



กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ กรณีศึกษา สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ชลนัฐษา เรืองฉาย¹ และ มาริษา สุจิตวนิช^{1*}

¹สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

*voon58@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา 1) บริบทการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี 2) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี และ 3) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบมีโครงสร้าง กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน ได้แก่ นักประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี, นักประชาสัมพันธ์ผู้ชำนาญการ, นักประชาสัมพันธ์ และ นักวิชาการโสตทัศนศึกษา และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดย การแสดงข้อมูล การลดทอนข้อมูล และการสร้างข้อสรุปและยืนยันผลสรุป

ผลการวิจัยพบว่า 1) บริบทการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหน่วยงานราชการในส่วนภูมิภาค มีภารกิจตามกฎหมายกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ และความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลัก โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ และเครือข่าย เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต 2) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีแฟนเพจเฟซบุ๊ก สื่ออินโฟกราฟิก เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเป็นการนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของข้อมูลและกราฟิกที่เป็นลายเส้น สัญลักษณ์ ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้ชมได้เข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมด ด้วยจำนวนข้อมูลหรือสารสนเทศที่หลากหลาย ซึ่งการสื่อสารด้วยเรื่องราวสั้น ๆ และภาพที่ดูน่าสนใจ ทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลต่อผู้รับสารได้ดีกว่าเนื่องจากประชาชนชอบและจดจำภาพมากกว่าการอ่าน จึงทำให้เกิดการใช้สื่อในรูปแบบอินโฟกราฟิก มาใช้ในการบ่งชี้ถึงข้อมูล จึงทำให้สื่อดังกล่าวได้รับความนิยมจากประชาชนมากที่สุด และ 3) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี สื่อที่ใช้เผยแพร่มีความหลากหลายทั้งวิทยุ โทรทัศน์ กิจกรรม และโซเชียลมีเดีย การจัดทำเนื้อหา ให้โดดเด่น ใช้ข้อความสั้น กระชับได้ใจความ การออกแบบมีสีสันสะดุดตาและสร้างความน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา

คำสำคัญ: กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

Public Relations Strategy through Facebook Fan Page Case Study Public Relations Office Suphanburi Province

Chonnutcha Ruangchai¹ and Marisa Sujittavanich^{1*}

¹Department of Communication Arts Faculty of Management Science

Nakhon Pathom Rajabhat University

*voon58@hotmail.com

Abstract

The purposes of this research were to study 1) public relations context of public relations offices, Suphanburi Province. 2) Using public relations media of the Public Relations Office, Suphan Buri Province and and 3) public relations strategy in Facebook fan page of the public relations office, Suphanburi Province. The researcher has conducted qualitative research. Data were collected using in-depth interviews. structured with a sample of 4 people, namely public relations in Suphanburi Province, public relations professionals, public relations officers and audio-visual scholars and analyzed the data by data display data attenuation, formed the conclusions.

The research findings were as follows: 1) the public relations context of the public relations office Suphanburi Province is a government agency in the region. There is a mission according to the ministerial regulations to divide the public relations department and social responsibility as the main by disseminating information through the media of the Department of Public Relations and networks for the public to gain knowledge, understanding, and to be able to use the information for the improvement of the quality of life. 2) Using public relations media of the public relations office Suphanburi Province Public relations materials are on the Facebook fan page, infographic media. It is a media that receives great attention. It is the introduction of information or knowledge to be summarized as information in the form of data and graphics with line drawings, the symbols designed as still images or moving images, easy to see and understand in a quick and clear time. The capable communicates to the audience to understand the meaning of all information with a variety of data or information which communicates the short stories and images that look interesting. The other result is a better perception of information to the audience because people like and remember pictures more than reading. As a result, the use of media in the form of infographics can be used to indicate information. As a result, such media received the most attention from the public. and 3) public relations strategy via Facebook fan page of the public relations office, Suphanburi Province. The media used for dissemination are diverse including the radio, the television, the events and social media by making content stand out and use short text concisely. The designs are colorful and eye-catching and always captivating.



Keywords: Public Relations Strategy, Facebook Fan Page, Public Relations Office in Suphanburi Province

1. บทนำ

การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารจากองค์กรไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและ ประชามติจากสาธารณชนที่มีต่อองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาด ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในอดีตการประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว นักประชาสัมพันธ์เป็นผู้ควบคุมทั้งกระบวนการ สื่อสาร แต่ในปัจจุบันนักประชาสัมพันธ์ จะต้องเป็นทั้งผู้สื่อสารข้อมูลข่าวสารขององค์กรต่อสาธารณชนและเป็นผู้ตรวจสอบรับ ฟังความคิดเห็นจาก สาธารณชน กล่าวคือเป็นการสื่อสารแบบสองทางไปพร้อมกัน [1]

ในปัจจุบันเป็นยุคของสังคมแห่งข้อมูลข่าวสารที่มีความรวดเร็วมากโดยข้อมูลต่าง ๆ สามารถค้นหาได้อย่างสะดวก และเป็นที่ยอมรับกันว่าข้อมูลเหล่านั้นมีความจำเป็นอย่างมากในการใช้ชีวิตประจำวัน ทำให้กระบวนการสื่อสารใน ยุคปัจจุบัน มีกระบวนการส่งผ่านข้อมูลและแลกเปลี่ยนแนวคิดเพื่อสร้างความเข้าใจอย่างหลากหลายรูปแบบ ช่องทาง และลักษณะตาม พฤติกรรมการเปิดรับสาร [2] บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งด้วยการ เปิดรับข้อมูล เพื่อเปิดรับข่าวสารที่ตนเองอยากรู้ และสนใจ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความสนใจใฝ่ดูฟัง หรืออ่านเป็นพิเศษซึ่งเรียกว่าเป็น การเปิดรับประสบการณ์ การเลือกเปิดรับสารของแต่ละบุคคลนั้นจึงขึ้นอยู่กับความสนใจ และวัตถุประสงค์ความต้องการข้อมูลข่าวสารของแต่ละบุคคล และอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารก็ขึ้นอยู่กับ สังคม สภาพแวดล้อมด้วย ดังที่ สุภาวิตา นิมอร่าม ได้กล่าวว่า “ความต้องการและการเลือกรับสารของแต่ละบุคคล จะส่งผล ให้บุคคลมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารแตกต่างกันออกไป โดยบุคคลจะเปิดรับข่าวสารที่ตรงกับ ความสนใจและความ ต้องการของตนเอง”

