



การจัดการการสื่อสารในการรณรงค์การจัดการขยะของเทศบาลตำบล ในจังหวัดพัทลุง

Management of communications for waste management campaigns of sub-district
municipalities in Phatthalung Province

พนม อินทร์ศรี .หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์.สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Phanom insri. Master of Communication Art, School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat University.

Titipat lamnirun. School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat University.

e-mail : phanom.stou@hotmail.com, titipat.iam@stou.ac.th

Received: 9 August 2024; Revised: 13 August 2024; Accepted: 7 November 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเทศบาลตำบลที่ได้รับรางวัลด้านการจัดการขยะในจังหวัดพัทลุง ในประเด็นการรณรงค์การจัดการการสื่อสารเกี่ยวกับ 1) แผน นโยบายในการรณรงค์ทางสื่อสาร 2) วิธีการรณรงค์การสื่อสาร 3) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ 4) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นกลุ่มที่มีบทบาทรับผิดชอบในการจัดการขยะของเทศบาลตำบล ได้แก่ นายกเทศมนตรี ปลัดเทศบาล นักวิชาการที่รับผิดชอบสาธารณสุขสิ่งแวดล้อม เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน หัวหน้าฝ่ายอำนวยการและพนักงานจำนวนรวม 18 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัยพบว่า 1) ทุกเทศบาลตำบลมีแผน นโยบาย ในการรณรงค์การจัดการขยะ และแตกต่างกันตามแนวคิดของนายกเทศมนตรี แต่ขาดแผนการจัดการการสื่อสารในรณรงค์การจัดการขยะที่ชัดเจน 2) การรณรงค์การสื่อสารในปัจจุบันเป็นการจัดโครงสร้างและการเผยแพร่กิจกรรมการสื่อสารในสำนักปลัดเทศบาลด้วยวิธีที่น่าสนใจด้วยการมีสวัสดิการให้กับสมาชิกที่ฝากขยะกับธนาคารขยะ ครั้วเรือนที่แยกขยะจะได้ราคาแพงและไม่เสียค่าเก็บขยะ มีของแจกเวลาทำกิจกรรม ขยะอันตรายแลกไข่ และสร้างความรู้ ความเข้าใจ ด้วยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลทำความเข้าใจ รับฟังปัญหา และจัดอบรมให้ความรู้ประเภท วิธีการจัดการ ทำสิ่งประดิษฐ์จากขยะ เปิดเพลงประจำของเทศบาลเวลาเข้าไปเก็บขยะ วิธีการเคาะประตูบ้าน และให้เด็กเยาวชนชักชวนเล่าเรื่องการจัดการขยะ 3) ปัจจัยความสำเร็จเกิดจากความต่อเนื่องในการทำงานในพื้นที่ของเจ้าหน้าที่ มีภาคีเครือข่าย และการเลือกกลุ่มเป้าหมายการดำเนินงาน 4) ปัญหาของทุกเทศบาล คือ การคัดแยกขยะ อุปสรรคคือ กลุ่มต่อต้านซึ่งมีการโต้แย้งว่าการจัดการขยะเป็นของเทศบาล ไม่ใช่หน้าที่ของชาวบ้าน ทั้งนี้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการรณรงค์การจัดการขยะของเทศบาล ได้แก่ (1) ต้องทำแผนและงบประมาณในการจัดทำแผนและดำเนินการรณรงค์การสื่อสาร (2) เจ้าหน้าที่ต้องสื่อสารด้วยการลงพื้นที่กระตุ้นชุมชนบ่อย ๆ (3) ต้องสื่อสารโดยหากกลุ่มแกนนำในชุมชนให้ได้ (4) สร้างธรรมเนียมชุมชนและดำเนินการจัดการการสื่อสารด้วยการรณรงค์การสื่อสารเอง (5) ต้องสื่อสารเพื่อการปรับทัศนคติประชาชน ให้คนเห็นความสำคัญของการจัดการขยะ

คำสำคัญ: การจัดการการสื่อสาร, การรณรงค์การสื่อสาร, การจัดการขยะ, เทศบาลตำบลจังหวัดพัทลุง

Abstract

The objectives of this research were to study the sub-district municipalities that have received awards for waste management in Phatthalung province, focusing on the issue of campaign management and communication in terms of 1) plans and policies for communication management; 2) methods of communication in the campaigns; 3) factors of success; and 4) problems, obstacles and recommendations.

This was a qualitative research using in-depth interviews for data collection. The key informants were people involved in waste management at 5 sub-district municipalities, including mayors, municipal permanent secretaries, academics in charge of environmental public health, policy and planning analysts, heads of the directorate office, and personnel, with people coming from each sub-district municipalities, for a total of 18. The research tool was a semi-structured interview form. Data were analyzed by drawing conclusions.

The results showed that 1) every sub-district municipality had a plan and policy of holding a waste management campaign, but they differed depending on the concepts of the mayors. However, they did not have clearly stated campaign communications management plans. 2) The campaign communications were structured and the communications activities were delegated from the office of the permanent secretary of the sub-district municipality. They employed methods to persuade citizens to participate by offering benefits to people who brought their waste to the waste bank, offering high prices for recyclables, waiving rubbish collection fees for those who recycled, giving out free gifts at activities, exchanging eggs for hazardous waste, building understanding by making community visits, collecting information, listening to residents' problems, holding training sessions to educate people on different types of recyclable waste and waste management methods, making art projects out of waste materials, playing music at rubbish collection time, visiting door-to-door, and supporting local youth in staging puppet shows about waste management. 3) The factors of success were continuity and frequency of visits to the communities by personnel, having a network of allies, and choosing the right target groups. 4) The problem faced by every sub-district municipality was trash separation. The major obstacle was opposition from citizens who felt that waste management should be the responsibility of the municipality, and not a burden for residents. Policy recommendations are (a) a budget should be set aside for campaign operations and for making a proper campaign communications plan; (b) personnel should go and visit people in communities often to remind them of the importance of waste management; (c) the actual community leaders in each community should be identified and recruited to help; (d) communities should write community constitutions and be involved in the campaign communications; (e) communications should focus on changing people's attitudes.

