การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร

Public Relations for Disaster Prevention through Online Media of Government Agencies in Samut Sakhon Province

เมธัส เหลืองบริสุทธิ์

สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขา การปกครอง

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

พุทธศักราช 2569

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสยาม

หัวข้อการค้นคว้าอิสสระ (ภาษาไทย) การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร

(ภาษาอังกฤษ) Public Relations for Disaster Prevention through Online Media of Government Agencies in Samut Sakhon Province

โดย (ภาษาไทย) เมธัส เหลืองบริสุทธิ์

(ภาษาอังกฤษ) Matus Lueangborisut

รหัสประจำตัวนักศึกษา 6717902005

หลักสูตร รัฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา การปกครอง

ปีการศึกษา 2569

สารนิพนธ์ฉบับนี้ได้รับความเห็นชอบจากบัณฑิตวิทยาลัยสาขารัฐศาสตร์แล้ว

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....

(ดร.สกล สุขเสริมส่งชัย)

เมื่อวันที่ 20 / 7 / 2026

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย จิตรเหล่าอาพร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย สาขารัฐศาสตร์

เมื่อวันที่ 20 / 7 / 2026

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร

โดย : เมธัส เหลืองบริสุทธิ์

ชื่อปริญญา : รัฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา : การปกครอง

อาจารย์ที่ปรึกษาประจำตัวนักศึกษา : .....

(ดร.สกล สุขเสริมส่งชัย)

การวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาครมีวัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร, ประเมินประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยของหน่วยงานภาครัฐ และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการสื่อสารออนไลน์ในภาวะวิกฤต โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methods Research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 50 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงปี พ.ศ. 2568

ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เข้าถึงข้อมูลข่าวสารป้องกันภัยผ่านทาง Facebook มากที่สุด (ร้อยละ 96) โดยเฉพาะในกลุ่มชุมชนออนไลน์ (Facebook Group) เช่น "สังคมข่าว สมุทรสาคร" เนื่องจากมีความรวดเร็วและมีการแจ้งเบาะแสจากคนในพื้นที่จริง ซึ่งประสิทธิผลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล และ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การโต้ตอบสื่อสารสองทางและการให้ขั้นตอนการปฏิบัติที่เข้าใจง่าย ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการเปลี่ยนการรับรู้ให้เป็นพฤติกรรมการป้องกันภัย เนื้อหาส่วนใหญ่เน้นการแจ้งเตือนภัยในระยะฉุกเฉิน (Emergency Alert) แต่ยังขาดการใช้สื่อมัลติมีเดียประเภทวิดีโอสั้นหรือ อินโฟกราฟิกที่แสดงขั้นตอนปฏิบัติที่ชัดเจน (Action Steps) ส่งผลให้ประชาชนบางส่วนยังมีความสับสนในวิธีปฏิบัติตนเมื่อเกิดเหตุ

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์ออนไลน์, การป้องกันภัย, หน่วยงานภาครัฐ, จังหวัดสมุทรสาคร, สื่อสังคมออนไลน์

Abstract

Title : Public Relations for Disaster Prevention through Online Media of Government Agencies in Samut Sakhon Province

By : Matus Lueangborisut

Degree : Master of Arts in Political Science

Field of Study : Governance

Advisor : .....

(Dr. Sakol Suksermsongchai)

20 / 07 / 2026

This research aimed to study the online media consumption behavior of people in Samut Sakhon Province, evaluate the effectiveness of public relations for disaster prevention by government agencies and propose guidelines for developing online communication during crises. The study employed a mixed-methods research approach, consisting of quantitative research using questionnaires to collect data from a sample of 50 residents in Samut Sakhon Province, and qualitative research using content analysis of social media during the year 2025,

The results of the study revealed that the majority of people accessed disaster prevention information primarily through Facebook (96%), particularly via online community groups such as "Samut Sakhon News Society" (Sangkhom Khao Samut Sakhon), due to its speed and real-time reports from local residents. The overall effectiveness was found to be at a high level. The dimension with the highest mean score was the credibility of information sources, while the dimensions with the lowest mean scores were two-way interactive communication and provision of easy-to-understand practical instructions. These factors remained significant obstacles in translating awareness into actual preventive behavior. Furthermore, most content focused on emergency alerts but lacked the use of multimedia, such as short videos or infographics, to illustrate clear action steps, leading to confusion among some citizens regarding proper conduct during incidents.

Keywords: online public relations, disaster prevention, government agencies, Samut Sakhon Province, social media

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ดร.สกล สุขเสริมส่งชัย เป็นอย่างสูง ที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษา ตลอดจนข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ยิ่งในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่การกำหนดหัวข้อ การออกแบบการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนการเรียบเรียงสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการ แนวคิด และประสบการณ์อันมีคุณค่า ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการศึกษาและการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาครทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ รวมถึงแอดมินกลุ่มชุมชนออนไลน์และประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร ที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยครั้งนี้ หากปราศจากความร่วมมือจากทุกท่าน งานวิจัยฉบับนี้คงไม่สามารถสำเร็จลงได้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัว เพื่อนร่วมรุ่น และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ให้กำลังใจ ความช่วยเหลือ และการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาการศึกษา จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี หากสารนิพนธ์ฉบับนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้

เมธัส เหลืองบริสุทธิ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	**1**
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	2
1.2 ปัญหาการวิจัย	3
1.3 คำถามการวิจัย	3
1.4 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	**5**
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ	6
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการป้องกันภัย	7
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์	7
2.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย	12
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	**13**
3.1 รูปแบบการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย	13
3.2 พื้นที่และช่วงเวลาการวิจัย	13
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	14
3.4 ตัวแปรที่ศึกษาและนิยามเชิงปฏิบัติการ	14
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	15
3.6 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	15
3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล	16
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	16

สารบัญ (ต่อ)

3.9 จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ 16

บทที่ 4 ผลการวิจัย 17

4.1 รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร 17

4.2 ระดับการรับรู้ของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ 18

4.3 แนวทางในการพัฒนาประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ 19

4.4 การบูรณาการผลวิจัย 20

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 21

5.1 สรุปผลการวิจัย 21

5.2 อภิปรายผลการวิจัย 23

5.3 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ 27

5.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 28

5.5 ข้อจำกัดของการวิจัย 28

บรรณานุกรม 29

ภาคผนวก 34

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม 35

ภาคผนวก ข ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 37

ประวัติผู้วิจัย 39

สารบัญตาราง

ตารางที่	**หน้า**
ตารางที่ 4.1 ช่องทางสื่อออนไลน์ที่ประชาชนใช้ติดตามข้อมูลด้านการป้องกันภัย	17
ตารางที่ 4.2 ช่องทางออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ติดตามข่าวสารป้องกันภัย	18
ตารางที่ 4.3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์	19
ตารางที่ 4.4 การบูรณาการผลการวิจัย	20

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แนวคิดการประชาสัมพันธ์	6
2.2 กรอบแนวคิดและทฤษฎี	10
2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย	12

