

## การสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานการพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง\*

### POLICY AND OPERATING PERFORMANCE COMMUNICATION IN LOCAL DEVELOPMENT OF TRANG PROVINCIAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATION

ธโนภาส สินไชย\*, วิทยาธร ท่อแก้ว, กานต์ บุญศิริ, จิตรารภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์  
Thanophas Sinchai\*, Wittayatorn Tokeaw, Karn Boonsiri, Jitraporn Sudhivoraseth  
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi, Thailand

\*Corresponding author E-mail: aood032@gmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังเกี่ยวกับ 1) นโยบายและพันธกิจการสื่อสาร 2) กระบวนการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การจัดการการสื่อสาร และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง จำนวน 61 คน โดยมีเครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสร้างข้อสรุป ผลการศึกษาพบว่า 1) นโยบายและพันธกิจการสื่อสารที่มุ่งเน้นการสื่อสารอย่างโปร่งใส ชัดเจน มีเป้าหมายในการสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวาง เน้นถึงผลประโยชน์ของสาธารณะเป็นสำคัญ ขอบเขตการสื่อสารครอบคลุมทั้งการสื่อสารภายใน และการสื่อสารภายนอก 2) กระบวนการสื่อสารมุ่งใช้สื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ควบคู่กัน กำหนดประเด็นเนื้อหาที่ชัดเจน ออกแบบเนื้อหาที่กระชับ และผลิตสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยประชาชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ส่งเสริมการสื่อสารแบบสองทาง การจัดการช่องทางการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสารมุ่งเน้นที่การกำหนดประเด็นสำคัญของเนื้อหา การออกแบบสื่อที่มีประสิทธิภาพ การผลิตและเผยแพร่สื่อ เน้นการสร้างเครือข่ายการสื่อสาร และการจัดการองค์การให้มีโครงสร้างที่รองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพช่วยให้การสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานส่งผลให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้น และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร ประกอบด้วย การปรับปรุงนโยบายและพันธกิจให้ทันสมัย การพัฒนากระบวนการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และการสร้างกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนอย่างเหมาะสม โดยกลยุทธ์นั้นต้องมุ่งสื่อสารที่น่าสนใจ น่าติดตาม น่ารับรู้ น่าจดจำ และน่าบอกต่อ

**คำสำคัญ:** การสื่อสารนโยบาย, การสื่อสารผลการดำเนินงาน, การพัฒนาท้องถิ่น, องค์การบริหารส่วนจังหวัด

## Abstract

This research aimed to examine the communication of policies and the performance of local development of Trang Provincial Administrative Organization regarding 1) Communication policies and missions, 2) Communication processes, 3) Communication management strategies, and 4) Communication development approaches. This qualitative research utilized in-depth interviews with 61 purposive key informants. Structured in-depth interviews were used as the research instrument. Data were analyzed by generating conclusions. The results revealed: 1) Communication policies and missions emphasize transparency and clarity, aiming to foster widespread public understanding and participation, emphasizing public benefit. The communication scope encompasses both internal and external communication. 2) The communication process utilizes a combination of traditional and new media, clearly defining content themes, concise design, and producing media that reaches target audiences. This ensures accurate information, participation in expressing opinions, and promotion of two-way communication. Communication channels are managed. 3) Communication strategies focus on identifying key content themes, effective media design, media production, and distribution. Emphasis is placed on building communication networks and organizational management to effectively support new technologies, facilitating policy and performance communication, resulting in increased public participation. and 4) Communication development approaches include modernizing policies and missions and developing more efficient communication processes. and the creation of strategies that appropriately respond to public needs. These strategies must focus on engaging, engaging, memorable, and communicative communications.

**Keywords:** Policy Communication, Performance Communication, Local Development, Provincial Administrative Organization

## บทนำ

องค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีอำนาจและหน้าที่ตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม โดยมีอำนาจหน้าที่ที่ต้องดำเนินการภายในเขตองค์การบริหารส่วนจังหวัด นอกจากนี้ พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ตามมาตรา 17 กำหนดให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีอำนาจและหน้าที่ในการจัดระบบบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นของตนเองที่ครอบคลุมทุก ๆ ด้านในงานบริการสาธารณะ (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี, 2542) การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นกำลังเข้าสู่ในยุคโลกที่ไร้พรมแดน การติดต่อสื่อสารที่สามารถย่นระยะเวลารายงานเหตุการณ์ได้ทันที การนำเสนอข่าวสารไปสู่ประชาชนนั้นจำเป็นต้องตอบสนองให้ทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจึงควรกำหนดการสื่อสารผลการดำเนินงานให้เป็นหนึ่งในกลยุทธ์เพื่อเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการใช้ทรัพยากรด้าน

เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารราชการ การบริการประชาชน เพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้สามารถสื่อสารนโยบาย และผลการดำเนินงานของโครงการต่าง ๆ ให้ประชาชนเข้าใจอย่างรวดเร็วและถูกต้อง เป็นการบ่งบอกสมรรถนะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นในการสื่อสารกับประชาชนให้มีคุณภาพต่อไป (วีระศักดิ์ เครือเทพ, 2548)