Keywords: communications management, communications campaign, waste management, Phatthalung Province

บทนำ

กรมควบคุมมลพิษ (2562) กล่าวถึง สถานการณ์การเกิดขยะมูลฝอยชุมชนในปี 2561 จะเพิ่มขึ้น แต่การจัดการขยะมูลฝอยโดยการคัดแยกที่ต้นทางและการกำจัดอย่างถูกต้องมีแนวโน้มดีขึ้นเช่นกัน โดยในปี 2561 มีปริมาณขยะมูลฝอยเกิดขึ้นประมาณ 27.8 ล้านตัน เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2560 มีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.64 เนื่องจากการขยายตัวของชุมชนเมือง และการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตจากสังคมเกษตรกรรมสู่สังคมเมือง ขยะมูลฝอยถูกนำกลับไปใช้ประโยชน์ 9.58 ล้านตัน (ร้อยละ 34) เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 13 ส่วนใหญ่เป็นการใช้ประโยชน์จากขยะรีไซเคิลและทำปุ๋ยอินทรีย์ ขยะมูลฝอยชุมชนอีกจำนวน 10.88 ล้านตัน (ร้อยละ 39) ถูกกำจัดอย่างถูกต้อง ส่วนที่เหลือเป็นขยะที่ถูกจัดอย่างไม่ถูกต้องประมาณ 7.36 ล้านตัน (ร้อยละ 27) ทั้งนี้ แนวโน้มการจัดการขยะที่ดีขึ้นเป็นผลมาจากนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งสู่การเป็นสังคมปลอดขยะ (Zero Waste Society) บนแนวคิด 3R – ประชาธิปไตย มุ่งเน้นการจัดการขยะมูลฝอย ณ ต้นทาง โดยการมีส่วนร่วมของภาครัฐและประชาชน การจัดการขยะมูลฝอยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหลายพื้นที่ยังไม่มีเก็บรวบรวมขยะมูลฝอยเพื่อส่งไปกำจัดอย่างถูกต้อง

การกำจัดขยะต้องมีการประสานงานโดยการสื่อสารมีบทบาทหลักด้านภารกิจพื้นฐานขององค์กรตั้งแต่การวางแผนงาน การจัดระบบการทำงาน การประสานงาน การควบคุม การจัดทำงบประมาณการจัดวางกำลังคน และการติดตามประเมินผล และการสื่อสารที่ดีขององค์กรสามารถช่วยจัดข้อมูลข่าวสารที่สร้างความสับสนและตัดต้นตอของข่าวลือที่บั่นทอนเสถียรภาพขององค์กรได้ การสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารผ่านการประชุมต่าง ๆ จัดเป็นกุญแจสำคัญของสัมฤทธิ์ผลในการดำเนินงานขององค์กร (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, 5)

ถึงแม้ว่าในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ จะประสบปัญหาการกำจัดขยะ แต่จังหวัดพัทลุง ยังมีเทศบาลตำบลที่ประสบผลสำเร็จตามเกณฑ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดพัทลุง การจัดการปัญหาดังกล่าวหลายแห่งโดยเป็นเทศบาลที่ไม่มีถังขยะ วางหน้าบ้านและริมถนน ได้แก่ 1) เทศบาลตำบลโคกม่วง 2) เทศบาลตำบลป่าบอน 3) เทศบาลตำบลเขาหัวช้าง 4) เทศบาลตำบลนาท่อม และ 5) เทศบาลตำบลดอนประดู่

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่า เทศบาลตำบลในจังหวัดพัทลุงที่ได้รับรางวัลเหล่านี้ มีการจัดการการสื่อสารในการรณรงค์การจัดการขยะอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแผน นโยบายการรณรงค์การสื่อสารเพื่อจัดการขยะของเทศบาลตำบลในจังหวัดพัทลุง
2. เพื่อศึกษาวิธีการรณรงค์การสื่อสารในการจัดการขยะของเทศบาลตำบลในจังหวัดพัทลุง
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการสื่อสารในการรณรงค์การจัดการขยะของเทศบาลตำบลในจังหวัดพัทลุง
4. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ การจัดการการสื่อสารในการรณรงค์การจัดการขยะของเทศบาลตำบลในจังหวัดพัทลุง

แนวคิดการจัดการการสื่อสาร

การจัดการการสื่อสาร คือ กระบวนการวางแผนและดำเนินการเพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสื่อสารอย่างถูกต้องและชัดเจน โดยที่ สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร และ อรรถพร กงวิไล (2550) กำหนดความหมายของการจัดการการสื่อสารว่าเป็นการวางแผนและปรับปรุงการสื่อสารทุกรูปแบบอย่างเป็นระบบ

ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2547) เน้นย้ำความสำคัญของ “คน” หรือ “สาธารณชน” ในกระบวนการสื่อสาร โดยอ้างอิงความหมายของสาธารณชนจาก Ronald D. Smith ที่ระบุว่า สาธารณชนเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะเฉพาะและมีความสนใจร่วมกัน โดยที่เป้าหมายหลักของการจัดการการสื่อสาร คือ 1) การสร้างความเข้าใจ 2) บรรลุเป้าหมายขององค์กร และ 3) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี การจัดการการสื่อสาร จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญในการดำเนินงานขององค์กรหรือบุคคล โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและบรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้