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในด้านอุตสาหกรรมการผลิต การประมง และการส่งออกสินค้าอาหารทะเล (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร, 2561) อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางประชากร ทั้งคนไทยและแรงงานต่างด้าวจำนวนมาก ทำให้ลักษณะของสังคมในพื้นที่มีความซับซ้อนและมีความต้องการด้านการสื่อสารข้อมูลที่แตกต่างกันไป (สำนักงานแรงงานสมุทรสาคร, 2569) ในขณะเดียวกัน จังหวัดสมุทรสาครยังเผชิญกับความเสี่ยงจากภัยพิบัติและสถานการณ์ฉุกเฉินหลายรูปแบบ เช่น น้ำท่วมจากน้ำทะเลหนุนสูง ปัญหามลพิษทางน้ำและ อากาศ อุบัติเหตุในโรงงานอุตสาหกรรม รวมถึงภัยด้านสาธารณสุข เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) การประชาสัมพันธ์ถือเป็นกระบวนการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ และความเชื่อมั่นระหว่างหน่วยงานของรัฐกับประชาชน โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา จะช่วยให้ประชาชนสามารถประเมินความเสี่ยง ตัดสินใจ และปฏิบัติตนได้อย่างเหมาะสม อันนำไปสู่การลดความสูญเสียทั้งด้านชีวิต ทรัพย์สิน และผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม นอกจากนี้ จังหวัดสมุทรสาครยังเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมในระดับประเทศ โดยมีนิคมอุตสาหกรรมและโรงงานอุตสาหกรรมกระจายอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป อุตสาหกรรมการผลิต และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งจังหวัดยังมีท่าเรือประมงที่สำคัญและเป็นศูนย์กลางการค้าสัตว์น้ำของประเทศไทย ทำให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานและประชากรเข้าออกพื้นที่อยู่เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารในภาวะปกติและภาวะฉุกเฉินมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น (สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร, 2567)

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติจังหวัดสมุทรสาคร (2568) จังหวัดสมุทรสาครมีประชากรตามทะเบียนราษฎรมากกว่า 590,867 คน และยังมีแรงงานข้ามชาติที่ได้รับอนุญาตให้ทำงานจำนวนหลายแสนคน โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพในภาคอุตสาหกรรม ประมง และการแปรรูปอาหารทะเล การมีประชากรที่มีความหลากหลายทั้งด้านภาษา วัฒนธรรม และระดับการเข้าถึงเทคโนโลยี ทำให้การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องออกแบบเนื้อหาและเลือกช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน เพื่อให้ข้อมูลด้านการป้องกันภัยสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึงและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

จากบริบทดังกล่าว การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยจึงเป็นกลไกสำคัญของหน่วยงานภาครัฐในการแจ้งเตือน ให้ความรู้ และสร้างความตระหนักรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับวิธีการป้องกันและรับมือกับภัยต่าง ๆ อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว สื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้กลายเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน หน่วยงานภาครัฐจึงได้นำสื่อออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการแจ้งเตือนภัย เพื่อให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางมากยิ่งขึ้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ [ETDA], 2566) ในอดีต การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐมักอาศัยสื่อแบบดั้งเดิม เช่น เสียงตามสาย วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่น

พับ และป้ายประกาศ อย่างไรก็ตาม เมื่อเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาท ประชาชนมีพฤติกรรมการรับข่าวสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยนิยมรับข้อมูลผ่านโทรศัพท์มือถือและสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ทำให้หน่วยงานของรัฐจำเป็นต้องปรับรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคดิจิทัล

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสื่อออนไลน์จะมีศักยภาพสูงในการเผยแพร่ข้อมูล แต่การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาครยังคงประสบปัญหาและอุปสรรคหลายประการ ประการแรก คือ ปัญหาความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีของประชาชน โดยเฉพาะในกลุ่มแรงงานต่างด้าว ผู้สูงอายุ หรือผู้มีรายได้น้อย ที่อาจไม่มีอุปกรณ์หรือทักษะในการใช้สื่อออนไลน์ ส่งผลให้ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่สำคัญได้อย่างทั่วถึง (องค์การระหว่างประเทศเพื่อการโยกย้ายถิ่นฐาน [IOM], 2566)

ประการที่สอง คือ ปัญหาด้านภาษาและการสื่อสาร เนื่องจากจังหวัดสมุทรสาครมีแรงงานต่างด้าวจำนวนมากที่ใช้ภาษาพม่า หรือภาษาอื่น ๆ เป็นหลัก การประชาสัมพันธ์ที่ใช้เฉพาะภาษาไทยอาจไม่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้กลุ่มประชากรดังกล่าวขาดความเข้าใจในข้อมูลการป้องกันภัย ซึ่งอาจนำไปสู่ความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น (องค์การระหว่างประเทศเพื่อการโยกย้ายถิ่นฐาน [IOM], 2566)

ประการที่สาม คือ ปัญหาด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลและการแพร่กระจายของข่าวปลอม (Fake News) ในสื่อออนไลน์ เนื่องจากประชาชนสามารถเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและไม่มีการตรวจสอบอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เกิดความสับสนและความเข้าใจผิดในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะในช่วงเวลาวิกฤต เช่น การระบาดของโรคหรือเหตุการณ์ฉุกเฉิน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์,2562) ซึ่งข้อมูลที่ไม่ถูกต้องอาจสร้างความตื่นตระหนกและส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของประชาชน

ประการที่สี่ คือ ปัญหาการบูรณาการการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมักมีหลายหน่วยงานรับผิดชอบด้านการป้องกันภัย เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย และหน่วยงานด้านสาธารณสุข หากขาดการประสานงานที่ดี อาจทำให้การสื่อสารข้อมูลมีความ

ประการที่ห้า คือ ข้อจำกัดด้านรูปแบบและเนื้อหาของการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งในบางกรณีอาจยังไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับข้อมูลของประชาชน เช่น การใช้ภาษาที่เป็นทางการเกินไป ขาดความน่าสนใจ หรือไม่มีการนำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เช่น อินโฟกราฟิก วิดีโอ หรือภาพเคลื่อนไหว ส่งผลให้ประชาชนไม่ให้ความสนใจหรือไม่สามารถเข้าใจข้อมูลได้อย่างถูกต้อง (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, 2565)

นอกจากนี้ ยังมีประเด็นด้านความรวดเร็วในการสื่อสารข้อมูลในสถานการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการลดความสูญเสีย หากการแจ้งเตือนภัยไม่ทันต่อเหตุการณ์ หรือไม่สามารถเข้าถึงประชาชนในพื้นที่เสี่ยงได้อย่างทันท่วงที อาจทำให้เกิดผลกระทบรุนแรงมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น การศึกษาความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะช่วยให้เข้าใจถึงสภาพปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่รวมถึงสามารถนำไปสู่การพัฒนาแนวทางหรือกลยุทธ์ในการปรับปรุงการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านความครอบคลุม ความถูกต้อง ความรวดเร็ว และความเหมาะสมกับบริบทของประชาชนในพื้นที่

การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพของประชาชนในการรับมือกับภัยพิบัติ ลดความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สิน และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในระยะยาว อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาประเทศในยุคดิจิทัลที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและสร้างสังคมที่มีความปลอดภัยและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

1.2 ปัญหาการวิจัย

การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาครมีรูปแบบและประสิทธิผลในระดับใด และประชาชนมีการรับรู้และตอบสนองต่อการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวอย่างไร

1.3 คำถามการวิจัย

1. หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาครใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยอย่างไร
2. ประชาชนมีระดับการรับรู้ต่อการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ในระดับใด
3. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันภัยของประชาชนหรือไม่

1.4 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร
3.เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ในช่วงปี พ.ศ.2568

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลเชิงวิชาการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์
2. เป็นแนวทางให้หน่วยงานภาครัฐพัฒนาการสื่อสารกับประชาชน
3. ได้แนวทางส่งเสริมการป้องกันภัยและความปลอดภัยของประชาชนในพื้นที่

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ หมายถึง กระบวนการสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ และกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐผ่านสื่อดิจิทัลและเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (LINE Official Account) ยูทูบ (YouTube) ติ๊กต็อก (TikTok) และแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลด้านการป้องกันภัย สร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ และความเชื่อมั่นแก่ประชาชน รวมทั้งเป็นช่องทางในการแจ้งเตือนและสื่อสารข้อมูลที่จำเป็นทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ฉุกเฉิน

การป้องกันภัย หมายถึง การดำเนินงานหรือมาตรการต่าง ๆ ที่มุ่งลดความเสี่ยงและผลกระทบจากภัยพิบัติหรือเหตุการณ์ฉุกเฉิน ทั้งที่เกิดจากธรรมชาติและการกระทำของมนุษย์ โดยครอบคลุมการเตรียมความพร้อม การเฝ้าระวัง การแจ้งเตือน การให้ความรู้ และการส่งเสริมให้ประชาชนสามารถปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องก่อนเกิดเหตุ ขณะเกิดเหตุ และหลังเกิดเหตุ เพื่อช่วยลดความสูญเสียต่อชีวิต ทรัพย์สิน และผลกระทบต่อสังคม

หน่วยงานภาครัฐ หมายถึง องค์กรหรือหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่บริหารราชการ ให้บริการสาธารณะ และดำเนินงานด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อประโยชน์ของประชาชน ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึงหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาครที่มีบทบาทในการประชาสัมพันธ์

ด้านการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ เช่น สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

จังหวัดสมุทรสาคร หมายถึง พื้นที่ศึกษาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญด้านอุตสาหกรรม การประมง การส่งออก และมีประชากรทั้งชาวไทยและแรงงานข้ามชาติจำนวนมาก ทำให้มีความหลากหลายด้านสังคม ภาษา และวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติและเหตุการณ์ฉุกเฉินหลายประเภท จึงจำเป็นต้องมีระบบการประชาสัมพันธ์ด้านการป้องกันภัยที่มีประสิทธิภาพ ส่วนสื่อ

สังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถสร้าง เผยแพร่ แลกเปลี่ยน และรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว โดยในการวิจัยครั้งนี้หมายถึงแพลตฟอร์มที่หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาครใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัย ได้แก่ Facebook, LINE Official Account, YouTube, TikTok และเว็บไซต์ของหน่วยงาน เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ และสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการป้องกันและรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร
2. ศึกษาระดับการรับรู้ของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร
3. ศึกษาแนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ

ผู้วิจัยจึงได้ศึกษารวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการป้องกันภัย
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์
2.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations: PR) ในความหมายเชิงการบริหาร มิใช่เพียงการ “เผยแพร่ข่าว” แต่เป็นกระบวนการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ขององค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจ ความไว้วางใจ และความร่วมมือกับสาธารณะ ผ่านการวางแผน เนื้อหา ช่องทาง และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเมื่อองค์กรต้องจัดการ “ประเด็นสาธารณะ” ที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ร่วม เช่น ความปลอดภัยและความเสี่ยงของประชาชน

2.1.1 กระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงยุทธศาสตร์ (จาก “กิจกรรม” สู่ “การบริหารสื่อสาร”)

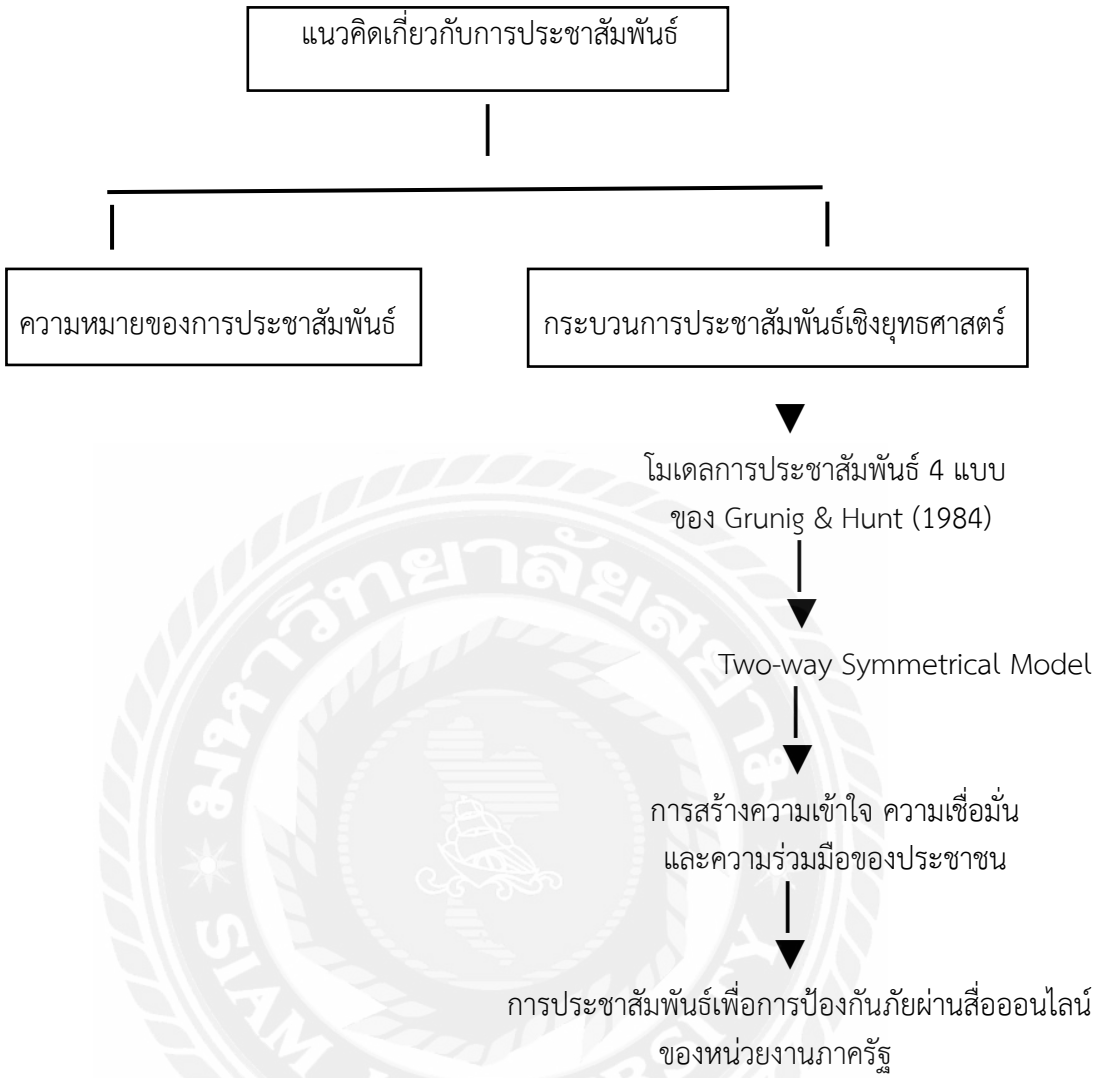
ในทางปฏิบัติ งานประชาสัมพันธ์มักอธิบายเป็นวงจรตั้งแต่การศึกษา/วิจัยผู้รับสาร ไปจนถึงการประเมินผล เพื่อทำให้การสื่อสารไม่ใช่เพียงการทำคอนเทนต์ แต่เป็น “นโยบายการสื่อสาร” (communication policy) ขององค์กร แนวคิดสมัยใหม่ยังเน้น “ข้อมูลย้อนกลับ” (feedback) และการสื่อสารสองทาง (two-way) เพื่อปรับสารให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และลดช่องว่างความเข้าใจระหว่างรัฐกับสังคม

