

## นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ผ่านการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์

### “พ็อาร์ยุคโควิด ต้องพลิกวิกฤติเป็นโอกาส”

Strategic public relations innovation through online social network communication“ PR in the Covid era must turn the crisis into opportunity”

ทิพย์วรรณ พัลวรรณ

Thippawan Panlawan

Received: 20 March 2021, Revised: 23 July 2021, Accepted: 18 August 2021

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ผ่านการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์ “พ็อาร์ยุคโควิด ต้องพลิกวิกฤติเป็นโอกาส” เป็นการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ผ่านการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้รูปแบบการบริหารจัดการ PR+ NST2 Model” ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 2

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้วยการบริหารจัดการ โดยใช้รูปแบบ PR+ NST2 Model ก้าวสู่การเป็นองค์กรสมัยใหม่อย่างมีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์และขับเคลื่อนเครือข่ายประชาสัมพันธ์ให้สามารถดำเนินงานได้อย่างบรรลุเป้าหมายในการ สร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างความเชื่อมั่น และได้รับการส่งเสริม สนับสนุนองค์กรอย่างต่อเนื่อง

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบ การศึกษาเป็นเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งผู้บริหารการศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษา ครู และบุคลากรทางการศึกษา ผู้ปกครอง และประชาชนทั่วไป ที่รับบริการด้านข้อมูลข่าวสารของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 2 จำนวน 200 คน เก็บข้อมูลช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563 สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานการวิจัยคือค่าสถิติ t F-test และ Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient

ผลการศึกษา พบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต ๒ ก่อนการนำนวัตกรรมมาใช้ สภาพการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ โดยรวมมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์รวมอยู่ในระดับปานกลาง ไม่เป็นที่พึงพอใจ เท่าที่ควร และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ด้านการกำหนดผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ด้านการจัดและการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง และด้านการประเมินผลการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อมีการตรวจสอบการดำเนินการ ด้วยการประเมินผลจากการสำรวจและวิเคราะห์ หลังจากดำเนินการตามขั้นตอนขับเคลื่อนนวัตกรรม การประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ผ่านการสื่อสาร เครื่องมือสังคมออนไลน์ โดยใช้ PR+ NST2 Model มาใช้ พบว่า ผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต ๒ ในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ซึ่งเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ด้าน แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานตามนวัตกรรมดังกล่าว สามารถทำให้สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต ๒ มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลอย่างแท้จริง

ซึ่งจะเห็นได้ว่า ความก้าวหน้าของสื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) ส่งผลต่อ วัฒนาการอีกขั้นของการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล ดังนั้นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต้องปรับตัว อย่างมาก โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์องค์กรรัฐจากรูปแบบเดิมสู่รูปแบบใหม่ที่ก้าวหน้า เทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น และต้องดำเนินงานประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่มีการวางแผนและการจัดการการ นำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้กับงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ นักประชาสัมพันธ์และเครือข่ายประชาสัมพันธ์จากสถานศึกษาได้เพิ่มพูนความรู้ ทักษะความชำนาญ ประสิทธิภาพ ความสามารถ รวมถึงเจตคติ ค่านิยมที่ก้าวหน้าเทคโนโลยีสมัยใหม่ สามารถ สร้างสรรค์ผลงานสื่อประชาสัมพันธ์อย่างคุณภาพยิ่งขึ้น และกลุ่มเป้าหมายก็ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ ถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว และตลอดเวลา ภายใต้ข้อจำกัดของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่สามารถใช้สื่อสมัยใหม่มาเพิ่มประสิทธิภาพในการ ดำเนินงานโดยอาศัยการมีเครือข่ายที่เข้มแข็ง ภายใต้การร่วมกันทำงานแบบทีมเวิร์ค เพื่อแสวงหา แนวทางปรับปรุงแก้ไขปัญหาการทำงานของด้านการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ด้วยการขับเคลื่อนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างความน่าเชื่อถือ และองค์กรได้รับการสนับสนุนส่งเสริมอย่าง ต่อเนื่อง