รูปแบบการสื่อสารในการจัดการ (Modes Of Communication Management)

ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2547) ได้นำเสนอแนวคิดที่น่าสนใจเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการการสื่อสาร ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบหลัก ที่สะท้อนให้เห็นถึงนโยบายและทัศนคติที่แตกต่างกันขององค์กรในการสื่อสารกับสาธารณชน

1. **รูปแบบการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication)** เป็นวิธีการสื่อสารที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล โดยอาศัยหลักการทางจิตวิทยาต่าง ๆ ได้แก่ 1) หลักการ KAP เน้นการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม 2) หลักการ AIDA เน้นการสร้าง ความตระหนัก สนใจ ประารถนา และกระตุ้นให้เกิดการกระทำ โดยเป้าหมายสูงสุดคือการให้บุคคลยอมรับและปฏิบัติตามสิ่งที่องค์กรต้องการ โดยมุ่งเน้นประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย หรือที่เรียกว่า หลักการชนะร่วม (win-win)

2. **รูปแบบการสร้าง ความเข้าใจร่วมกัน (Mutual Understanding Communication)** เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เน้นการสร้าง ความเข้าใจระหว่างองค์กรและสาธารณชน ซึ่งการสื่อสารสองทางอย่างสมดุลระหว่างองค์กรและสาธารณชนกลุ่มต่าง ๆ เป็นสิ่งที่สำคัญ โดยองค์กรจำเป็นต้องดำเนินการบนพื้นฐานของการสร้างความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding) และการเคารพยกย่องกัน (shared respect) ในหมู่สาธารณชน

ปาริชาต สถาปิตานนท์ ให้ความสำคัญกับ กระบวนการวางแผน มากกว่าการบังคับให้คนทำงานในแผนการสื่อสาร โดยเน้นย้ำว่าการวางแผนที่ดีจะช่วยให้สมาชิกในองค์กรเข้าใจสถานการณ์ และร่วมกันดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาหรือบรรลุเป้าหมาย ซึ่งมีขั้นตอนแรกของการวางแผน

1. การกำหนดประเด็นปัญหา ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก

1) ประเด็นปัญหาเชิงจัดการ เกี่ยวข้องกับปัญหาภายในองค์กร เช่น ปัญหาลักษณะของอุปสรรค ปัญหาลักษณะของวิกฤติการณ์ ปัญหาในลักษณะของโอกาส

2) ประเด็นปัญหาเชิงสื่อสาร เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสาร เช่น การสื่อสารข้อมูลไม่ชัดเจน การขาดการมีส่วนร่วมของบุคลากร หรือภาพลักษณ์องค์กรที่เสียหาย

การวิเคราะห์ประเด็นปัญหา จะช่วยให้เห็นภาพรวมของสถานการณ์และกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์และกิจกรรมการสื่อสารที่เหมาะสม

2. การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์

1) เป้าหมายต้องสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ภารกิจ และโครงสร้างองค์กร

2) สภาวะแวดล้อมภายนอก ปัจจัยภายนอก เช่น นโยบายรัฐ เศรษฐกิจ และสังคม

3) จุดยืน ภาพลักษณ์และความแตกต่างขององค์กรเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก

1) คุณลักษณะทางประชากร แบ่งกลุ่มตามเพศ อายุ อาชีพ ฯลฯ

2) กลุ่มเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ เป็นการพิจารณากลุ่มบุคคลอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรง หรือโดยอ้อมกับองค์กร ได้แก่

- กลุ่มคนกลาง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายหลัก

- กลุ่มผู้นำทางความคิด บุคคลที่เป็นแบบอย่างและมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของผู้อื่น

การจัดการการสื่อสารเป็นกระบวนการที่สำคัญสำหรับองค์กรทุกประเภท การเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมจะช่วยให้องค์กรสื่อสารกับสาธารณชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมาย และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์โดยใช้เครื่องมือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล จากเทศบาลตำบลในจังหวัดพัทลุงที่ได้รับรางวัลจากหน่วยงานต่าง ๆ จำนวน 5 เทศบาล ได้แก่ (1) เทศบาลตำบลโคกม่วง (2) เทศบาลตำบลป่าบอน (3) เทศบาลตำบลเขาหัวช้าง (4) เทศบาลตำบลนาท่อม (5) เทศบาลตำบลดอนประดู่ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักมีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร นายกเทศมนตรีหรือเลขานายกเทศมนตรี ตำแหน่งปลัดเทศบาล ตำแหน่งเจ้าหน้าที่สาธารณสุขสิ่งแวดล้อม และตำแหน่งอื่น ๆ ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติการ ลงพื้นที่ดำเนินการในการสื่อสารและรับผิดชอบเรื่องการจัดการขยะ รวมทั้งสิ้น 18 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการพรรณนาเนื้อหาอย่างเป็นระบบตามประเด็นเนื้อหาที่ศึกษา แบ่งแยกกลุ่มเนื้อหาตัวแปรตามวัตถุประสงค์วิจัย คัดสรรข้อมูลที่ต้องการ และตัดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อนำไปสู่ข้อสรุป

ผลการวิจัย

1. ลักษณะของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยนี้คือ กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลในจังหวัดพัทลุง ประกอบด้วยนายกเทศมนตรี ปลัดเทศบาล เลขานายกเทศมนตรี และนักวิชาการที่รับผิดชอบด้านสาธารณสุขสิ่งแวดล้อม อายุเฉลี่ยของนายกเทศมนตรีอยู่ที่ประมาณ 57 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาโทและมีประสบการณ์การจัดการขยะเฉลี่ย 12 ปี การศึกษาหาความรู้ด้านการรณรงค์การจัดการขยะส่วนใหญ่เกิดจากการดูวิดีโอใน YouTube เนื่องจากสะดวกและเข้าใจง่าย

ในส่วนของปลัดเทศบาลซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุเฉลี่ย 52 ปี และประสบการณ์เฉลี่ย 11 ปี กลุ่มนี้มักศึกษาหาความรู้ผ่านเว็บไซต์และ YouTube เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ นักวิชาการสาธารณสุขสิ่งแวดล้อมที่ทำงานในเทศบาลตำบลต่าง ๆ อายุเฉลี่ย 43 ปี โดยมีประสบการณ์เฉลี่ย 7 ปี พวกเขาศึกษาหาความรู้จากการอบรมและลงพื้นที่เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนเป็นหลัก

เจ้าหน้าที่แผนและนโยบาย รวมถึงฝ่ายอำนวยการ มีอายุเฉลี่ยประมาณ 45 ปี และมีประสบการณ์ในการจัดการขยะเฉลี่ย 8 ปี ศึกษาหาความรู้ผ่านการศึกษาดูงานและการใช้สื่อออนไลน์ โดยบทบาทของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดนี้มีส่วนสำคัญในการกำหนดวิธีการและกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อจัดการขยะของเทศบาล

2. การจัดการการสื่อสาร ด้านแผนนโยบายการรณรงค์การสื่อสารในการจัดการขยะของเทศบาลตำบลในจังหวัดพัทลุง

การจัดการการสื่อสารในเทศบาลตำบลต่าง ๆ ที่เข้าร่วมการศึกษามีความแตกต่างกันไปตาม แนวคิดของนายกเทศมนตรีและบริบทของชุมชนในแต่ละพื้นที่ แม้ว่าจะมีแผนและนโยบายในการรณรงค์จัดการขยะ แต่สิ่งที่พบในทุกเทศบาลคือต่างขาดการจัดทำแผนการสื่อสารที่ชัดเจนและเป็นระบบ ทำให้การสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่เทศบาลและประชาชนไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ

1. ขาดแผนการจัดการสื่อสารที่ชัดเจนและเป็นระบบ แม้ทุกเทศบาลจะมีการวางแผนและนโยบายเกี่ยวกับการจัดการขยะ แต่การจัดการการสื่อสารนั้นยังไม่เป็นรูปธรรม ขาดการวางแผนการสื่อสารที่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ นักเรียน หรือกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ที่ควรได้รับการสื่อสารที่เหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มนั้น ๆ สิ่งที่ขาดหายไปคือการเชื่อมโยงการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เข้ากับเป้าหมายหลักของการจัดการขยะ นอกจากนี้ การสื่อสารมักจะเน้นไปที่การอบรมและการเผยแพร่ข้อมูลพื้นฐานมากกว่าการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

2. ความไม่ต่อเนื่องในการดำเนินงานและการขาดการสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายใน ปัญหาที่พบในเทศบาลหลายแห่งคือ การขาดความต่อเนื่องในการดำเนินการ การสื่อสารภายในเทศบาลเอง เช่น ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ หรือระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้นำชุมชน ยังขาดประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การสื่อสารระหว่างเทศบาลกับชาวบ้านยังไม่สามารถสร้างความเชื่อมโยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารที่กระจายอย่างไม่สม่ำเสมอทำให้ข้อมูลไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตามที่ควร

3. การขาดการปรับใช้สื่อที่ทันสมัยและการสื่อสารที่หลากหลาย การใช้สื่อที่ไม่ทันสมัยและไม่มีหลากหลายหลายส่งผลให้เทศบาลหลายแห่งไม่สามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในเรื่องการจัดการขยะได้อย่างเต็มที่ สื่อที่ใช้ส่วนใหญ่ยังคงเป็นสื่อดั้งเดิม เช่น หอกระจายข่าว ป้ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งอาจไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายในยุคปัจจุบัน การนำสื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารจะช่วยเพิ่มการเข้าถึงและกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้มากขึ้น

3. การรณรงค์การสื่อสารในการจัดการขยะ

การสื่อสารในการรณรงค์เพื่อจัดการขยะในเทศบาลต่าง ๆ มีวิธีการและการเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม หลายเทศบาลยังคงพึ่งพาการสื่อสารในรูปแบบดั้งเดิมที่อาจไม่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนยุคใหม่ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน

1. การสื่อสารผ่านสื่อบุคคลและสื่อดั้งเดิมยังเป็นแกนหลัก เทศบาลส่วนใหญ่ยังใช้สื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่เทศบาล ผู้นำชุมชน หรือครูในโรงเรียน ในการกระจายข้อมูลและให้ความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกและจัดการขยะ วิธีการเหล่านี้มักประกอบด้วย การลงพื้นที่ การจัดอบรม และการเผยแพร่ข้อมูลผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ หรือหอกระจายข่าว สิ่งที่ได้พบได้บ่อยคือ การใช้ป้ายโฆษณาและแผ่นพับ เพื่อสร้างความตระหนักรู้และจูงใจประชาชนในการคัดแยกขยะ ซึ่งวิธีการนี้สามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่ขาดการกระตุ้นพฤติกรรมในระยะยาว