สื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อปฏิสัมพันธ์และเป็นเครื่องมือสื่อสารชนิดหนึ่งที่มีการบอกเล่าประสบการณ์ออกมาเป็น เนื้อหา เรื่องราว รูปภาพ และวิดีโอ การระบุขอบเขตของสื่อสังคมนั้นจึงเป็นสิ่งที่ยากเพราะมีความสลับซับซ้อน อัน เนื่องมาจากสื่อที่มีการเพิ่มรูปแบบของช่องทาง และอุปกรณ์ใหม่ ๆ ตลอดเวลา เครื่องมือหรือแอปพลิเคชันในสื่อสังคมนั้นยังมิ การแตกขยายออกไปได้อีกหลากหลายประเภท [3] สื่อสังคมออนไลน์จึงถือเป็นสื่อใหม่ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล ที่ตรงตามความต้องการของแต่ละคนได้มากที่สุด เนื่องจากตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคลไม่ว่าจะเป็นความแตกต่าง ระหว่างประสบการณ์ สาระประโยชน์ ภูมิหลัง การศึกษา สภาพแวดล้อม ความสามารถในการรับสาร บุคลิกภาพ ตลอดจน ทักษะคิดซึ่งเป็น ตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารที่เปิดรับ [4] คุณลักษณะของสื่อใหม่ว่า สื่อใหม่เป็นสื่อ ที่ตอบสนองความต้องการสารสนเทศได้ตามความต้องการ เปิดรับสารของผู้รับสารมากที่สุด เพราะสื่อใหม่สามารถสร้าง โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการบรรจุเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารได้อย่าง เป็นระบบ มีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการง่าย อันจะส่งผลให้ เกิดความสำเร็จในงานเผยแพร่ และรวบรวมข้อมูลข่าวสารได้มากกว่า และยังสามารถใช้คุณสมบัติของระบบโปรแกรม คอมพิวเตอร์ผสมผสานสื่อต่าง ๆ ที่เรียกว่า สื่อผสมผสานเครือข่ายสื่อสังคม การสื่อสารไร้สายได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบ พฤติกรรมการสื่อสารในสังคม ทำให้องค์กรทุกภาคส่วนและเป็นสื่อใหม่เปรียบดั่งกุญแจสำคัญในการเปิดประตูสู่บริบทใหม่ ของการสื่อสาร โดยเฉพาะ Facebook Fanpage ถือเป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภท สื่อใหม่ที่ตอบสนอง พฤติกรรมการเปิดรับ สารของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้การเติบโตของโลกออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งองค์กร หรือสินค้าและ บริการ เปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง จากรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบออฟไลน์ เช่น การลงข่าวในหนังสือพิมพ์ การลงข่าวใน โทรทัศน์ การแจกข่าวประชาสัมพันธ์ที่ใช้ระยะเวลาค่อนข้างนานกว่าจะออกมาเป็นเนื้อหาให้เราได้เห็น โดยการเข้ามาของ โลกดิจิทัลสร้างให้เกิดความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในวงการนักประชาสัมพันธ์ เรียกได้ว่าความรวดเร็วของการประชาสัมพันธ์อยู่ ในระดับวินาที และช่องทางที่เปิดกว้างทั้ง โซเชียลมีเดีย รวมถึงแพลตฟอร์มที่เกี่ยวกับการสื่อสารบนโลกโซเชียลต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้สร้างให้เกิดโอกาสที่ตีมากขึ้น มีโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น กลุ่มเป้าหมายสามารถ

แสดงความคิดเห็นต่อข่าวต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ สามารถเข้าถึงเนื้อหาทั้งในรูปแบบการทำวิดีโอ บทความ ภาพข่าว อินโฟกราฟิก และข่าวประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่น ๆ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สนใจที่จะศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ กรณีศึกษา สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานในด้านการประชาสัมพันธ์ การนำไปประยุกต์ ปรับปรุงและพัฒนาวิธีการการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับผู้รับสารในยุคดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม ตรงตามความมุ่งหมายซึ่งจะช่วยให้อาสาสมัครประชาสัมพันธ์ได้รับการเผยแพร่อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2.วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาบริบทการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี
- 2.2 เพื่อศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี
- 2.3 เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อ ต่อไปนี้

3.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารอย่างมีแบบแผน และต่อเนื่องไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างหน่วยงาน สถาบัน องค์กร กับประชาชน อันจะนำมาซึ่งความเชื่อถือ ศรัทธา และ ก่อให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงานของหน่วยงาน สถาบัน หรือองค์กรนั้น ๆ ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันนี้ การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความจำเป็นในการสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีร่วมกัน สามารถใช้ในการบริหารงานให้กิจการดำเนินการไปด้วยดี

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ เป็นสื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น

3.3 กลยุทธ์การเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook Fanpage ด้วยสื่อดังกล่าวเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับคามนิยมเป็นอันดับต้น ปัจจุบันสิ่งที่ทำให้เฟซบุ๊กได้รับความนิยมก็เนื่องมาจากถูกนำไปใช้ในงานโฆษณา การตลาด และการประชาสัมพันธ์ โดยเฟซบุ๊กมีส่วนช่วยส่งเสริมงานดังกล่าวหลายประการ อาทิ ช่วยให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้บริโภค ช่วยสร้างการรับรู้ในตราสินค้า และช่วยสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กให้ประสบความสำเร็จ ควรมีแนวทางดังนี้ การเลือกเนื้อหาที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์กับผู้รับสารที่เข้ามาติดตามเฟซบุ๊กขององค์กรในฐานะเพื่อน ไม่ใช่ในฐานะลูกค้าหรือบุคคลทั่วไป ควรนำเสนอเนื้อหาประเภทอื่นให้หลากหลาย เช่น ภาพ หรือคลิปวิดีโอ เรื่องขำขัน เพลง การประกวดชิงรางวัล เน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสารให้สามารถสื่อสารกันได้แบบสองทาง และใช้กลยุทธ์การเขียนและนำเสนอเนื้อหาในลักษณะที่สนทนาและเป็นกันเองเป็นหลัก

