

กลยุทธ์การสื่อสารภาวะวิกฤตด้านน้ำประปาไม่ไหลของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 Crisis Communication Strategy for the water is not running of Provincial Waterworks Authority, Region 4

ธนัญญ พูลสวน

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ E-mail: Thanathan.p@ku.th

ทักษิญา วัชรสารทรัพย์

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล
ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ E-mail: Taksaya.w@ku.th

ณัฏฐชุตา วิจิตรจามรี

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล
ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ E-mail: Natchuda.w@ku.th

Thanathan Poolsuan

Digital Communication Arts, Department of Communication Arts and Information Science,
Faculty of Humanities, Kasetsart University, E-mail: Thanathan.p@ku.th

Taksaya Watcharasarnsap

Digital Communication Arts, Department of Communication Arts and Information Science,
Faculty of Humanities, Kasetsart University, E-mail: Taksaya.w@ku.th

Natchuda Wijitjammaree

Digital Communication Arts, Department of Communication Arts and Information Science,
Faculty of Humanities, Kasetsart University, E-mail: Natchuda.w@ku.th

รับเข้า : 31 มกราคม 2569 แก้ไข : 16 มีนาคม 2569 ตอรับ : 2 เมษายน 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการจัดการภาวะวิกฤตด้านน้ำประปาไม่ไหล 2) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารภาวะวิกฤตด้านน้ำประปาไม่ไหล และ 3) พัฒนารูปแบบการจัดการการสื่อสารภาวะวิกฤตของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาจากเพชฌัญญ์แผนผังของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาสุราษฎร์ธานี จำนวน 32 รายการ ครอบคลุมทั้งขั้นก่อนวิกฤต ขั้นระหว่างวิกฤต และขั้นหลังวิกฤต ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาวะวิกฤต จำนวน 12 คน ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ผู้ที่อยู่ในพื้นที่ และผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารภาวะวิกฤต

ผลการวิจัยพบว่า ในขั้นก่อนเกิดวิกฤต การประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 มีการวางแผนและสื่อสารล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ โดยใช้รูปแบบข้อความมาตรฐานที่ระบุข้อมูลสำคัญ เช่น วัน เวลา พื้นที่ได้รับ

ผลกระทบและคำแนะนำในการเตรียมสำรองน้ำอย่างชัดเจน ในขั้นระหว่างวิกฤต องค์กรให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่รวดเร็วและถูกต้อง โดยเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหลักในการแจ้งข้อมูลและตอบข้อซักถามจากประชาชน ขณะที่ในขั้นหลังวิกฤต พบว่าองค์กรมีการสื่อสารยุติสถานการณ์อย่างรวดเร็วและมีการทบทวนการทำงานภายในผ่านการประชุม การปรับปรุงแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างไรก็ตาม การสื่อสารบทเรียนหลังวิกฤตยังคงจำกัดอยู่ภายในองค์กรเป็นหลัก และจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าในกระบวนการสื่อสารภายหลังวิกฤต การประชุมทบทวนและการปรับปรุงแผนยังคงจำกัดอยู่ภายในองค์กรและไม่ได้ถูกเผยแพร่ให้ประชาชนรับทราบอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรปรับปรุงให้มีการสื่อสารบทเรียนหลังวิกฤตในรูปแบบที่เปิดเผยและเป็นระบบ โดยสามารถใช้เป็นแนวทางเชิงปฏิบัติในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการสื่อสารและความเชื่อมั่นของประชาชนต่อองค์กรในอนาคต

คำสำคัญ: การประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 การสื่อสารในภาวะวิกฤต น้ำประปาไม่ไหล กลยุทธ์การสื่อสารภาวะวิกฤต ความเชื่อมั่นของประชาชน

Abstract

The purposes of this research were 1) examine the crisis management process for water supply disruptions, 2) explore the crisis communication strategies used, and 3) develop a crisis communication management model for PWA Region 4. The study utilized documentary analysis of 32 posts from the official Facebook fan page of the Surat Thani branch of PWA Region 4, covering the pre-crisis, crisis, and post-crisis phases. Additionally, in-depth interviews were conducted with 12 key informants, including public relations practitioners, local residents, and crisis communication experts.

The findings show that in the pre-crisis phase, PWA Region 4 implemented systematic planning and advanced communication using standardized messages that included specific dates, times, affected areas, and water storage recommendations. During the crisis phase, the organization prioritized urgent, accurate communication, primarily utilizing social media, particularly Facebook, as the main channel for disseminating information and responding to public inquiries. In the post-crisis phase, the organization promptly communicated the resolution of the situation and conducted internal reviews, including revisions to their business continuity plan. However, the analysis of in-depth interviews revealed that post-crisis communication lessons were mainly discussed internally and not systematically shared with the public. Furthermore, the content analysis and interview results suggest a need for a more transparent and structured communication process post-crisis. This would enhance public trust and ensure continuous improvement. This study proposes a crisis communication

management model based on these findings, which can serve as a practical guide for improving communication strategies in future crises.

Keywords: Provincial Waterworks Authority Region 4, Crisis Communication, the water is not running, Crisis Communication Strategy, Public Trust

บทนำ

ในภาวะวิกฤต การสื่อสารที่รวดเร็วและแม่นยำมีความสำคัญต่อการควบคุมสถานการณ์และลดผลกระทบต่อนักพลักษณ์และความเชื่อมั่นของสาธารณชน องค์การจึงจำเป็นต้องดำเนินการสื่อสารเชิงรุกควบคู่กับการเตรียมข้อมูลที่รอบด้าน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและนำพาคณะกรกลับสู่ภาวะปกติอย่างมีประสิทธิภาพ (ปรีดี นกุลสมปรารณา, 2563) แนวคิดด้านการสื่อสารภาวะวิกฤตอธิบายว่า การสื่อสารที่รวดเร็ว โปร่งใส และสอดคล้องกับสถานการณ์มีบทบาทสำคัญต่อการลดความสับสนของสาธารณชนและรักษาความเชื่อมั่นต่อองค์การ (Coombs, 2015) ในปัจจุบัน การสื่อสารดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในภาวะวิกฤตด้วยคุณสมบัติเด่นด้านความเร็วในการส่งสาร การเข้าถึงได้อย่างกว้างขวาง และการโต้ตอบแบบเรียลไทม์ ซึ่งประหยัดต้นทุนและยืดหยุ่นกว่าการสื่อสารแบบดั้งเดิม (Questline Digital, 2025) ดังนั้น สื่อดิจิทัลจึงเป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยให้้องค์กรสามารถสื่อสารกับสาธารณชนได้อย่างรวดเร็วทันที่ที่เกิดเหตุการณ์ ทำให้สามารถควบคุมสถานการณ์ ติดตามความคิดเห็นของสาธารณชน และตอบข้อสงสัยได้โดยตรง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความเชื่อมั่นในภาวะวิกฤต (ซาร่าห์ คอร์เนลิส, 2567)

การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) เป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้กระทรวงมหาดไทย ซึ่งดูแลรับผิดชอบด้านการผลิตและจ่ายน้ำประปาแก่ประชาชนทั่วประเทศ (ยกเว้นเขตกรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ) (การประปาส่วนภูมิภาค, 2563) โดยมีประเภทผู้ใช้น้ำ 3 ประเภท ได้แก่ 1) ที่อยู่อาศัยและอื่น ๆ 2) ราชการ และธุรกิจขนาดเล็ก และ 3) รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่ ในฐานะหน่วยงานสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน (การจัดประเภทผู้ใช้น้ำ, 2557) อีกทั้ง กปภ. ยังเผชิญกับวิกฤตด้านน้ำจากหลายปัจจัย เช่น ภัยแล้ง การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความต้องการใช้น้ำที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดปัญหาน้ำประปาไม่เพียงพอหรือท่อประปาแตกน้ำไม่ไหลในบางพื้นที่ (การประปาส่วนภูมิภาค, 2567) อย่างไรก็ตาม ในด้านการสื่อสาร กปภ. มีการรวบรวมข้อมูลและจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์แจ้งเหตุการณ์หยุดจ่ายน้ำผ่านระบบของสาขา โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางหลากหลาย (การประปาส่วนภูมิภาค, 2568)

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และโปร่งใส ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ประชาชนต่อองค์การ ขณะที่การสื่อสารที่ล่าช้าอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและกระทบต่อนักพลักษณ์องค์การ ดังนั้น องค์การจึงควรเตรียมแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤตอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถรับมือและสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเกิดสถานการณ์จริง (ปรีดี นกุลสมปรารณา, 2563) การนำแผนการจัดการวิกฤตการณ์ที่มีประสิทธิภาพมาใช้จึงมีความจำเป็น เพื่อส่งสัญญาณถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียว่าองค์การมีความกระตือรือร้น โปร่งใส และเชื่อถือได้ในการจัดการกับเหตุฉุกเฉิน (Smillie, 2022) อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่างานศึกษา

ด้านการสื่อสารภาวะวิกฤตส่วนใหญ่มุ่งเน้นองค์กรธุรกิจหรือองค์กรเอกชน ขณะที่งานวิจัยที่ศึกษาการสื่อสารภาวะวิกฤตในบริบทขององค์กรสาธารณูปโภคด้านน้ำในประเทศไทยยังมีจำนวนจำกัด อีกทั้งยังไม่ปรากฏรูปแบบการสื่อสารภาวะวิกฤตที่สังเคราะห์อย่างเป็นระบบในระดับพื้นที่ ซึ่งสะท้อนถึงช่องว่างทางองค์ความรู้ที่ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม

งานวิจัยชิ้นนี้จัดทำขึ้นเนื่องจากผู้วิจัยเล็งเห็นว่าปัญหาด้านปริมาณน้ำของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 หลังจาการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 มีปัญหาด้านน้ำไม่ไหลมากที่สุด ในด้านปัญหาปริมาณน้ำ ซึ่งเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบในวงกว้างและเกิดขึ้นอยู่เป็นประจำ อีกทั้งยังมีการร้องเรียนจากประชาชนอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษากลยุทธ์การสื่อสารภาวะวิกฤตด้านปริมาณน้ำของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 ซึ่งรับผิดชอบพื้นที่ในภาคใต้ 7 จังหวัด ได้แก่ สุราษฎร์ธานี ชุมพร ระนอง นครศรีธรรมราช กระบี่ พังงา และภูเก็ต โดยเน้นเฉพาะปัญหาด้านปริมาณน้ำ แม้ว่าการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 จะมีการวางแผนล่วงหน้าสำหรับปัญหาด้านน้ำไม่ไหล แต่ปัญหาดังกล่าวยังคงเป็นประเด็นด้านการสื่อสารกับประชาชนที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษา กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตด้านน้ำไม่ไหลของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 เพื่อวิเคราะห์และประเมินกลยุทธ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และสังเคราะห์แนวทางการสื่อสารที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรมในการรับมือกับการสื่อสารในภาวะวิกฤต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการจัดการภาวะวิกฤตในเรื่องน้ำไม่ไหลของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารภาวะวิกฤตด้านน้ำไม่ไหลสำหรับประปาส่วนภูมิภาคเขต 4
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการการสื่อสารภาวะวิกฤตในเรื่องน้ำไม่ไหลของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับภาวะวิกฤต (Concepts of Crisis Situations) ภาวะวิกฤต เป็นสถานการณ์ที่ส่งผลเสียและควรแก้ไขความเสียหาย เพราะอาจจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิต ชีวิต ทรัพย์สิน ประเภทของวิกฤติ ได้แก่ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ คือ สถานการณ์เกิดจากธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว หรือพายุ การระบาดของโรค คือ โรคระบาดร้ายแรงที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน อุบัติเหตุหรือภัยอุตสาหกรรม คือ เหตุการณ์ที่เกิดจากการทำงานหรือการบริหารผิดพลาด เช่น โรงงานระเบิด หรือการปนเปื้อนในแหล่งน้ำ เหตุการณ์ร้ายแรงในชุมชน เช่น การประท้วงหรือความรุนแรงในสังคม ความผิดพลาดของระบบหรือองค์กร เช่น การบริหารเงินผิดพลาด การโจมตีทางไซเบอร์ หรือปัญหาทางเศรษฐกิจ การกระทำโดยเจตนาร้าย คือ การกระทำของบุคคลหรือกลุ่มที่ตั้งใจสร้างความเสียหาย (สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3, 2567)