2. การสร้างแรงจูงใจผ่านกิจกรรมชุมชน หลายเทศบาลเลือกใช้การสร้างแรงจูงใจ เช่น การแจกของรางวัล การยกเว้นค่าธรรมเนียมสำหรับครัวเรือนที่แยกขยะ หรือการแลกเปลี่ยนขยะอันตรายกับสิ่งของจำเป็น เช่น ไข่หรือของใช้ประจำวัน กิจกรรมเหล่านี้มีผลเชิงบวกในระดับหนึ่ง แต่ขาดการติดตามผลที่ทำให้ชุมชนเกิดการปรับตัวในระยะยาว การกระจายของรางวัลหรือสิ่งของเพื่อจูงใจอาจทำให้ประชาชนเห็นผลประโยชน์ระยะสั้น แต่ยังขาดแรงผลักดันในการสร้างจิตสำนึกที่แท้จริงในการจัดการขยะ

3. การสื่อสารเชิงรุกและการใช้สื่อไม่ทันสมัย การลงพื้นที่เพื่อทำความเข้าใจกับประชาชน และการสื่อสารเชิงรุกเป็นวิธีที่หลายเทศบาลเริ่มนำมาใช้ แต่ยังไม่แพร่หลายนัก บางเทศบาลใช้การเปิดเพลงขณะรถขยะเข้ามาในพื้นที่ชุมชน หรือการเคาะประตูบ้านเพื่อแจ้งให้ประชาชนเตรียมแยกขยะ สร้างกิจกรรมให้เด็กเยาวชน ชักหุ่นเล่าเรื่องการจัดการขยะ วิธีการเหล่านี้มีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ แต่ยังขาดการประยุกต์ใช้สื่อสมัยใหม่ในหลายเทศบาลเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม

4. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการสื่อสาร

ความสำเร็จในการรณรงค์จัดการขยะของเทศบาลตำบลต่าง ๆ ในจังหวัดพัทลุงมาจากหลายปัจจัยที่ทำงานร่วมกัน โดยปัจจัยเหล่านี้ช่วยขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว แต่ในขณะเดียวกันก็มีข้อจำกัดที่ทำให้บางเทศบาลยังไม่สามารถขยายผลสำเร็จไปในทุกพื้นที่ได้อย่างเต็มที่ ได้แก่

1. ความต่อเนื่องในการทำงานของเจ้าหน้าที่เทศบาล ความสำเร็จที่สำคัญมาจากความต่อเนื่องในการดำเนินการรณรงค์อย่างสม่ำเสมอ โดยเจ้าหน้าที่เทศบาลมักจะลงพื้นที่เป็นประจำเพื่อให้ความรู้ ติดตามผล และกระตุ้นให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การคัดแยกขยะ หรือการร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคม ความถี่ในการเยี่ยมเยียนชุมชนช่วยสร้างความไว้วางใจระหว่างเจ้าหน้าที่กับชาวบ้าน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ยั่งยืน การสื่อสารเชิงสัมพันธ์เช่นนี้ทำให้ชุมชนรู้สึกว่ามีภาระสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานท้องถิ่น

2. การสร้างเครือข่ายภาคีที่เข้มแข็ง เทศบาลที่ประสบความสำเร็จมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัยทักษิณ และหน่วยงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในจังหวัด เครือข่ายเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างทรัพยากร ความรู้ และการสนับสนุนด้านเทคนิคต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินการรณรงค์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างความร่วมมือกับองค์กรภายนอก เช่น โรงเรียน หน่วยงานสุขภาพ และองค์กรชุมชน ยังเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้เทศบาลสามารถขยายการรณรงค์ไปสู่ชุมชนที่กว้างขึ้นได้

3. การเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม การเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและเหมาะสมช่วยให้การรณรงค์สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มเป้าหมายที่เทศบาลมักเลือก ได้แก่ นักเรียน ผู้สูงอายุ และผู้นำชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มที่สามารถกระจายข้อมูลและสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ในบางกรณี การขาดการเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมหรือกลุ่มเป้าหมายที่ไม่สอดคล้องกับลักษณะของชุมชนทำให้การดำเนินการรณรงค์ไม่สามารถขยายผลไปสู่ทุกชุมชนได้เต็มที่ เทศบาลบางแห่งยังต้องปรับปรุงวิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายให้มีความเจาะจงและตรงกับลักษณะของชุมชนมากยิ่งขึ้น

5. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

การจัดการขยะในเทศบาลตำบลต่าง ๆ พบกับปัญหาและอุปสรรคหลายประการ ได้แก่

1. ปัญหาหลัก ได้แก่ การคัดแยกขยะที่ต้นทาง ซึ่งยังไม่ประสบความสำเร็จอย่างที่ควรจะเป็น ประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความร่วมมือในการคัดแยกขยะในครัวเรือน การสื่อสารในปัจจุบันเป็นการจัดโครงสร้างและเผยแพร่กิจกรรมการสื่อสารผ่านสำนักปลัดเทศบาล โดยใช้วิธีการโน้มน้าวใจ เช่น มีสวัสดิการให้กับสมาชิกที่นำขยะไปฝากที่ธนาคารขยะ ครัวเรือนที่แยกขยะจะได้ประโยชน์จากราคาที่สูงขึ้นและการยกเว้นค่าเก็บขยะ นอกจากนี้ ยังมีการแลกเปลี่ยนขยะอันตรายกับสิ่งของจำเป็น และมีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะต่าง ๆ

2. อุปสรรค มีหลายด้าน ได้แก่

1) ทักษะจิตของประชาชน อุปสรรคที่สำคัญคือ ทักษะจิตที่มองว่าการจัดการขยะเป็นหน้าที่ของเทศบาล ไม่ใช่ของตนเอง ทำให้การคัดแยกขยะที่ต้นทางไม่สำเร็จตามที่ควร

