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529)

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จงเจริญ เมตตา และคณะ (2530) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้วิทยุกระจายเสียงมีความสำคัญต่อการพัฒนาชนบทเป็นอย่างมาก เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากกว่าโทรทัศน์ นิตยสาร และสิ่งพิมพ์อื่น ๆ และเนื่องจากสามารถนำความรู้ ความบันเทิง ข่าวสารและสาระอื่นๆ ผ่านทางวิทยุกระจายเสียงได้สะดวกช่วงเวลาที่ชาวชนบทนิยมรับฟัง คือ ช่วงเที่ยง ช่วงค่ำ และก่อนนอน และพบว่าหมู่บ้านชนบทที่ห่างไกลชอบฟังรายการข่าวสาร วิทยุการมากกว่าชาวชนบทที่อยู่ใกล้เขตเมือง ซึ่งชอบฟังรายการบันเทิง ทั้งนี้อาจเนื่องจากชาวบ้านชนบทที่อยู่ใกล้เขตเมืองได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ และวัฒนธรรมของเมือง

ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ (2531) ได้ทำการศึกษาวิจัยกระบวนการกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาในประเทศไทย พบว่า การกำหนดนโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาได้มีการดำเนินการมาตั้งแต่เริ่มจัดตั้งกรมประชาสัมพันธ์แต่ยังไม่ชัดเจน จนกระทั่งเมื่อมีการแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติจึงได้มีการวางแผนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติขึ้นครั้งแรก

และนำไปสู่การบรรจุแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาลงในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องตามหลักการและแนวทางการกำหนดนโยบายและแผนที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในต่างประเทศอย่างดี กล่าวคือ

1. กระบวนการกำหนดแนวนโยบายและการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนานั้น สอดคล้องและตั้งอยู่บนพื้นฐาน กรอบทฤษฎี แบบจำลอง และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันและแพร่หลาย

2. การกำหนดนโยบายการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ในระดับต่างๆ ตั้งแต่ระดับชาติ ระดับกระทรวง ทบวง กรม และระดับโครงการ มีความสัมพันธ์และประสานสอดคล้องซึ่งกันและกันตามโครงสร้างการวางแผนการประชาสัมพันธ์โดยทั่วไป และดำเนินไปอย่างมีระบบต่อเนื่องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3. การจัดทำแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนา มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับแนวนโยบายประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนา ตลอดจนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ นอกจากนี้ การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนา ยังสัมพันธ์กับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม

4. กระบวนการกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนามีส่วนสัมพันธ์กับปัจจัยและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม

คมสัน หุตะแพทย์ (2535) ได้เรียบเรียงประสบการณ์จากงานวิจัยเพื่อปรับปรุงพฤติกรรมมารยาทของชาวอีสานเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่องานพัฒนาชุมชน โดยใช้สื่อในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเริ่มจากสื่อบุคคล และการประชาสัมพันธ์ ป้ายโฆษณา หอกระจายข่าว วิทยุกระจายเสียง วีดีโอ โปสเตอร์ และสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อจดหมายถึงตัวผู้รับ และการสื่อสารเป็นกลุ่มโดยอาศัยการสื่อสารที่เป็นกระบวนการ เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงานพัฒนาชุมชน เพราะหากการสื่อสารดีย่อมทำให้งานพัฒนาชุมชนบรรลุผลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การสื่อสารเป็นวิธีการที่จะให้ข้อมูล

ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ สร้างทัศนคติใหม่ โน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่างๆ อันจะนำไปสู่การปฏิบัติในชุมชน เพื่อแก้ไขปัญาและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านและชุมชนให้ดีขึ้น

จิระเกียรติ ภูมิสวัสดิ์ (2537) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของสภาตำบล ในการปกครองตนเองในฐานะองค์กรท้องถิ่น พบว่า ความคิดที่จะให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการปกครองตนเองในลักษณะองค์กรท้องถิ่นของสภาตำบล ได้มีมาโดยตลอดแต่ด้วยสภาพปัญหาหลายประการและความไม่ต่อเนื่องในนโยบายของรัฐบาล จึงไม่เอื้ออำนวยให้เจตนารมณ์ดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์จนกระทั่งได้มีการประกาศใช้ พ.ร.บ.สภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 ยังผลให้สภาตำบล ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยโดยไม่รวมเงินอุดหนุน 3 ปีย้อนหลังเกิน 150,000 บาทต่อปี มีสถานะเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลหรือ อบต. ซึ่งเป็นองค์การปกครองท้องถิ่นจำนวน 618 แห่ง

ผลสรุปของการศึกษาวิจัย พบว่า ยังควรจะต้องมีการปรับปรุงในด้านประสิทธิภาพของผู้นำท้องถิ่น ซึ่งจะเข้ามามีบทบาทรับผิดชอบในการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล และเรื่องของรายได้ของท้องถิ่นให้เหมาะสมสอดคล้องกับภาระหน้าที่โดยส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จะต้องลดบทบาทในการควบคุมให้เหลือเท่าที่จำเป็น และกระจายอำนาจหน้าที่การจัดเก็บรายได้และงบประมาณของส่วนกลางไปยังท้องถิ่น

2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย (CONCEPTUAL FRAME WORK)

ผู้วิจัยได้ศึกษาโดยใช้แนวคิดในการแก้ไขปัญหาตามแบบเชิงระบบ (SYSTEM MODELS) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า (Inputs) กระบวนการในการดำเนินการ (Process) ผลงาน (Outputs) ผลลัพธ์ (Effect) และผลกระทบ (Impact) มีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยนำเข้า (Inputs) ได้แก่