**คำสำคัญ :** ประชาสัมพันธ์, สื่อสาร, กลยุทธ์,สังคมออนไลน์

## Abstract

The research entitled “Strategic public relations innovation through social network communication, “PR in the Covid era must turn the crisis into opportunity” is the study to enhance the efficiency of strategic public relations operations through online social network communication using PR+ NST2 Model of the Nakhon Si Thammarat Primary Education Service Area Office 2. The objective of this research was to study the quality of public relations operations with management by using PR+ NST2 Model towards becoming a modern organization with quality and efficiency in public relations operations, and drive public relations networks to achieve the goal of building knowledge, understanding, trust, and being promoted and supported by the organization continuously. This study was quantitative research. The study model was survey research using a questionnaire as a tool to collect data from a sample group, including educational administrators, school administrators, teachers, educational personnel, parents, and the general public who receive information services of the Nakhorn Si Thammarat Primary Education Service Area Office 2, totaling 200 people. Data was collected during November, 2020. The statistical analysis used descriptive data analysis, including frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. The inferential statistics that were used to test the research hypothesis were the T-Score, F-test, and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient.

The results of this research indicated that in the public relations operation of the Nakhorn Si Thammarat Primary Education Service Area Office 2 before the innovation was implemented, the overall public relations operation condition was at a moderate level and was unsatisfactory as it should. When considering each aspect, it was found that the public relations planning aspect was at a high level.

The designation of persons responsible for public relations work was at a moderate level. The arrangement and service provision was at a moderate level. The public relations evaluation aspect was at a moderate level. When the implementation was reviewed with an evaluation, survey results and an analysis after implementing the steps to drive innovation in strategic public relations through social network communication using the PR+ NST2 Model, it was found that the implementation results of the public relations work of the Nakhon Si Thammarat Primary Education Service Area Office 2 in overall and in each aspect was at a high level, which increased in every aspect. This showed that the implementation of such innovations can make the public relations operation conditions of the Nakhon Si Thammarat Primary Education Service Area Office 2 truly efficient and effective.

It can be seen that the advancement of online social media has resulted in another evolution of public relations in the digital age. Therefore, public relations operations must be adjusted greatly, especially the public relations of government organizations from the old form to the new one that is more technologically advanced. They must carry out proactive public relations activities that systematically plan and manage the implementation of social media in public relations and corporate communications to enable public relations and public relations networks from educational institutions to increase their knowledge, skills, expertise, experience, abilities, attitudes, and values that are up to date with modern technology that allows them to create high-quality PR media. The target group will receive accurate, complete, fast, and all the time information under the limitations of the coronavirus disease 2019 (COVID-19) epidemic situation that can use modern media to increase efficiency of the operations by having a strong network under teamwork to find ways to improve and solve problems in public relations to be more effective by driving public relations operations, producing public relations materials, and distributing public relations media to create

knowledge, understanding, building credibility, and giving the organization continuous support.