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) เพื่อศึกษาสื่อที่ประชาชนสนใจมากที่สุด กรณีศึกษาสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook Fanpage และศึกษากลยุทธ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook Fanpage และสื่อที่ประชาชนสนใจมากที่สุด เพื่อให้เกิดความถูกต้องเหมาะสมและน่าสนใจในการประชาสัมพันธ์และบรรลุตามวัตถุประสงค์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก จากบุคลากรผู้ปฏิบัติงานจริงและมีความ



เกี่ยวข้องในการเผยแพร่ข่าวสารผ่าน Facebook Fanpage ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด ผู้วิจัยจึงได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

4.1 ผู้ให้ข้อมูล (Key Informants)

ผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) ในงานวิจัยนี้คือบุคลากรในตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี, นักประชาสัมพันธ์ผู้ชำนาญการ, นักประชาสัมพันธ์ และ นักวิชาการโสตทัศนศึกษา ซึ่งตำแหน่งเหล่านี้คือหัวใจสำคัญของงานด้านการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งยังมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงกับการเขียนประชาสัมพันธ์ลงแฟนเพจอีกด้วย ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 4 คนประกอบด้วย นักประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 1 คน นักประชาสัมพันธ์ผู้ชำนาญการ จำนวน 1 คน นักประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน และ นักวิชาการโสตทัศนศึกษา จำนวน 1 คน

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) โดยมีแนวคำถามดังต่อไปนี้ 1) ใช้กลยุทธ์อะไรในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ผ่าน Facebook Fanpage สำนักงานประชาสัมพันธ์สุพรรณบุรี 2) สื่อประเภทใดที่เผยแพร่ทาง Facebook Fanpage สำนักงานประชาสัมพันธ์สุพรรณบุรี แล้วได้รับความสนใจจากประชาชนมากที่สุด เพราะอะไร และ 3) อุปสรรคหรือปัญหาในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ผ่านทาง Facebook Fanpage สำนักงานประชาสัมพันธ์สุพรรณบุรีคืออะไร

4.3 วิธีดำเนินงานวิจัย

4.3.1 ผู้วิจัยนัดหมายผู้ให้ข้อมูลล่วงหน้า โดยกำหนดวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์พร้อมกับส่งคำถามให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้มีโอกาสเตรียมตัวล่วงหน้า

4.3.2 ผู้วิจัยเข้าไปดำเนินการตามแบบสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้เวลาสัมภาษณ์ไม่เกิน 1 ชั่วโมง โดยผู้วิจัยได้จัดเตรียมคำถามแบบกว้าง ๆ แล้วให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามหรือเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างอิสระเกี่ยวกับกลยุทธ์หรือวิธีการที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook Fanpage ของสำนักงานประชาสัมพันธ์สุพรรณบุรี พร้อมกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ และมีการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ด้วยการจดบันทึก และบันทึกเสียงผู้ให้ข้อมูลหลัก

4.3.3 ผู้วิจัยได้ถอดเทป พิมพ์รวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์และนำส่งกลับให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้ง

4.3.4 ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ตีความ สรุปเนื้อหาและวิเคราะห์หลักการกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลผ่าน Facebook Fanpage

4.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

4.4.1 สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย บุคลากรในตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี, นักประชาสัมพันธ์ผู้ชำนาญการ, นักประชาสัมพันธ์ และ นักวิชาการโสตทัศนศึกษา ตามจำนวนที่กำหนด ทั้งนี้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกมีการใช้รอบคำถามและการสัมภาษณ์ในประเด็นเดียวกัน

4.4.2 เก็บรวบรวมเอกสาร บทความ บทสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับนักประชาสัมพันธ์และหลักการการประชาสัมพันธ์ของผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

4.5 การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ดังนี้

การตรวจสอบความตรง (Validity) ผู้วิจัยตรวจสอบความตรงของข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการจดบันทึกมาตีความและเรียบเรียงเพื่อถามย้อนกลับไปยังผู้ให้ข้อมูลหลักอีกครั้งเพื่อยืนยันความเชื่อถือได้ของข้อมูล

4.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สามารถวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้ 3 ขั้นตอน [5] ดังนี้

4.6.1 การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ผู้วิจัยดำเนินการจัดระเบียบของข้อมูล เช่น การปรับลด เพิ่ม หาข้อมูลใหม่จนได้ผลหรือข้อสรุป โดยจัดข้อมูลให้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับข้อมูลตามกรอบแนวคิดที่ใช้ทำการศึกษาค้นคว้า เพื่อให้สามารถนำเสนอข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ และสามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้งานได้ง่ายขึ้น

4.6.2 การแสดงข้อมูล (Data Display) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการลดทอนข้อมูลมาจัดระเบียบและนำมาเรียงลำดับตามเวลาที่เกิดขึ้นก่อนหลังให้เป็นหมวดหมู่ด้วยวิธีการพรรณนาเพื่อง่ายต่อการนำข้อมูลมาสรุปในขั้นตอนต่อไป

4.6.3 การสร้างข้อสรุปและยืนยันผลสรุป (Conclusion and Verification) ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมที่ได้นำมาทำการลดทอนข้อมูลและแสดงผลข้อมูลแล้ว เพื่อหาข้อสรุปหรือข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

5. ผลการวิจัย

5.1 บริบทการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการสัมภาษณ์ นักประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี นักประชาสัมพันธ์ผู้อำนวยการนักประชาสัมพันธ์ และนักวิชาการโสตทัศนศึกษา

เนื่องจากสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหน่วยงานราชการในส่วนภูมิภาค สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี มีภารกิจตามกฎหมายกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ.2545 และความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลัก โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ และเครือข่าย เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจึงต้องอยู่ภายใต้นโยบายของรัฐบาล ยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์จังหวัดและกลุ่มจังหวัด สื่อที่ใช้เผยแพร่มีทั้งวิทยุ โทรทัศน์ กิจกรรม และโซเชียลมีเดีย โดยทุกสื่อต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหาข่าวสาร คือ ถูกต้อง รวดเร็ว เชื่อถือได้ เป็นสิ่งที่ประชาชนต้องรู้ ควรรู้ และอยากรู้ ทั้งนี้เพจ Facebook ของสำนักงานประชาสัมพันธ์สุพรรณบุรี ก็ต้องดำเนินการตามแนวทางที่กรมประชาสัมพันธ์กำหนดเช่นเดียวกัน