2) การขาดทรัพยากร หลายเทศบาลขาดงบประมาณและอุปกรณ์ในการจัดการขยะ เช่น รถเก็บขยะและถังขยะ ทำให้ไม่สามารถขยายการดำเนินการให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ได้

3) กลุ่มต่อต้าน ในบางชุมชนยังคงมีประชาชนบางกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยกับการจัดการขยะหรือไม่ให้ความร่วมมือ โดยมองว่าขยะเป็นภาระของเทศบาล นอกจากนี้ การขาดความเข้มแข็งของผู้นำชุมชนยังเป็นอุปสรรคต่อการสร้างความร่วมมือ

3. ข้อเสนอแนะ ได้แก่

- 1) ทำแผนและงบประมาณ เพื่อการจัดทำแผนและดำเนินการรณรงค์การสื่อสาร
- 2) ความถี่ในการสื่อสาร เจ้าหน้าที่ต้องเพิ่มความถี่ในการลงพื้นที่เพื่อสื่อสารกับชุมชนมากขึ้น
- 3) การสื่อสารผ่านแกนนำชุมชน ต้องสื่อสารโดยหากกลุ่มแกนนำในชุมชนให้ได้
- 4) สร้างธรรมนูญชุมชนและดำเนินการจัดการการสื่อสารด้วยการรณรงค์การสื่อสารเอง
- 5) การปรับทัศนคติ ต้องสื่อสารเพื่อการปรับทัศนคติประชาชน ให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการขยะ

อภิปรายผลการวิจัย

1. แผนและนโยบายในการรณรงค์ทางสื่อสาร

จากการวิจัย พบว่าเทศบาลตำบลในจังหวัดพัทลุงมีแผนและนโยบายที่ชัดเจนในการจัดการขยะ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความสำเร็จในด้านการลดปริมาณขยะและการคัดแยกขยะที่ต้นทาง นโยบายเหล่านี้ครอบคลุมถึงการลดการผลิตขยะ การนำขยะกลับมาใช้ซ้ำ และการส่งเสริมให้ประชาชนคัดแยกขยะตั้งแต่บ้านเรือน แต่สิ่งที่สำคัญและพบว่าเป็นจุดอ่อนของการดำเนินงานในหลาย ๆ เทศบาล คือการขาดแผนที่เป็นระบบในการจัดการการสื่อสารเกี่ยวกับการรณรงค์ขยะ ซึ่งมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการเข้าถึงและสร้างความเข้าใจในกลุ่มประชาชน ไม่สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการการสื่อสารที่ ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2547) กล่าวว่า การวางแผนการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์เป็นขั้นตอนที่ดำเนินการภายหลังการกำหนดประเด็นปัญหาอย่างชัดเจน

นโยบายการจัดการขยะส่วนใหญ่มีเป้าหมายชัดเจนในด้านการลดปริมาณขยะโดยเฉพาะการส่งเสริมให้มีการคัดแยกขยะที่ต้นทาง การนำขยะกลับมาใช้ใหม่ หรือการรีไซเคิล อย่างไรก็ตาม แผนการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์เหล่านี้กลับไม่ได้รับการวางแผนอย่างเป็นระบบ ขาดการประเมินเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันทั้งในด้านอายุ อาชีพ และภูมิหลังสังคม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุที่อาจต้องการวิธีการสื่อสารที่เข้าใจง่าย หรือกลุ่มเด็กนักเรียนที่อาจต้องการการสื่อสารในรูปแบบการศึกษาเชิงสร้างสรรค์

การสื่อสารในการรณรงค์ยังมุ่งเน้นเพียงแค่การให้ข้อมูลหรือการอบรมความรู้พื้นฐานเท่านั้น แต่ขาดแผนการสื่อสารที่กระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในระยะยาว การวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับการดำเนินการจริงจะช่วยให้การรณรงค์การจัดการขยะสามารถเข้าถึงประชาชนในชุมชนได้มากขึ้น อีกทั้งยังควรมีการกำหนดกลไกในการติดตามผลเพื่อให้มั่นใจว่าการสื่อสารที่ออกไปนั้นสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกได้จริง

2. วิธีการรณรงค์การสื่อสาร

การรณรงค์การสื่อสารในเรื่องการจัดการขยะของเทศบาลตำบลในจังหวัดพัทลุงเน้นการใช้สื่อบุคคลและสื่อดั้งเดิมเป็นหลัก โดยที่สื่อบุคคลนั้นเป็นการลงพื้นที่ของเจ้าหน้าที่เทศบาล ผู้นำชุมชน หรือบุคลากรท้องถิ่นที่มีบทบาทในการให้ข้อมูลและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะ วิธีการนี้สร้างความไว้วางใจระหว่างเจ้าหน้าที่และประชาชน เนื่องจากสามารถสร้างการสื่อสารแบบตัวต่อตัวที่เปิดโอกาสให้มีการซักถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้โดยตรง และผู้นำชุมชนยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนในชุมชนให้ความร่วมมือในการจัดการขยะและมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เทศบาลจัดขึ้น

การจัดอบรมเป็นอีกหนึ่งวิธีที่นำมาใช้ในการรณรงค์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ประชาชน โดยในเรื่องการคัดแยกขยะและการลดขยะที่ต้นทาง การอบรมเหล่านี้มีประโยชน์ในการให้ข้อมูลเบื้องต้นและเสริมสร้างความเข้าใจให้กับประชาชน แต่ในหลาย ๆ กรณีขาดการติดตามผลหลังจากการอบรม ทำให้ขาดความต่อเนื่องและการติดตามการนำความรู้ที่ได้ไปใช้จริงในชีวิตประจำวัน