แนวคิดการสื่อสารภาวะวิกฤต (Crisis Communication Concepts) ขั้นตอนวิกฤต (Pre-crisis Phase) เป็นช่วงของการเตรียมความพร้อมเพื่อป้องกันและลดความรุนแรงของวิกฤต โดยองค์กรต้องวิเคราะห์

ความเสี่ยง จัดตั้งทีมจัดการวิกฤต และเตรียมโฆษกให้พร้อมด้านการสื่อสาร เพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างเป็นระบบ

ขั้นระหว่างวิกฤต (Crisis Phase) เป็นช่วงของการตอบสนองต่อวิกฤตอย่างทันที่ องค์กรต้องรวบรวมข้อมูลที่ต้องการ สื่อสารอย่างรวดเร็วและโปร่งใส รวมถึงติดตามกระแสบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันความสับสนและรักษาความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

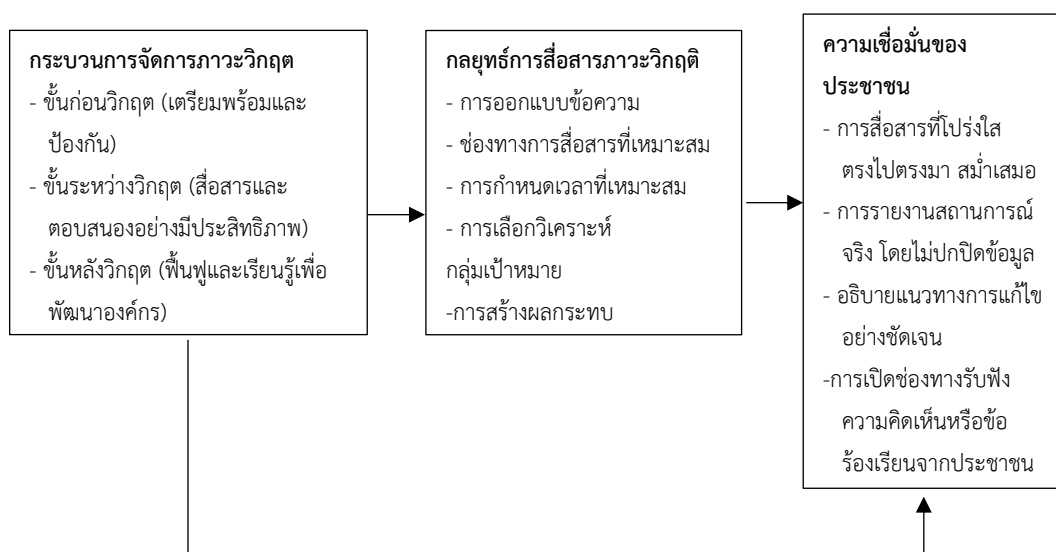
ขั้นหลังวิกฤต (Post-crisis Phase) หลังจากวิกฤตคลี่คลาย องค์กรควรประเมินผลการจัดการวิกฤต เพื่อนำข้อค้นพบไปปรับปรุงแผนการสื่อสาร การฝึกอบรม และการจัดการองค์ความรู้ เพื่อเสริมความพร้อมในการรับมือวิกฤตในอนาคต (Coombs, 2015)

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารภาวะวิกฤต (Crisis Communication Strategy Concepts) การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย 1) การออกแบบข้อความอย่างตั้งใจ (Intentional Message Design) โดยกำหนดเป้าหมายการสื่อสารที่ชัดเจนและสอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร 2) การเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม (Selection of Appropriate Communication Channels) ซึ่งต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมายเพื่อเพิ่มการเข้าถึง 3) การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสม (Appropriate Timing) เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบเชิงลบจากบริบทที่ไม่เอื้ออำนวย 4) การระบุและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience Identification and Analysis) อย่างเป็นระบบ เพื่อพัฒนาข้อความให้สอดคล้องกับความต้องการและค่านิยมของผู้รับสาร และ 5) การสร้างผลกระทบที่พึงประสงค์ (Desired Impact) โดยกำหนดผลลัพธ์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบท เพื่อเสริมประสิทธิภาพของการสื่อสาร (Smillie, 2016)

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (Concepts of Public Relations) เสาวลักษณ์ หงส์ทอง (2563) ระบุว่า การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อแจ้งข้อมูล นโยบาย และผลการดำเนินงานแก่ประชาชนผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เสริมสร้างความเชื่อมั่น ลดความเข้าใจผิด และป้องกันข่าวลือ ในบริบทที่ประชาชนคาดหวังความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมมากขึ้น หน่วยงานรัฐจึงจำเป็นต้องใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมอย่างเป็นระบบ เพื่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว ทันสถานการณ์ เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงบริการ แสดงความคิดเห็น และร่วมสนับสนุนการดำเนินงานของรัฐ อันนำไปสู่ความร่วมมือและการพัฒนาประเทศในระยะยาว

แนวคิดเกี่ยวกับการเชื่อมั่นของประชาชน (Concepts of Public Trust) มัณสุรีย์ มณีมาศ (2562) อธิบายว่า ความเชื่อใจไว้วางใจเป็นแนวคิดที่ครอบคลุมมิติด้านอารมณ์ ความคิด และพฤติกรรม สะท้อนความคาดหวังต่อการกระทำและผลประโยชน์ร่วมกันของผู้อื่น โดยเกิดขึ้นในระดับบุคคล องค์กร และสังคม ซึ่งนำไปสู่ความเชื่อมั่นจากประชาชน (Public Trust) โดยเฉพาะในบริบทภาครัฐ ความไว้วางใจตั้งอยู่บนหลักจริยธรรม ความยุติธรรม และประโยชน์สาธารณะ อีกทั้งความไว้วางใจในระดับสังคมยังเป็นทุนทางสังคมที่ช่วยส่งเสริมความร่วมมือและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างรัฐกับประชาชนในระยะยาว

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากรในการศึกษานี้ คือ บุคคลที่มีบทบาทเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสารภาวะวิกฤตของการประปาส่วนภูมิภาค เขต 4 โดยผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่มีประสบการณ์หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการสื่อสารในสถานการณ์วิกฤตด้านปริมาณน้ำของการประปาส่วนภูมิภาค เขต 4