2.1.2 โมเดลประชาสัมพันธ์ 4 แบบของ Grunig & Hunt และความเหมาะสมต่อภาครัฐ

Grunig & Hunt (1984) เสนอ “โมเดลประชาสัมพันธ์ 4 แบบ” ได้แก่ (1) Press Agentry/Publicity เน้นสร้างกระแส (2) Public Information เน้นให้ข้อมูลทางเดียว (3) Two-way Asymmetrical สื่อสารสองทางแต่เน้นโน้มน้าวให้ประชาชนเปลี่ยนตามองค์กร และ (4) Two-way Symmetrical ที่เน้นการสื่อสารสองทางอย่างสมดุลเพื่อสร้างความเข้าใจและประโยชน์ร่วม

สำหรับ “การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัย” ของหน่วยงานภาครัฐ โมเดลที่สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลและการบริหารความเสี่ยงคือ Two-way Symmetrical เพราะต้องอาศัยความเชื่อมั่น การ

ยอมรับ และการร่วมมือของประชาชน (เช่น ทำตามคำแนะนำ/แจ้งเหตุ/แบ่งปันข้อมูลพื้นที่) ไม่ใช่เพียงรับข่าวสารทางเดียว



ภาพที่ 2.1 แนวคิดการประชาสัมพันธ์

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ

การประชาสัมพันธ์ภาครัฐเป็นกลไกของ “การสื่อสารสาธารณะของรัฐ” เพื่อถ่ายทอดนโยบาย บริการสาธารณะ และข้อมูลจำเป็นต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน รวมถึงการสื่อสารในภาวะปกติและภาวะวิกฤต เป้าหมายเชิงรัฐศาสตร์ไม่ใช่แค่ “ให้คนรู้” แต่รวมถึง เสริมความชอบธรรม (legitimacy) ผ่านความโปร่งใส, สร้างความไว้วางใจ (trust) ต่อรัฐและหน่วยงาน, เปิดพื้นที่การมีส่วนร่วม (participation) และลดความขัดแย้งหรือข่าวลือในสังคม

องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD,2021) ชี้ว่า “Public communication” ควรถูกยกระดับให้เป็นฟังก์ชันเชิงยุทธศาสตร์ของรัฐ โดยเฉพาะในยุคที่ต้องรับมือ mis/disinformation และความคาดหวังของประชาชนต่อความโปร่งใส และความรวดเร็ว นอกจากนี้ OECD ยังเน้นว่าการสื่อสารความเสี่ยงมีความสำคัญต่อ “ความไว้วางใจต่อรัฐบาลและสถาบันรัฐ” ซึ่งสัมพันธ์โดยตรงกับประเด็นการป้องกันภัย

ในบริบทไทย แนวโน้มการสื่อสารภาครัฐกำลังขยับสู่ “ดิจิทัลเชิงข้อมูล” มากขึ้น เช่น การใช้ social listening และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำคอนเทนต์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแม่นยำขึ้น สอดคล้องกับแนวทางด้านรัฐบาลดิจิทัลที่ผลักดันมาตรฐานหรือแนวปฏิบัติกระบวนการทางดิจิทัลภาครัฐ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการป้องกันภัย

การสื่อสารเพื่อการป้องกันภัยครอบคลุมอย่างน้อย 2 มิติ คือ Risk Communication (ก่อนเกิดเหตุหรือระยะเตรียมพร้อม) ทำให้ประชาชนเข้าใจความเสี่ยง รู้วิธีป้องกัน และเตรียมตัว และ Crisis/Emergency Communication (ระหว่างเกิดเหตุหรือหลังเกิดเหตุ) แจ้งเตือนสถานการณ์ คำแนะนำที่ทำได้ทันที ลดการตื่นตระหนก และประสานความร่วมมือในพื้นที่

2.3.1 กรอบนโยบายการลดความเสี่ยงภัยพิบัติ: Sendai Framework และการกำกับดูแลความเสี่ยง

Sendai Framework for Disaster Risk Reduction 2015–2030 เสนอ “4 ลำดับความสำคัญ” (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย , 2564) ได้แก่ ทำความเข้าใจความเสี่ยง เสริมธรรมาภิบาล/การกำกับดูแลความเสี่ยง ลงทุนเพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มความยืดหยุ่น เพิ่มความพร้อมเพื่อการตอบสนองที่มีประสิทธิภาพและ “Build Back Better” สำหรับการศึกษานี้ “การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์” เชื่อมกับข้อ (1)ทำความเข้าใจความเสี่ยง และ (2)เสริมธรรมาภิบาล/การกำกับดูแลความเสี่ยงโดยตรง เพราะการสื่อสารเป็นเครื่องมือทำให้ประชาชน “รู้ความเสี่ยง” และทำให้รัฐ “กำกับดูแลความเสี่ยงร่วมกับสังคม” ผ่านข้อมูลและการมีส่วนร่วม

ในมุม “การกำกับดูแลความเสี่ยง” (Risk Governance) การสื่อสารในกรอบการกำกับดูแลความเสี่ยงของ IRGC (International Risk Governance Council) เสนอว่าการสื่อสารไม่ใช่ขั้นตอนปลายทาง แต่เป็นแกนที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการของการระบุ-ประเมิน-จัดการความเสี่ยง และต้องเป็นกระบวนการสองทางที่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย

2.3.2 กรอบกฎหมายและบริบทไทยด้านสาธารณภัย

พระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 ให้นิยาม “สาธารณภัย” ครอบคลุมอัคคีภัย วาตภัย อุทกภัย ภัยแล้ง โรคระบาด ฯลฯ ซึ่งสะท้อนลักษณะภัยแบบ “หลายมิติ” ที่หน่วยงานรัฐต้องสื่อสารให้ประชาชนเข้าใจและเตรียมพร้อม

นอกจากนี้ หน่วยงานด้านภัยพิบัติของไทยมีการพัฒนาองค์ความรู้เรื่อง “แผนการสื่อสารความเสี่ยงภัยพิบัติ” ในรูปแบบการเรียนรู้/แนวทางปฏิบัติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารกับประชาชน

2.3.3 หลักการสื่อสารความเสี่ยงและภาวะฉุกเฉิน (CERC)

CDC (Centers for Disease Control and Prevention หรือ ศูนย์ควบคุมและป้องกันโรค) เสนอกรอบ Crisis and Emergency Risk Communication (CERC) ที่ใช้แพร่หลายในงานภาวะฉุกเฉินโดยมีหลัก 6 ประการ ได้แก่ Be first, Be right, Be credible, Express empathy, Promote action, Show respect