สรุปผลการสัมภาษณ์ บริบทการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหน่วยงานราชการในส่วนภูมิภาค สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี มีภารกิจตามกฎหมายกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ.2545 และความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลัก โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ และเครือข่าย เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจึงต้องอยู่ภายใต้นโยบายของรัฐบาล ยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์จังหวัดและกลุ่มจังหวัด สื่อที่ใช้เผยแพร่มีทั้งวิทยุ โทรทัศน์ กิจกรรม และโซเชียลมีเดีย โดยทุกสื่อต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหาข่าวสาร คือ ถูกต้อง รวดเร็ว เชื่อถือได้ เป็นสิ่งที่ประชาชนต้องรู้ ควรรู้ และอยากรู้ ทั้งนี้เพจ Facebook ของสำนักงานประชาสัมพันธ์สุพรรณบุรี ก็ต้องดำเนินการตามแนวทางที่กรมประชาสัมพันธ์กำหนดเช่นเดียวกัน

5.2 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการสัมภาษณ์ นักประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

การแถลงข่าวสถานการณ์พิเศษต่าง ๆ เช่น รายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) การจัดกิจกรรมประจำปีของจังหวัด เป็นต้น เนื่องจากเป็นเรื่องใกล้ตัว มีผลต่อชีวิตประจำวัน กระทั่งสังคมส่วนรวม ชาวเหล่านี้ไม่ว่าจะออกสื่อไหนก็จะได้รับการติดตามจำนวนมาก ปัจจุบันสื่อที่ได้รับความนิยม คือ เพจ Facebook เพราะสามารถ



ดำเนินการได้ทันเหตุการณ์ ค่าใช้จ่ายน้อย ผู้ติดตามสามารถโต้ตอบได้ ทั้งนี้สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีก็เผยแพร่ข่าวสารทางเพจ Facebook ควบคู่กับสื่อหลัก วิทยุ โทรทัศน์ และเครือข่าย

ผลการสัมภาษณ์_ นักประชาสัมพันธ์ผู้อำนวยการ

ในสังคมยุคปัจจุบัน ปฏิเสธไม่ได้ว่า “สื่อสังคมออนไลน์” หรือ Social Media ได้เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก รวมถึงเป็นจุดเปลี่ยนของโลกแห่งการใช้สื่อในยุคใหม่หรือที่เรียกกันว่า “New Media” เป็นสิ่งที่ กรมประชาสัมพันธ์ ได้ตระหนักถึงและมีนโยบายส่งเสริมให้หน่วยงานในสังกัด รวมทั้งสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ตระหนักถึงและเรียนรู้แนวทางการดำเนินงาน โดยนอกจากจะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อหลักของกรมประชาสัมพันธ์ เช่นวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แล้ว ยังต้องให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์” หรือ Social Media ควบคู่กันไป สำหรับสื่อ Social Media ที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เป็นสื่อหลักคือ เพจ Facebook ที่ดำเนินการโดยใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญๆประกอบด้วย 1.นโยบายของรัฐบาล 2.นโยบาย/กิจกรรมต่าง ๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรี การดำเนินงานจะต้องคำนึงความสนใจ ความต้องการ และพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย นั่นก็คือประชาชนทั่วไปในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี นับตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ชัดเจน การออกแบบเนื้อหา และวิธีการนำเสนอที่เหมาะสม ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะต้องเน้นที่ความสดใหม่ของเนื้อหา นำเสนออย่างโดดเด่นชัดเจน ง่ายต่อการเข้าถึง ง่ายต่อการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้มีส่วนร่วมเป็นสำคัญสำหรับสื่อที่ดำเนินการเผยแพร่ ทางเพจ Facebook สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย ข่าว คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก ดิจิทัลโพสต์ และการถ่ายทอดสดการแถลงข่าวเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญๆที่จะต้องให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและรวดเร็ว เป็นต้น สื่ออินโฟกราฟิก เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้เผยแพร่ทางเพจ Facebook ของสำนักงานมากที่สุด เนื่องจากเป็นสื่อที่มีประโยชน์ค่อนข้างมาก เพราะด้วยแผนภาพสวย ๆ สามารถทำให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึง เข้าใจเนื้อหาสาระที่ต้องการสื่อได้ง่ายขึ้นและรวดเร็วขึ้น เพราะ ข้อมูลในอินโฟกราฟิกจะต้องผ่านการสรุป เรียบเรียงให้สั้น กระชับ เข้าใจง่าย สื่อสารอย่างตรงไปตรงมา นำเสนอข้อมูลปริมาณมาก ๆ ด้วยแผนภาพเพียงภาพเดียว ด้วยข้อมูลที่ถูกต้องรัดกุมมา ก็สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ ในเนื้อหาสาระของเรื่องที่ต้องการสื่อสารออกไปได้อย่างรวดเร็ว

ผลการสัมภาษณ์_ นักประชาสัมพันธ์

ปัจจุบันโซเชียลมีเดีย กลายเป็นสื่อกระแสหลักของผู้คนในยุค 4.0 ประเภทของสื่อที่อยู่ในความสนใจของผู้คน พบว่าสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจะเห็นได้จากที่ผู้คนส่วนมากตั้งแต่เด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน วัยสูงอายุ ก็จะมีโทรศัพท์มือถือกันแทบทุกคน ขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสารกลับเคลื่อนที่ในทิศทางตรงกันข้ามรู้ได้จากการจัดทำข้อมูลสถิติของโพสต์แต่ละโพสต์ในเพจสำนักงานฯ ซึ่งหากสรุปแล้ว จะให้เรียงจากมากไปน้อย ก็จะมีประเด็นคำตอบได้ ดังนี้ 1.สื่อภาพแบบอินโฟกราฟิก 2.สื่อวิดีโอแนะนำเนื้อหาข่าวเรื่องต่าง ๆ และ 3.โพสต์ที่ทางเพจแชร์ต่อมาจากหน่วยงานอื่น ๆ