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสารภาวะวิกฤต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความลึกและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม รวมจำนวนทั้งสิ้น 12 คน ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของการประปาส่วนภูมิภาค เขต 4 จำนวน 4 คน ซึ่งเป็นผู้ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารกับประชาชน และมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในสถานการณ์วิกฤต

กลุ่มที่ 2 ผู้ที่อยู่ในพื้นที่ของการดูแลของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ตรงในการรับข้อมูลข่าวสารและผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว

กลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารภาวะวิกฤตทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 3 คน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการการสื่อสารในสถานการณ์วิกฤตของหน่วยงานภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ

ผู้ให้ข้อมูลมีความหลากหลายทั้งในด้านเพศ อายุ และตำแหน่งหน้าที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและครอบคลุมในหลายมิติ โดยผู้วิจัยยุติการเก็บรวบรวมข้อมูลเมื่อไม่ปรากฏประเด็นหรือข้อมูลใหม่เพิ่มเติม ซึ่งสะท้อนถึงการเข้าสู่ภาวะอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ผู้ที่อยู่ในพื้นที่ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารภาวะวิกฤตทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

1) กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์เกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์ ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์ ตำแหน่ง ประสบการณ์การทำงาน

ตอนที่ 2 วิธีการวางแผนขึ้นก่อนวิกฤต มุ่งศึกษาการเตรียมความพร้อมด้านการสื่อสารก่อนเกิดวิกฤตกรณีน้ำประปาไม่ไหล

ตอนที่ 3 การใช้กลยุทธ์ขึ้นระหว่างวิกฤต ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในช่วงเกิดวิกฤตกรณีน้ำประปาไม่ไหล การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการใช้สื่อและช่องทางการสื่อสาร

ตอนที่ 4 การสื่อสารขึ้นหลังวิกฤต การประเมินผลการสื่อสาร การฟื้นฟูความเชื่อมั่น และการนำบทเรียนไปปรับปรุงการสื่อสารในอนาคต

2) กลุ่มผู้ที่อยู่ในพื้นที่ แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์เกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์ ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์ ระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นและความรู้สึกของผู้ที่อยู่ในพื้นที่ต่อสถานการณ์น้ำประปาไม่ไหล รวมถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความพึงพอใจต่อการสื่อสารของการประปาส่วนภูมิภาค

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ที่อยู่ในพื้นที่เกี่ยวกับแนวทางการสื่อสาร การแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงการดำเนินงานของการประปาส่วนภูมิภาคในกรณีน้ำประปาไม่ไหล

3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารภาวะวิกฤตทั้งภาครัฐและภาคเอกชน แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์เกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์ ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์ ตำแหน่ง ประสบการณ์การทำงาน

ตอนที่ 2 แนวคิดและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการวางแผนการสื่อสารภาวะวิกฤต การเตรียมความพร้อมขององค์กร และแนวทางขึ้นก่อนวิกฤต

ตอนที่ 3 แนวคิดและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญต่อกลยุทธ์การสื่อสารในขึ้นระหว่างวิกฤต การจัดการข้อมูลข่าวสาร การเลือกใช้สื่อ และการสื่อสารเพื่อควบคุมสถานการณ์

ตอนที่ 4 แนวคิดและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการสื่อสารขึ้นหลังวิกฤต การประเมินผล การฟื้นฟูความเชื่อมั่น และการนำบทเรียนไปพัฒนาการสื่อสารภาวะวิกฤตในอนาคต

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ

แนวคำถามทั้งหมดได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้ออกแบบชุดคำถามโดยอิงจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาของคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นได้นำชุดคำถามดังกล่าวเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ด้านการสื่อสารและงานวิจัยเชิงคุณภาพ ตรวจสอบความเหมาะสม ความชัดเจน และความครอบคลุมของประเด็นคำถาม เพื่อให้เครื่องมือมีความเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงลึก

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้มีการทดลองใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์เบื้องต้น (Pilot Interview) กับผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทดสอบความเข้าใจของคำถาม ลำดับของประเด็นคำถาม และความเหมาะสมของรูปแบบการสัมภาษณ์ ก่อนนำไปปรับปรุงแก้ไขให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เพื่อเพิ่มความแม่นยำของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยยังได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยการส่งสรุปสาระสำคัญของข้อมูลกลับไปให้ผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง (Member Checking) ว่าสาระที่สรุปนั้นสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องการสื่อหรือไม่ อันเป็นการลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลและเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

ตารางที่ 1 เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลกลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของการประสานภูมิภาคเขต 4 จำนวน 4 ท่าน

ลำดับ	ตำแหน่ง	ประสบการณ์ทำงาน	หน้าที่
ผู้ปฏิบัติด้านประชาสัมพันธ์ท่านที่ 1	นักประชาสัมพันธ์	11 ปี	การจัดการปัญหาและดูแลผู้ใช้น้ำ
ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ท่านที่ 2	นักประชาสัมพันธ์	12 ปี	การบริหารจัดการสื่อดิจิทัล
ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ท่านที่ 3	นักประชาสัมพันธ์	12 ปี	จัดทำ ดูแล และปรับปรุงแผนการประชาสัมพันธ์
ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ท่านที่ 4	นักประชาสัมพันธ์	11 ปี	การจัดการด้านปัญหาเรื่องร้องเรียน

ตารางที่ 2 เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลกลุ่มผู้ที่อยู่ในพื้นที่ของการดูแลของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4
จำนวน 5 ท่าน

ลำดับ	ระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่
ผู้ที่อยู่ในพื้นที่ท่านที่ 1	57 ปี
ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 2	60 ปี
ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 3	5 ปี
ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 4	8 ปี
ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 5	20 ปี

ตารางที่ 3 เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารภาวะวิกฤต จำนวน 3 ท่าน

