



ประสิทธิภาพในการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ลงช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท ST

ภาววี ทองดอนใหม่^{1*} และ กฤติยา รุจิโชค¹

¹สาขาวิชานิเทศศาสตร์ (ประชาสัมพันธ์) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

*Paphaweebuaniki2000@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง “ประสิทธิภาพในการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ลงช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท ST Design Marketing Online” มีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อทราบถึงประสิทธิภาพในการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของพนักงานบริษัท ST Design Marketing 2.เพื่อศึกษาแนวทางการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท ST Design Marketing Online การสำรวจเชิงปริมาณ (สำรวจ) ทางผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานในบริษัท ST Design Marketing Online โดยจะใช้แบบสอบถามรูปแบบ Google Form จำนวน 40 คน การสำรวจเชิงคุณภาพ (สัมภาษณ์) ทางผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมายเป็น พนักงานในตำแหน่งฝ่ายงาน Creative Content ของบริษัท ST Design Marketing Online จำนวน 3 ท่าน การสัมภาษณ์เชิงลึกถึง ประสิทธิภาพการเขียนประชาสัมพันธ์และแนวทางในการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์อย่างไรให้มีประสิทธิภาพ ผลวิจัยข้อ 1. ประสิทธิภาพในการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท ST Design Marketing Online พบว่าพนักงานในบริษัทที่มีประสิทธิภาพในการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ลงช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ผลวิจัยข้อ 2. แนวทางการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ เนื้อหาต้องสั้น กระชับเข้าใจง่ายมีความรู้ในเรื่องการใช้คำศัพท์ที่ถูกต้อง จำเป็นที่จะต้องศึกษากฎการเขียนประชาสัมพันธ์ ลงเพจเฟซบุ๊ก เพื่อลดความเสี่ยงที่เพจเฟซบุ๊กจะโดนปิดตัวและในส่วนสำคัญที่จะทำให้การเขียนสื่อประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ ต้องทำความเข้าใจในตัวตนเพจของลูกค้า

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพในการทำงาน สื่อสังคมออนไลน์ การเขียนสื่อประชาสัมพันธ์

Design Marketing Online Efficiency in Writing Public Relations Materials on Social Media Channels of ST Design Marketing Online Company

Paphawee Thongdonmai^{1*} and Kritiya Rujichok¹

¹Department of Communication Arts Faculty of Management Sciences Nakhon Pathom Rajabhat University

*Paphaweebuaniki2000@gmail.com

Abstract

The research article on “Efficiency in writing public relations materials on social media channels of ST Design Marketing Online Company” had the objectives 1.) to know the efficiency of public relations writing through social media channels of ST Design Marketing Company employees 2.) to study Guidelines for writing public relations materials through social media channels of ST Design Marketing Online Company by Quantitative survey. The researcher selected the target group to be employees of ST Design Marketing Online Company by using a questionnaire in the form of Google Form, 40 people for qualitative survey (interview). The researcher has selected the target group as employees in the Creative Content department of ST Design Marketing Online, 3 people. In-depth interviews about efficiency of public relations writing and how to effectively write public relations through online media channels. The results in the first objective is that effected in writing public relations materials through social media channels of ST Design Marketing Online Company found that employees in the company who are effective in writing public relations materials on social media channels. Objective 2. Guidelines for writing public relations media concerned about the content that must be short, concise, easy to understand, and knowledge of the correct terminology. It is necessary to study the rules of public relations writing on Facebook pages. To reduce the risk that the Facebook page will be closed and the most important part to make the most effective writing of public relations and to understand the identity of the customer's page. As a result, writing public relations materials can reach the target group as the customer need and knowledge gained from this research that can be utilized for work related to writing public relations materials in order to develop the ability to write public relations materials. The knowledge gained can be applied for work in the future.