ในการดำเนินการตามโครงการที่พัฒนาจังหวัดตรงในการจัดทำถนนเครือข่าย ได้มีการสมทบงบประมาณระหว่าง องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรงกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นเทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดตรง ในอัตราส่วนองค์การบริหารส่วนจังหวัดตรงออกค่าใช้จ่าย ร้อยละ 60 กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ ในจังหวัดตรงที่เข้าร่วมโครงการ ออกค่าใช้จ่าย ร้อยละ 40 ซึ่งนับเป็นนวัตกรรมทางแนวคิดและกระบวนการทำสิ่งใหม่เหล่านี้จะนำไปสู่การตรวจสอบและการถูกฟ้องศาลปกครอง จนในที่สุดองค์กรปกครองส่วนจังหวัดผ่านการตรวจสอบและชนะคดีในทุกคดี รวมทั้งได้มีก่อสร้างสะพานท่าเทียบเรือขนาดใหญ่ โครงการก่อสร้างมัสยิดกลาง โครงการกิจการสวนยางพารา โครงการเฝ้าระวังสุขภาพของผู้ที่มีความเสี่ยงทางสุขภาพ ซึ่งการดำเนินโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประชาชนในพื้นที่โครงการและพื้นที่ในจังหวัด ทุกฝ่ายต่างต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงาน ทั้งฝ่ายที่สนับสนุนและฝ่ายตรงกันข้ามทางการเมือง รวมถึงองค์กรการตรวจสอบของรัฐต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานของโครงการขับเคลื่อนไปได้และเกิดผลประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด จำเป็นต้องมีการพัฒนาการสื่อสารอย่างเข้มข้นให้ประชาชนเข้าใจและรับรู้ในโครงการและผลการดำเนินงานโครงการนั้น ๆ อยู่อย่างต่อเนื่องเป็นระบบ องค์การบริหารส่วนจังหวัดนับว่าเป็นองค์กรหนึ่งที่มีการสื่อสารผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นได้เป็นอย่างดีทั้งสื่อสารกับประชาชนที่สนับสนุน ประชาชนที่คัดค้าน สื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวแบบเกาะติดสถานการณ์ องค์กรตรวจสอบหลายองค์กร รวมถึงศาลปกครองในกรณีมีข้อพิพาทเรื่องบทบาทหน้าที่และการใช้งบประมาณที่ชอบด้วยกฎหมายหรือไม่อย่างไร องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรงได้มีผลการสื่อสารกับองค์กรที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ได้เป็นผลสำเร็จ จนทำให้มีบรรทัดฐานการดำเนินหรือข้อปฏิบัติที่ดีทางการสื่อสารผลการดำเนินงานทั้งโครงการปกติและโครงการที่มีความขัดแย้งระหว่างกัน การสื่อสารนโยบายที่มีประสิทธิผลจะส่งผลดีต่อทั้งองค์กรและประชาชนในพื้นที่ ช่วยให้ผู้บุคลากรในองค์กรเข้าใจในทิศทางและเป้าหมายของนโยบายผู้บริหาร ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลสำเร็จ ช่วยสร้างความร่วมมือ สร้างแรงบันดาลใจ และส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้และการพัฒนาในองค์กร การสื่อสารที่ชัดเจนและถูกต้องช่วยลดความเข้าใจผิดหรือความคลาดเคลื่อนในการนำนโยบายไปปฏิบัติ ทำให้ปัญหาและความต้องการของประชาชนได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็วและเป็นไปตามความต้องการที่แท้จริงของคนในท้องถิ่น การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง เมื่อประชาชนเข้าใจและร่วมมือกับนโยบาย จะช่วยให้การบริหารในท้องถิ่นเป็นไปอย่างทั่วถึงและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น โดยสรุป การสื่อสารนโยบายของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงเป็น หัวใจสำคัญ ที่เชื่อมโยงนโยบายของภาครัฐเข้ากับชีวิตและความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง

จะเห็นได้ว่าการกำหนดนโยบายที่ดี ทำโครงการที่ตอบสนองประชาชนได้ดีนั้นอาจจะไม่เพียงพอที่สร้างความนิยมหรือภาพลักษณ์ทางการเมืองและการบริหารที่ดีให้กับผู้บริหารขององค์กรได้ทั้งหมด (Cornelissen, J. P., 2020) แต่จำเป็นจะต้องมีการสื่อสารที่ดีเพื่อให้กับประชาชนได้รับรู้อย่างทั่วถึงด้วยเช่นกัน เพราะการรับสารของประชาชนจะไม่เท่าเทียมกัน และไม่สามารถเข้าใจได้ด้วยสื่อเพียงชนิดเดียว (Wiesenfeld, B. M. et al., 1999) จึงต้องมีการสื่อสารผลการดำเนินงานขององค์กรออกไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีกลยุทธ์การจัดการสื่อสารอย่างเป็นระบบ

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กรด้วยช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย (Sunaryo, W. et al., 2023) องค์กรบริหารส่วนจังหวัดตรังเป็นตัวแทนของความสำเร็จองค์กรหนึ่งทีวางระบบการสื่อสารผลการดำเนินงานที่ดี และเป็นองค์ที่ต้องการพัฒนาต่อยอดเพื่อยกระดับการสื่อสารองค์กรด้านการสื่อสารผลการดำเนินงานให้มีมาตรฐานสูงขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานการพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดตรังในระดับการสื่อสารทางการเมืองกับประชาชน เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการสื่อสารผลการดำเนินงานให้ประชาชนได้เข้าใจและตรงตามกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้ และนำไปสู่การสร้างค่านิยมให้กับประชาชนในการเลือกตั้งครั้งต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษานโยบายและพันธกิจการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานการพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดตรัง
2. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานการพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดตรัง
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานการพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดตรัง
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานการพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดตรัง

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานการพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดตรัง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย ดังนี้