ผลการสัมภาษณ์_ นักวิชาการโสตทัศนศึกษา

อินโฟกราฟิกส์ เป็นการนำข้อมูลที่เข้าใจยากหรือข้อมูลที่เป็นตัวหนังสือจำนวน มากมานำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ ให้สามารถเล่าเรื่องได้ด้วยตัวเอง มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ หัวข้อที่น่าสนใจ ภาพและเสียง ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ให้เพียงพอ แล้วนำมาสรุป วิเคราะห์ เรียบเรียง แสดงออกมาเป็นภาพจึงจะดึงดูดความสนใจได้ดี ช่วยลดเวลาในการอธิบายเพิ่มเติม กราฟที่ใช้อาจเป็นภาพ ลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม ตาราง แผนที่ ฯลฯ จัดทำ ให้มีความสวยงาม น่าสนใจ เข้าใจง่าย สามารถจดจำได้นาน ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น และคลิปวิดีโอเป็นการนำข้อมูลที่เข้าใจง่าย สรุป วิเคราะห์ เรียบเรียง แสดงออกมาเป็นทั้งภาพและเสียง ทำให้ดึงดูดคนดู เนื่องจากคนดูก็จะสะดวกในการรับชมเพราะไม่ต้องนั่งอ่านเพียงแคร์รับฟังและมองเห็นภาพประกอบได้ชัดเจน

สรุปผลการสัมภาษณ์ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีการจัดทำสื่อเพื่อให้ประชาชนสนใจในการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ทางแฟนเพจเฟซบุ๊ก คือ สื่ออินโฟกราฟิก เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสนใจเป็นอย่างยิ่งในแฟนเพจเฟซบุ๊ก สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพราะสามารถช่วยทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย โดยเป็นการนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของข้อมูลและกราฟิกที่เป็นลายเส้น สัญลักษณ์ ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้ชมได้เข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมด ด้วยจำนวนข้อมูลหรือสารสนเทศที่หลากหลาย ซึ่งการสื่อสารด้วยเรื่องราวสั้น ๆ และภาพที่ดูน่าสนใจ ทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลต่อผู้รับสารได้ดีกว่า เนื่องจากประชาชนชอบและจดจำภาพ สบาย ๆ ได้มากกว่าการอ่าน จึงทำให้เกิดการใช้สื่อในรูปแบบ อินโฟกราฟิกที่นำเอาภาพหรือกราฟิก มาใช้ในการบ่งชี้ถึงข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นสถิติ ความรู้ ตัวเลข ฯลฯ นั้นจึงทำให้สื่อดังกล่าวที่ได้รับความนิยมจากประชาชนมากที่สุดของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

5.3 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการสัมภาษณ์ นักประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการเผยแพร่ข่าวสารตามกรอบแนวทางที่กรมประชาสัมพันธ์กำหนด ซึ่งเป็นเรื่องที่ประชาชนได้รับประโยชน์ จึงไม่พบอุปสรรคปัญหา กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ควรมีการจัดทำสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ทาง แฟนเพจเฟซบุ๊กสำนักงานประชาสัมพันธ์ เนื่องด้วยท่ามกลางเทคโนโลยีที่มีการนำเข้ามาใช้เพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพนั้น อินโฟกราฟิก (infographic) เป็นหนึ่งในนวัตกรรมที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งในแฟนเพจเฟซบุ๊กสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี เพราะสามารถช่วยทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย เป็นการนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของข้อมูลและกราฟิกที่เป็นลายเส้น สัญลักษณ์กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม แผนที่ ฯลฯ ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้ชมได้เข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมด ด้วยการนำข้อมูลหรือสารสนเทศที่หลากหลายในรูปแบบสื่อดิจิทัลที่อาศัยเทคโนโลยีเครือข่ายในการส่งข้อมูล ทำให้รูปแบบของสื่อมีหลากหลายช่องทางมากขึ้น อาทิ รูปแบบข่าวสารจากเว็บไซต์ Facebook หรือแม้แต่ YouTube และอื่นอีกมากมาย แต่การสื่อสารจำเป็นต้องอาศัยรูปแบบข้อมูลที่เข้าใจง่ายและดึงดูดผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจุบันการสื่อสารด้วย เรื่องราวสั้น ๆ และภาพที่ดูน่าสนใจ ทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลต่อผู้รับสารได้ดีกว่า เนื่องจากมนุษย์ชอบและจดจำภาพสวย ๆ ได้มากกว่าการอ่าน จึงทำให้เกิดการใช้สื่อในรูปแบบใหม่เกิดขึ้นอีกลักษณะหนึ่งนั่นคือ อินโฟกราฟิกที่นำเอาภาพหรือกราฟิก มาใช้ในการบ่งชี้ถึงข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นสถิติ ความรู้ ตัวเลข ฯลฯ

ผลการสัมภาษณ์ นักประชาสัมพันธ์ผู้อำนวยการ

แม้ว่าผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ และผู้บริหารจังหวัดสุพรรณบุรี จะให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ มีนโยบายใน การประชาสัมพันธ์เชิงรุก และสนับสนุนให้มีการเผยแพร่กิจกรรมของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้ทุกช่องทางการสื่อสารไปสู่ประชาชน รวมถึงได้มีการจัดตั้งทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งทำให้งานด้านการ ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี เอกภาพมากขึ้น อีกทั้งในปัจจุบันมีบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในเกือบทุกหน่วยงานของจังหวัดสุพรรณบุรี แต่ก็ยังไม่มีการกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์และ การบูรณาการสนับสนุนข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ที่สำคัญคือ ตอบข้อซักถาม ประเด็นปัญหา และข้อร้องเรียน ของประชาชนทาง Page Facebook ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี โดยหน่วยงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน อีกทั้งทั้งบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ทำหน้าที่ ผู้ดูแลหลัก (Admin) ของ Page Facebook ยังขาดเทคนิคและความเชี่ยวชาญในการสื่อสารกับประชาชน อย่างเหมาะสม เป็นเรื่องที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีกำลังเร่งดำเนินการ พัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน เพื่อรองรับการดำเนินงานให้ได้เต็มประสิทธิภาพต่อไป