Keywords : work efficiency, social media, public relations media writing

บทนำ

ในสังคมยุคปัจจุบัน ปฏิเสธไม่ได้ว่า “สื่อสังคมออนไลน์” หรือ Social Media ได้เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก การทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นจุดเปลี่ยนของโลกแห่งการสื่อสารไปสู่รูปแบบใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว การใช้สื่อใหม่หรือ ที่เรียกกันว่า “New Media” ซึ่งเป็นการแข่งขันกันด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ถูกคิดค้นการใช้งานบนเครือข่ายการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต มีอุปกรณ์



สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรืออุปกรณ์การสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์โทรศัพท์แบบสมาร์ตโฟน หรือคอมพิวเตอร์แบบพกพา (แท็บเล็ต) เป็นต้น ที่ จะคอยช่วยทำหน้าที่เป็นช่องทาง ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้ใช้งานหรือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในหลายๆ องค์กรหรือหน่วยงานเห็นประโยชน์ในข้อนี้จึงได้นำ “สื่อสังคมออนไลน์” มาปรับประยุกต์ใช้และบูรณาการ การปฏิบัติงานของตน ในงานด้านการประชาสัมพันธ์ก็เช่นเดียวกัน [1]

การประชาสัมพันธ์บนช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยการทำให้ ประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจและเหมาะสมกับตัวแบรนด์หรือการทำสื่อตามกระแสในโลกออนไลน์ ซึ่งเป็นการดึงดูดให้ผู้คนเข้ามา สนใจมากขึ้น การทำสื่อประชาสัมพันธ์จึงเป็นปัจจัยหลักในการสื่อสาร โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เป็นตัวกลางในการ เชื่อมต่อระหว่างแบรนด์และกลุ่มเป้าหมาย [2]

ที่บริษัท เอสที ดีไซน์ มาร์เก็ตติ้ง ออนไลน์ จำกัด เป็นบริษัทเอเจนซีทางการตลาด รับผิดชอบเรื่องการตลาดออนไลน์ให้ ลูกค้าแบบครอบคลุม ปัจจัยหลักสำคัญของการทำการตลาดคือการประชาสัมพันธ์บนช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบถึงประสิทธิภาพในการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของพนักงานภายในบริษัท ของบริษัท ST Design Marketing
2. เพื่อศึกษาแนวทางการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ของบริษัท ST Design Marketing Online

ทบทวนวรรณกรรม

สื่อสังคมออนไลน์มีหลายรูปแบบ ทั้งประเภทเครื่องมือ และการประยุกต์ใช้งานที่หลากหลาย ซึ่งอาจแบ่งได้ดังนี้ [3]

1. เครือข่ายสังคม (Social networking site) เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือ หน่วยงานสามารถสร้างข้อมูล และเปลี่ยนข้อมูล (สถานะของตน) เผยแพร่รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว โดยที่บุคคลอื่น สามารถเข้ามาแสดงความชอบ หรือส่งต่อ หรือเผยแพร่ หรือ แสดงความเห็น ได้ตอบการ สนทนา หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ เช่น Facebook, Badoo, Google+, Linkdin, Orkut
2. ไมโครบล็อก (Micro-blog) เป็นเว็บไซต์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูล หรือข้อความสั้น ในเรื่องที่สนใจเฉพาะด้าน รวมทั้ง สามารถใช้เครื่องหมาย # (hashtag) เพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ เช่น Twitter, Blauk, Weibo, Tout, Tumblr
3. เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing website) เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งาน สามารถฝาก หรือนำสื่อข้อมูล รูปภาพ วิดีโอ ขึ้นเว็บไซต์เพื่อแบ่งปันแก่ผู้อื่น เช่น Flickr, Vimero, Youtube, Instagram, Pinteres
4. บล็อก ส่วนบุคคลและองค์กร (Personal and corporate blogs) เป็นเว็บไซต์ที่ผู้เขียนบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ เสมือนเป็นบันทึกไดอารี่ออนไลน์สามารถเขียนในลักษณะไม่เป็นทางการและแก้ไขได้บ่อย ซึ่งบล็อกสามารถใช้ได้ทั้งส่วนบุคคล และกลุ่ม หรือองค์กร เช่น Blogger, WordPress, Bloggang, Exteen
5. บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของเว็บไซต์ (Blogs hosted by media outlet) เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการนำเสนอข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีความเป็นทางการน้อยกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ แต่มีรูปแบบ และความเป็นทางการมากกว่าบล็อก เช่น theguardian.com เจ้าของคือ หนังสือพิมพ์ The Gardian
6. วิกีและพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wikis and online collaborative space) เป็นเว็บไซต์ที่เป็นพื้นที่สาธารณะ ออนไลน์เพื่อรวบรวม ข้อมูล และเอกสาร เช่น Wikipedia, Wikia
7. กลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, discussion board and group) เป็นเว็บไซต์หรือกลุ่มจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะ มีทั้งที่เป็นกลุ่มส่วนตัวและสาธารณะ เช่น Google Groups, Yahoo Groups, Pantip
8. เกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online multiplayer gaming platform) เป็นเว็บไซต์ที่เสนอรูปแบบการเล่นเกมส์ออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถเล่นได้คนเดียวหรือเป็นกลุ่ม เช่น Second life, World of Warcraft
9. ข้อความสั้น (Instant messaging) การรับส่งข้อความสั้นจากมือถือ เช่น SMS (text messaging)
10. การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด (Geo-spatial tagging) เป็นการแสดงตำแหน่งที่อยู่ พร้อมความเห็นและ