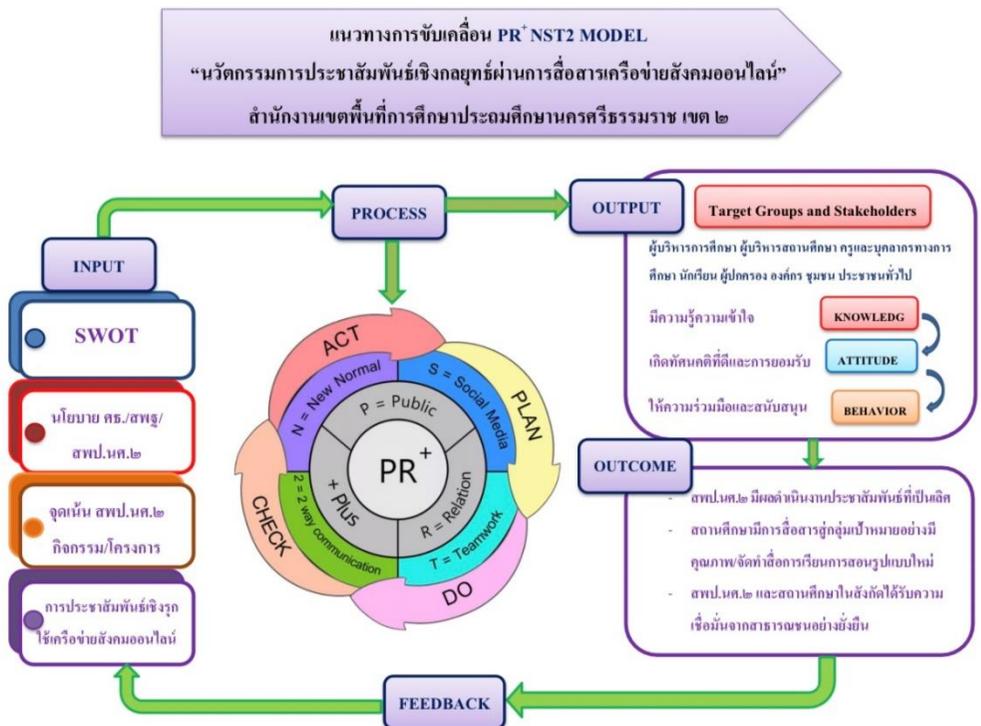
**Keywords :** Public relations, communication, strategy, social media

## บทนำ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาานครศรีธรรมราช เขต 2 เป็นหน่วยงานทางการศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ มีหน้าที่ในการส่งเสริม สนับสนุนการจัดการศึกษาเพื่อลดความเหลื่อมทางการศึกษา และพัฒนาคุณภาพผู้เรียนสู่ความเป็นเลิศซึ่งมีสถานศึกษาในสังกัดจำนวน 189 โรงเรียน 12 ศูนย์เครือข่ายการศึกษาใน 8 อำเภอของจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ อำเภอทุ่งสง ทุ่งใหญ่ บางขัน ฉวาง ช้างกลาง นาบอน พิปูน และถ้าพรธรมา

สำหรับการการขับเคลื่อน “งานประชาสัมพันธ์” ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาานครศรีธรรมราช เขต 2 ถือเป็นงานสำคัญ มีคุณค่าต่อองค์กร ไม่ว่าจะเป็นด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องทำให้เกิดความร่วมมือ และการส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้น ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่า “สื่อสังคมออนไลน์” หรือ Online Social Media ได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก รวมถึงเป็นจุดเปลี่ยนของโลกแห่งการสื่อสารไปสู่รูปแบบใหม่ที่รวดเร็ว ดังนั้นการใช้สื่อใหม่หรือ ที่เรียกกันว่า “New Media” ได้ดำเนินมาสู่ระบบยุคดิจิทัล ที่ถูกคิดค้นการใช้งานบนเครือข่ายการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต มีอุปกรณ์สื่อ อิเล็กทรอนิกส์หรืออุปกรณ์การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟน ไอแพด คอยทำหน้าที่เป็นช่องทาง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้ใช้งานหรือกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ผู้บริหารการศึกษา ผู้อำนวยการสถานศึกษา ครูและบุคลากรทางการศึกษา นักเรียน พ่อแม่ผู้ปกครองและประชาชนทั่วไป ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาานครศรีธรรมราช เขต 2 ได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว และเป็นการสร้างความเชื่อมั่น เชื่อใจ ประทับใจ ในบริการและการขับเคลื่อนงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ต่อสาธารณชนพร้อมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีงามให้กับองค์กร เพื่อหวังผลให้เกิดความร่วมมือ ส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งนวัตกรรมที่ผู้วิจัยนำเสนอเพื่อบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ให้มีคุณภาพ ก้าวสู่การเป็นองค์กรสมัยใหม่ด้วยนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์ผ่านการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล โดยใช้ PR<sup>+</sup> NST2 Model พร้อมทั้งสามารถต่อยอดให้เครือข่ายประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นครูผู้สอนนำไปใช้ประกอบเป็นสื่อการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีคุณภาพ ได้อีกด้วย