ผลการสัมภาษณ์ นักประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์การทำประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี คือ การที่เราจะนำเอาข้อมูลข่าวสารขององค์กร หน่วยงานราชการไปเล่าสู่สาธารณชน ความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูลนับเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ต้องมีการรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์ และประมวลผลก่อน ที่จะสื่อสารอะไรออกไป และหลีกเลี่ยงการให้ข่าวสารที่ไม่ถูกต้อง ปัจจุบันก็มีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบแชร์ต่อจากหน่วยงานอื่น ๆ และมีการผลิตสื่อที่ออกแบบเองโดยบุคลากรของสำนักงาน จะเน้นไปทางรูปแบบอินโฟกราฟิก เพื่อให้ประชาชนเข้าใจโดยง่าย และการที่ปัจจุบันทุกคนมีสื่ออยู่ในมือ ทุกคนสามารถสร้างสื่อขึ้นมาได้ด้วยตัวเองโดยผ่านโซเชียลมีเดีย ด้วยการแชร์ภาพและข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลบางอย่างที่แชร์ออกมา ประชาชนส่วนมากก็ขาดความรู้ความเข้าใจ ขาดการพิสูจน์ข้อเท็จจริง ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าวทำให้เกิดความสับสนแก่ประชาชนอีกส่วนที่ได้รับข่าวสารนั้นไป ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นดังกล่าว ทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการในส่วนภูมิภาค ส่งกิจกรรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานรัฐมนตรี มีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้อย่างถูกต้อง เข้าใจ สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย โดยอยู่ภายใต้นโยบายของรัฐบาล ได้พยายามแก้ไขข้อที่นำเสนอปิดเบือน เพื่อให้เกิดข้อเท็จจริง ควบคู่ไปกับการหาวิธีแก้ปัญหา ว่าถ้าเกิดปัญหาในทางไม่ดีกับข่าวที่เกิดขึ้นจะมีการแก้ปัญหาอย่างไร เนื่องจากปัจจุบันผู้สื่อข่าวมี 2 แคน คือ แคนที่อยู่เฉย ๆ กับแคนที่ขี้ขี้ อยากรู้ก็ติ จากการที่คนไทยชอบเสกเสือกดราม่า ผู้สื่อข่าวเองก็ควรมีการแยกแยะ มีสติยับยั้งชั่งใจ ในส่วนของตัวสื่อออนไลน์ของหน่วยงานราชการในยุค 4.0 นั้นจะต้องเป็นกระบอกเสียงที่ดี และชัดเจนให้กับสังคมและประชาชนต่อไป

ผลการสัมภาษณ์ นักวิชาการโสตทัศนศึกษา

การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการดำเนินงานที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อนำไปสู่การยอมรับวิธีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่องโดยวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่า ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับอะไร อย่างไร และจะต้องมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน และมีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผลโดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลในสังคม การเลือกใช้กิจกรรมและสื่อต่าง ๆ ทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ปลุกจิตสำนึก โน้มน้าวให้เห็นด้วย คล้อยตามเกิดความร่วมมือร่วมใจกันปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ความท้าทายของงานนั้นอยู่ที่การคิดค้นกลวิธี โดยจะสร้างสารอย่างไรให้ดึงดูดและกระแทกใจ จะใช้กิจกรรมอะไรที่แปลกใหม่แต่อยู่ในวิสัยทัศน์กลุ่มเป้าหมายสามารถรับได้จะใช้สื่ออะไรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และจะวางแผนการสื่อสารอย่างไร และทำอย่างไรให้การเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ออกไปจะเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีหรือภาพบวกแก่องค์กรและผู้นำองค์กรนั้น เนื่องจากสังคมปัจจุบันทุกคนมีโซเชียลมีเดีย และแฟนเพจเฟซบุ๊กสำนักงานนั้นมีการให้แสดงความคิดเห็นและแชร์ได้อย่างอิสระ อาจทำให้ประชาชนที่ไม่ได้รู้ข้อมูลจริงทำการแชร์โพสต์หรือแสดงความคิดเห็นในทางที่ทำให้บุคคลอื่นอาจเข้าใจผิด ทำให้ข้อมูลที่จะสื่อปิดเบือนออกไป ทั้งนี้ทางแฟนเพจสำนักงานกำลังดำเนินการในการแก้ปัญหาโดยการ นำเสนอข้อมูลเพื่อให้เกิดข้อเท็จจริง และพยายามประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงบุคคลมากขึ้น

สรุปผลการสัมภาษณ์ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่ต้องอยู่ภายใต้กรอบนโยบายของรัฐบาล ยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์จังหวัดและกลุ่มจังหวัด สื่อที่ใช้เผยแพร่มีทั้งวิทยุ โทรทัศน์ กิจกรรม และโซเชียลมีเดีย ซึ่งจะต้องประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ให้ถูกต้อง เหมาะสม รวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน และการวางแผนกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความสนใจ ความต้องการ และพฤติกรรมสื่อสารของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย โดยจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ทิศทางในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรให้ชัดเจน โดยทำความเข้าใจศึกษาพฤติกรรม ความต้องการของสมาชิกเพจ/ผู้เข้าชม รวมถึงประชาชนทั่วไปว่าต้องการอะไร อย่างไร ซึ่งพฤติกรรมโดยส่วนใหญ่แล้วสมาชิกเพจ/ผู้เข้าชมจะรับข้อมูลข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์แบบผ่านตากการจัดทำเนื้อหา ให้โดดเด่น ใช้ข้อความสั้น กระชับได้ใจความ การ

ออกแบบมีสีสันสะดุดตาและสร้างความน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา จะช่วยเสริมให้เป้าหมายขององค์กรนั้นบรรลุผลสำเร็จเร็วขึ้น ตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ชัดเจน การออกแบบเนื้อหา และวิธีการนำเสนอที่เหมาะสม ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะต้องเน้นที่ความสดใหม่ของเนื้อหา นำเสนออย่างโดดเด่นชัดเจน ง่ายต่อการเข้าถึง และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้มีส่วนร่วมเป็นสำคัญ