รูปภาพ ในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Foursquare ประสิทธิภาพการทำงาน คือ การทำงานให้เสร็จโดยสูญเสียพลังงานน้อยที่สุด ได้แก่ การทำงานได้เร็วและได้งานที่ตีบุคลากรที่มี ประสิทธิภาพ ในการทำงาน เป็นบุคลากรที่ตั้งใจในการปฏิบัติงานเต็มความสามารถใช้กลวิธีหรือ เทคนิคการทำงาน ที่จะสร้างผลงานได้มาก เป็นผลงานที่มีคุณภาพเป็นที่น่าพอใจ โดยสิ้นเปลืองต้นทุน ค่าใช้จ่าย พลังงาน และเวลาน้อยที่สุด [1]

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการสำรวจเชิงปริมาณ (สำรวจ) ทางผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานในบริษัท ST Design Marketing Online จำนวน 40 คนโดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบ ของ Google Form และการสำรวจเชิงคุณภาพ (สัมภาษณ์) ทางผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมายเป็น พนักงานในตำแหน่งฝ่ายงาน Creative Content ของบริษัท ST Design Marketing Online จำนวน 3 ท่าน เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงเรื่อง ประสิทธิภาพ การเขียนประชาสัมพันธ์และแนวทางในการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์อย่างไรให้มีประสิทธิภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เชิงปริมาณ (สำรวจ) ผู้วิจัยได้ทำการสร้างสร้างเครื่องมือในรูปแบบ แบบสอบถาม และได้แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ทำแบบสอบถาม ลักษณะในการสอบถามจะเป็นการตรวจสอบรายการ จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ การศึกษา สถานภาพ ช่วงเวลาที่ได้ทำงานที่บริษัท ST Design Marketing Online 2. ประสิทธิภาพในการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ลงช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของภายในบริษัท ST Design Marketing Online จำนวน 7 ข้อ มีคำถามเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพ เช่น การทำงานภายในทีม ประสิทธิภาพในการเขียนประชาสัมพันธ์ลงช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ 3.ทางผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือในรูปแบบ “การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก” เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของภายใน บริษัท ST Design Marketing Online

ผลจากการวิจัย

ผลการวิจัยจากผู้ตอบแบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 40 คน เป็นเพศชาย 19 คน เพศหญิง 21 คน ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นช่วงอายุ 26 – 30 ปี จำนวน 21 คน รองลงมาจะเป็นช่วงอายุ 20 – 25 ปี จำนวน 13 คน รองลงมาอันดับที่สองจะเป็นช่วงอายุ 31 – 35 ปี จำนวน 5 คน และที่มีอายุ 36 – 40 ปี จำนวน 1 คน ในด้านระดับการศึกษาของพนักงานในบริษัท ST Design Marketing Online มากที่สุดจะเป็นปริญญาตรี จำนวน 31 คน รองลงมาจะเป็น สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และระดับปวส. จำนวน 1 คน

ผลจากการทำแบบทดสอบความพึงพอใจในประสิทธิภาพการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อ สังคมออนไลน์ของ บริษัท ST Design Marketing Online จะเห็นได้ว่า ประสิทธิภาพในการเขียนประชาสัมพันธ์ลงช่องทางสื่อออนไลน์ เป็นไปในทางน่าพึงพอใจกับเนื้อหาประชาสัมพันธ์ที่สามารถจะ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ความถูกต้องแม่นยำในการใช้ ภาษาและคำศัพท์จึงทำให้เนื้อหาการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือมากขึ้น