ลำดับ	ตำแหน่ง	ประสบการณ์ทำงาน	หน้าที่
ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารภาวะวิกฤต ท่านที่ 1	หัวหน้างานดิจิทัลข้อมูล ท่องเที่ยว	13 ปี	ด้านประชาสัมพันธ์ และ สื่อสารการตลาด
ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารภาวะวิกฤต ท่านที่ 2	นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ (หัวหน้าฝ่าย เผยแพร่)	16 ปี	ประชาสัมพันธ์และการ สื่อสารองค์กร เพื่อ เสริมสร้างภาพลักษณ์และ ความยั่งยืนขององค์กร
ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารภาวะวิกฤต ท่านที่ 3	หัวหน้าฝ่าย องค์กรสัมพันธ์	9 ปี	เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยงานวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหา (Documentary Analysis) โดยจะศึกษาชั้นก่อนวิกฤต 12 รายการ ชั้นระหว่างวิกฤต 10 รายการ และชั้นหลังวิกฤต 10 รายการ ทั้งนี้ งานวิจัยฉบับนี้เลือกใช้ข้อมูลจากเพจเฟซบุ๊กของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาสุราษฎร์ธานี ซึ่งสังกัดการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 เนื่องจากเป็นสาขาที่มีการเผยแพร่ข้อมูลจำนวนมากและมีความหลากหลาย เพียงพอและเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์เชิงลึก ขณะเดียวกันสาขาอื่นมีปริมาณข้อมูลเผยแพร่ค่อนข้างจำกัด และส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ จึงไม่เอื้อต่อการนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) การวิจัยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาวะวิกฤต เพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์ มุมมอง และกลยุทธ์การสื่อสารในการแก้ไขและบรรเทาผลกระทบจากวิกฤต โดยจะออกแบบคำถามปลายเปิดเพื่อให้ได้

ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในภาวะวิกฤต การสัมภาษณ์ที่มีความยืดหยุ่นช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเจาะลึกประเด็นสำคัญตามบริบทของการสนทนา ทั้งนี้ การออกแบบคำถามอ้างอิงจากแนวคิดด้านกลยุทธ์การสื่อสาร (Roberts, 2016) แนวคิดการจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต (Coombs, 2015) แนวคิดการใช้สื่อด้านการประชาสัมพันธ์ (อรปรียา เสถียรลา, 2567) และแนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของประชาชน (มณีสूरีย์ มณีมาศ, 2562)

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Documentary Analysis) จากเฟสบุ๊คแฟนเพจ โดยเก็บข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2563-2567 เพื่อสะท้อนแนวทางการสื่อสารภาวะวิกฤตหลังเกิดสถานการณ์น้ำไม่ไหล โดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์การสื่อสาร (Roberts, 2016) มาวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) มาจัดหมวดหมู่และเรียบเรียงเป็นหัวข้อที่สำคัญ โดยใช้แนวคิดการจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตของ Coombs (2015) มาใช้เป็นกรอบในการจัดตั้งประเด็นการวิเคราะห์ โดยเฉพาะแนวทางสามขั้นตอนของการจัดการภาวะวิกฤต ได้แก่ ขั้นก่อนวิกฤต ขั้นระหว่างวิกฤต และขั้นหลังวิกฤต ซึ่งแต่ละช่วงสะท้อนลำดับกระบวนการจัดการและการสื่อสารขององค์กรอย่างเป็นระบบ

การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอผลการวิจัยจะเน้นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยนำเนื้อหา (Documentary Analysis) จากเฟสบุ๊คแฟนเพจจำนวน 32 รายการ ร่วมกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ประเมินเข้ากับกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์สื่อสารภาวะวิกฤตด้านน้ำไม่ไหลของการประปาส่วนภูมิภาค เขต 4 ผลการวิเคราะห์จะถูกนำเสนอในรูปแบบที่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในตอนท้าย จึงมาจัดทำเป็นกลยุทธ์สื่อสารในภาวะวิกฤตด้านน้ำไม่ไหลของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 และในขั้นสุดท้าย กลยุทธ์การสื่อสารที่จัดทำขึ้นจะถูกนำไปหารือกับผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์อีกครั้ง เพื่อรับฟังความคิดเห็นและประเมินความเหมาะสมของแผนดังกล่าว ก่อนนำไปใช้เป็นแนวทางเชิงปฏิบัติ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า การประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 มีกระบวนการจัดการภาวะวิกฤตด้านน้ำประปาไม่ไหลที่สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ขั้นก่อนวิกฤต ขั้นระหว่างวิกฤต และขั้นหลังวิกฤต โดยในแต่ละระยะมีแนวทางดำเนินงานที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ขั้นก่อนภาวะวิกฤต ผลการศึกษาพบว่า การเตรียมความพร้อมก่อนเกิดวิกฤตมีการดำเนินการใน 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) การเตรียมข้อความและรูปแบบการสื่อสารมาตรฐาน โดยการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 มีแนวทางการจัดทำข้อความการสื่อสารที่เป็นรูปแบบมาตรฐาน โดยเนื้อหาจะประกอบด้วย วันและเวลาในการหยุดจ่ายน้ำ สาเหตุของปัญหา พื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ รวมถึงช่องทางติดต่อสอบถามเพิ่มเติม เพื่อให้ข้อมูลที่เผยแพร่มีความชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีการเตรียมข้อความพื้นฐาน เช่น ข้อความแจ้ง

เดือน ข้อความขอโทษ และข้อความรายงานความคืบหน้า เพื่อใช้ในการสื่อสารกับประชาชนเมื่อเกิดเหตุการณ์

2) การประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าในกรณีที่สามารถคาดการณ์เหตุการณ์ได้ ในกรณีที่เกิดเหตุจลาจลน้ำเกิดจากการดำเนินงานตามแผน เช่น การซ่อมบำรุงหรือการปรับปรุงระบบท่อประปา หน่วยงานจะมีการแจ้งเตือนประชาชนล่วงหน้าประมาณ 2-3 วัน โดยระบุช่วงเวลาและพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบอย่างชัดเจน เพื่อให้ประชาชนสามารถเตรียมสำรองน้ำล่วงหน้าได้ โดยสรุป ขั้นตอนวิกฤตของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 ให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมด้านข้อมูลและการแจ้งเตือนล่วงหน้า โดยใช้รูปแบบข้อความมาตรฐาน และการสื่อสารที่มีโครงสร้างชัดเจน ซึ่งช่วยให้ประชาชนสามารถรับรู้สถานการณ์และเตรียมตัวรับมือได้ล่วงหน้า

