

แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์
ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร*

GUIDELINES FOR DEVELOPING PUBLIC RELATIONS WORK UNDER
SOCIAL MEDIA OF KAMPHAENG PHET PROVINCIAL
ADMINISTRATIVE ORGANIZATION

มิตรา แก้วทุ่ง

Mitra Kaeothung

ธันสถา โรจนตรกุล

Tanastha Rojanatrakul

กัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์

Kampanart Wongwatthanaphong

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, ประเทศไทย

Pibulsongkram Rajabhat University, Thailand

E-mail: mmitra.kt@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ 2) เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ และ 3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจกับกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากร จำนวน 264 คน เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t-test ทดสอบค่า F-test และจากการทดสอบรายคู่ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ โดย

* Received 6 March 2024; Revised 12 May 2024; Accepted 16 May 2024



ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง 2) บุคลากรที่มี เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และระยะเวลาปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ ภายใต้อีเมลออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน และ 3) ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้อีเมลออนไลน์ พบว่า (1) ควรมีแผนการเตรียมความพร้อมในการสื่อสารในภาวะวิกฤตต่างๆ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ต่างๆ (2) ควรนำข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ปัจจุบันมาปรับใช้ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในกำหนดแผนพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (3) ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน เพื่อให้บุคลากรสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจน และ (4) องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรไปศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น อีเมลออนไลน์ เป็นต้น

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา, การประชาสัมพันธ์, อีเมลออนไลน์

Abstract

The objectives of this study were: 1) to study the level of development of public relations work under social media, 2) to study the comparison of personal factors affecting the development of public relations work under social media and 3) to study suggestions and guidelines for developing public relations work under social media. This study applied Quantitative Research with Survey Research. The samples were 264 officers. The data were collected by employing questionnaires, and analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test. The research results were as follows: 1) Level of development of public relations work under social media of the Kamphaeng Phet Provincial Administrative Organization overall, was at a moderate level. 2) Comparing personal factors with the development of public relations work under social media, it was found that the officers with different gender, age, education, position and duration of working had no differences in opinions on the development of public relations work under social media. And 3) Suggestions



and guidelines for developing public relations work under social media found that (1) there should be a preparedness plan for communicating in various crisis situations; therefore, the people could receive the information, (2) information and news in the current situation should be applied in order to provide basic information for formulating personnel development plans in line with the current situation, (3) the target group and public relations objectives should be clearly defined so that personnel could clearly publicize information, and (4) Provincial Administrative Organizations should support and encourage personnel to study and gain knowledge about public relations in the current situation, such as social media, etc.

Keywords: Development Guidelines, Public Relations, Social Media

บทนำ

ภายใต้บริบทในยุคของ “สื่อสังคมออนไลน์” (Social Network) ที่อาศัยการเชื่อมต่อแบบไร้สายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า “สื่อใหม่” (New media) ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ผ่านอุปกรณ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรืออุปกรณ์สื่อสาร ประเภทต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์โทรศัพท์แบบสมาร์ตโฟน หรือคอมพิวเตอร์แบบพกพา (แท็บเล็ต) เป็นต้น เป็นอุปกรณ์การสื่อสารพกพาส่วนบุคคลที่สามารถนำติดตัวผู้ใช้ไปได้ทุกที่ หยิบใช้ได้ตลอดเวลา สะดวก รวดเร็ว ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีลูกเล่นสีสันสวยงามตอบสนองต่อการใช้งานของผู้ใช้ได้ทุกมิติจากการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาตัวเอง จึงเป็นสาเหตุให้ความต้องการและพฤติกรรมการบริโภคข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้งาน เปลี่ยนแปลงไป และนับวันจะยิ่งทวีบทบาทความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ “สื่อสังคมออนไลน์” (Social Media) เป็นรูปแบบ การสื่อสารข้อมูลที่เข้าถึงผู้คนทุกระดับในปัจจุบัน โดยมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย ภายใต้ การพัฒนาตลอดเวลาของเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีแนวโน้มจะกลายเป็นสื่อหลักสำหรับผู้คนในโลกอนาคต (รินรดา มะอาลา และคณะ, 2564) ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานในทุกส่วนงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้เพื่อเป็นเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพื่อยกระดับการ



ปฏิบัติงานให้เป็นองค์กรสมรรถนะสูง ซึ่งการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างมากกับทุกองค์กร เพราะการที่ประชาชนจะเลื่อมใสศรัทธา จะต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อให้เกิดข้อมูลและความรู้ ในยุคปัจจุบันทุกองค์กรจึงให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เช่น การจัดการอบรมให้ความรู้แก่คนภายในองค์กร ในเรื่องที่สอดคล้องกับงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้คนในองค์กรเกิดความรู้ ความเข้าใจ และเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสารกับบุคคลภายนอกองค์กร โดยมีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกไปยังสื่อต่างๆ องค์กรก็จะเป็นที่รู้จักของประชาชน และเกิดการยอมรับในที่สุด (รินรดา มะอาลา และคณะ, 2564)

การใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือ Social Media ได้เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก รวมถึงเป็นจุดเปลี่ยนของโลก แห่งการสื่อสารไปสู่รูปแบบใหม่ ๆ ที่รวดเร็ว การใช้สื่อใหม่หรือ ที่เรียกกันว่า “New Media” ได้ดำเนินมาสู่ระบบยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นการแข่งขันกันด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ถูกคิดค้นการใช้งานบนเครือข่ายการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต มีอุปกรณ์สื่อ อิเล็กทรอนิกส์ หรืออุปกรณ์การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์โทรศัพท์แบบ สมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์แบบพกพา (แท็บเล็ต) เป็นต้น คอยทำหน้าที่เป็นช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้ใช้งานหรือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งองค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร เห็นประโยชน์ในข้อนี้จึงได้นำสื่อสังคมออนไลน์มาปรับใช้และบูรณาการต่อการบริหารงานและการปฏิบัติงานในด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อทำให้การประชาสัมพันธ์นั้นบรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการบริหารงานและการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ต่อกระบวนการในการสร้างเนื้อหา และรูปแบบสำหรับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ผลงานตามนโยบายขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร ดังนั้นผู้บริหารได้สนับสนุนส่งเสริมการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ซึ่งทำให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งเป็นหน่วยงานระดับท้องถิ่นที่ใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และได้รับความนิยมนิยมจากประชาชน เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น เป็นเครื่องมือในการรับรู้ ข้อมูลข่าวสาร การดำเนินงานขององค์กร จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร” เพื่อศึกษาการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคม



ออนไลน์ เป็นอย่างไร และเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชรต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ บุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร ประกอบด้วยจำนวน 770 คน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 264 คน จากการแทนค่าในสูตรของยามานะ (Yamane, 1973)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม เรื่อง แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และ ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Form)

3. การสร้างเครื่องมือ

การศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ จากหนังสือ ตำรา การศึกษาอิสระ การค้นคว้าอิสระ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย บทความ ทั้งในรูปแบบรูปเล่ม และเว็บไซต์ หรือเครือข่าย



อินเทอร์เน็ต นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างกรอบแนวคิด สร้างเครื่องมือจากกรอบแนวคิดแล้วนำเสนอร่างเครื่องมือการวิจัยต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ หลังจากนั้นนำเครื่องมือที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง โดยการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งเครื่องมือการวิจัยฉบับนี้ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.5 ถึง 1.0 แล้วนำเครื่องมือที่ตรวจสอบแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกัน จำนวน 30 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ คือ 0.934 และนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้แล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอความเห็นชอบ และจัดพิมพ์แบบสอบถามเป็นฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มประชากรต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขอหนังสือจากคณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยต่อนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อเก็บข้อมูลกับข้าราชการในหน่วยงาน จำนวน 264 ชุด ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเองและนำแบบสอบถามมาตรวจสอบหาความสมบูรณ์ของข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยการนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) และใช้สำหรับวิเคราะห์การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ ด้วยสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การทดสอบค่า t-test (Two-Independent Sample Test) และการทดสอบค่า F-test (One-Way ANOVA) โดยใช้ในกรณีที่มีความแตกต่างกัน เพื่อวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร

3) ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร วิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Technique) ประกอบบริบท นำเสนอเป็นความเรียงประกอบตาราง



ผลการวิจัย

1. การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม

(n = 264)

ลำดับ	การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านการวางแผน	3.62	0.50	มาก
2	ด้านการสื่อสารและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	3.47	0.46	ปานกลาง
3	ด้านบุคลากร	3.40	0.40	ปานกลาง
4	ด้านการประเมินผล	3.53	0.48	มาก
ภาพรวม		3.50	0.28	ปานกลาง

จากตาราง 1 พบว่า ระดับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการวางแผน ($\bar{X} = 3.62$) รองลงมา คือ ด้านการประเมินผล ($\bar{X} = 3.53$) ด้านการสื่อสารและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.47$) และด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.40$) เรียงตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร

(n = 264)

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ค่า t	ค่า F	Sig	ผลการศึกษา	
					ยอมรับ	ปฏิเสธ
เพศ	การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์	0.981	-	0.327	-	✓



ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ค่า t	ค่า F	Sig	ผลการศึกษา	
					ยอมรับ	ปฏิเสธ
อายุ	ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์	-	0.544	0.653	-	✓
	การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์					
การศึกษา	ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์	-	0.304	0.738	-	✓
	การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์					
ตำแหน่งหน้าที่	ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์	-	0.316	0.903	-	✓
	การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์					
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์	-	1.269	0.285	-	✓
	การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์					

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บุคลากรที่มี เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และระยะเวลาปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นการกำหนดทิศทาง แนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพสามารถสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์การบริหารส่วนจังหวัด อีกทั้งเป็นการสื่อสารความรู้สึกเพื่อชักชวนให้เห็นด้วยกับการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นไปในทางที่ดีต่อหน่วยงานซึ่งเหมาะสมแก่สภาพสังคมในปัจจุบันภายใต้สถานการณ์สื่อสังคมออนไลน์



3. ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร

ตารางที่ 3 ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร

ลำดับ	ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์	ความถี่ (f)
1	องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรมีแผนการเตรียมความพร้อมในการสื่อสารในภาวะวิกฤตต่างๆ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ต่างๆ	45
2	องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรนำข้อมูล ข่าวสารในสถานการณ์ปัจจุบันมาปรับใช้ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในกำหนดแผนพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน	31
3	องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน เพื่อให้บุคลากรสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจน	25
4	องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรไปศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น	24

จากตาราง 3 ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า 1) องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรมีแผนการเตรียมความพร้อมในการสื่อสารในภาวะวิกฤตต่างๆ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ต่างๆ 2) องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรนำข้อมูล ข่าวสารในสถานการณ์ปัจจุบันมาปรับใช้ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในกำหนดแผนพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน 3) องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน เพื่อให้บุคลากรสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารได้อย่างชัดเจน และ 4) องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรไปศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น



อภิปรายผลการวิจัย

1. ระดับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการวางแผน รองลงมา คือ ด้านการประเมินผล ด้านการสื่อสารและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และด้านบุคลากร เรียงตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า หน่วยงานสนับสนุนงบประมาณที่ใช้ในการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากร โดยนำแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์มาใช้เป็นหลัก และแนวทางในการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน มีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้และเป็นแหล่งการเรียนรู้ของบุคลากร โดยผ่านระบบการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านเครือข่าย โดยเน้นบุคลากรเป็นศูนย์กลางและมีระบบประเมินผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรัชญาวรรณ จันทะชาน (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการสารสนเทศของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผลการวิจัยจากการสำรวจและการวิเคราะห์สภาพและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดนำไปสู่ประเด็นในการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการสารสนเทศของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประกอบด้วย 4 ประเด็นกลยุทธ์ตามกรอบแนวคิดของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ 1) การพัฒนาสมรรถนะผู้ปฏิบัติงานสู่ความเป็นนวัตกรรม (Innovator) ด้านการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด 2) การพัฒนางานประชาสัมพันธ์สู่ความเป็นเลิศภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด 3) การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดดิจิทัล (Digital Public Relations) และการสร้างภาพลักษณ์ของห้องสมุดเพื่อส่งเสริมการใช้บริการ และ 4) การจัดการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ด้วยเทคโนโลยีการตลาด (Marketing Technology) และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิทย์ ทอมสมบัติ (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน ทั้งโดยภาพรวมและราย ด้านมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถจัดลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล และขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า บุคลากรที่มี เพศ อายุ



การศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และระยะเวลาปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนา งานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด กำแพงเพชร ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการพัฒนางาน ด้านการประชาสัมพันธ์เป็นการกำหนดทิศทาง แนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้มี ประสิทธิภาพสามารถสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งก่อให้เกิด ทัศนคติที่ดีต่อองค์การบริหารส่วนจังหวัด อีกทั้งเป็นการสื่อสารความรู้สึกเพื่อชักชวนให้เห็น ด้วกับการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นไปในทางที่ดีต่อ หน่วยงานซึ่งเหมาะสมแก่สภาพสังคมในปัจจุบันภายใต้สถานการณ์สื่อสังคมออนไลน์ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของอิทธิพล จันทร์รัตนกุล และคณะ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาท ของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า 1) บทบาทของหน่วยงาน ภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย (1) การประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางที่เพิ่ม ความสะดวกในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งใช้ชี้แจงแก้ไขความ เข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์กร (2) บทบาทตามที่กำหนด ช่วยให้การปฏิบัติงานและการติดต่อ ราชการนั้นง่ายขึ้น (easier) รวดเร็วขึ้น (faster) และลดภาระค่าใช้จ่าย (cheaper) ช่วยในการ ติดต่อสื่อสาร การประสานงานระหว่างบุคคล หน่วยงาน และประชาชน เผยแพร่ข้อมูลด้านการ ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน (3) การส่งเสริมภาพลักษณ์ ได้แก่ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ด้าน บริการของหน่วยงานภาครัฐ เพราะทำให้ ประชาชนได้รับบริการของรัฐเร็วขึ้น (4) การมีส่วนร่วม ของประชาชน เป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารและการมี ปฏิบัติสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่กับ ประชาชน ช่วยทำให้หน่วยงานภาครัฐสามารถทราบข้อมูล (5) การ ให้บริการประชาชน ช่วย ให้หน่วยงานภาครัฐสามารถให้บริการประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็วขึ้น ลดขั้นตอน การ ดำเนินการ ลดค่าใช้จ่าย และภาระด้านเอกสาร (6) การช่วยเหลือ/สนับสนุน การประกอบ อาชีพ โดยช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการและประชาชนในด้านการขออนุมัติขอ อนุญาตในการประกอบธุรกิจ

3. ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคม ออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า 1) องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรมีแผนการเตรียมความพร้อมในการสื่อสารในภาวะวิกฤตต่างๆ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ ข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ต่างๆ 2) องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรนำข้อมูล ข่าวสารใน สถานการณ์ปัจจุบันมาปรับใช้ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในกำหนดแผนพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้อง กับสถานการณ์ในปัจจุบัน 3) องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน เพื่อให้บุคลากรสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารได้อย่างชัดเจน และ 4) องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรไป



ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรินรดา มะอาลา และคณะ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า 1. นโยบายการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ 7 ด้าน ได้แก่ 1) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก 2) การประชาสัมพันธ์ที่ตรงกับความต้องการประชาชน 3) การประชาสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง (4) การประชาสัมพันธ์ที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ 5) การประชาสัมพันธ์ที่เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม 6) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและสร้างสรรค์ และ 7) การประชาสัมพันธ์อย่างประหยัดและคุ้มค่า

องค์ความรู้ใหม่

การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์นั้นองค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร ได้ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนงบประมาณเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ โดยมีการวิเคราะห์สถานการณ์ ความต้องการ เพื่อนำมากำหนดเป็นแผนงานในการประชาสัมพันธ์ โดยให้ความสำคัญกับการจัดโครงการ กิจกรรมในด้านต่างๆ ที่มีความชัดเจนและเป็นขั้นตอน ทั้งยังมีการสนับสนุนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ผ่านการอบรม การเรียนรู้ ที่มีระบบคอยสนับสนุนทั้งระบบการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านเครือข่าย ระบบอินเทอร์เน็ต (e-learning) เป็นต้น และยังให้ความสำคัญกับการประเมินผลการทำงาน เพื่อการติดตามการดำเนินโครงการ กิจกรรม

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุประดับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง บุคลากรที่มี เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และระยะเวลาปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ 1. องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรมีแผนการเตรียมความพร้อมในการสื่อสารในภาวะวิกฤตต่างๆ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ต่างๆ 2. องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรรักษาข้อมูล ข่าวสารในสถานการณ์ปัจจุบันมาปรับใช้ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในกำหนดแผนพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน 3. องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน เพื่อให้บุคลากรสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจน และ 4. องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรไปศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น ข้อเสนอแนะ



เพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ได้แก่ 1. ควบศึกษาศักยภาพที่ส่งผลต่อความต้องการของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดอื่นๆ ต่อไป 2. ควบศึกษากระบวนการบริหารงานเพื่อสนับสนุน ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดอื่นๆ ต่อไป และ 3. ควบศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดอื่นๆ ต่อไป

บรรณานุกรม

- ปรัชญาวรรณ จันทะขาน. (2564). การพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการสารสนเทศของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน. ใน (ปริญญาณีพนธ์ศิลป์ ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา). คณะมนุษยศาสตร์ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รินรดา มะอาลา และคณะ. (2564). การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. ใน (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย :มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุวิทย์ หอมสมบัติ. (2565). การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2. *Journal of Modern Learning Development*, 7(12), 296-315.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร. (2565). แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ.2561-2565. กำแพงเพชร: องค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร.
- อิทธิพล จันท์รัตนกุล และคณะ. (2564). บทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้อีสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์*, 8(1), 222-234.
- Yamane. (1973). *Statistics : An Introductory Analysis*. (3rd ed). New York: Harper and Row Publications.