PR<sup>+</sup> = Public Relation      การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เชิงบวก  
 N = New normal            การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายใต้ความปกติใหม่ที่  
 เกิดขึ้นในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)  
 S = Social Media            สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลาย  
 ทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้  
 T = Teamwork                การทำงานแบบร่วมแรงร่วมใจกันในระบบทีม มี  
 เครือข่ายประชาสัมพันธ์ที่เข้มแข็ง ยั่งยืน  
 2 = Two- way communication    เป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง มีการ  
 ตอบสนองอย่างรวดเร็ว

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2 ด้วยการบริหารจัดการ โดยใช้รูปแบบ PR+ NST2 Model
2. เพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2 โดยใช้รูปแบบ PR+ NST2 Model ให้มีความเป็นเลิศ ก้าวสู่การเป็นองค์กรสมัยใหม่อย่างมีคุณภาพ
3. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์และเครือข่ายประชาสัมพันธ์ให้สามารถดำเนินงานได้อย่างบรรลุเป้าหมายในการ สร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างความเชื่อมั่น และได้รับการส่งเสริม สนับสนุนองค์กรอย่างต่อเนื่อง

## วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมกรรมการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ผ่านการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์

“พ้อารยยุคโควิด ต้องพลิกวิกฤติเป็นโอกาส” เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการเก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross Sectional study) เพื่อศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2 ด้วยการบริหารจัดการ โดยใช้รูปแบบ PR+ NST2 Model

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบ การศึกษาเป็นเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งผู้บริหารการศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษา ครู และบุคลากรทางการศึกษา ผู้ปกครอง และประชาชนทั่วไป ที่รับบริการด้านข้อมูลข่าวสารของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2 จำนวน 200 คน เก็บข้อมูลช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563 สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์ การกำหนดผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ การจัดและการให้บริการการประชาสัมพันธ์ และด้านการ

ประเมินผลการประชาสัมพันธ์ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

### ผลการวิจัย

จากการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการข้างต้น ส่งผลให้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2 มีผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์รูปแบบเดิมกับหลังการนำนวัตกรรมมาใช้ ผลการวิเคราะห์ พบว่าระดับความพึงพอใจในงานประชาสัมพันธ์ด้านการ วางแผนการประชาสัมพันธ์ การกำหนดผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดและการให้บริการการประชาสัมพันธ์ การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ จากภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เพิ่มเป็น ระดับมาก

สภาพการประชาสัมพันธ์ ก่อนใช้ Pr+NST2	MEAN	SD	ระดับ
1. ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์	3.75	0.72	มาก
2. ด้านการกำหนดผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์	3.48	0.72	ปานกลาง
3. ด้านการจัดและการให้บริการการประชาสัมพันธ์	3.38	0.67	ปานกลาง
4. ด้านการประเมินผลการประชาสัมพันธ์	3.21	0.75๕	ปานกลาง
รวม	3.46	0.66	ปานกลาง

ซึ่งจากการวิจัยการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต ๒ ก่อนการนำนวัตกรรมมาใช้ พบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้ สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต ๒ โดยภาพรวมยังไม่มีมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นที่พึงพอใจเท่าที่ควร โดยภาพรวม รวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก
2. ด้านการกำหนดผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
3. ด้านการจัดและการให้บริการ การประชาสัมพันธ์พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง
4. ด้านการประเมินผลการประชาสัมพันธ์พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง

และเมื่อมีการตรวจสอบการดำเนินการ ประเมินผลผลจากการสำรวจและวิเคราะห์ หลังจากดำเนินการตามขั้นตอนการดำเนินงานนวัตกรรมมาใช้ พบว่า ผลการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต ๒ ใน ภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ดังนี้