6. สรุปผลการวิจัย

6.1 บริบทการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรีมีบทบาทหน้าที่ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผลการดำเนินงาน และการกิจต่าง ๆ ขององค์กร นโยบายรัฐหรือข้อมูลทั่วไป เพื่อให้สาธารณชนทั่วไปได้รับทราบ แต่ด้วยพัฒนาการของรูปแบบการสื่อสารในยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคของเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ประเภท "เฟซบุ๊ก" (Facebook) ที่เป็นที่ยอมรับใช้งานกันอย่างกว้างขวาง ทำให้การติดต่อสื่อสารมีความสะดวกรวดเร็ว ผู้ใช้งานสามารถรับทราบข้อมูลข่าวสารได้โดยไม่มีข้อจำกัดทั้งในเรื่องระยะเวลาหรือระยะทาง ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีจะต้องประชาสัมพันธ์ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม รวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

6.2 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การจัดทำสื่อเพื่อให้ประชาชนสนใจในการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ทางแฟนเพจเฟซบุ๊ก คือ สื่ออินโฟกราฟิก เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งในแฟนเพจเฟซบุ๊กสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งการสื่อสารด้วยเรื่องราวสั้น ๆ และภาพที่ดูน่าสนใจ ทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลต่อผู้รับสารได้ดีกว่า เนื่องจากประชาชนชอบและจดจำภาพสวย ๆ ได้มากกว่าการอ่าน จึงทำให้เกิดการใช้สื่อในรูปแบบ อินโฟกราฟิกที่น่าเอาภาพหรือกราฟิก มาใช้ในการบ่งชี้ถึงข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นสถิติ ความรู้ ตัวเลข อีกทั้งยังต้องมีกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่ต้องอยู่ภายใต้นโยบายของรัฐบาล ยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์จังหวัดและกลุ่มจังหวัด สื่อที่ใช้เผยแพร่มีทั้งวิทยุ โทรทัศน์ กิจกรรม และโซเชียลมีเดีย ซึ่งจะต้องประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ให้ถูกต้อง เหมาะสม รวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันและการวางแผนกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความสนใจ ความต้องการ และพฤติกรรมการสื่อสารของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย โดยจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ทิศทางในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรให้ชัดเจน โดยทำความเข้าใจศึกษาพฤติกรรม ความต้องการของสมาชิกเพจ/ผู้เข้าชม รวมถึงประชาชนทั่วไปว่าต้องการอะไร อย่างไร ซึ่งพฤติกรรมโดยส่วนใหญ่แล้วสมาชิกเพจ/ผู้เข้าชมจะรับข้อมูลข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์แบบผ่านตาการจัดทำเนื้อหาให้โดดเด่น ใช้ข้อความสั้น กระชับได้ใจความ การออกแบบมีสีสันสะดุดตาและสร้างความน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา จะช่วยเสริมให้เป้าหมายขององค์กรนั้นบรรลุผลสำเร็จเร็วขึ้น ตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ชัดเจน การออกแบบเนื้อหา และวิธีการนำเสนอที่เหมาะสม

6.3 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า จุดเริ่มต้นที่สำคัญที่สุดของกลยุทธ์ที่นำมาใช้ คือ จะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ทิศทางในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรให้ชัดเจน โดยทำความเข้าใจศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการของสมาชิกเพจ/ผู้เข้าชม รวมถึงประชาชนทั่วไปอย่างถ่องแท้เสียก่อนว่าต้องการอะไร อย่างไร แล้วจึงจะกำหนดแนวทางของกลยุทธ์ ซึ่งพฤติกรรมโดยส่วนใหญ่แล้วสมาชิกเพจ/ผู้เข้าชมจะรับข้อมูลข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์แบบผ่านตาการจัดทำเนื้อหา ให้โดดเด่น ใช้ข้อความสั้น กระชับได้ใจความ การออกแบบมีสีสันสะดุดตาและสร้างความน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา จะช่วยเสริมให้เป้าหมายขององค์กรนั้นบรรลุผลสำเร็จเร็วขึ้น การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดังกล่าวให้ได้ผลมีจุดเริ่มต้นที่สำคัญคือจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ในการ เขียนให้ชัดเจนและทำความเข้าใจลักษณะพฤติกรรมกรับสารของกลุ่มเป้าหมายให้ถ่องแท้ ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายจะรับข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์แบบดูผ่าน ๆ การเขียนและนำเสนอเนื้อหาจึงต้องชัดเจนกระชับรัดกุมและใช้การเน้นข้อความส่วนสำคัญให้โดดเด่นสะดุดตาตั้งแต่ต้น อาทิเช่น การใช้อินโฟกราฟิกเข้ามาช่วยหรือ การทำวิดีโอต่าง ๆ ก็จะสามารถช่วยดึงดูดให้ประชาชนสามารถมองเห็นและเข้าใจเนื้อหาที่เราจะประชาสัมพันธ์ได้เช่นกัน



7. อภิปรายผลการวิจัย

7.1. บริบทการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหน่วยงานราชการในส่วนภูมิภาค สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี มีภารกิจตามกฎหมายกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ.2545 และความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลัก โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ และเครือข่าย เพื่อให้ประชาชน เกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีมีบทบาทหน้าที่ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผลการดำเนินงาน และการกิจต่าง ๆ ขององค์กร นโยบายรัฐ หรือข้อมูลทั่วไป เพื่อให้สาธารณชนทั่วไปได้รับทราบ โดยสื่อที่นำมาใช้จะเป็นเฟซบุ๊ก และไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย [6] เรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพและความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของ คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.71$) มี การระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($x = 3.05$) ความต้องการข้อมูล ข่าวสารประชาสัมพันธ์โดยรวมมีความต้องการกิจกรรมการดำเนินงานของ นักศึกษามากที่สุด ระดับ การรับรู้ผ่านสื่อหรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($x = 2.94$) ความต้องการการรับรู้ผ่านสื่อหรือช่องในการประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมผ่านสื่อ igrup Line NS มากที่สุด

7.2 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีการจัดทำสื่อเพื่อให้ประชาชนสนใจ ในการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ทางแฟนเพจเฟซบุ๊ก คือ สื่ออินโฟกราฟิก เป็นสื่อที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างยิ่งใน แฟนเพจเฟซบุ๊ก สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพราะสามารถช่วยทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย โดยเป็นการนำ ข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของข้อมูลและกราฟิกที่เป็นลายเส้น สัญลักษณ์ ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือ ภาพเคลื่อนไหว ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้ชมได้เข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมด ด้วย จำนวนข้อมูลหรือสารสนเทศที่หลากหลาย ซึ่งการสื่อสารด้วยเรื่องราวสั้น ๆ และภาพที่ดูน่าสนใจ ทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลต่อ ผู้รับสารได้ดีกว่า เนื่องจากประชาชนชอบและจดจำภาพสวย ๆ ได้มากกว่าการอ่าน จึงทำให้เกิดการใช้สื่อในรูปแบบ อินโฟ กราฟิกที่นำเอาภาพหรือกราฟิก มาใช้ในการบ่งชี้ถึงข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นสถิติ ความรู้ ตัวเลข ฯลฯ นั้นจึงทำให้สื่อดังกล่าวที่ได้รับความสนใจจากประชาชนมากที่สุดของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย [7] เรื่องการ ประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัย พบว่า 1) นโยบายการ ประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ 7 ด้าน ได้แก่ (1) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (2) การประชาสัมพันธ์ที่ตรงกับความต้องการ ประชาชน (3) การประชาสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง (4) การประชาสัมพันธ์ที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ (5) การประชาสัมพันธ์ที่ เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม (6) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและสร้างสรรค์ (7) การประชาสัมพันธ์อย่างประหยัด และคุ้มค่า

7.3 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีกลยุทธ์ในการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่ต้องอยู่ภายใต้นโยบายของรัฐบาล ยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์จังหวัดและกลุ่ม จังหวัด สื่อที่ใช้เผยแพร่มีทั้งวิทยุ โทรทัศน์ กิจกรรม และโซเชียลมีเดีย ซึ่งจะต้องประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ให้ถูกต้อง เหมาะสม รวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน และการวางแผนกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความ สนใจ ความต้องการ และพฤติกรรมสื่อสารของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย โดยจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ทิศทางการ สื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์การให้ชัดเจน โดยทำความเข้าใจศึกษาพฤติกรรม ความต้องการของสมาชิกเพจ/ผู้เข้าชม รวมถึงประชาชนทั่วไปว่าต้องการอะไร อย่างไร ซึ่งพฤติกรรมโดยส่วนใหญ่แล้วสมาชิกเพจ/ผู้เข้าชมจะรับข้อมูลข่าวสารทางสื่อ

สังคมออนไลน์แบบผ่านตาการจัดทำเนื้อหา ให้โดดเด่น ใช้ข้อความสั้น กระชับได้ใจความ การออกแบบมีสีสันสะดุดตาและสร้างความน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา จะช่วยเสริมให้เป้าหมายขององค์กรนั้นบรรลุผลสำเร็จเร็วขึ้น ตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ชัดเจน การออกแบบเนื้อหา และวิธีการนำเสนอที่เหมาะสม ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะต้องเน้นที่ความสดใหม่ของเนื้อหา นำเสนออย่างโดดเด่นชัดเจน ง่ายต่อการเข้าถึง และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้มีส่วนร่วมเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย [8] เรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า แม้สื่อสังคมออนไลน์จะเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากโดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ แต่การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดังกล่าวจะบรรลุผลหรือไม่เพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับความสามารถในการเขียนและออกแบบข่าวสารของนักประชาสัมพันธ์ผู้รับผิดชอบเป็นสำคัญ การประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์จึงจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์และดำเนินการอย่างรอบคอบการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดังกล่าวให้ได้ผลมีจุดเริ่มต้นที่สำคัญคือ จะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ในการเขียนให้ชัดเจนและทำความเข้าใจลักษณะพฤติกรรมการรับสารของกลุ่มเป้าหมายให้อ่องแท้ ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายจะรับข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์แบบดูผ่าน ๆ การเขียนและนำเสนอเนื้อหาจึงต้องชัดเจนกระชับรัดกุมและใช้การเน้นข้อความส่วนสำคัญให้โดดเด่นสะดุดตาตั้งแต่ต้น

8. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

8.1 เนื่องจากการศึกษานี้เป็นโครงการเอกเทศของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์จึงเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เพียง 4 ท่าน ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลเพิ่มเติมให้มากกว่านี้

8.2 ควรมีการศึกษาพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์แนวทางการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานให้มีความร่วมสมัยและเหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน

9. กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาริษา สุจิตวนิช อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือ แนะนำ ตรวจสอบแก้ไข และ ให้คำปรึกษา ด้วยความเอาใจใส่ซึ่งทำให้วิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ และขอขอบคุณบุคลากร ผู้ร่วมวิจัยทุกคน จากสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัยครั้งนี้ส่งผลให้วิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ตามวัตถุประสงค์ในที่สุด

10. เอกสารอ้างอิง (References)

- [1] Wiphakchanat Nimitpan and others. (2016) Public Relations Strategy on Social Media EAU Heritage Journal Social Science and Humanity Vol. 6 No. 1 January-April 2016
- [2] Ranya Naknoon. (2015) A survey of online media exposure behavior. (Internet media) and attitudes that affect Image of Philippine carrot soap sold online. Independent Study (M.B.A.), Graduate School, University Bangkok.
- [3] Marisa Sujittavanich and Duangjai khongkhaluang. (2020) Guidelines for Social Media Marketing Communications in Generation NeJournal of Roi Kaensarn Academi Vol. 5 No. 2 July-December 2020
- [4] Khwanruethai Saipradit. (2008) The role of public relations and public relations in new media. Bangkok : University King Mongkut's University of Technology North Bangkok.
- [5] Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994) Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2nd ed.). Sage Publications, Inc.



- [6] Nattha Chaokongjak. (2019) Public Relations Model on social media for Improving the image of faculty of nursing Mahidol University. A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for Master of Education (EDUCATIONAL TECHNOLOGY) Department of Educational Technology Graduate School, Silpakorn University
- [7] Rinrada Ma-a-la and others. (2021) Public Relations via Online Social Media of Hat Yai City Municipality, Songkhla Province. JOURNAL OF LOCAL GOVERNANCE AND INNOVATION : Vol. 5 No. 1 (2021) : JANUARY-APRIL
- [8] Sunisa Prawichai. (2017) Public relations strategies through social media. Innovative Distance Learning Electronic Journal (e-JODIL), 7(2), 1-13. Retrieved from <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/e-jodil/article/view/. 222192>