หลักการดังกล่าวมีนัยสำคัญต่อสื่อออนไลน์ เพราะประชาชนคาดหวัง “เร็วและอัปเดต” หากรัฐช้าหรือคลุมเครือ จะเปิดช่องให้ข่าวลือ ข้อมูลผิดแพร่กระจาย และลดความเชื่อมั่นต่อหน่วยงาน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์

สื่อออนไลน์มีคุณลักษณะเด่น 4 ประการที่สำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัย ได้แก่ รวดเร็ว (real-time) เข้าถึงกว้างและเจาะกลุ่มได้ โต้ตอบได้ (interactive) และ ผู้ใช้สร้าง แชร์เนื้อหาได้ (user-generated content) ซึ่งเป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยง (ข่าวลือหรือข้อมูลผิด)

การศึกษาด้านการสื่อสารภาวะฉุกเฉินชี้ว่า social media ทำให้เกิดรูปแบบการสื่อสารทั้งทางเดียว และสองทาง (ทั้งแบบ “รอรับ” และ “เชิงรุก”) และการสื่อสารสองทางช่วยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตอบสนองเหตุฉุกเฉินมากขึ้น

งานวิจัยเชิงประจักษ์ในบริบทต่างประเทศยังพบว่า “การมีส่วนร่วม (engagement)” ของประชาชนต่อมาตรการหรือข้อมูลของรัฐบน social media มีความสำคัญต่อการสร้างความยืดหยุ่น (resilience) และการปฏิบัติตามมาตรการ

ข้อสังเกตเชิงรัฐศาสตร์ สื่อออนไลน์ทำให้ความสัมพันธ์รัฐ-ประชาชนมีลักษณะ “เครือข่าย” มากขึ้น รัฐไม่ใช่ผู้ผูกขาดข้อมูล แต่ต้องแข่งขันกับแหล่งข้อมูลอื่น และต้องบริหารความน่าเชื่อถือผ่านความโปร่งใส ความสม่ำเสมอ และการรับฟัง

2.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

“การรับรู้–การตอบสนอง–พฤติกรรมป้องกันภัย” ของประชาชน สามารถใช้กรอบทฤษฎีต่อไปนี้รองรับการอธิบายกลไก

1. Extended Parallel Process Model (EPPM) และการสื่อสารที่กระตุ้น “การป้องกัน” ไม่ใช่ “การปฏิเสธ”

ทฤษฎี Extended Parallel Process Model (EPPM) ของ Witte (1992) จากวรสารวิชาการ Communication Monographs อธิบายกลไกการประเมินสารที่กระตุ้นความกลัวในสมองมนุษย์ผ่านสองขั้นตอนหลัก คือ การประเมินภัยคุกคาม และการประเมินประสิทธิผลของวิธีแก้ไข [1.1] ผลลัพธ์จากการประเมินนี้จะนำไปสู่พฤติกรรมสองรูปแบบ ได้แก่ การป้องกันตนเองเมื่อรับรู้ว่ามีทางแก้ไขที่ทำได้จริง หรือการปฏิเสธและหนีปัญหาหากรู้สึกว่าไม่สามารถแก้ไขสถานการณ์ได้ [1.2] การจัดทำเนื้อหาออนไลน์จึงควรระบุความรุนแรงของภัยคุกคามควบคู่ไปกับวิธีปฏิบัติที่ง่ายและชัดเจนเพื่อกระตุ้นให้เกิดการป้องกันตนเองอย่างเหมาะสม [1.3] คุณสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมหรือให้ช่วยร่างเนื้อหาประชาสัมพันธ์ตามหลักการดังกล่าวได้

2. Protective Action Decision Model (PADM) : จาก “รับสาร” ไปสู่ “ตัดสินใจลงมือทำ”

โมเดล PADM มาจาก "Protective Action Decision Model" หรือ "แบบจำลองการตัดสินใจปฏิบัติการป้องกันภัย" ซึ่งถูกคิดค้นและพัฒนาโดยนักวิชาการด้านการจัดการภัยพิบัติระดับโลก 2 ท่าน คือ Michael K. Lindell (ศาสตราจารย์กิตติคุณจากมหาวิทยาลัย Texas A&M) และ Ronald W. Perry (ศาสตราจารย์จากมหาวิทยาลัย Arizona State) (Lindell & Perry 2012) (อธิบายการตัดสินใจทำพฤติกรรมป้องกันภัยเป็นกระบวนการหลายขั้น โดยข้อมูลมาจากทั้งสัญญาณแวดล้อมและแหล่งสังคมผ่านช่องทางสื่อสารก่อนจะไปสู่การประเมินทางเลือกและลงมือปฏิบัติ

ประโยชน์ต่อการวิจัยนี้คือ ช่วยจัดตัวแปร “รูปแบบการสื่อสารของรัฐ” (ความชัดเจน ความน่าเชื่อถือ ความถี่ การโต้ตอบ) ให้เชื่อมกับ “การตัดสินใจของประชาชน” ได้เป็นเหตุเป็นผล

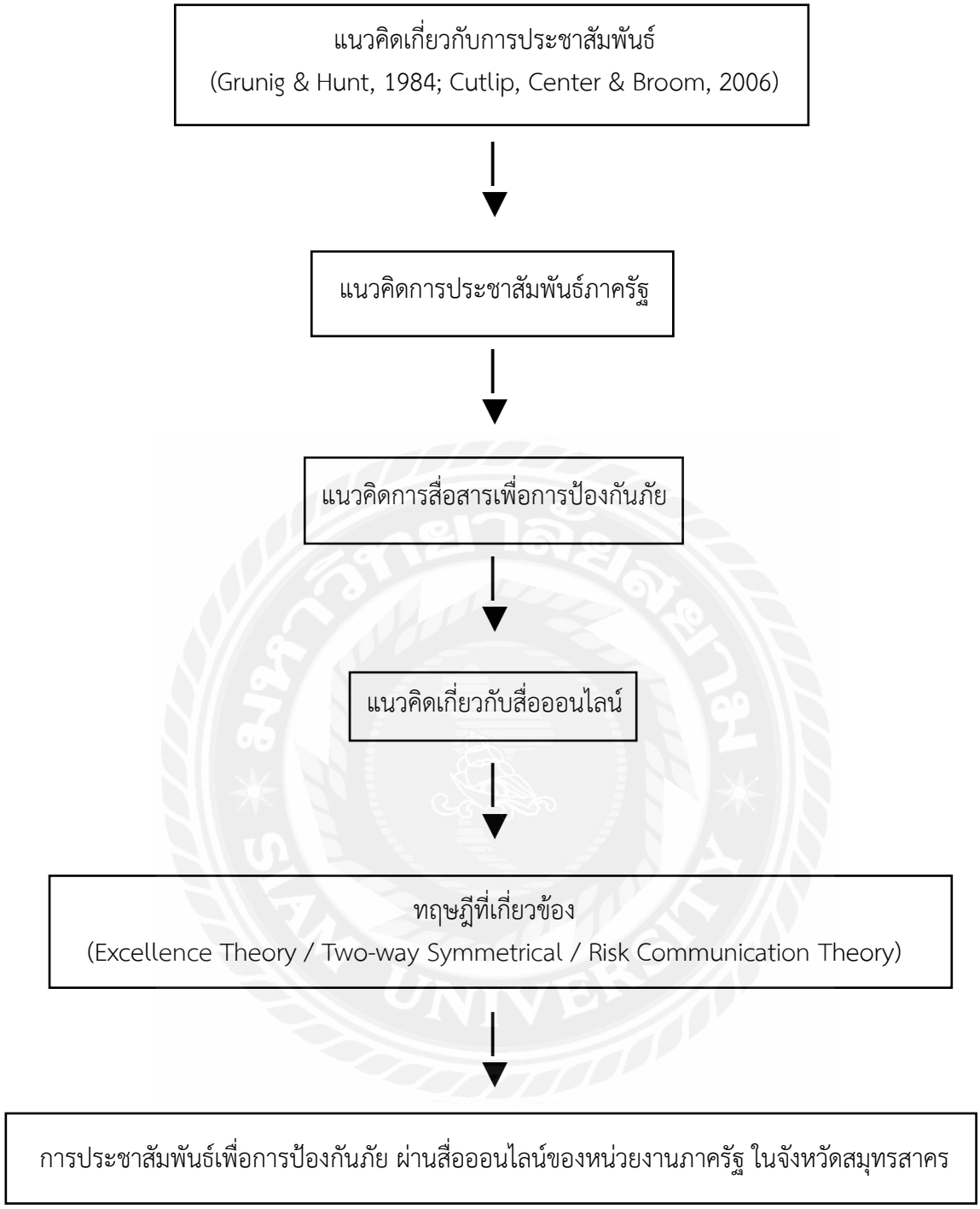
3. Agenda-setting และ Framing: รัฐทำให้ประชาชน “เห็นว่าประเด็นนี้สำคัญ” และ “เข้าใจในกรอบใด”