**รูปแบบการวิจัย** เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก

**ผู้ให้ข้อมูลหลัก** ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงทั้งเป็นผู้ส่งสาร ผู้รับสาร และผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดตรัง รวม 61 คน เลือกแบบเจาะจงประกอบด้วย 10 กลุ่ม ดังนี้ 1) นายองค์กรบริหารส่วนจังหวัดตรัง จำนวน 1 คน 2) รองนายองค์กรบริหารส่วนจังหวัดตรังที่กำกับงานการสื่อสารองค์กร จำนวน 1 คน 3) สมาชิกสภาองค์กรบริหารส่วนจังหวัดตรัง จำนวน 3 คน 4) ผู้อำนวยการกองที่รับผิดชอบงานการสื่อสาร จำนวน 1 คน 5) นักประชาสัมพันธ์ จำนวน 4 คน 6) ที่ปรึกษาด้านการสื่อสารองค์กรขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดตรัง จำนวน 2 คน 7) ผู้นำชุมชน 4 คน 8) สื่อมวลชน 4 คน และ 9) นักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการสื่อสาร จำนวน 3 คน 10) ตัวแทนประชาชนในจังหวัดตรัง 10 อำเภอ ๆ ละ 2 คน จำนวน 20 คน

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** แบบการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (In-depth Interview) โดยมีประเด็นประกอบด้วย 5 ส่วน 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ 2) นโยบายและพันธกิจการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาท้องถิ่น 3) กระบวนการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนา

ท้องถิ่น 4) กลยุทธ์การจัดการการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาท้องถิ่น และ 5) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาท้องถิ่น

**การเก็บรวบรวมข้อมูล** เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และถ่ายภาพ พร้อมบันทึกเสียง จดบันทึก และปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยในคน

**การวิเคราะห์ข้อมูล** นำข้อมูลเชิงปริมาณได้จากการสัมภาษณ์มาจัดหมวดหมู่ ตัดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุปและการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วย Triangulation

## ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง” มีผลการวิจัย 4 ด้าน ดังนี้

1. การศึกษานโยบายและพันธกิจ พบว่า มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้แก่ประชาชนเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นและผลการดำเนินงาน โดยเน้นความโปร่งใสและการเข้าถึงข้อมูลอย่างทั่วถึง มีการวางกรอบนโยบายสื่อสารที่ชัดเจน เพื่อให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้รับทราบถึงแผนการดำเนินงานและแนวทางการพัฒนา เพื่อให้ประชาชนมีความเข้าใจในเป้าหมายและประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากนโยบาย ต่าง ๆ สำหรับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยนโยบายการสื่อสารยังเน้นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายผ่านช่องทางสื่อสารที่เหมาะสม ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มได้เข้าถึงข้อมูลนโยบายและผลการดำเนินงานอย่างทั่วถึง มีพันธกิจสำคัญในการสร้างความไว้วางใจจากประชาชน สื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และเป็นมืออาชีพ ทั้งในการสื่อสารภายในองค์กรและการสื่อสารภายนอก เพื่อให้ประชาชนรับรู้ถึงผลการดำเนินงานและสามารถตรวจสอบได้ ทำให้เกิดความไว้วางใจในองค์กรและการพัฒนาท้องถิ่น รวมทั้งพัฒนามาตรฐานการสื่อสาร ซึ่งพันธกิจขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังยังครอบคลุมถึงการพัฒนามาตรฐานการสื่อสารให้มีความทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการผลิตเนื้อหา การเผยแพร่ และการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายต่าง ๆ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงนโยบายและพันธกิจการสื่อสาร

2. กระบวนการสื่อสาร พบว่า กระบวนการสื่อสารภายในและภายนอกที่เกี่ยวกับนโยบายและผลการดำเนินงานการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง มีความครอบคลุมองค์ประกอบหลัก 5 ด้าน ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง ผู้รับสาร และผลการสื่อสาร ประชาชนได้รับรู้ เข้าใจ เกิดการยอมรับนโยบายอย่างถูกต้อง มีการสนับสนุนและเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการที่ดำเนินการ เกิดการสื่อสารแบบสองทาง ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสาร แสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะกลับมายังองค์กร เพิ่มความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือขององค์กรในสายตาประชาชน การดำเนินกระบวนการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกที่มีประสิทธิภาพเช่นนี้ จะช่วยส่งเสริมให้การพัฒนาท้องถิ่นดำเนินไปอย่างราบรื่น มีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน และสร้างความไว้วางใจในผลงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง ดังภาพที่ 2



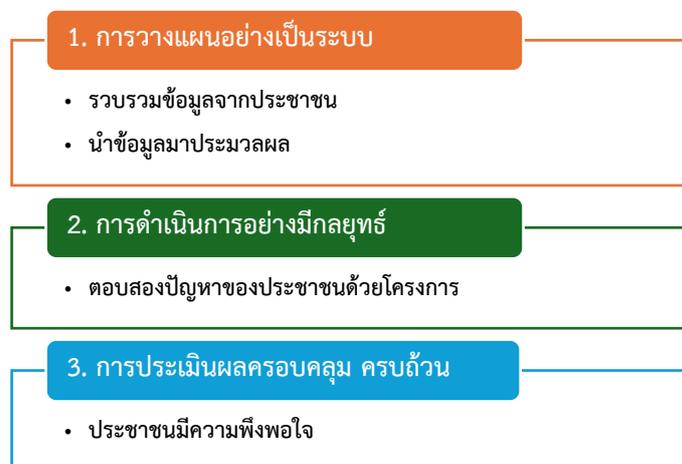
ภาพที่ 2 แสดงกระบวนการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงาน

3. กลยุทธ์การสื่อสาร พบว่า ประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ 6 ด้าน ได้แก่ การกำหนดประเด็นเนื้อหา การออกแบบเนื้อหา การผลิตสื่อ การเผยแพร่ข่าวสาร การสร้างเครือข่ายการสื่อสาร และการจัดการองค์กรปฏิบัติงาน โดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังปฏิบัติงานต้องมีการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วและตอบสนองต่อสถานการณ์ การดำเนินกลยุทธ์การสื่อสารในทุก ๆ ด้านนี้จะช่วยให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังสามารถสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สร้างความเข้าใจและความไว้วางใจในโครงการพัฒนาจังหวัด และส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากประชาชนและภาคีเครือข่ายในการพัฒนาท้องถิ่น กลยุทธ์การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังที่โดดเด่น จะเน้นที่การพัฒนาแบบองค์รวมและรวดเร็ว ซึ่งเป็นการบริหารที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมและเข้าถึงความต้องการของประชาชนอย่างเร่งด่วนโดยอยู่บนพื้นฐานสุจริตและโปร่งใส ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงกลยุทธ์การสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงาน

4. แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร พบว่า การสื่อสารควรมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ โดยคำนึงถึงการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนและการสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่น รวมถึงการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในการสร้างความเข้าใจ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของชุมชน การส่งเสริมความร่วมมือและการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในองค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ส่วนแนวทางการพัฒนากระบวนการสื่อสารภายนอกควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึง โดยใช้ช่องทางที่หลากหลาย ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ เพื่อกระจายข้อมูล การกำหนดประเด็นเนื้อหา ควรเลือกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาอย่างชัดเจน เช่น ความสำคัญและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ รวมถึงการจัดลำดับความสำคัญของนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ส่วนการออกแบบเนื้อหา กำหนดเนื้อหาที่สื่อสารควรมีความชัดเจน ทันท่วงที เข้าใจง่าย และเน้นประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ โดยดำเนินการอย่างมีกลยุทธ์ และสิ่งสำคัญ คือ การประเมินผลที่ใช้วิธีเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ ครอบคลุมในประเด็นการประเมินผลการสื่อสาร เพื่อนำมาพัฒนางานต่อไป ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แสดงแนวทางการพัฒนาการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงาน

## อภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง” สามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังให้ความสำคัญกับการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานต่อประชาชน โดยมุ่งเน้นความโปร่งใส การเข้าถึงข้อมูล และการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, P. & Kotler, N. ที่เสนอว่าการสื่อสารนโยบายในระดับท้องถิ่นควรเน้นการสร้าง ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมจากประชาชน เพื่อเสริมสร้างความชอบธรรมและความไว้วางใจในภาครัฐ (Kotler, P. & Kotler, N., 1999) ส่วนการกำหนดกรอบนโยบายการสื่อสารอย่างชัดเจน สะท้อนถึงการบริหารจัดการการสื่อสารในรูปแบบของ “Strategic Communication Management” ซึ่งเน้นการสื่อสารอย่างเป็นระบบ มีเป้าหมาย มีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยมุ่งหมายให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่เที่ยงตรง ชัดเจน และสามารถตรวจ

2. สอบได้ ซึ่งจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างแท้จริงในการพัฒนาท้องถิ่น (Hallahan, K. et al., 2007) นอกจากนี้ การเลือกใช้สื่อที่หลากหลาย ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์ราชการ เป็นไปตามแนวคิด “Multichannel Communication” ที่ระบุว่า การใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย จะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันทั้งในด้านอายุ การศึกษา และภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการสื่อสารนโยบายในระดับท้องถิ่นที่มีความหลากหลายทางประชากร (McQuail, D., 2010) ในส่วนของการส่งเสริมความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมเริ่มจากการเปิดรับข้อมูล การเข้าใจนโยบาย และต่อยอดไปสู่พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Verba, S. et al. ที่อธิบายว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองต้องเกิดจาก “ทรัพยากร ความสนใจ และการถูกเชื่อเชิญให้มีส่วนร่วม (Resources, Interest, and Recruitment)” การมีช่องทางสื่อสารที่เหมาะสมและเปิดโอกาสให้มีปฏิสัมพันธ์กับภาครัฐจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง (Verba, S. et al., 1995) ในภาพรวมการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง แสดงให้เห็นถึงความตระหนักในบทบาทของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยมีลักษณะของ “Governance Communication” ที่เน้นความโปร่งใส การตรวจสอบได้ และการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน (World Bank, 2007) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างธรรมาภิบาลและความยั่งยืนของการพัฒนาในระดับท้องถิ่น

3. องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังมีการดำเนินการสื่อสารอย่างเป็นระบบ ทั้งในแง่ของผู้ส่งสาร เนื้อหา ช่องทาง และผู้รับสาร โดยเฉพาะบทบาทของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งมีหน้าที่โดยตรงในการถ่ายทอด ข้อมูลนโยบายและผลการดำเนินงานแก่ประชาชนในพื้นที่ การสื่อสารเชิงรุกเพื่อสร้างความเข้าใจและการรับรู้ของประชาชนจึงมีความสำคัญต่อการยอมรับผลงานของผู้นำท้องถิ่น และส่งผลต่อความมั่นคงทางการเมืองของตนเอง ในอนาคต แนวคิดนี้สอดคล้องกับทฤษฎี Lasswell, H. D. Model of Communication ซึ่งกล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสาร ได้แก่ ใคร (Who) กล่าวอะไร (Says What) ผ่านช่องทางใด (In Which Channel) ต่อใคร (To Whom) และได้ผลอย่างไร (With What Effect) โดยในบริบทของการเมืองท้องถิ่น “ใคร” คือ ผู้นำหรือเจ้าหน้าที่ขององค์กรท้องถิ่น ที่ต้องส่งสาร (นโยบายและผลการดำเนินงาน) ผ่านช่องทางที่เหมาะสมให้ถึงประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งจะตัดสินใจจากข้อมูลที่ได้รับ (Lasswell, H. D., 1948) ส่วนลักษณะของสารที่ครอบคลุมทั้งที่มา ความสำคัญ