สภาพการประชาสัมพันธ์หลังใช้ Pr+NST2	MEAN	SD	ระดับ
1. ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์	4.34	0.43	มาก
2. ด้านการกำหนดผู้รับผิดชอบงาน ประชาสัมพันธ์	4.30	0.47	มาก
3. ด้านการจัดและการให้บริการ การประชาสัมพันธ์	4.21	0.49	มาก
4. ด้านการประเมินผลการประชาสัมพันธ์	4.15	7.47	มาก
รวม	4.24	0.46	มาก

ซึ่งจากการวิจัยการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2 พบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้ สภาพการดำเนินงานการ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต ๒ โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ด้าน แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงาน ตามนวัตกรรมดังกล่าว สามารถทำให้สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต ๒ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างแท้จริง

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการนำนวัตกรรม“การเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ผ่าน การสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้รูปแบบการบริหารจัดการ PR+ NST2 Model” คิดค้นโดยนักประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2 นับเป็นจุดเปลี่ยนเพื่อ ปรับปรุง พัฒนาและและบูรณาการการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ให้มี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ทั้งประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับสถานศึกษา ประโยชน์ที่จะ เกิดขึ้นกับครู นักเรียน และประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับสังคม ชุมชน ภายใต้การดำเนินงาน

ประชาสัมพันธ์เชิงรุก เผยแพร่ผ่านสื่อ เฟซบุ๊ก เพจ ไลน์ เว็บไซต์ ยูทูป ข่าวออนไลน์ ผ่านรูปแบบ การประชาสัมพันธ์โดยการจัดทำภาพข่าว บทความ อินโฟกราฟฟิก วิดิทัศน์ และการถ่ายทอดสด ให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น แต่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ซึ่งถือเป็นการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในทุก มิติ ตอบโจทย์การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 2 และสถานศึกษาในสังกัดสู่กลุ่มเป้าหมายและสาธารณชนอย่างครอบคลุม ประกอบกับมีการขยายเครือข่ายประชาสัมพันธ์ไปทั่วทุกโรงเรียนในสังกัดทำให้ข้อมูลข่าวสาร แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งนักประชาสัมพันธ์เองจะต้องให้ความสำคัญกับ “เนื้อหา” ที่ส่งออกไป โดยมีการจัดการเนื้อหาอย่างดี ให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน โดยมีการตรวจเช็คอย่างรอบคอบ เกิดผลการวิจัย

หลังจากที่มีการนำนวัตกรรม โดยยึดหลักการดำเนินงานจาก PR+NST2 Model มาใช้ ส่งผลให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 2 มีการพัฒนาสู่ความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์สำคัญอย่าง หนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนการปฏิบัติการกิจของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 2 ให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์และนำไปต่อยอด ในการจัดทำสื่อการเรียนการสอนโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยเพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ น่าสนใจ และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่นักเรียน ต่อไป จากแนวทางการขับเคลื่อน PR+ NST2 Model ข้างเข้าได้นำระบบการสร้างทีมงาน (Team Work) มาเป็นส่วนผลักดันการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ภาพรวมของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2 ให้ มีศักยภาพเพื่อการทำงานระบบทีม โดยใช้การใช้เครือข่ายประชาสัมพันธ์ขับเคลื่อนการสื่อสาร องค์กร สร้างทีมที่มีเป้าหมายเดียวกัน มุ่งมั่น ร่วมแรงร่วมใจบรรลุเป้าหมายให้ได้ มีระบบการ ทำงานที่ชัดเจน ทุกคนรู้หน้าที่ ปฏิบัติภารกิจให้ดีที่สุด สามัคคี ให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือเกื้อกูล ผลักดันกันและกัน ขึ้นชมความสำเร็จร่วมกัน ร่วมภาคภูมิใจไปด้วยกัน โดยมุ่งหวังว่าหลังจากมีการ นำนวัตกรรมมาใช้จะสามารถสื่อสารได้ “ถูกต้อง ชัดเจน ตรงประเด็น สั้นกระชับ ได้ใจความ และรวดเร็ว” และใช้ช่องทางการสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มคน ประสานงานและทำงานเป็นทีม เพื่อประโยชน์สูงสุดของ องค์กรมากยิ่งขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ ภายใต้การขับเคลื่อน PR+ NST2 Model จากที่ Deirdre Breakenridge (2008, p. 257) กล่าวถึงการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จในยุค PR 2.0 ซึ่งผู้เขียนได้นำแนวทางดังกล่าวมาปรับให้เข้ากับยุคสมัยในปัจจุบัน ในการดำเนินงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้