2. ขั้นระหว่างภาวะวิกฤต ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในช่วงที่เกิดเหตุจลาจลน้ำประปาไม่ไหล สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) การสื่อสารอย่างรวดเร็วเมื่อเกิดเหตุการณ์ โดยเมื่อเกิดเหตุจลาจลน้ำประปาไม่ไหล หน่วยงานจะดำเนินการแจ้งข้อมูลให้ประชาชนทราบโดยเร็วที่สุด โดยการสื่อสารจะมุ่งเน้นการระบุสาเหตุของปัญหา พื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ และระยะเวลาที่คาดว่าจะสามารถแก้ไขปัญหาได้ เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่จำเป็นต่อการปรับตัวในสถานการณ์ดังกล่าว 2) การสื่อสารข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นระบบ โดยข้อความที่ใช้ในการสื่อสารจะมีการจัดเรียงข้อมูลอย่างเป็นลำดับ ได้แก่ วันที่และเวลา สาเหตุของการหยุดจ่ายน้ำ พื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ รวมถึงแนวทางการดำเนินการแก้ไขปัญหาและช่องทางติดต่อสอบถามเพิ่มเติม เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าใจสถานการณ์ได้อย่างชัดเจน 3) การใช้ช่องทางออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสาร โดยการสื่อสารในช่วงภาวะวิกฤตส่วนใหญ่ดำเนินการผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊กแฟนเพจของการประปาส่วนภูมิภาคสาขา ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก นอกจากนี้ ประชาชนในพื้นที่ยังรับรู้ข้อมูลจากการบอกต่อภายในชุมชนหรือการแชร์ข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยสรุป กลยุทธ์การสื่อสารในช่วงระหว่างวิกฤตของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 เน้นการสื่อสารที่รวดเร็ว ชัดเจน และใช้ช่องทางออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการเผยแพร่ข้อมูล อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่า ในบางกรณีประชาชนยังรับรู้ข้อมูลไม่ทันเหตุการณ์หรือรับรู้ผ่านการแชร์ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาระบบการสื่อสารให้มีความทั่วถึงและทันเวลามากยิ่งขึ้น

3. ขั้นหลังภาวะวิกฤต ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินการภายหลังเหตุการณ์วิกฤตประกอบด้วย 2 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1) การแจ้งผลการแก้ไขปัญหาแก่ประชาชน โดยเมื่อสามารถแก้ไขปัญหาได้แล้ว หน่วยงานจะประกาศแจ้งให้ประชาชนทราบว่าสถานการณ์ได้กลับเข้าสู่ภาวะปกติ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารหลังวิกฤตส่วนใหญ่เป็นการแจ้งเพียงว่าสามารถดำเนินการแก้ไขแล้วเสร็จ โดยยังมีการสื่อสารเชิงอธิบายเกี่ยวกับสาเหตุของปัญหา แนวทางการแก้ไข และมาตรการป้องกันในอนาคตค่อนข้างจำกัด 2) การทบทวนและพัฒนาการจัดการภาวะวิกฤตโดยภายหลังเหตุการณ์ หน่วยงานมีการทบทวนการดำเนินงานผ่านการประชุมภายในองค์กร เพื่อแลกเปลี่ยนปัญหาและแนวทางปรับปรุงการทำงาน นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจและแผนปกป้องภาพลักษณ์องค์กรตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมถึงขอเสนอให้มีการฝึกอบรมและซ้อมแผนการสื่อสารภาวะวิกฤตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มความ

พร้อมในการรับมือกับเหตุการณ์ในอนาคต โดยสรุป ขั้นตอนหลังวิกฤตของการประชาสัมพันธ์ภูมิภาคเขต 4 มีการดำเนินการด้านการแจ้งผลการแก้ไขปัญหาและการทบทวนบทเรียนจากเหตุการณ์ที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ยังมีโอกาสในการพัฒนาการสื่อสารหลังวิกฤตให้มีความโปร่งใสและให้ข้อมูลเชิงอธิบายมากขึ้น เพื่อสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นให้กับประชาชนในระยะยาว

สรุปผลการวิจัย

โมเดลการสื่อสารวิกฤตน้ำไม่ไหลของ กปภ. เขต 4 (3 ระยะ) ดังนี้



ภาพที่ 2 โมเดลการสื่อสารวิกฤตน้ำไม่ไหลของ กปภ. เขต 4 (3 ระยะ)

เป็นรูปแบบการสื่อสารภาวะวิกฤตน้ำไม่ไหลของการประชาสัมพันธ์ภูมิภาคเขต 4

1. ขั้นก่อนวิกฤต (Pre-Crisis Communication) มีวัตถุประสงค์เพื่อ การเตรียมความพร้อมและการแจ้งเตือนล่วงหน้าเพื่อลดผลกระทบ มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) การออกแบบข้อความสื่อสารอย่างเป็นระบบ (วัน เวลา สาเหตุ พื้นที่ได้รับผลกระทบ) 2) การแจ้งหยุดจ่ายน้ำล่วงหน้าอย่างน้อย 2-3 วัน ในกรณีที่คาดการณ์เหตุการณ์ได้ 3) การใช้รูปแบบข้อความมาตรฐานและอินโฟกราฟิกเพื่อให้เข้าใจง่าย และ 4) การแนะนำให้ประชาชนสำรองน้ำล่วงหน้า

2. ขั้นระหว่างวิกฤต (Crisis Response Communication) มีวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสารข้อมูลอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และลดความสับสนของประชาชน มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) การแจ้งข้อมูลเหตุการณ์ทันทีเมื่อเกิดปัญหา 2) การตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนเผยแพร่ข้อมูล 3) การแจ้งสาเหตุ พื้นที่ได้รับผลกระทบ และเวลาที่คาดว่าจะกลับมาใช้น้ำได้ 4) การใช้ Facebook ของการประชาสัมพันธ์ภูมิภาคสาขา เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร และ 5) การเปิดช่องทางให้ประชาชนสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

3. ขั้นหลังวิกฤต (Post-Crisis Communication) มีวัตถุประสงค์เพื่อการฟื้นฟูความเชื่อมั่นและการเรียนรู้จากเหตุการณ์ มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) การประกาศว่าสถานการณ์ได้รับการแก้ไขแล้ว 2) การชี้แจงสาเหตุของเหตุการณ์และแนวทางการแก้ไข 3) การสื่อสารมาตรการป้องกันไม่ให้เกิดเหตุซ้ำ และ 4) การทบทวนเหตุการณ์ผ่านการประชุมและปรับปรุงแผนการสื่อสารภาวะวิกฤต

อภิปรายผล

การสื่อสารภาวะวิกฤตเรื่องน้ำไม่ไหลของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 ในขั้นก่อนวิกฤตพบว่า องค์กรให้ความสำคัญกับการออกแบบข้อความการสื่อสารอย่างเป็นระบบ โดยจัดเรียงข้อมูลสำคัญ เช่น วัน เวลา สาเหตุ พื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ และช่องทางการติดต่อสอบถามอย่างชัดเจน รวมถึงการใช้อินโฟกราฟิกเพื่อช่วยให้ประชาชนเข้าใจข้อมูลได้ง่ายขึ้น แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบข้อความอย่างตั้งใจของ Roberts (2016) กล่าวไว้ว่า การเน้นการกำหนดสารหลักและโครงสร้างข้อมูลอย่างชัดเจนเพื่อลดความคลุมเครือของการสื่อสาร นอกจากนี้ การมีคู่มือหรือรูปแบบข้อความมาตรฐานจากส่วนกลางยังสะท้อนถึงการเตรียมความพร้อมด้านการสื่อสารก่อนเกิดวิกฤต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการภาวะวิกฤตในขั้นก่อนวิกฤตของ Coombs (2015) กล่าวไว้ว่า การเน้นการเตรียมความพร้อมและการวางแผนล่วงหน้าเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในบริบทของพื้นที่ให้บริการของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 การแจ้งหยุดจ่ายน้ำล่วงหน้าอย่างน้อย 2-3 วันในกรณีที่สามารถคาดการณ์สถานการณ์ได้ ช่วยให้ประชาชนสามารถเตรียมสำรองน้ำและวางแผนการใช้น้ำได้ล่วงหน้า ซึ่งสะท้อนบทบาทของการสื่อสารเชิงป้องกันในการลดผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนและช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อการบริหารจัดการของหน่วยงาน

สำหรับการสื่อสารในขั้นระหว่างวิกฤต ผลการศึกษาพบว่า การตอบสนองอย่างรวดเร็วถือเป็นกลยุทธ์สำคัญของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 โดยองค์กรมีการแจ้งข้อมูลเหตุการณ์ให้ประชาชนรับทราบทันทีเมื่อเกิดปัญหา พร้อมตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนเผยแพร่ข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลที่สื่อสารออกไปมีความถูกต้องและเป็นชุดข้อมูลเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับหลักการสื่อสารในระยะวิกฤตที่เน้นความรวดเร็ว ความถูกต้อง และความโปร่งใส (Coombs, 2015) รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ สลิลลา ชีสุกุล (2563) ที่กล่าวไว้ว่า การจัดการสถานการณ์เฉพาะหน้าต้องดำเนินการอย่างรวดเร็วเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นช่องว่างระหว่างมุมมองขององค์กรกับประชาชนในพื้นที่ โดยแม้องค์กรจะพยายามสื่อสารอย่างรวดเร็ว แต่ประชาชนบางส่วนยังมองว่าการสื่อสารบางครั้งไม่ทันต่อเหตุการณ์หรือไม่ทั่วถึง นอกจากนี้ การใช้เฟซบุ๊กของสำนักงานสาขาเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารในช่วงวิกฤต สะท้อนถึงการปรับตัวของหน่วยงานภาครัฐต่อบริบทสื่อดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการประชาสัมพันธ์ภาครัฐของ เสาวลักษณ์ หงส์ทอง (2563) ที่กล่าวไว้ว่า ควรเน้นการใช้สื่อออนไลน์เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม การพึ่งพาช่องทางออนไลน์เป็นหลักยังทำให้ประชาชนบางกลุ่มที่ไม่ได้ติดตามสื่อดิจิทัลอาจไม่ได้รับข้อมูลอย่างทั่วถึง ซึ่งสะท้อนข้อจำกัดของการสื่อสารในบริบทการให้บริการสาธารณะในระดับพื้นที่

ในขั้นหลังวิกฤต ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารของการประปาส่วนภูมิภาคเขต 4 มักมุ่งเน้นการประกาศว่าสถานการณ์ได้รับการแก้ไขแล้วเป็นหลัก แต่ยังขาดการอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับสาเหตุของเหตุการณ์ กระบวนการแก้ไข และมาตรการป้องกันไม่ให้เกิดเหตุซ้ำในอนาคต ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดการสื่อสารภาวะวิกฤตในระยะหลังวิกฤตของ Coombs (2015) ที่กล่าวไว้ว่า เน้นการอธิบายเหตุการณ์อย่างโปร่งใสเพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างองค์กรและประชาชน โดยองค์กรให้ความสำคัญกับการแจ้งยุติเหตุการณ์อย่างรวดเร็ว ขณะที่ประชาชนต้องการข้อมูลที่ชัดเจนและโปร่งใสมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความเชื่อมั่นของประชาชน

ของ มัณสุรีย์ มณีมาศ (2562) ที่กล่าวไว้ว่า ความโปร่งใสในการสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความไว้วางใจต่อหน่วยงานภาครัฐ ในขณะที่ตัวองค์กรยังมีความพยายามในการพัฒนาการจัดการภายในหลังวิกฤตผ่านการประชุมทบทวนเหตุการณ์ การปรับปรุงแผนบริหารความต่อเนื่อง และการฝึกอบรมด้านการจัดการภาวะวิกฤต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภวินท์ ศรีเกษมสุข (2563) ที่กล่าวไว้ว่า ควรระบุว่าการทบทวนบทเรียนหลังเหตุการณ์เป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพของการสื่อสารภาวะวิกฤตในอนาคต