รายละเอียดของโครงการ และผลลัพธ์ เป็นการจัดวางสารที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อแนวคิดของ Berlo, D. K. SMCR Model ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จของการสื่อสารขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ส่งสาร (Source) การออกแบบสาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และลักษณะของผู้รับสาร (Receiver) ดังนั้น การจัดเนื้อหาให้กระชับ ชัดเจน และสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น เช่น ภาษา วัฒนธรรม และระดับความรู้ของประชาชน ย่อมเพิ่มประสิทธิภาพของการรับรู้และการมีส่วนร่วม (Berlo, D. K., 1960) ในส่วนของช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งภายในและภายนอกองค์กร สะท้อนแนวคิดเรื่อง Integrated Communication ซึ่งมุ่งเน้นการใช้หลายช่องทางอย่างสอดคล้องกันเพื่อเพิ่มการเข้าถึงและการจดจำ โดยเฉพาะการใช้สื่อท้องถิ่นและสื่อสังคมออนไลน์ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวาง และรวดเร็ว ตรงกับแนวคิดของ McNair, B. ที่ชี้ว่าการเมืองสมัยใหม่ต้องใช้ “การสื่อสารทางการเมืองหลายระดับ” เพื่อเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งในรูปแบบที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการรับสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป (McNair, B., 2018) ทั้งนี้ ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นถึงการสื่อสารเชิงโน้มน้าว (Persuasive Communication) ที่มีเป้าหมายในการสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมที่เอื้อต่อผู้ส่งสาร เช่น การลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครที่มีผลงานชัดเจน ซึ่งเชื่อมโยงกับ ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Source Credibility Theory) โดย Metzger, M. J. & Flanagin, A. J. ที่ระบุว่าความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารมีผลต่อการโน้มน้าวใจและการรับรู้ของผู้รับสาร โดยสรุป กระบวนการสื่อสารขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังมีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีทางการสื่อสารหลากหลายมิติ และเน้นการเชื่อมโยงระหว่างผู้นำท้องถิ่นกับประชาชนอย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนและความยั่งยืนของการพัฒนาท้องถิ่น (Metzger, M. J. & Flanagin, A. J., 2020)

4. องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังดำเนินกลยุทธ์การสื่อสารผ่านองค์ประกอบสำคัญ 6 ด้าน สะท้อนให้เห็นถึงการจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการเลือกประเด็นเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับนโยบายสาธารณะ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Grunig, J. E. & Grunig, L. A. ที่กล่าวถึง Excellence Theory ในการสื่อสารองค์กรว่า การสื่อสารที่ดีต้องมาจากการกำหนดนโยบายและการวางแผนกลยุทธ์ร่วมกันในองค์กร โดยคำนึงถึงความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่วนการกำหนดและออกแบบเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และมีความร่วมสมัย เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกลุ่มประชาชนที่มีพื้นฐานทางสังคมแตกต่างกัน (Grunig, J. E. & Grunig, L. A., 2008) แนวคิดนี้สามารถเชื่อมโยงกับ Communication for Development Theory ของ UNESCO, วัชระ มารุ่งเรือง ซึ่งเน้นว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนาต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และคำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม ภาษา และโครงสร้างทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย สำหรับกลยุทธ์การสื่อสารที่คำนึงถึงช่องทางที่หลากหลายและเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม (UNESCO, 2011); (วัชระ มารุ่งเรือง, 2562) ยังสัมพันธ์กับแนวคิด “Participatory Communication” ของ Servaes, J. ที่เห็นว่า ผู้รับสารไม่ควรเป็นเพียงผู้เสพข่าวสารเท่านั้น แต่ควรเป็นผู้มีบทบาทในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เสนอแนวทาง และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจสาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อใหม่อย่างโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นเวทีสำคัญของการสื่อสารทางการเมืองในยุคดิจิทัล ทั้งนี้ สื่อใหม่ (New Media) มีศักยภาพในการกระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และเป็นพื้นที่ของการวิพากษ์วิจารณ์นโยบายภาครัฐ โดยผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะชนชั้นกลางในเมือง มักแสวงหาข้อมูลเชิงลึกมากกว่าการรับสารจากสื่อดั้งเดิมเพียงอย่างเดียว (Servaes, J., 2008) ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Chadwick, A., วัฒนา นนทชิต และกรวิทย์ เกาะกลาง เรื่อง Hybrid Media System ที่อธิบายว่าสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ไม่ได้แยกขาด

จากกัน แต่กลับทำงานร่วมกันในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในระบบการเมืองร่วมสมัย (Chadwick, A., 2013); (วัฒนา นนทชิต และกรวิทย์ เกาะกลาง, 2563) องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง จึงใช้กลยุทธ์การเผยแพร่ผ่านทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายทางวัย การศึกษา และเทคโนโลยี ทั้งนี้ยังต้องตระหนักถึงความเสี่ยงของข้อมูลเท็จหรือบิดเบือน (Misinformation/Disinformation) ซึ่งแพร่กระจายอย่างรวดเร็วในยุคของข้อมูลท่วมท้น (Information Overload) ดังที่ Wardle, C. & Derakhshan, H. ระบุว่า การสื่อสารของภาครัฐควรมีระบบการตรวจสอบและจัดการข้อมูลอย่างรัดกุม เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือขององค์กร ในภาพรวมกลยุทธ์การสื่อสารของ องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง ที่เน้นทั้งด้านเนื้อหา ช่องทาง และการมีส่วนร่วมของประชาชน จึงเป็นการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ยึดหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส และตอบสนองต่อบริบทของสังคมดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ (Wardle, C. & Derakhshan, H., 2017)