1. นักประชาสัมพันธ์ในองค์กรภาครัฐต้องให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์แบบเดิมและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างสมดุล เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายขององค์กรได้อย่างครอบคลุม

2. นักประชาสัมพันธ์ควรอัปเดตข้อมูลใหม่ ๆ หรือปรับปรุงข่าวสารจากสื่อเดิมให้มีความทันสมัยและเหมาะสมกับสื่อสังคมออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีการปรับปรุง ระบบสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตให้พร้อมใช้อยู่เสมอ

3. นักประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายที่องค์กรต้องการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และดำเนินการตามแผนประชาสัมพันธ์ที่กำหนด

4. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะต้องให้กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์กับองค์กร

5. นักการประชาสัมพันธ์ควรให้ความสำคัญกับข้อมูลในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับองค์กรโดยพิจารณาถึงความต้องการข้อมูลที่น่าเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ว่าตอบโจทย์ต่อกลุ่มเป้าหมายหรือไม่

6. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะช่วยให้องค์กรสามารถเก็บข้อมูลต่าง ๆ ได้ และเป็นโอกาสที่จะช่วยเพิ่มการเข้าถึงเนื้อหาสารขององค์กรให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ซ้ำ และตลอดเวลา

7. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของแต่ละองค์กรอาจมีความแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ดังนั้นควรมีการจัดรูปแบบการประชาสัมพันธ์และการบริหารจัดการข้อมูลให้สอดคล้องกับองค์กรมากที่สุด

ซึ่งจะเห็นได้ว่าหากองค์กรภาครัฐเร่งพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในทุกด้าน ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วยความรวดเร็ว ภายใต้การประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ผ่านการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์ จะส่งผลให้การประชาสัมพันธ์

และการสื่อสารองค์กรเกิดความรวดเร็ว ถูกต้อง ต่อเนื่อง ทันเวลา ทันสถานการณ์ทั้งในปัจจุบัน และในอนาคต อันจะเกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรอย่างเป็นรูปธรรม กลุ่มเป้าหมายก็มีความเชื่อถือศรัทธา ให้การสนับสนุนส่งเสริมอย่างยั่งยืน

## บรรณานุกรม

- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2541). *ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจตน์เมริน เจตน์ระวีโชติ. (2553). *The Future of PR and Social Media*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เพ็ญนิดา ไชยสายัณห์. (2553). *สื่อออนไลน์ นิยามความคิดสร้างสรรค์*. เข้าถึงจาก : [https://www.novabizz.com/NovaAce/Intelligence/Creative\\_Thinking.htm](https://www.novabizz.com/NovaAce/Intelligence/Creative_Thinking.htm) (สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2564 ).
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2548). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร : แผนกตำราและคำสอนมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ยงยุทธ เกษสาคร. (2554). *ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม*. กรุงเทพฯ: เอสแอนด์ จี กราฟฟิค.
- วิรัช อภิรัตน์กุล. (2542). *นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

## ผู้เขียน

### นางทิพย์วรรณ พัลวรรณ

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2

เลขที่101 ถนนชัยชุมพล ตำบลปากแพรก อำเภอทุ่งสง

จังหวัดนครศรีธรรมราช 80110 โทร. 09 7068 8899

E-mail : thippawan.pr@gmail.com