ทฤษฎี Agenda-setting (ทฤษฎีการกำหนดวาระรับรู้ของสื่อ) ถูกคิดค้นและนำเสนอโดยนักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน 2 ท่าน คือ Maxwell McCombs และ Donald Shaw ในปี 1972 (แมคเคอว,2557) จากการศึกษาพฤติกรรมการเสพสื่อของผู้สิทธิเลือกตั้งในเมือง Chapel Hill ช่วงการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐฯ ปี 1968 เสนอว่าสื่อมีบทบาทกำหนด “ความสำคัญ” ของประเด็นในสายตาสาธารณะ ส่วน Framing อธิบายการคัดเลือก เน้นบางแง่มุมของข้อมูลเพื่อทำให้ผู้รับสารตีความและตัดสินใจในกรอบ

หนึ่ง ๆ เมื่อนำมาใช้กับสื่อออนไลน์ของภาครัฐ ความสม่ำเสมอ และความถี่ของคอนเทนต์เตือนภัยช่วยทำให้ “ความปลอดภัย การเตรียมพร้อม” ถูกยกเป็นวาระ การจัดกรอบเนื้อหาแบบ “ทำได้ทันที ใกล้ตัว พื้นที่ของฉัน” ทำให้ประชาชนเชื่อมความเสี่ยงกับชีวิตจริงและมีแนวโน้มปฏิบัติ

4. Uses and Gratifications: ทำไมประชาชน “เลือกติดตาม” และ “เชื่อ แชร์” เนื้อหาของรัฐ

ทฤษฎี Uses and Gratifications (ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ) มีพัฒนาการมาอย่างยาวนาน แต่ผู้ที่นำมาประมวลผล สรุปโครงสร้าง และเผยแพร่จนเป็นที่ยอมรับในเชิงวิชาการอย่างเป็นทางการในรูปแบบโมเดลที่ชัดเจนคือ Elihu Katz, Jay G. Blumler, และ Michael Gurevitch ในปี 1973–1974 (Katg et al., 1974) มองผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่ออย่างกระตือรือร้นเพื่อสนองความต้องการ เช่น แสวงหาข้อมูล ความมั่นใจ ความสัมพันธ์ทางสังคม ฯลฯ เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ “การเตรียมพร้อม, การแจ้งเหตุ, การติดตามประกาศ” ง่ายและเห็นผลจริง จะเพิ่มการยอมรับและการทำตามในวงกว้าง



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ที่มา: ผู้วิจัยสังเคราะห์จาก Grunig & Hunt (1984), Cutlip et at. (2006), กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (2564) และ เอกสารที่เกี่ยวข้อง

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 งานวิจัยด้านการใช้และการบริหารสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์ (2558) ศึกษาเรื่อง แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ปัญหา อุปสรรค และความต้องการในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 72 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่และร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปฏิบัติงานมีการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับสูง โดยนิยมใช้ Facebook ในการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ขณะที่ปัญหาสำคัญคือการขาดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน งานวิจัยเสนอให้มีการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์อย่างเป็นระบบ กำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติ การอบรมบุคลากร และการกำหนดตัวชี้วัดการประเมินผล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

ขวัญฤทัย ศรีวัฒนพล และทวีศักดิ์ รูปสิงห์ (2567) ศึกษาเรื่อง แนวทางการบริหารสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยเป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษาแนวทางการบริหารสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา ผลการศึกษาพบว่า การบริหารสื่อที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน ทันต่อเหตุการณ์ ค้นหาข้อมูลได้ง่าย มีการออกแบบเนื้อหาให้อ่านและเข้าใจง่าย รวมทั้งมีความน่าเชื่อถือของข้อมูล จะช่วยเพิ่มการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนักศึกษานิยมรับข่าวสารผ่านแพลตฟอร์ม LINE และ Facebook มากที่สุด

2.6.2 งานวิจัยด้านการสื่อสารความเสี่ยงและการสื่อสารในภาวะวิกฤตของภาครัฐ

อัจฉรา บุญชุม และสมิทธิ์ บุญชุติมา (2567) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารความเสี่ยงทางสาธารณสุขของกรมควบคุมโรค: บทเรียนการสื่อสารความเสี่ยงในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ประเทศไทย โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมควบคุมโรคจำนวน 40 คน ผู้ทรงคุณวุฒิ 10 คน และวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องจำนวน 16 ฉบับ จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการสื่อสารความเสี่ยง ได้แก่ การวิเคราะห์สถานการณ์และประเมินความเสี่ยงอย่างรวดเร็ว การวางแผนการสื่อสารที่เป็นระบบ การใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ และการเลือกใช้ช่องทางสื่อสารที่เหมาะสมกับสถานการณ์ ขณะที่ข้อจำกัดสำคัญคือ ความแตกต่างในการเข้าถึงเทคโนโลยีและระดับการรับรู้ความเสี่ยงของประชาชนแต่ละกลุ่ม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารของหน่วยงานภาครัฐควรคำนึงถึงทั้งความรวดเร็ว ความน่าเชื่อถือ และการเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม เพื่อให้การสื่อสารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพสูงสุด

อัจฉรา บุญชุม และ (2567) ศึกษาเรื่อง การใช้สื่อเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมของประชาชน โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนและความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านสุขภาพ ผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้และความสำคัญที่ประชาชนให้ต่อการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม สะท้อนให้เห็นว่าสื่อออนไลน์เป็นช่องทางสำคัญในการสร้างการรับรู้ของประชาชน หากหน่วยงานรัฐสามารถนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และต่อเนื่อง จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารสาธารณะได้

2.6.3 งานวิจัยด้านการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

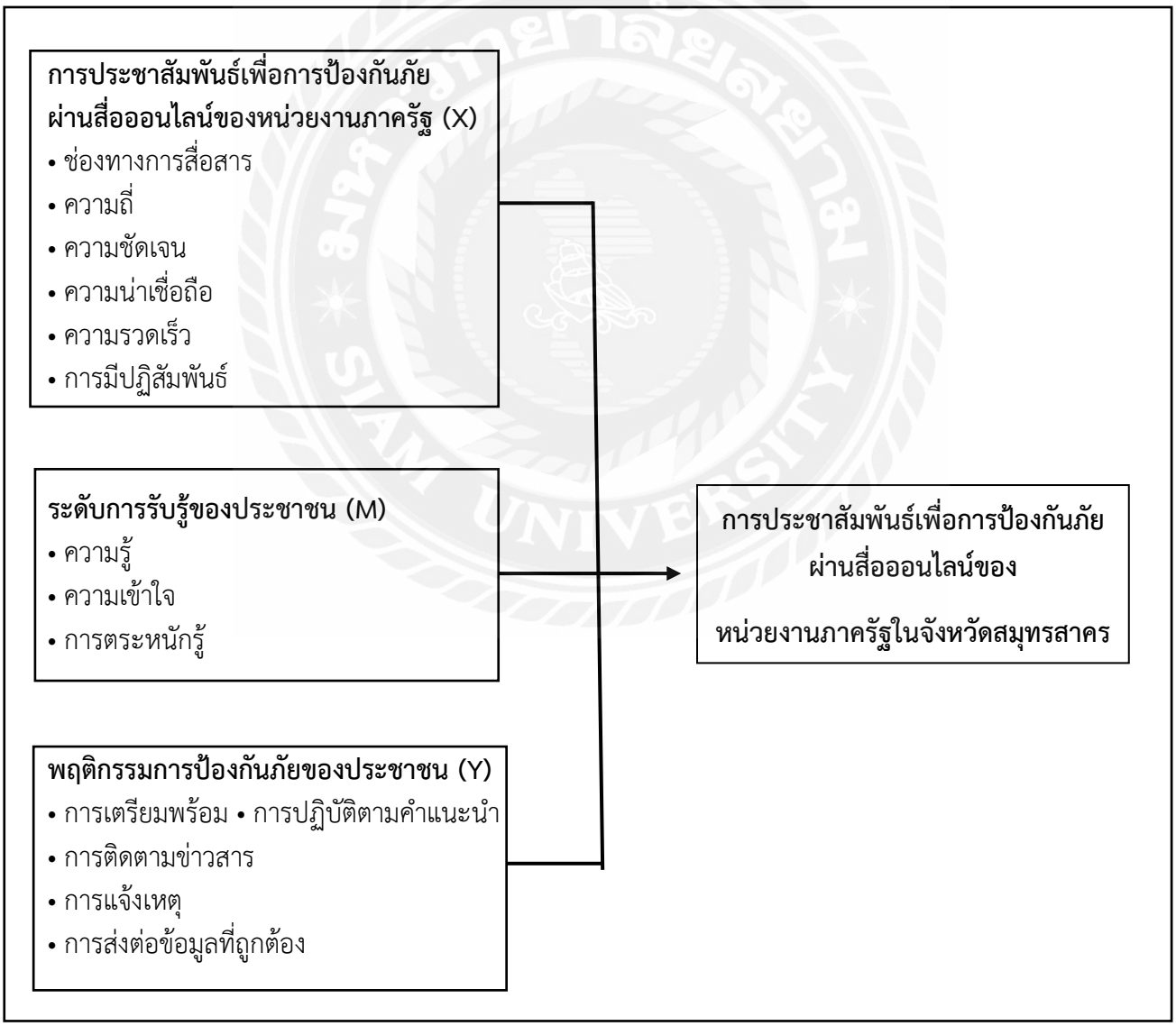
ณัฏฐินี ชูช่วย (2564) ศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาและพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารของรายการข่าวบนแฟนเพจโทรทัศน์ โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและการสำรวจผู้ติดตามแฟนเพจ

จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวที่กระชับ เข้าใจง่าย มีภาพประกอบ และเผยแพร่ทันต่อเหตุการณ์ ส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสารและความพึงพอใจของผู้รับสารอย่างมีนัยสำคัญ

สุนิสา ประวิชัย (2562) ศึกษาเรื่องการประเมินคุณค่าข่าวประชาสัมพันธ์ เปรียบเทียบระหว่างนักประชาสัมพันธ์และผู้รับสาร โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักประชาสัมพันธ์และประชาชนกลุ่มละ 200 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสารให้ความสำคัญกับข่าวที่มีความสดใหม่ ทันเหตุการณ์ และเรียบเรียงเข้าใจง่าย ขณะที่นักประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญกับความถูกต้องของเนื้อหาและประโยชน์ของข้อมูลต่อผู้รับสาร

กรมประชาสัมพันธ์ (2567) ศึกษาความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนผ่านสื่อออนไลน์ โดยสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของประชาชนในการติดตามข่าวสารจากหน่วยงานภาครัฐ ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนต้องการข้อมูลที่รวดเร็ว ถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถเข้าถึงผ่าน Facebook, LINE และแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ ได้สะดวก จึงเสนอให้หน่วยงานภาครัฐพัฒนาการสื่อสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อของประชาชน

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร” ใช้ วิธีวิจัยแบบผสมผสานโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้การวิจัยเป็นไปอย่างมีระบบ มีความถูกต้อง และสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างครบถ้วน โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 รูปแบบการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย
3.2 พื้นที่และช่วงเวลาการวิจัย
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3.4 ตัวแปรที่ศึกษาและนิยามเชิงปฏิบัติการ
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3.6 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล
3.9 จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

3.1 รูปแบบการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methods Research) โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในช่วงเวลาเดียวกันภายในปี พ.ศ. 2568 จากนั้นนำผลมาบูรณาการเพื่อสังเคราะห์ข้อค้นพบและจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนาให้ครอบคลุมทั้งมิติ “รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐผ่านสื่อออนไลน์” และมิติ “ผลลัพธ์ต่อประชาชน”

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามกับประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 50 คน เพื่อวัดระดับการรับรู้ของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ และ การตอบสนองและพฤติกรรมการป้องกันภัยของประชาชน จากนั้นวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลของคุณภาพการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการป้องกันภัย เพื่อตอบคำถามวิจัยด้านระดับการรับรู้และพฤติกรรมของประชาชน

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

2.1 การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสมุทรสาคร (Content Analysis) โดยยึด “ช่องทางทางการของหน่วยงาน” ภายในปี พ.ศ. 2568 เพื่ออธิบายรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ประเภทเนื้อหา รูปแบบสื่อ และองค์ประกอบของสาร (เช่น ความชัดเจน ความทันเวลา การมีขั้นตอนปฏิบัติ และช่องทางติดต่อ)

2.2 การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) กับเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง เพื่ออธิบายกระบวนการทำงาน ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะเชิงพัฒนา

3.2 พื้นที่และช่วงเวลาการวิจัย

พื้นที่วิจัย : จังหวัดสมุทรสาคร

ช่วงเวลาการวิจัย : ปี พ.ศ. 2568

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้กำหนดผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร และ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันภัยและการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.3.1 ประชากร (Population)

ประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยกำหนดคุณสมบัติพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ 18 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 6 เดือน เพื่อให้มีโอกาสได้รับสารจากหน่วยงานในพื้นที่

3.3.2 กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ (ผู้ตอบแบบสอบถาม)