ผลจากการทำแบบสอบถามเชิงลึกถึงแนวทางในการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ สรุปโดยรวมว่า การเขียนสื่อประชาสัมพันธ์นั้น เนื้อหาต้องสั้น กระชับเข้าใจง่าย มีความรู้ในเรื่องการใช้คำศัพท์ที่ถูกต้อง จำเป็นที่จะต้องศึกษากฎการเขียนประชาสัมพันธ์ลงเพจเฟซบุ๊ก เพื่อลดความเสี่ยงที่เพจเฟซบุ๊กจะโดนปิดตัวและในส่วนสำคัญที่จะทำให้การเขียนสื่อประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ ต้องทำความเข้าใจในตัวตนเพจของลูกค้า จึงทำให้การเขียนสื่อประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตามที่ลูกค้าต้องการ การเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพนั้น เป็นอีกหนึ่งอย่างที่จะทำให้ลูกค้าไว้วางใจให้บริษัท ST Design Marketing Online ดูแลเรื่องการตลาดออนไลน์ให้กับลูกค้าตั้งแต่เริ่มทำแบรนด์ทั้งในเรื่องช่องทางสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน จึงทำให้ผลงานที่ออกมาตรงความต้องการของลูกค้าและได้รับความไว้วางใจในการดูแลเรื่องการตลาดออนไลน์ของลูกค้า การพัฒนาศักยภาพในการเขียนสื่อ



ประชาสัมพันธ์สามารถนำมาทำให้การเขียนสื่อประชาสัมพันธ์เป็นที่น่าสนใจมากขึ้นและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Somjai luksana [1] ประสิทธิภาพการทำงาน คือ การทำงานให้เสร็จโดยสูญเวลาและเสียพลังงานน้อยที่สุด ได้แก่ การทำงานได้เร็วและได้งานที่ตีบุคลากรที่มี ประสิทธิภาพ ในการทำงาน เป็นบุคลากรที่ ตั้งใจในการปฏิบัติงานเต็มความสามารถใช้กลวิธีหรือ เทคนิคการทำงาน ที่จะสร้างผลงานได้มาก เป็นผลงานที่มีคุณภาพเป็นที่ น่าพอใจ โดยสิ้นเปลืองต้นทุน ค่าใช้จ่าย พลังงาน และเวลาน้อยที่สุด [4]

ประสิทธิภาพในการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ลงช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท ST Design Marketing Online โดยมีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ 2.) เพื่อให้รับรู้แนวทางในการเขียน ประชาสัมพันธ์ลงช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าพนักงานในบริษัทมีประสิทธิภาพในการ เขียนสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ค่อนข้างมาก พนักงานภายในบริษัท ST Design Marketing Online มีความเข้าใจในการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ได้อย่างดีเยี่ยม จากการได้คำนวณค่าเฉลี่ยออกมาอยู่ใน เกณฑ์ที่ดีที่สุด ทำให้มั่นใจได้ว่าการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ST Design Marketing Online มีประสิทธิภาพพอที่จะเป็น ศูนย์กลางในการเชื่อมระหว่างกลุ่มเป้าหมายและลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้ข้อมูลเสนอแนะ จากหัวหน้าฝ่ายและพนักงานในบริษัท ST Design Marketing Online ที่ อาจจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประสิทธิภาพในการเขียนสื่อประชาสัมพันธ์ลงช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท ST Design Marketing Online มีดังนี้

1. ควรเพิ่มช่องทางลงสื่อสังคมออนไลน์ ให้มีความหลากหลายช่องทางเพื่อการเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน
2. เนื้อหาการเขียนประชาสัมพันธ์ ควรมีความคิดที่นอกกรอบในบางอย่าง เพื่อดึงดูดความสนใจของเนื้อหา มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (Reference)

- [1] Pichit Wichitbunarak. Social Media: Future Media. in https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw016.pdf
- [2] <https://advertising.amazon.com/th-th/library/guides/brand-marketing>.
- [3] Social Media. in <https://www.unmeeonline.org/>
- [4] Quality Administration in Organization in <https://sites.google.com/site/rtech603xx/unit-2>.
- [5] Pongsakorn Khumjai. (2019). Factors Affecting Work Efficiency of Personnel: A Case Study of Thanyaburi Provincial Attorney Office in http://www3.ru.ac.th/mpa-abstract/files/2562_1582276228_6114830050.pdf