การใช้สื่อดั้งเดิม เช่น หอกระจายข่าวและป้ายประชาสัมพันธ์ ยังเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการขยะ หอกระจายข่าวเป็นวิธีที่ง่ายและรวดเร็วในการแจ้งข่าวสารให้ประชาชนในพื้นที่รับทราบ อย่างไรก็ตาม วิธีการนี้มีข้อจำกัดในเรื่องการสร้างคามสนใจและการจูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน เนื่องจากเป็นการสื่อสารทางเดียวที่ขาดการโต้ตอบหรือการสื่อสารกลับจากประชาชน

สื่อกิจกรรมที่ถูกนำมาใช้ในการรณรงค์ ได้แก่ การแจกของรางวัลให้กับครัวเรือนที่คัดแยกขยะอย่างถูกต้อง การยกเว้นค่าธรรมเนียมการเก็บขยะสำหรับครัวเรือนที่แยกขยะ และการแลกเปลี่ยนขยะอันตรายกับของใช้จำเป็น เช่น ไข่หรือสินค้าประจำวัน แม้ว่ากิจกรรมเหล่านี้จะช่วยกระตุ้นให้ประชาชนเห็นประโยชน์ในการคัดแยกขยะในระยะสั้น แต่การขาดการติดตามผลทำให้ยากที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของประชาชนในระยะยาว

ผลการวิจัยในด้านการรณรงค์ตามที่กล่าวมา สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การรณรงค์โครงการ เพื่อการลด ละ เลิก และยุติการใช้ความรุนแรงต่อครอบครัวของ สสส. กับ การรับรู้ของผู้ชายที่ติดสุราและใช้ความรุนแรงกับครอบครัว : ชุมชนไทยเกรียง” ของ วัยสกร งามขำ (2550) ที่ระบุว่า การวางกลยุทธ์การรณรงค์โครงการนั้นได้ใช้การผสมผสานหลาย ๆ สื่อเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในระดับกว้างและลึก ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์วิทยุ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา ป้ายโปสเตอร์ การประชาสัมพันธ์สื่อบุคคล และกิจกรรมต่าง ๆ ในการรณรงค์ตลอดทั้งปี นอกจากนี้ในส่วนหนึ่งของเนื้อหา นั้น ในการรณรงค์จะมีลักษณะให้นม่น้าวใจ เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ

3. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จการจัดการการสื่อสาร

ปัจจัยที่มีความสำคัญ คือ ความถี่ในการลงพื้นที่ ของเจ้าหน้าที่เทศบาล การลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่กับประชาชนในชุมชน การเข้าพบประชาชนในพื้นที่บ่อยครั้งทำให้เจ้าหน้าที่สามารถรับฟังความคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะจากประชาชนได้โดยตรง ซึ่งช่วยให้สามารถปรับแผนการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและความต้องการของชุมชนมากขึ้น ซึ่งการสนับสนุนและคำแนะนำอย่างต่อเนื่อง จะช่วยทำให้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเกิดขึ้นอย่างยั่งยืน

การสร้างเครือข่ายภาคีความร่วมมือ กับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัย หน่วยงานท้องถิ่น องค์กรชุมชน หรือแม้กระทั่งโรงเรียนและองค์กรเอกชน เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญในการเสริมสร้างความสำเร็จของการรณรงค์ หน่วยงานเหล่านี้มีบทบาทในการเสริมสร้างทรัพยากรและความรู้ที่จำเป็นต่อการดำเนินการรณรงค์ เช่น มหาวิทยาลัยสามารถให้การสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาแนวทางการจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ หน่วยงานท้องถิ่นสามารถช่วยจัดหาอุปกรณ์และทรัพยากรที่จำเป็น เช่น รถเก็บขยะหรือถังขยะ

การประยุกต์ใช้สื่อเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ก็เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการรณรงค์ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและทำให้การรณรงค์มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การใช้สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เฟซบุ๊ก ติ๊กต็อก ยูทูบ ในการสื่อสารกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ หรือการใช้สื่อบุคคลและการลงพื้นที่ในการสื่อสารกับผู้สูงอายุ การสื่อสารแบบตรงเป้าหมายทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้และเข้าใจข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ปัจจัยความสำเร็จเหล่านี้ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการบริหารจัดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และกลยุทธ์การใช้สื่อขององค์กรไม่แสวงหากำไร กรณีศึกษาโครงการคอร์เนอร์สโตน ของสถาบันคีนันแห่งเอเชีย” ของ ธัชณี นุชสวาท ที่กล่าวว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโครงการคอร์เนอร์สโตน ของสถาบันคีนันแห่งเอเชีย มีการวางแผนการดำเนินงานและการใช้สื่อชนิดต่าง ๆ ซึ่งอาศัยความร่วมมือจากผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันร่วมด้วย โดยเน้นการใช้สื่อบุคคล และใช้สื่ออื่น ๆ ควบคู่ไปด้วย คือ สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ประชาชนมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร

4. ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ

ปัญหา อุปสรรค ที่พบในการจัดการขยะที่เทศบาลตำบลในจังหวัดพัทลุงคือ

1. ทศนคติของประชาชน ที่มองว่าการจัดการขยะเป็นหน้าที่ของเทศบาล ไม่ใช่หน้าที่ของตนเอง ประชาชนบางกลุ่มยังคงคิดว่าการจ่ายค่าธรรมเนียมการจัดเก็บขยะนั้นเพียงพอแล้วที่จะให้เทศบาลดำเนินการทุกอย่างแทนโดยไม่ต้องมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะ ทำให้การรณรงค์ที่มุ่งเน้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมจึงไม่ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวัง