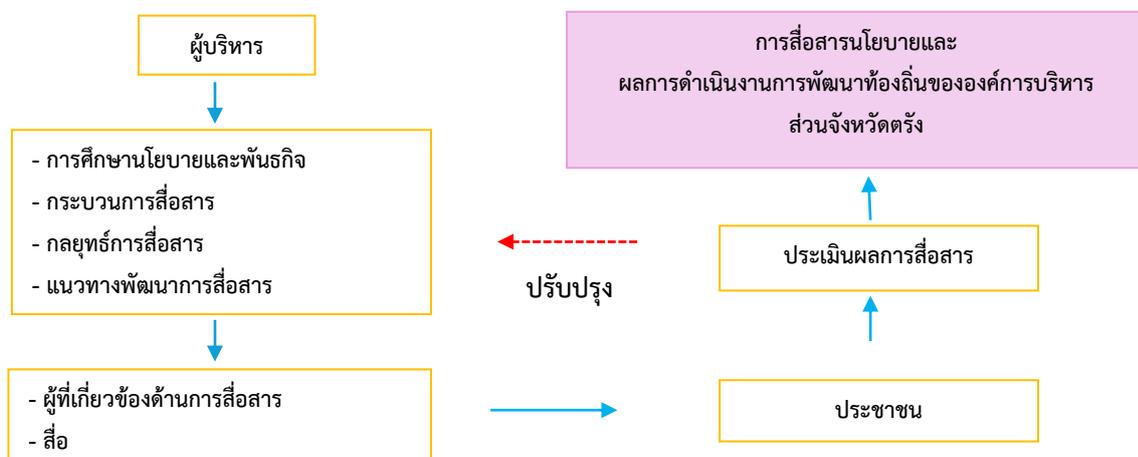
5. แนวทางการพัฒนาการสื่อสารขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง ควรยึดหลักการวางแผนอย่างเป็นระบบ โดยให้ความสำคัญกับการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Mandla, J. R. ที่เน้นว่าการสื่อสารภาครัฐควรมีเป้าหมายชัดเจนในด้านการสร้างความเข้าใจและความตระหนัก เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน การวางเป้าหมายการสื่อสารควรมุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมเชิงรุก และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรเพื่อให้เกิดความสอดคล้องประสานในการส่งสาร (Mandla, J. R., 2006) ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Valentini, C. ที่ระบุว่า การประสานงานและการบริหารจัดการการสื่อสารแบบบูรณาการ (Integrated Strategic Communication) เป็นหัวใจสำคัญในการเสริมสร้างประสิทธิภาพขององค์กรสาธารณะ ในด้านการสื่อสารภายนอก ควรเน้นการใช้ช่องทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะการใช้สื่อใหม่ (New Media) เพื่อเข้าถึงประชาชนในวงกว้าง และตอบสนองพฤติกรรมสื่อสารยุคดิจิทัล (Valentini, C., 2021) ในขณะที่งานของ Jenkins, H. et al. เสนอแนวคิด “Spreadable Media” ว่าเนื้อหาที่ประชาชนสามารถเข้าใจง่าย และมีคุณค่าสำหรับการแบ่งปัน จะช่วยเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลและการมีส่วนร่วมในเชิงสังคมได้มากขึ้น ส่วนการกำหนดประเด็นเนื้อหาสื่อสารควรมีความสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาอย่างชัดเจน โดยควรแสดงถึงความสำคัญและผลประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ (Jenkins, H. et al., 2018) ซึ่งสะท้อนตามแนวทางของ Kim, S. & Krishna, A., อรรถัย ก๊กผล ที่ชี้ให้เห็นว่า ความชัดเจนในสาร การใช้ภาษาที่เข้าถึงง่าย และการสื่อถึงประโยชน์ของนโยบาย เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประชาชนเกิดความไว้วางใจและการตอบสนองเชิงบวก ดังนั้น การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังควรเป็นกระบวนการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Process) มีความโปร่งใส (Transparency) และเชื่อมโยงกับนโยบายสาธารณะที่มีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ของประชาชน (Kim, S. & Krishna, A., 2022); (อรรถัย ก๊กผล, 2546)

6. ผลการวิจัยการสื่อสารในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชี้ว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นมีปัจจัยสำคัญหลายประการ เช่น การมีส่วนร่วมของประชาชน การใช้สื่อที่หลากหลาย (สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อดิจิทัล) และการคำนึงถึงทัศนคติ ทักษะ ความรู้ และสถานภาพทางสังคมของผู้สื่อสารและผู้รับสาร ปัญหาที่พบมักเกิดจากเนื้อหาสารที่ขาดการจัดลำดับที่ดี การนำเสนอที่ไม่เหมาะสม หรือการเลือกใช้ช่องทางสื่อสารที่ไม่ตรงกับสารและผู้รับสาร คณะผู้บริหารได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร สื่อที่ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น ประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อดิจิทัล ปัญหาอุปสรรค (สุรพล พรหมกุล, 2566) การสื่อสารจะต้องเน้นการสร้าง

ความรู้ความเข้าใจ เพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วม และความร่วมมือ ของประชาชนในการแก้ไขปัญหาและกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชน เพื่อพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ มีองค์ประกอบย่อยที่ชัดเจนทั้งในส่วนของผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร ทำให้การพัฒนาไม่หยุดนิ่ง (เจริญเนตร แสงดวงแข, 2563)

## องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตราบังในมิติต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ 4 ประการ ได้แก่ การศึกษา นโยบายและพันธกิจ กระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และแนวทางพัฒนาการสื่อสาร ผลการศึกษาเชิงองค์ความรู้ พบว่า ด้านนโยบายและพันธกิจ องค์การบริหารส่วนจังหวัดตราบังมีการกำหนดวิสัยทัศน์และภารกิจที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดและแผนพัฒนาประเทศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน คุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจฐานราก ส่วนด้านกระบวนการสื่อสาร ใช้ทั้งการสื่อสารโดยตรง เวทีประชาคม การประชุม และการลงพื้นที่ และการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนและสื่อดิจิทัล เพื่อให้ข้อมูลนโยบายและรายงานความก้าวหน้าสู่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง เน้นความโปร่งใสและการมีส่วนร่วม สำหรับด้านกลยุทธ์การสื่อสาร องค์การฯ ใช้การวางแผนเชิงรุกผสมผสานสื่อหลายรูปแบบสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่น่าเชื่อถือ และใช้การสื่อสารเชิงโน้มน้าวเพื่อสร้างการยอมรับและความร่วมมือจากประชาชน โดยมีแนวทางพัฒนาอย่างมีระบบ พัฒนาทักษะการสื่อสารของบุคลากร สร้างเครือข่ายสื่อสารในชุมชน และประเมินผลการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการพัฒนาท้องถิ่น และในปัจจุบันไม่ได้จำกัดอยู่แค่การประชาสัมพันธ์ แต่ได้ขยายขอบเขตไปสู่ “การเปลี่ยนผ่านสู่ท้องถิ่นดิจิทัล” (Digital Transformation) และ การใช้การสื่อสารเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะและการสร้างความโปร่งใส องค์การบริหารส่วนจังหวัดตราบังต้องเปลี่ยนจากช่องทางการสื่อสารแบบดั้งเดิมไปสู่การใช้สื่อดิจิทัลและสังคมออนไลน์ ในการถ่ายทอดนโยบายและให้บริการแก่ประชาชน เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว และเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา การสื่อสารต้องมุ่งเน้นการสร้างและประชาสัมพันธ์ บริการสาธารณะในรูปแบบดิจิทัล การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องเกิดจากการสนับสนุนของ ภาวะผู้นำ และการมี ทักษะของบุคลากร ที่เพียงพอ รวมถึงการเปิดโอกาสให้ ประชาชนมีส่วนร่วมและยอมรับ



ภาพที่ 5 แสดงองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

## สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง” มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารกับประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ด้านหลัก ได้แก่ 1) นโยบายและพันธกิจ พบว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังให้ความสำคัญกับการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และความโปร่งใสของประชาชนต่อการดำเนินงานพัฒนาท้องถิ่น โดยกำหนดนโยบายการสื่อสารอย่างชัดเจน มุ่งเน้นการเข้าถึงข้อมูลของประชาชนทุกกลุ่มผ่านสื่อที่หลากหลาย และดำเนินการสื่อสารด้วยความเป็นมืออาชีพ เพื่อสร้างความไว้วางใจและความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง การที่ประชาชนมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผน ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของนโยบายส่งผลให้เกิดความร่วมมือและการยอมรับในการปฏิบัติตามนโยบายได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะนโยบายที่ต้องมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลง 2) กระบวนการสื่อสาร พบว่า กระบวนการสื่อสารขององค์กรครอบคลุมองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง ผู้รับสาร และผลลัพธ์ของการสื่อสาร โดยประชาชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง สามารถมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ส่งเสริมการสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในองค์กร ประชาชนเข้าร่วมในเวทีต่าง ๆ เช่น การประชุมประชาคมท้องถิ่น เพื่อเสนอความคิดเห็นและวิเคราะห์ปัญหาในพื้นที่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำไปใช้เป็นการกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาท้องถิ่น โดยเฉพาะกลุ่มผู้นำชุมชน มีบทบาทในการแปลข้อความนโยบายจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง ให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายและสอดคล้องกับบริบทของแต่ละชุมชนย่อย ก่อนที่จะสื่อสารต่อในระดับครัวเรือน 3) กลยุทธ์การสื่อสาร พบว่า กลยุทธ์การสื่อสาร ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก คือ การกำหนดเนื้อหา การออกแบบ การผลิตสื่อ การเผยแพร่ การสร้างเครือข่าย และการจัดการองค์กร โดยมี การประสานงานทั้งภายในและภายนอกเพื่อความคล่องตัวในการสื่อสาร กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพช่วยให้การสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้น และ 4) แนวทางการพัฒนา เมื่อนโยบายถูกนำไปปฏิบัติแล้ว ประชาชนจะทำหน้าที่ให้ข้อเสนอแนะ และร้องเรียน เมื่อพบปัญหาหรือข้อบกพร่อง ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบย้อนกลับที่จำเป็นต่อการปรับปรุงนโยบาย เสนอให้มีการวางแผนการสื่อสารอย่างเป็นระบบ มีเป้าหมายชัดเจน เนื้อหาสื่อสารควรชัดเจน เข้าใจง่าย และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน พร้อมใช้ช่องทางหลากหลายเพื่อเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างครอบคลุม การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพคือ กุญแจสำคัญในการส่งเสริมความเข้าใจ ความไว้วางใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น ส่วนข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ประกอบด้วย 1) กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ควรมีนโยบายในการจัดทำคู่มือปฏิบัติการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด เพื่อให้มีการยกระดับการสื่อสารองค์กร ที่ประกอบด้วย สารระสำคัญ ได้แก่ แนวคิดการสื่อสาร ทิศทางการสื่อสาร จุดมุ่งหมายการสื่อสาร นโยบายการสื่อสาร พันธกิจการสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร รวมทั้งแนวทางการพัฒนาการสื่อสารขององค์การบริหารส่วนจังหวัดให้มีมาตรฐาน และ 2) ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง ควรกำหนดนโยบายการดำเนินการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อให้องค์กรเป็นองค์กรที่เป็นเลิศทางการสื่อสารที่มุ่งเน้นการดำเนินงานการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น มุ่งสร้างความเข้าใจและความไว้วางใจในโครงการพัฒนาจังหวัด และส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากประชาชนและภาคีเครือข่ายในการพัฒนาท้องถิ่น ส่วนข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ประกอบด้วย 1) องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังนำแนวทางการพัฒนา

การสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านนโยบายและพันธกิจ ด้านกระบวนการสื่อสาร และด้านกลยุทธ์การสื่อสารไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ รวมทั้งจัดการความรู้จากงานวิจัยในการยกระดับการเรียนรู้ร่วมกันในองค์กร 2) องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังมุ่งเน้นรักษาระดับการปฏิบัติงาน พัฒนาการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานให้คงมาตรฐานที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งปรับตัวองค์กรให้เป็นองค์การสื่อสารแบบอัจฉริยะมุ่งนำนวัตกรรมสื่อสารมาใช้ในการสื่อสารองค์กรในภาพรวม และ 3) องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังมุ่งเน้นถอดบทเรียนการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรโดยให้มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานต่อไป และ 4) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจประมาณและการติดตามการใช้จ่าย เป็นการส่งเสริม ธรรมภิบาล และความโปร่งใสขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง ทำให้การทำงานตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างตรงจุดมากขึ้น สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ประกอบด้วย 1) ควรมีการศึกษาวิจัยการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานโดยการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษาในอนาคตเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ไม่สามารถเข้าถึงได้ด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยขยายพื้นที่ศึกษาออกไปให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ทุกอำเภอของจังหวัด 2) การวิจัยในครั้งต่อไป ควรกำหนดพื้นที่ในการวิจัยให้มีความหลากหลาย เนื่องจากแต่ละแต่ละจังหวัดมีความแตกต่างกัน ควรศึกษาใน 4 ภูมิภาค กล่าวคือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ และศึกษาใช้เชิงเปรียบเทียบแต่ละพื้นที่ และ 3) การวิจัยในครั้งต่อไป ควรกำหนดประเด็นการศึกษาเพิ่มขึ้นทางด้านกลยุทธ์การใช้ผู้ทรงอิทธิพลในสื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด รวมทั้งศึกษาประเด็นกลยุทธ์การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารนโยบายและผลการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด

## เอกสารอ้างอิง

- เจริญเนตร แสงดวงแข. (2563). ผลลัพธ์การสร้างนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนตำบลหัวเขา. สงขลา: วารสารศาสตร์.
- วัชระ มารุ่งเรือง. (2562). พัฒนาการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพด้วยการพัฒนาคน. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัฒนา นนทชิต และกรวิทย์ เกาะกลาง. (2563). การสื่อสารทางการเมืองท้องถิ่นยุคดิจิทัลในการส่งเสริมพฤติกรรม การมีส่วนร่วมทางการเมืองท้องถิ่นของคนรุ่นใหม่ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. นครพนม: มหาวิทยาลัยนครพนม.
- วีระศักดิ์ เครือเทพ. (2548). นวัตกรรมสร้างสรรค์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี. (2542). พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542. เรียกใช้เมื่อ 13 ตุลาคม 2568 จาก [https://www.opm.go.th/opmportal/multimedia/panidapa/File/OPM%20Law/8\\_OPMLA\\_W\\_2\\_\\_2542.pdf](https://www.opm.go.th/opmportal/multimedia/panidapa/File/OPM%20Law/8_OPMLA_W_2__2542.pdf)
- สุรพล พรหมกุล. (2566). การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น.

- อรรถัย กักผล. (2546). Best practices ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความเป็นเลิศด้านความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของประชาชน. นนทบุรี: วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า.
- Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*. Holt, Rinehart and Winston. California: Scientific Research Publishing.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford: Oxford University Press.
- Cornelissen, J. P. (2020). *Corporate communication A guide to theory and practice*. California: SAGE Publication.
- Grunig, J. E. & Grunig, L. A. (2008). Excellence theory in public relations: Past, present, and future. In E. L. Toth (Ed.), *The future of excellence in public relations and communication management: Challenges for the next generation* (pp. 327-347). College Park: University of Maryland.
- Hallahan, K. et al. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3-35.
- Jenkins, H. et al. (2018). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. (2nd ed.). New York: NYU Press.
- Kim, S. & Krishna, A. (2022). Communicating public policy effectively: Exploring the role of clarity and citizen engagement in government messaging. *Journal of Public Affairs*, 22(3), e2731. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/02614367.2024.2328093>.
- Kotler, P. & Kotler, N. (1999). Political marketing: Generating effective candidates, campaigns, and causes. In B. I. Newman (Ed.), *Handbook of political marketing* (pp. 3-18). California: SAGE Publications.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37-51). California: SAGE Publications.
- Mandla, J. R. (2006). *The Coverage of industrial action by the mail & guardian, 1999 - 2004*. Johannesburg: University of the Witwatersrand.
- McNair, B. (2018). *An introduction to political communication*. (6th ed.). Oxfordshire: Routledge.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. (6th ed.). California: SAGE Publications.
- Metzger, M. J. & Flanagin, A. J. (2020). *Digital media, credibility, and trust*. Oxford: Oxford University Press.
- Servaes, J. (2008). *Communication for development and social change*. California: SAGE Publications.
- Sunaryo, W. et al. (2023). The role of social media service quality and public relation on organization image. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 405-410.
- UNESCO. (2011). *Media development indicators: A framework for assessing media development*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

- Valentini, C. (2021). Public sector communication: Closing gaps between research and practice. *Journal of Communication Management*, 25(2), 103-115.
- Verba, S. et al. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe.
- Wiesenfeld, B. M. et al. (1999). Communication patterns as determinants of organizational identification in a virtual organization. *Organization science*, 10(6), 777-790.
- World Bank. (2007). *Communication for governance and accountability program (Comm GAP): Framework for action 2007 - 2009*. Washington: World Bank.