1.1 บุคลากร ได้แก่ สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลหนองกอมเกาะ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย จำนวน 31 คน สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลปะโค อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย จำนวน 31 คน และวิทยากรที่ให้การอบรม

1.2 งบประมาณ ได้แก่ งบประมาณในเรื่องต่อไปนี้ การอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบล การจัดระบบการบริหารและการใช้หอกระจายข่าว การจัดทำแผนปฏิบัติการ

1.3 วัสดุ อุปกรณ์ ได้แก่ อุปกรณ์หอกระจายข่าว เครื่องขยายเสียง วิทยุเทป ไมโครโฟน เอกสารข่าว

1.4 หลักสูตรการอบรม ได้แก่ หลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบล

2. กระบวนการดำเนินการ (Process) ได้แก่

2.1 ศึกษาสภาพทั่วไปในการประชาสัมพันธ์

2.2 คัดเลือกสมาชิก อบต.กลุ่มตัวอย่าง

2.3 จัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์

2.4 จัดระบบการบริหารจัดการหอกระจายข่าวหมู่บ้าน

2.5 ฝึกปฏิบัติทำแผนประชาสัมพันธ์

2.6 ประชุมจัดทำแผนประชาสัมพันธ์

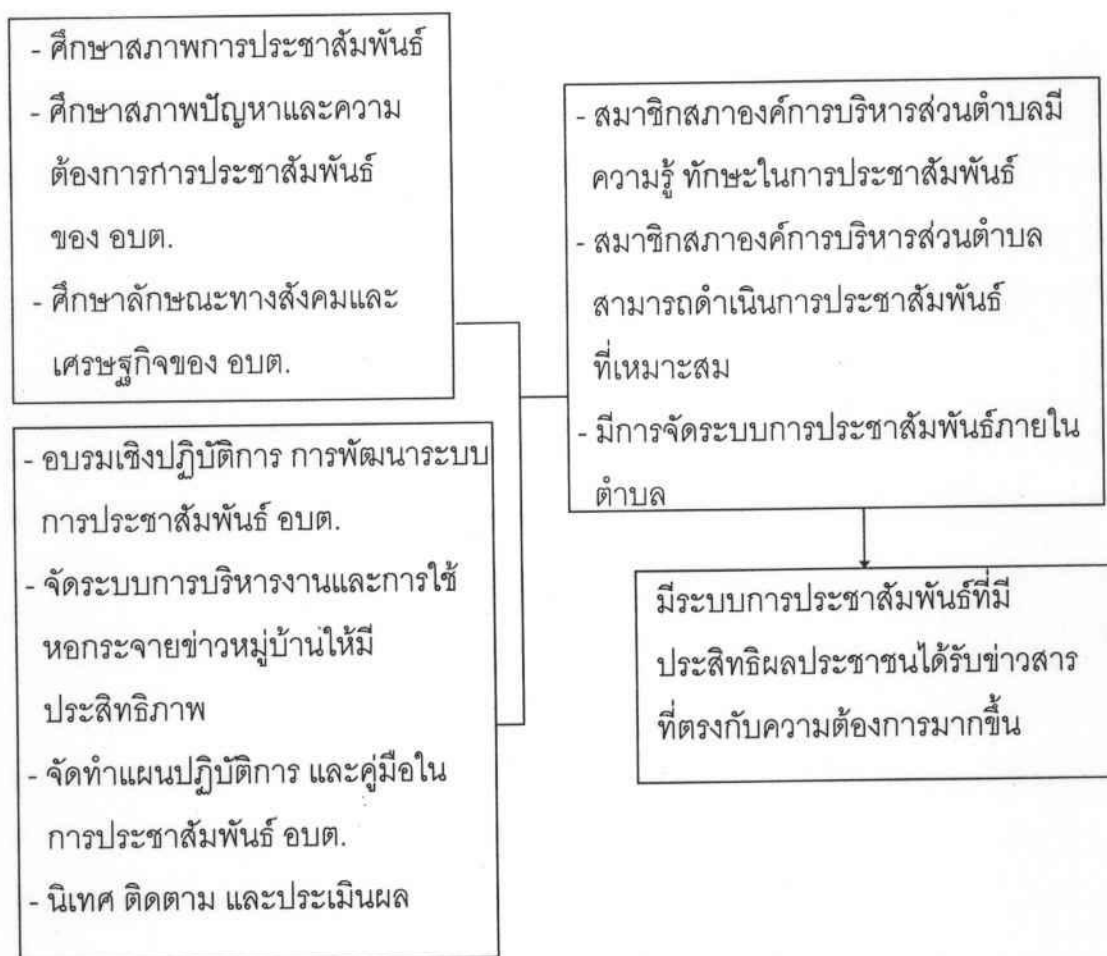
2.7 นิเทศติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

3. ผลงาน (Outputs) สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลหนองกอมเกาะ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย จำนวน 31 คน ได้รับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ ในการประชาสัมพันธ์มีคณะกรรมการรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ อบต. มีผู้รับผิดชอบบริหารจัดการหอกระจายข่าวหมู่บ้าน มีแผนประชาสัมพันธ์ อบต.

4. ผลลัพธ์ (Effect) สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลหนองกอมเกาะ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ได้รับการพัฒนาความรู้ ทักษะ ในการประชาสัมพันธ์ มี

ความสามารถจัดระบบการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม และวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาท้องถิ่น

5. ผลกระทบ (Impact) องค์การบริหารส่วนตำบลมีระบบการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ ทำให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารตรงกับความต้องการ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น



แผนภูมิที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย