

แนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

วรรณวิสา เทพณรงค์^{1*} และมาริษา สุจิตวานิช²

¹ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

²ภาควิชานิเทศศาสตร์ (การประชาสัมพันธ์) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

*Voon58@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. สถานการณ์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี 2. แนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน เครื่องมือในการศึกษา ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผู้จัดทำโครงการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและอธิบายข้อมูลในเชิงพรรณนา ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะสรุปเป็นหมวดหมู่

ผลการศึกษา พบว่า 1) สถานการณ์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี รูปแบบการผลิตสื่อมีทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ ได้มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในเรื่องนโยบายของรัฐบาลเป็นหลัก การเผยแพร่ข่าวสารเรื่องที่มีความใกล้ชิดและอยู่ในความสนใจของประชาชน ข่าวตามกระแส ข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนควรรู้และอยากรู้ ในส่วนของจุดบกพร่อง ประกอบด้วย เรื่องของบุคลากร เรื่องเครื่องมือในการผลิตสื่อ และเรื่องข้อจำกัดในการผลิตสื่อ 2) แนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้วิธีการผลิตสื่อเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายโดยทำการศึกษากลุ่มเป้าหมาย ในการเตรียมเนื้อหาในการผลิตสื่อได้นำผลจากการประชุมครม. มาขยายผลให้มีความเข้ากับพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ต้องดูจากเนื้อหาของข้อมูลก่อนว่ามีความซับซ้อนน้อยแค่ไหนและจะใช้สื่อใดถึงจะมีความเหมาะสม ในส่วนของการเตรียมความพร้อมในการผลิตสื่อ ประกอบด้วย การเตรียมข้อมูล การเตรียมองค์ประกอบสำหรับการผลิตสื่อ และการศึกษากลุ่มเป้าหมายในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ในการผลิตสื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจมากที่สุด ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลในการผลิตสื่อ การใช้ภาษาในการสื่อสารที่เข้าใจง่าย การจัดวางเนื้อหาและองค์ประกอบของภาพ และการศึกษากลุ่มเป้าหมาย สิ่งที่ควรพัฒนา คือ การพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตสื่อของบุคลากรให้มีความรู้ในด้านการผลิตสื่อ

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อสังคมออนไลน์



Guidelines for producing public relations media through social media of the Suphanburi Provincial Public Relations Office

Wanwisa Thapnarong^{1*} and Marisa Sujittavanich²

¹Communication Arts (Public Relations), Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University

²Communication Arts, Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University

*namps1704@gmail.com

Abstract

The objectives of this study are 1. the situation of the production of public relations media of the Suphanburi Provincial Public Relations Office 2. the guidelines for producing public relations media through social media of the Suphanburi Provincial Public Relations Office. The target group for the study was three government employees in the Suphanburi Provincial Public Relations Office, including Suphanburi Provincial Public Relations. Public relations expert and administrative staff the study instrument was a semi-structured interview form. The project creator uses qualitative data analysis and describes the data descriptively. The information obtained from the interviews is summarized into categories.

The results of the study found that 1) the situation of public relations media production of the Suphanburi Provincial Public Relations Office Media production formats include both old media and new media. Information has been disseminated mainly on government policy. Dissemination of news on topics that are close to and of interest to the people, news according to trends, information that the people should know and want to know. As for the shortcomings, they include matters of personnel. About media production tools and the issue of limitations in media production 2) Guidelines for producing public relations media through social media of the Suphanburi Provincial Public Relations Office. Use media production methods to attract target groups by studying target groups. In preparing content for media production, results from Cabinet meetings were taken. Let's expand the results to be suitable for the area of Suphanburi province. You must first look at the content of the information to see how complex it is and which media to use to be appropriate. As for preparing for media production, it consists of preparing information. Preparation of elements for media production and studying target groups in producing public relations media. In producing media for the target group to understand as much as possible, it consists of studying information in media production. Using language to communicate that is easy to understand Arrangement of content and image elements and study of target groups What should be developed is to develop the efficiency in media production of personnel to have knowledge in media production.

Keywords: Public Relations, Public Relations Media Production, Social Media

1. บทนำ

กรมประชาสัมพันธ์เป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีระบบ โดยการเสนอแนะ นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับรัฐบาลและส่วนราชการต่าง ๆ และดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชน มีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการ พัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ในการศึกษา วิเคราะห์ สืบค้นและ ตรวจสอบประชาชาติเพื่อเสนอแนะนโยบายและจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ ของรัฐรวมทั้งติดตามประเมินผลและรายงานการ ประชาสัมพันธ์ของรัฐ ส่งเสริมและเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ เป็นประมุขตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ศิลธรรมและค่านิยมที่ดี ดำเนินการประชาสัมพันธ์นโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาล เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดี ความมั่นคงของประเทศและเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ และความสัมพันธ์อันดีกับต่างประเทศ ให้ คำปรึกษาและประสานการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ Public Relations Department [1] ตลอดจนสนับสนุนและให้การ ช่วยเหลือทางวิชาการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานทั้งของภาครัฐและเอกชน ผลิต เผยแพร่ ให้บริการเอกสาร และ สื่อโสตทัศนศึกษา รวมทั้งจัดทำข้อมูลสารสนเทศ และประสานความร่วมมือด้านประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน ดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่นายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีประจำสำนัก นายกรัฐมนตรี หรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นสำนักงานในกรมประชาสัมพันธ์ ได้จัดตั้งขึ้นตามกฎกระทรวงการแบ่ง ส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2527 ในฐานะราชการบริหารส่วนภูมิภาค ที่มีฐานะเทียบเท่ากองโดยมีอำนาจหน้าที่ใน การจัดทำแผนการปฏิบัติการและดำเนินการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดสุพรรณบุรีให้สอดคล้องกับแผนงานการประชาสัมพันธ์ ของรัฐกรมประชาสัมพันธ์และแผนงานการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี เผยแพร่ข้อมูลและให้บริการข้อมูลข่าวสาร ของจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อการประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ประสาน ให้คำปรึกษาและให้การช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์แก่ หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนรวมทั้งการปฏิบัติงานร่วมกันหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องและ งานต่างๆ ตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย Suphanburi Provincial Public Relations Office [2] ดังนั้น สำนักงานฯ จึง จำเป็นที่จะต้องมีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์นโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐ การประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารของจังหวัดสุพรรณบุรีไปสู่ประชาชนชาวจังหวัดสุพรรณบุรี รวมถึงการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่อง เครือข่ายเมือง สร้างสรรค์ด้านดนตรีและผ้าไทยใส่ให้สนุก เพื่อให้ประชาชนชาวจังหวัดสุพรรณบุรีรับทราบข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีได้มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ มีความรวดเร็ว ทันสมัย สะดวกสบายต่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้าง

การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีความสำคัญในการสื่อสารความคิดเห็นของข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มคน เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน องค์กร สถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายและที่ เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน รวมทั้งมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร สถาบัน และทำให้ประชาชนเกิดความนิยม เลื่อมใส ศรัทธาต่อหน่วยงาน ตลอดจนค้นหาและกำจัดแหล่งเข้าใจผิด เพื่อ สร้างความสำเร็จในการดำเนินงานของหน่วยงานนั้น Chananchida Sujitjul [3] ดังนั้น การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์จึงเป็นการ นำข่าวสาร ข้อมูล เรื่องราว กิจกรรม การประชุม และอื่น ๆ จัดทำเป็นข้อมูลสรุปและถ่ายทอดเป็นสื่อที่มีรูปลักษณะที่สวยงาม น่าสนใจ ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์เป็นสื่อกลางในการส่งสารจากหน่วยงานไปยังผู้รับ ทั้ง หน่วยงาน ภายนอกและประชาชนทั่วไป

ท่ามกลางสถานการณ์ข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมการใช้สื่อในยุคปัจจุบัน ส่งผลให้การสื่อสารภาครัฐไปสู่ประชาชน ต้องปรับรูปแบบให้ง่ายและน่าสนใจ เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลจากนโยบายรัฐบาล ภาครัฐต้องปรับเปลี่ยนการสื่อสารให้ทัน กับเทคโนโลยี แต่สิ่งที่เป็นจุดแข็งของภาครัฐ คือ ความเชื่อถือได้ และมีเป้าหมายที่เป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนนโยบาย

ต่าง ๆ นั่นก็คือ "ประชาชน" ด้วยต้องการให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดี มีการใช้จ่ายใช้สอยอย่างไม่ขัดสน Oranuch Srinon [4] เพราะฉะนั้น การที่จะทำให้ประชาชนคนไทยทุกคนได้รับการพัฒนาความเป็นอยู่อย่างทั่วถึง จึงมีความจำเป็นที่จะต้องส่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ไปถึงคนทุกกลุ่มให้ได้รับรู้ข่าวสารอย่างเท่าเทียม

การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก กับบุคคลหรือ สังคม เพื่อสร้างความเข้าใจ ความรู้เกี่ยวกับภารกิจของหน่วยงานกิจกรรมต่าง ๆ ที่หน่วยงานดำเนินการก่อให้เกิดการผสมผสานแนวทางการรับรู้สื่อการสนับสนุนและความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน จึงถือได้ว่าการประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารงานต่าง ๆ ในยุคปัจจุบันการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ข้อมูล นิยมสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook , Youtube Channel , Line ฯลฯ Rajamangala University of Technology Lanna [5] ซึ่งข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการสื่อสารในปัจจุบันก็มีหลากหลายรูปแบบ

การเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ เป็นการนำผลงาน สื่อประชาสัมพันธ์ หรือข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้น เผยแพร่สู่สาธารณชนโดยตรงผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) โทรสาร สื่อสังคมออนไลน์ ไลน์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม และผ่านทางเครือข่ายสื่อมวลชน องค์กร สถาบัน

“Social” หมายถึง สังคม ซึ่งในที่นี้จะหมายถึงสังคมออนไลน์ ซึ่งมีขนาดใหญ่มาก ในปัจจุบันคำว่า “Media” หมายถึง สื่อ ซึ่งก็คือ เนื้อหา เรื่องราว บทความ วิดีโอ เพลง รูปภาพ เป็นต้น ดังนั้นคำว่า Social Media จึงหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งก็คือเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ พื้นฐานการเกิด Social Media ก็มาจากความต้องการของมนุษย์หรือคนเราที่ต้องการติดต่อสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์กัน จากเดิมเรามีเว็บในยุค 1.0 ซึ่งก็คือเว็บที่แสดงเนื้อหาอย่างเดียว บุคคลแต่ละคนไม่สามารถติดต่อหรือโต้ตอบกันได้ แต่เมื่อเทคโนโลยีเว็บพัฒนาเข้าสู่ยุค 2.0 ก็มีการพัฒนาเว็บไซต์ที่เรียกว่า web application ซึ่งก็คือเว็บไซต์ที่มี แอปพลิเคชันหรือโปรแกรมต่างๆ Phakpon Jeranathep [6] ที่มีการโต้ตอบกับผู้ใช้งานมากขึ้นผู้ใช้งานแต่ละคนสามารถโต้ตอบกันได้ผ่านหน้าเว็บ

สื่อสังคมออนไลน์ คือ แพลตฟอร์มสำหรับสร้างชุมชนเสมือนบนโลกออนไลน์ เป็นแหล่งรวม ผู้ใช้งานเข้ามาประกอบกิจกรรมบนโลกออนไลน์ และสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้ ก็คือเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันโซเชียลฯ ที่ใช้งานกันอยู่ในชีวิตประจำวันทุกวัน เช่น พันทิป (Pantip), เฟซบุ๊ก (Facebook), ทวิตเตอร์ (Twitter) หรือทวิตเตอร์ (X) และไลน์ (Line) เป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของการสร้างและการเผยแพร่ข้อมูล ปัจจุบันกระแสการใช้งานอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ประเภทสมาร์ทโฟน และอุปกรณ์พกพา เช่น แท็บเล็ตที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน องค์กร หรือกลุ่มบุคคลได้นำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ประโยชน์ ทั้งในการสื่อสารติดต่อกันภายในหน่วยงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารกับประชาชนมากขึ้น

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Line, X, Google+, Instagram, YouTube และอื่น ๆ กำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญในวงกว้างต่อระบบการสื่อสาร ทำให้เราสามารถเชื่อมต่อความสัมพันธ์กันอย่างกว้างขวาง ไม่จำกัดเวลา สถานที่และอุปกรณ์ นำพาให้พี่น้องเพื่อนฝูงญาติสนิทมิตรสหายมาพบปะเจอเจอกัน ทำให้คนที่ไม่ชอบหรือไม่รู้จักการใช้สมาร์ทโฟนหันกลับมาเห็นความสำคัญของการใช้อุปกรณ์ประเภทนี้มากขึ้น อาจเรียกได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้ก้าวเข้ามาเปลี่ยนโลกในปัจจุบัน Atthaphon Thanon [7] เมื่อความสำคัญของสื่อออนไลน์มีมากขึ้น ในทางกลับกันสื่อออนไลน์ก็ยังเป็นตัวชีวิตถึงความนิยมของสื่อหลักได้ดี ไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุโทรทัศน์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต่างก็ตกอยู่ในสภาวะถดถอยหรือถูกปิดตัวไป เพราะไม่สามารถตอบสนองหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารได้อย่างฉับไวหรือรวดเร็วกว่าสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ เป็นเพราะสื่อหลักมีขั้นตอนกระบวนการผลิตที่ยุ่งยากซับซ้อนข้อมูลเนื้อหาไม่เป็นปัจจุบัน ที่สำคัญไม่สามารถเผยแพร่ทันต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ ณ ขณะนั้น ดังนั้น สื่อออนไลน์จึงเป็นเครื่องมือหรือช่องทางที่ทำให้หน่วยงาน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรต่าง ๆ รวมถึงบุคคลทั่วไปเลือกนำมาสื่อสังคมออนไลน์ใช้ประโยชน์มากขึ้นซึ่งสื่อสังคมออนไลน์เป็น

เครื่องมือสื่อสารที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารช่วยประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์/สร้างสัมพันธภาพที่ดีขององค์กร เพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ สร้างการมีส่วนร่วม และมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกได้อย่างรวดเร็ว ช่วยประหยัดต้นทุนและเข้าถึงคนได้เป็นจำนวนมาก

สื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นช่องทางที่สำคัญในการผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อาจทำได้หลากหลายรูปแบบ หลากหลายเทคนิคและหลากหลายวิธีการ สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสื่อสารที่เป็นตัวกลางในการนำข่าวสารต่างๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและมีทัศนคติที่ดีต่อสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีมากยิ่งขึ้น Public relations office [8] สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีจึงต้องให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพราะถ้าผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออกมาไม่ดีหรือเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแล้ว ก็จะส่งผลให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่ประสบผลสำเร็จตามที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีได้ตั้งไว้

จากข้อมูลที่กำลังกล่าวมาข้างต้น ผู้จัดทำโครงการจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อศึกษาว่าสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีมีแนวทางการผลิตสื่ออย่างไรสำหรับการเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งในการศึกษาจะทำให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้จัดทำโครงการจะนำผลในการศึกษาเพื่อมาเป็นแนวทางในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีคุณภาพและเป็นการพัฒนาศักยภาพในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด" ปรับเป็น "จากข้อมูลที่กำลังกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะ ศึกษาแนวทางการผลิต, การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ และปัญหาอุปสรรคของการปฏิบัติงานของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี จึงเกิดงานวิจัยฉบับนี้ขึ้นมา

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี
- 2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาโครงการนี้ใช้แนวคิดและทฤษฎี ดังนี้

- 3.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
- 3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
- 3.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

4. วิธีวิจัย/วิธีการศึกษา

4.1 กลุ่มเป้าหมาย ใช้การเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานราชการของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีจำนวน 3 คน ซึ่งเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Studies) เพื่อจะนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินงานโครงการนอกเขตและใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาอย่างเป็นระบบ และนำมาสู่การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด

สุพรรณบุรี และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ใช้สำหรับสัมภาษณ์พนักงานราชการในสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 3 คน

4.3 การสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้จัดทำโครงการได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้ 1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ 2) นำผลของการศึกษาตามข้อ 1 มาสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน โดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ในการจัดทำโครงการ 3) นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ เพื่อพิจารณาความครบถ้วน ความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการจัดทำโครงการ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการแนะนำ 4) ปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการแนะนำ 5) จัดทำการสัมภาษณ์ต่อพนักงานราชการของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเครื่องมือ

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ผู้จัดทำโครงการดำเนินการตามลำดับ ดังนี้ 1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำโครงการแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2) จัดทำแบบสัมภาษณ์ พร้อมตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์แบบของแบบสัมภาษณ์ 3) ทำเรื่องขอสัมภาษณ์ต่อพนักงานราชการของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี 4) ผู้จัดทำโครงการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย โดยสัมภาษณ์พนักงานราชการของสำนักงานประชาสัมพันธ์จำนวน 3 คน

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้จัดทำโครงการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยนำเสนอด้วยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ทำให้ทราบถึงสถานการณ์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ทราบถึงแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี อธิบายข้อมูลในเชิงพรรณนา ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะสรุปเป็นหมวดหมู่ โดยวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5. สรุปผลการวิจัย

5.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า 1) รูปแบบการผลิตสื่อของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานประชาสัมพันธ์มีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ โดยมีรูปแบบการผลิตสื่อ ดังนี้ สื่อเก่า ประกอบด้วย สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ โดยสื่อวิทยุนี้ทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีได้มีการผลิตข่าว / รายการ สปอติวิทยุ เพื่อนำไปเผยแพร่ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุพรรณบุรีและเครือข่ายวิทยุชุมชนในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนสื่อโทรทัศน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ทางสำนักงานประชาสัมพันธ์นั้นได้มีการจัดทำข่าวส่งให้สถานีวิทยุโทรทัศน์ NBT เพื่อให้สถานีวิทยุโทรทัศน์ NBT นำข้อมูลข่าวสารไปเผยแพร่ต่อ สื่อใหม่ ประกอบด้วยสื่อสังคมออนไลน์ โดยทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีมีการจัดทำอินโฟกราฟิก คลิปสั้น ข่าว เผยแพร่ผ่านทางช่องทางออนไลน์ คือ เว็บไซต์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ไลน์โดยจะส่งข้อมูลข่าวสารให้กับกลุ่มไลน์หัวหน้าส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี เพจ Facebook ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเพจ Facebook ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นสื่อที่มีส่วนช่วยในการขยายผลข่าวสารต่างๆ ให้กับสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นอย่างมาก โดยได้ทำการเผยแพร่อินโฟกราฟิกและเนื้อหาข่าวพร้อมภาพประกอบ และอีกหนึ่งสื่อสังคมออนไลน์ที่สำนักงานประชาสัมพันธ์ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร คือ TikTok ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งใช้ในการเผยแพร่คลิปสั้นเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล 2) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ 1. นโยบายของรัฐบาล ซึ่งถือว่าเป็นงานหลักของ

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี โดยทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีต้องเข้าประชุมประเด็น IOC ทุกวันพุธเพื่อนำประเด็น IOC มาขยายผลต่อโดยการจัดทำสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอินโฟกราฟิกหรือคลิปวิดีโอสั้นเพื่อประชาสัมพันธ์ส่งต่อไปยังประชาชนชาวจังหวัดสุพรรณบุรี 2. ยุทธศาสตร์ชาติ 3. แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี 4. กิจกรรมโครงการของหน่วยงาน 20 กระทรวง ได้แก่ สำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวงกลาโหม กระทรวงการคลัง กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงคมนาคม กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงพลังงาน กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงยุติธรรม กระทรวงแรงงาน กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงอุตสาหกรรม 5. กิจกรรมของจังหวัดสุพรรณบุรี ในการผลิตสื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สำนักงานประชาสัมพันธ์ต้องผลิตสื่อไปในทางเชิงบวกซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี 3) ผลตอบรับที่ดีในการเผยแพร่ข่าวสารของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี การเผยแพร่ข่าวสารที่ได้ผลตอบรับที่ดี คือ เรื่องที่มีความใกล้ชิดและอยู่ในความสนใจของประชาชน ข่าวตามกระแส กรมประชาสัมพันธ์ได้ตั้งธงให้สำนักงานประชาสัมพันธ์จะต้องผลิตสื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนควรรู้และอยากรู้ ซึ่งเป็นเรื่องที่ประชาชนควรรู้และอยากรู้ก็จะทำให้ประชาชนเกิดความสนใจ เช่น เรื่องปากท้อง ช่องทางทำกิน สุขภาพ สาธารณภัย ช่องทางการขอรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ แนวทางการสร้างงานสร้างรายได้ และเรื่องการท่องเที่ยว จากที่กล่าวมาล้วนเป็นเรื่องที่ประชาชนมีส่วนได้ส่วนเสีย ส่วนเรื่องที่ประชาชนไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประชาชนก็จะได้ไม่ได้รับความสนใจมากนัก เมื่อผลิตสื่อออกไปผลตอบรับก็จะไม่ดีเพราะเป็นสิ่งที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับประชาชน 4) สื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี จากการสัมภาษณ์พนักงานราชการของสำนักงานประชาสัมพันธ์ทั้งหมด 3 คน ทุกคนตอบเป็นเสียงเดียวกันว่าสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี โดยเหตุผลคือ สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ช่วยขยายผลให้กับกรมประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก สามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง มีความสะดวกสบาย ใช้บุคลากรและงบประมาณน้อยในการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สื่อสังคมออนไลน์ยังสามารถนำเอาสื่อเก่า ได้แก่ สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์มาขยายผลได้อีกผ่านสื่อสังคมออนไลน์และสามารถที่จะดูซ้ำ ฟังซ้ำ อ่านซ้ำได้ แต่สื่อสังคมออนไลน์นั้นก็มีข้อเสียเช่นกัน เพราะการผลิตสื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารก็ต้องทำงานแข่งกับเวลาเนื่องจากนโยบายรัฐบาลบางเรื่องนั้นมีการแสบวันต่อวัน ทำให้ต้องลงข่าวเร็ว บางเรื่องที่ทำเร็วเกินไปแล้วไม่ได้ผ่านการคัดกรองข้อมูลข่าวสารอย่างดีนั้นส่งผลกระทบต่อข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปเกิดความไม่น่าเชื่อถือและส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี 5) จุดบกพร่องของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบจุดบกพร่องในการผลิตสื่อของสำนักงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1. บุคลากร ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดบกพร่องหลักๆ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี เนื่องจากมีจำนวนบุคลากรน้อยและบุคลากรมีวุฒิการศึกษาที่ไม่ตรงสาย ทำให้ผลงานที่ผลิตออกมานั้นยังไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร 2. เครื่องมือในการผลิตสื่อ เนื่องจากงบประมาณในการสนับสนุนด้านอุปกรณ์ที่ทันสมัยมีค่อนข้างน้อย 3. ข้อจำกัดในการผลิตสื่อ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีนั้นเป็นหน่วยงานของภาครัฐทำให้มีข้อจำกัดในการผลิตสื่อค่อนข้างเยอะ ต้องยึดหลักความเป็นทางการในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

5.2 เพื่อศึกษาแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า 1. วิธีการผลิตสื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ต้องศึกษากลุ่มเป้าหมายว่ากลุ่มเป้าหมายในการผลิตสื่อคือคนกลุ่มไหน เช่น กลุ่มเป้าหมายในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี คือ กลุ่มชาวบ้านและกลุ่มเกษตรกร การผลิตสื่อจะต้องไม่เป็นทางการเกินไป สามารถเข้าใจง่าย เนื้อหาไม่เยิ่นเย้อ เพราะหากเนื้อหายาวเยิ่นเย้อเกินไปจะทำให้สื่อที่ผลิตไม่มีความน่าสนใจ ทำให้กลุ่มเป้าหมายในการผลิตสื่อไม่เกิดความสนใจที่จะเข้ามาอ่านหรือมารับชมเพราะไม่มีความดึงดูด 2. การเตรียมเนื้อหาในการผลิตสื่อ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีนั้นทำการประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐบาลเป็นหลัก นโยบายของรัฐบาลจะได้มาจากการประชุมกรม. ทุกวันอังคาร ซึ่งข้อมูลที่ได้อีกก็จะผ่านการคัดกรองเนื้อหาจากกรม

ประชาสัมพันธ์แล้วจึงนำมาขยายผลให้มีความเข้ากับพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อได้ข้อมูลมาจากการประชุมแล้วก็ต้องดูเนื้อหาจากหัวข้อใหญ่ก่อน แล้วต่อมาก็จะดูหัวข้อย่อยว่ามีส่วนไหนที่เข้ากับพื้นที่ของจังหวัดสุพรรณบุรี แล้วเนื้อหานั้นจะได้รับความสนใจจากประชาชนหรือไม่ เมื่อได้ตัวเนื้อหาแล้วจึงนำไปสู่ขั้นตอนของการผลิตสื่อต่อไป 3. การเลือกผลิตสื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ ต้องดูจากเนื้อหาของข้อมูลก่อนว่ามีความซับซ้อนมากน้อยแค่ไหนและจะใช้สื่อใดถึงจะมีความเหมาะสม เช่น ถ้าเป็นเรื่องของข้อกำหนด ข้อกฎหมาย อาจจะต้องมีภาพประกอบ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้รับชมสื่อ หากเนื้อหามีมากอาจจะทำเป็นข่าว หรือรายการที่มีเวลาในการอธิบายข้อมูล ถ้าเป็นเรื่องง่ายๆ เนื้อหาข้อมูลไม่เยอะมาก เช่น การณรงค์ เชิญชวน อาจใช้เป็นอินโฟกราฟิกในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การผลิตสื่อจะต้องผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายด้วย 4. การเตรียมความพร้อมในการผลิตสื่อ 4.1) การเตรียมข้อมูล ซึ่งการเตรียมข้อมูลถือว่ามี ความสำคัญสำหรับการผลิตสื่อ ข้อมูลต้องมาจากแหล่งที่เชื่อถือได้ มีการจัดเตรียมเนื้อหาในส่วนหัวข้อหลัก หัวข้อย่อยและ เนื้อหาว่าควรจะมีส่วนไหนหรือควรจะตัดส่วนไหนออกเพื่อให้สื่อที่ผลิตออกมาเกิดความเข้าใจง่าย 4.2) การเตรียม องค์ประกอบสำหรับการผลิตสื่อ ไม่ว่าจะเป็นการเตรียมภาพประกอบ เสียงประกอบ ซึ่งเป็นส่วนช่วยให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจ เนื้อหาของสื่อที่ผลิตมากขึ้น 4.3) การศึกษากลุ่มเป้าหมายในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ 5. ผลิตสื่ออย่างไรให้กลุ่มเป้าหมาย เกิดความเข้าใจมากที่สุด 5.1) ศึกษาข้อมูลในการผลิตสื่อ ทำความเข้าใจข้อมูลที่ต้องการผลิตสื่อ ต้องทำความเข้าใจจากตัว ผู้ผลิตก่อนถึงจะสามารถส่งต่อข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ 5.2) ใช้ภาษาในการสื่อสารที่เข้าใจง่ายให้ตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด 5.3) การจัดวางเนื้อหาและองค์ประกอบของภาพ เริ่มจากทำหัวข้อใหญ่ให้เด่น แล้วจึงจัดวางหัวข้อ ย่อยซึ่งต้องมีเนื้อหาไม่เยอะแต่ใช้ถ้อยคำที่ให้น่าสนใจ ไม่ควรจัดวางองค์ประกอบให้เลอะเทอะทำให้เกิดความไม่สบายตา เพราะจะทำให้ผู้รับชมเกิดความอึดอัด 5.4) การศึกษากลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ก็มีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากที่จะ กำหนดทิศทางในการผลิตสื่อ เพราะถ้าหากกลุ่มเป้าหมายคือวัยเด็กหรือวัยรุ่นก็อาจดึงดูดความสนใจโดยใช้ภาพการ์ตูนให้ สอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ แต่ถ้ากลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มชาวบ้านก็ต้องใช้องค์ประกอบที่ไม่เป็นการดูหมิ่น มากเกินไป 6. สิ่งที่ควรพัฒนาเกี่ยวกับการผลิตสื่อของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี คือ การพัฒนาประสิทธิภาพใน การผลิตสื่อของบุคลากรให้มีความรู้ในด้านการผลิตสื่อเพราะปัญหาหลักๆ ในการผลิตสื่อของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด สุพรรณบุรีคือมีบุคลากรที่จับจุ่มไม่ตรงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทำงานที่ออกมาไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร

6. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการจัดทำโครงการ เรื่อง แนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงาน ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี จากการสัมภาษณ์พนักงานราชการของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

6.1 สถานการณ์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี รูปแบบการผลิตสื่อ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี มีทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ โดยสื่อเก่าที่สำนักงานประชาสัมพันธ์ผลิต ประกอบด้วย สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ส่วนสื่อใหม่ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย สื่อสังคม ออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ ไลน์ เฟซบุ๊ก และ Tik Tok สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีได้มีการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารในเรื่องนโยบายของรัฐบาลเป็นหลัก และได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเรื่องยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาจังหวัด สุพรรณบุรี กิจกรรมโครงการของหน่วยงาน 20 กระทรวง และกิจกรรมของจังหวัดสุพรรณบุรี จากเรื่องการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีเรื่องที่ได้ผลตอบรับที่ดี คือ การเผยแพร่ข่าวสาร เรื่องที่มีความใกล้ชิด และอยู่ในความสนใจของประชาชน ข่าวตามกระแส ข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนควรรู้และอยากรู้ ในการเผยแพร่ข่าวสารสื่อ สังคมออนไลน์ถือว่ามีผลต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นอย่างมาก เพราะสื่อสังคม ออนไลน์เป็นสื่อที่ช่วยขยายผลให้กับกรมประชาสัมพันธ์ สามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง มีความสะดวกสบาย ใช้บุคลากรและงบประมาณน้อยในการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ในส่วนของจุดบกพร่องของ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย เรื่องของบุคลากร เรื่องเครื่องมือในการผลิตสื่อ และเรื่องข้อจำกัดใน

การผลิตสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Suchada Yotakhan. and Laksana Klaikaew [9] เรื่อง แนวทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กเพื่อรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงกลาโหม ที่ได้กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ถูกจัดว่าเป็น “สื่อใหม่” ในงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานจึงต้องคำนึงถึงความเหมาะสม ข้อดีและข้อเสีย เพื่อนำมาพิจารณาความเหมาะสมที่จะนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ จากการศึกษาสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก “สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม” เพิ่งเริ่มก่อตั้งได้เพียงไม่นาน จึงทำให้งานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นเพียงการริเริ่ม ทดลองใช้เท่านั้น บุคลากรเจ้าหน้าที่ยังขาดประสบการณ์และความชำนาญในการประชาสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์อยู่มาก หากมีการเสนอให้เป็นหนึ่งในเครื่องมือประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานแล้ว อาจจะต้องมีการเสนอให้มีการจัดทำคู่มือการประชาสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้แก่บุคลากรและเจ้าหน้าที่ของกระทรวงกลาโหม นอกจากนี้ยังต้องมีการสนับสนุนงบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้การพัฒนาทางด้านดังกล่าวมีประสิทธิภาพและเข้าถึงบุคคลกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ได้เพิ่มขึ้น

6.2 แนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี วิธีการผลิตสื่อคือคัดกลุ่มเป้าหมายของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี คือ การศึกษาข้อมูลกลุ่มเป้าหมายว่ากลุ่มเป้าหมายในการผลิตสื่อคือคนกลุ่มไหน ซึ่งการศึกษาข้อมูลกลุ่มเป้าหมายจะมีส่วนช่วยให้การผลิตสื่อตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การเตรียมเนื้อหาในการผลิตสื่อ สำนักงานประชาสัมพันธ์นั้นทำการประชาสัมพันธ์ได้นำผลจากการประชุมกรม. มาขยายผลให้มีความเข้ากับพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี โดยการดูเนื้อหาจากหัวข้อใหญ่ก่อน และต่อยอดด้วยหัวข้อย่อยว่ามีส่วนไหนที่เข้ากับพื้นที่ของจังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อได้ตัวเนื้อหาแล้วจึงนำไปสู่ขั้นตอนของการผลิตสื่อต่อไป ในการเลือกผลิตสื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ ต้องดูจากเนื้อหาของข้อมูลก่อนว่ามีความซับซ้อนมากน้อยแค่ไหนและจะใช้สื่อใดถึงจะมีความเหมาะสม การเตรียมความพร้อมในการผลิตสื่อ ประกอบด้วย การเตรียมข้อมูล การเตรียมองค์ประกอบสำหรับการผลิตสื่อ และการศึกษาข้อมูลในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การผลิตสื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจมากที่สุด ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลในการผลิตสื่อ การใช้ภาษาในการสื่อสารที่เข้าใจง่าย การจัดวางเนื้อหาและองค์ประกอบของภาพ และการศึกษาข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย ท้ายที่สุดสิ่งที่ควรพัฒนาเกี่ยวกับการผลิตสื่อของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี คือ การพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตสื่อของบุคลากรให้มีความรู้ในด้านการผลิตสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Thanyathachon Suksangiam [10] เรื่อง การผลิตสื่ออินโฟกราฟิกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) เพื่อส่งเสริมการรับรู้ภารกิจและภาพลักษณ์กระทรวงกลาโหม ที่ได้กล่าวว่า ประสิทธิภาพของสื่อในการส่งเสริมภารกิจหรือสร้างภาพลักษณ์อยู่ในระดับที่เหมาะสมมากที่สุด โดยเฉพาะเนื้อหาสาระที่กระชับ รูปแบบที่สวยงามต่อการจดจำ และสีสันทันทีสะดุดตา ทำให้เกิดการรับรู้ได้ง่าย

7. เอกสารอ้างอิง

- [1] Public Relations Department. (2020). History. Retrieved December 2, 2023, <https://www.prd.go.th/th/page/item/index/id/1> (In Thai)
- [2] Suphanburi Provincial Public Relations Office. (2020). History. Retrieved January 3, 2024, <https://suphanburi.prd.go.th/th/page/item/index/id/12> (In Thai)
- [3] Chananchida Sujitjul. (2019). Preparation of public relations media: posters. Retrieved February 20, 2024, [https://hec.rmutp.ac.th/homes/wp-content/uploads/2023/04/Manual for preparing public relations media-posters for the Faculty of Home Economics Technology.pdf](https://hec.rmutp.ac.th/homes/wp-content/uploads/2023/04/Manual%20for%20preparing%20public%20relations%20media-posters%20for%20the%20Faculty%20of%20Home%20Economics%20Technology.pdf) (In Thai)
- [4] Oranuch Srinon. (2023). PR PLAN FOR ALL. Retrieved April 17, 2024, <https://prtechnicaldm.prd.go.th/th/content/category/detail/id/12/iid/203048> (In Thai)
- [5] Rajamangala University of Technology Lanna. (2023). Techniques for applying information technology to practice within the agency. Retrieved April 10, 2024,



- https://webs.rmutl.ac.th/assets/upload/files/2023/05/20230522155612_30986.pdf (In Thai)
- [6] Phakpon Jeranathep. (2022). Digital media creation on online social networks. Retrieved on April 16, 2024, retrieved from [https://library.wu.ac.th/km/digital media creation/](https://library.wu.ac.th/km/digital%20media%20creation/) (In Thai)
- [7] Atthaphon Thanoi. (2019). Social media. Retrieved February 6, 2024, <https://w2.med.cmu.ac.th/suandok-variety/it/1313/> (In Thai)
- [8] Public relations office. (2018). Strategy for publicizing information through online communities using Facebook (Facebook). Retrieved April 17, 2024, https://borc.anamai.moph.go.th/web-upload/24xe82d9421a764bd38b31a4171c44f3_7a6/filecenter/KPI64/F1/Level1/F1-1-15.pdf (In Thai)
- [9] Suchada, Y. and Laksana, K. (2022). Guidelines for public relations through the social media Facebook to gain awareness of the image of the Ministry of Defense. Retrieved April 7, 2024, <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jmctrmutp/article/view/262886> (In Thai)
- [10] Thanyathachon Suksangiam. (2020). Production of infographic media via social media (Facebook) to promote Acknowledge the mission and image of the Ministry of Defense. Retrieved April 19, 2024, <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/4025/1/RMUTT-170563.pdf> (In Thai)