2. ความร่วมมือ กล่าวคือ การลงมือคัดแยกขยะที่ต้นทางยังไม่ประสบความสำเร็จ แม้ว่าจะมีการรณรงค์และการให้ความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะ แต่ประชาชนหลายกลุ่มยังไม่ให้ความสำคัญหรือไม่เข้าใจถึงประโยชน์ของการคัดแยกขยะตั้งแต่ในครัวเรือน หลายครัวเรือนยังคงทิ้งขยะรวมกันโดยไม่คัดแยก ทำให้เทศบาลต้องเสียเวลาและทรัพยากรเพิ่มเติมในการแยกขยะและจัดการในขั้นตอนต่อไป

3. ขาดงบประมาณจากภาครัฐ หลายเทศบาลยังขาดงบประมาณในการจัดการเก็บขยะที่เพียงพอและถึงขยะที่เหมาะสมสำหรับการคัดแยกขยะในชุมชน นอกจากนี้ การบำรุงรักษาและการจัดการขยะที่ถูกทิ้งอย่างไม่ถูกต้องก็ต้องใช้งบประมาณเพิ่มขึ้น ทำให้การจัดการขยะในพื้นที่บางแห่งต้องล่าช้าออกไปหรือไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่

ข้อเสนอแนะ

1. จัดทำแผนการสื่อสารที่ชัดเจน เพื่อให้การสื่อสารกับประชาชนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย การวางแผนการสื่อสารที่ดีจะช่วยให้ประชาชนมีความเข้าใจในเรื่องการคัดแยกขยะมากขึ้น และสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการขยะ การใช้สื่อสมัยใหม่ เช่น สื่อออนไลน์ หรือการจัดกิจกรรมชุมชนอย่างต่อเนื่องสามารถช่วยกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการคัดแยกขยะและการจัดการขยะที่ถูกต้อง

2. เพิ่มความถี่ในการสื่อสารและการลงพื้นที่ เพื่อสร้างความเข้าใจและกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง การที่เจ้าหน้าที่เทศบาลลงพื้นที่บ่อยครั้งจะช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจระหว่างเจ้าหน้าที่กับประชาชน และช่วยให้เจ้าหน้าที่สามารถตอบสนองข้อสงสัยและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ได้ทันทั่วถึง การเพิ่มความถี่ของการสื่อสารจะช่วยให้การรณรงค์เป็นไปอย่างต่อเนื่องและไม่ขาดตอน ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนเกิดความตระหนักและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้มากขึ้น

3. หาผู้นำชุมชนที่มีความสามารถในการสร้างความร่วมมือ การที่มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็งและมีความน่าเชื่อถือจะช่วยให้การรณรงค์เป็นไปอย่างราบรื่น ผู้นำชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการจัดการขยะ ผู้นำที่เข้าใจและเห็นความสำคัญของการจัดการขยะจะสามารถสร้างความร่วมมือในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อเสนอแนะในการเสริมสร้างผู้นำชุมชนนี้สามารถทำได้โดยการจัดอบรมหรือสัมมนาให้กับผู้นำชุมชน เพื่อให้พวกเขามีความรู้และความเข้าใจในเรื่องการจัดการขยะอย่างถ่องแท้

ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะตามที่กล่าวมา สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง สภาพปัญหาการจัดการขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองขาม อำเภอจักษ์ราษ จังหวัดนครราชสีมา ของธงชัย ทองทวี ซึ่งกล่าวถึงแนวทางการจัดการขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองขามในการดำเนินการจัดการขยะมูลฝอยนั้นควรได้รับความร่วมมือทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทในการจัดการขยะมูลฝอยในท้องถิ่นของตน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ให้จัดทำแผนการจัดการการสื่อสารโดยดำเนินการดังนี้

1. กำหนดประเด็นปัญหาโดยอิงบทบาทด้านการสื่อสารในการจัดการ สามารถเข้าถึงประชาชนเพื่อให้ประชาชนเข้าใจนโยบาย และเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์

2. กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และเป้าหมาย ขององค์การภารกิจ ขององค์กร เป้าหมายในการสื่อสารวัตถุประสงค์ในการสื่อสารขององค์กร

3. ระบุเรื่องการจัดการแผนการสื่อสารเอาไว้ในแผนยุทธศาสตร์ที่เป็นแผนรายปี

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาการจัดการการสื่อสารในการรณรงค์การจัดการขยะในชุมชนของเทศบาลตำบลในจังหวัดอื่นที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับเทศบาลตำบลในจังหวัดพัทลุง
2. เก็บข้อมูลจากเทศบาลตำบลในจังหวัดพัทลุงที่ไม่ได้รับรางวัลว่ามีการจัดการการสื่อสารในการรณรงค์การจัดการขยะ เพื่อเปรียบเทียบการจัดการการสื่อสารในมิติอื่น ๆ

บรรณานุกรม

- กรมควบคุมมลพิษ. (2562). รายงานสรุปสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย ปี 2561. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2547). ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ (2558) การสื่อสารองค์กร: แนวคิดการสร้างชื่อเสียงอย่างยั่งยืน (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วยสกร งามขำ. (2550) กลยุทธ์การสื่อสารในการรณรงค์โครงการ “เพื่อการลด ละ เลิกสุรา และยุติการใช้ความรุนแรงต่อครอบครัว” ของ สสส. กับการรับรู้ของผู้ชายที่ติดสุรา และใช้ความรุนแรงกับครอบครัว ศึกษาเฉพาะชุมชนไทยเกรียง. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: กรุงเทพฯ.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร และอรุณพร ถาวโร. (2550). สถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางสื่อสารในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ประสิทธิ์ภัณฑ์แอนด์พริ้นติ้ง.