โดยภาพรวม ผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นข้อค้นพบสำคัญในบริบทของหน่วยงานภาครัฐระดับพื้นที่ กล่าวคือ แม้องค์กรจะมีระบบการสื่อสารที่เป็นมาตรฐานและมีการใช้สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลัก แต่ยังไม่ปรากฏช่องว่างระหว่างการรับรู้ขององค์กรกับประชาชนในแต่ละระยะของวิกฤต โดยเฉพาะประเด็นความทั่วถึงของช่องทางการสื่อสารและความโปร่งใสของข้อมูลหลังวิกฤต ซึ่งถือเป็นองค์ความรู้ที่ช่วยขยายความเข้าใจการออกแบบวิธีการสื่อสารภาวะวิกฤตในระดับสากลสู่บริบทของการบริหารจัดการบริการสาธารณะในระดับพื้นที่ของประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการนำผลงานวิจัยไปใช้

1) ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารในขั้นระหว่างวิกฤต โดยเน้นการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อให้ครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มในพื้นที่ เนื่องจากผู้ใช้น้ำประปามีความหลากหลายทั้งกลุ่มครัวเรือน ธุรกิจ บริการ และสถานประกอบการ ซึ่งแต่ละกลุ่มอาจได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำไม่ไหลแตกต่างกัน การเลือกใช้ช่องทางและรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมจึงช่วยให้ประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างทั่วถึง และลดผลกระทบจากการสื่อสารที่ไม่ทันการณ์หรือไม่ครอบคลุม

2) ในขั้นหลังวิกฤต การประสานส่วนภูมิภาคควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาการสื่อสารเชิงอธิบายต่อสาธารณะ โดยไม่จำกัดเพียงการประกาศว่าสถานการณ์ยุติแล้ว แต่ควรสื่อสารอย่างตรงไปตรงมาเกี่ยวกับสาเหตุของปัญหา แนวทางการแก้ไข และมาตรการป้องกันในอนาคต เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสและความไว้วางใจของประชาชนต่อหน่วยงาน

3) จากผลการวิจัยสามารถสังเคราะห์เป็น รูปแบบการสื่อสารภาวะวิกฤตน้ำไม่ไหลของการประสานส่วนภูมิภาคเขต 4 ซึ่งประกอบด้วย 3 ระยะ ได้แก่ ขั้นก่อนวิกฤต ขั้นระหว่างวิกฤต และขั้นหลังวิกฤต โดยองค์กรสามารถนำแนวทางดังกล่าวไปประยุกต์ใช้เป็นกรอบการสื่อสารในสถานการณ์วิกฤต เพื่อให้การสื่อสารมีความเป็นระบบ ชัดเจน และสอดคล้องกับบริบทของผู้ใช้น้ำในพื้นที่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังภาวะวิกฤตประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากวิกฤตด้านการให้บริการน้ำประปาไม่ไหล เช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือวิกฤตด้านภาพลักษณ์องค์กร เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบและกลยุทธ์การสื่อสารภาวะวิกฤตในบริบทที่แตกต่างกัน

2. งานวิจัยในอนาคตอาจใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยบูรณาการข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ปฏิบัติงานกับข้อมูลเชิงปริมาณจากประชาชน เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ครอบคลุมทั้งมิติการดำเนินงานขององค์กรและการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บรรณานุกรม

การจัดประเภทผู้ใช้น้ำ (2557). ระเบียบการประปาส่วนภูมิภาคว่าด้วยการจัดประเภทผู้ใช้น้ำและการเปลี่ยนประเภทผู้ใช้น้ำ พ.ศ. 2557.

<https://www.pwa.co.th/contents/service/customer-type>

การประปาส่วนภูมิภาค. (2563). ประวัติ กปภ. <https://www.pwa.co.th/contents/about/history>

การประปาส่วนภูมิภาค. (2567). กปภ. บริหารจัดการน้ำเชิงรุก 3 มาตรการรับมือภัยแล้ง.

<https://www.pwa.co.th/news/view/119543>

การประปาส่วนภูมิภาค. (2568). คู่มือนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติด้านการจัดการข้อร้องเรียน (ฉบับปรับปรุง). <https://shorturl.asia/PLM40>

ซาร่าห์ คอร์เนลิส. (2567, 4 กุมภาพันธ์). เคล็ดลับการใช้โซเชียลมีเดียในการบริหารจัดการวิกฤตและการสื่อสาร. <https://extension.psu.edu/tips-for-using-social-media-in-crisis-management-and-communications>

ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2563, 1 มีนาคม). การสื่อสารในภาวะวิกฤต (Crisis Communication).

Popticles.com. <https://www.popticles.com/business/crisis-communication/>

ภวินท์ ศรีเกษมสุข. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรในภาวะวิกฤตของรัฐวิสาหกิจในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มัณสุรีย์ มณีมาศ. (2562). ความเชื่อถือไว้วางใจของประชาชนต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของหน่วยงานภาครัฐในสังคมพหุวัฒนธรรมชายแดนใต้: กรณีศึกษาจังหวัดนราธิวาส [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สลิสรา ชีสกุล (2563). การสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ที่ได้รับคำสั่งปรับทางปกครองหลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3. (2567). คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (ม.ป.ท.).

<https://gdcatalog.go.th/dataset/gdpublish-prd-radio-prd3am-04001/resource/b52fcc46-532d-414c-8450-b6618f577972>

เสาวลักษณ์ หงส์ทอง. (2563). แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกองบัญชาการกองทัพไทย. วิทยาลัยการทัพบก.

- อรปรียา เสาศิลา. (2567). ประสิทธิภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา เทศบาลเมืองลำพูน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 12(2), 45-55.
- Coombs, W. (2015). *Ongoing crisis communication planning, Managing, and Responding*. (4 th ed.). USA: Sage.
- Questline Digital. (2025, March). *Utility crisis communications: Best practices + examples*. *Questline Digital*. <https://www.questline.com/blog/utility-crisis-communications-best-practices-examples/>
- Robert, J. (2016). *Writing for Strategic Communication Industries*. <https://ohiostate.pressbooks.pub/stratcommwriting/>
- Smillie, E. (2022, April 6). *Enhancing Crisis Communication: Strategies for Effective Oil Spill Response*. <https://www.osrl.com/knowledge-hub/resource-library/crisis-management/enhancing-crisis-communication-strategies-for-effective-oil-spill-response/>