1. วิธีการสุ่มหรือคัดเลือก ใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage) และ การสุ่มตามความสะดวก (Convenience) โดยมีเงื่อนไขว่าต้องกระจายพื้นที่/ลักษณะชุมชนให้ครอบคลุม (เช่น เขตเมือง เขตชุมชนอุตสาหกรรม/ประมง) เพื่อให้สะท้อนบริบทจังหวัดสมุทรสาคร

2. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกใช้แนวทาง กรณีทราบจำนวนประชากร N โดย ใช้สูตร Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 0.05

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

โดย n = ขนาดตัวอย่าง, N = จำนวนประชากร, e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

3. เกณฑ์คัดเข้า/คัดออก (Inclusion/Exclusion Criteria)

เกณฑ์คัดเข้า : เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร อายุ 18 ปีขึ้นไป สามารถอ่านและตอบแบบสอบถามได้ และยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์คัดออก : แบบสอบถามตอบไม่ครบถ้วน ตอบซ้ำ หรือมีข้อมูลไม่สมเหตุสมผล

3.3.3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ (ผู้ให้สัมภาษณ์)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันภัยและการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามบทบาทหน้าที่ ดังนี้

1. ผู้รับผิดชอบงานสื่อสาร หรือประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน
2. ผู้รับผิดชอบงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย หรืองานความปลอดภัยสาธารณะ
3. ผู้ดูแลช่องทางออนไลน์ของหน่วยงาน (Facebook, LINE OA, เว็บไซต์ ฯลฯ)
4. จำนวนผู้ให้ข้อมูล : 8 คน

3.4 ตัวแปรที่ศึกษาและนิยามเชิงปฏิบัติการ

งานวิจัยนี้กำหนดตัวแปรหลักดังนี้

3.4.1 ตัวแปรต้น : การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ

นิยามเชิงปฏิบัติการ : การรับสาร, การพบเห็น, การมีปฏิสัมพันธ์กับข้อมูลการป้องกันภัยจากช่องทางออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร โดยวัดผ่านมิติ ได้แก่ ช่องทางที่ติดตาม (เช่น Facebook, LINE. เว็บไซต์, อื่น ๆ), ความถี่การได้รับข้อมูล ความชัดเจนและความเข้าใจง่ายของเนื้อหา ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ความทันเวลา การโต้ตอบ การตอบคำถามของหน่วยงาน

3.4.2 ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการป้องกันภัยของประชาชน

นิยามเชิงปฏิบัติการ : การกระทำของประชาชนในการเตรียมพร้อม ป้องกัน ลดความเสี่ยง ได้แก่ การเตรียมอุปกรณ์ การปฏิบัติตามคำแนะนำ การติดตามประกาศเตือนภัย การแจ้งเหตุ ส่งต่อข้อมูลที่ถูกต้อง วัดด้วยระดับความถี่หรือระดับการเห็นด้วย (Likert scale)

3.4.3 ตัวแปรผลลัพธ์ร่วม : ระดับการรับรู้ และการตอบสนอง

3.4.4 ระดับการรับรู้: ความรู้ ความเข้าใจต่อภัยและแนวทางป้องกันภัย

3.4.5 การตอบสนอง : การตั้งใจทำตาม การรับ/แชร์/สอบถามข้อมูล หรือการตัดสินใจปฏิบัติทันทีเมื่อมีประกาศ

3.4.6 ตัวแปรควบคุม : ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ เขตพื้นที่อยู่อาศัย ประสบการณ์เผชิญภัย และการใช้สื่อออนไลน์

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยแบ่งเป็น 3 ชุด

1. แบบสอบถามประชาชน (เชิงปริมาณ) แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การรับสื่อ/การเข้าถึงสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ (ช่องทาง ความถี่ รูปแบบการรับสาร)

ตอนที่ 3 ระดับการรับรู้ต่อการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์

ตอนที่ 4 การตอบสนองและพฤติกรรมการป้องกันภัยของประชาชน

ลักษณะคำถาม: แบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ (Likert 5 ระดับ) ร่วมกับคำถามปลายปิด และปลายเปิดบางข้อเพื่อรับข้อเสนอแนะ

2. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview)

ใช้ในการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยครอบคลุมประเด็น ได้แก่ นโยบาย/แนวทางการสื่อสารป้องกันภัยของหน่วยงาน ช่องทางออนไลน์ที่ใช้และเหตุผลในการเลือกใช้ กระบวนการผลิตเนื้อหา การอนุมัติข่าว การจัดการสถานการณ์เร่งด่วน ปัญหาอุปสรรค (คน, งบประมาณ, ทักษะ, ข้อจำกัดด้านข้อมูล) การประเมินผล และการรับฟังความคิดเห็นประชาชน

3. แบบประเมินการวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของ หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาครใช้รวบรวมและจัดหมวดหมู่โพสต์/ประกาศของหน่วยงาน ได้แก่

1. ประเภทเนื้อหา : แจ้งเตือน ให้ความรู้ ประชาสัมพันธ์กิจกรรม ตอบโต้ข่าวลือ
2. รูปแบบสื่อ : ข้อความ ภาพ อินโฟกราฟิก วิดีโอ ไลฟ์สด
3. ระดับปฏิสัมพันธ์ : ยอดแชร์/คอมเมนต์/การตอบกลับ
4. องค์ประกอบสาร : มีขั้นตอนปฏิบัติ มีแหล่งอ้างอิง มีช่องทางติดต่อ ฯลฯ
5. โทนการสื่อสาร : ทางการ เป็นมิตร เร่งด่วน ฯลฯ

3.6 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.6.1 ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัย นำแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบวิเคราะห์สื่อ เสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และตัวแปร โดยคำนวณค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) เกณฑ์ผ่านที่ใช้คือ IOC ≥ 0.50

3.6.2 การทดลองใช้เครื่องมือ (Try-out)

ทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่างจำนวนประมาณ 30 คน เพื่อตรวจสอบความชัดเจนของภาษาและเวลาที่ใช้ตอบ จากนั้นปรับปรุงข้อคำถาม

3.6.3 ความเชื่อมั่น (Reliability)

คำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ในมิติ "ระดับการรับรู้" และ "พฤติกรรมการป้องกันภัย" โดยเกณฑ์ที่ยอมรับคือ $\alpha \geq 0.70$ ผู้วิจัยตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยวิเคราะห์แยกตามมิติของแบบสอบถาม ได้แก่ มิติระดับการรับรู้ และมิติพฤติกรรมการป้องกันภัย กำหนดเกณฑ์การยอมรับค่าความเชื่อมั่นที่ $\alpha \geq 0.70$ ผลการตรวจสอบพบว่า มิติระดับการรับรู้มีค่า Cronbach's Alpha และมิติพฤติกรรมการป้องกันภัยมีค่า Cronbach's Alpha โดยจะพิจารณาว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้เมื่อค่า α มีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป

3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการตามลำดับขั้นดังนี้

1. ประสานหน่วยงานและพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล

2. รวบรวมโพสต์ ประกาศจากช่องทางทางการของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสมุทรสาคร ภายในปี 2568 และบันทึกลงแบบบันทึกการวิเคราะห์เนื้อหา

3. สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องตามแนวคำถามกึ่งโครงสร้าง โดยจดบันทึกตามความยินยอม

4. แจกแบบสอบถามประชาชนจำนวน 50 คน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์ ขอความยินยอม และคุ้มครองความลับ

5. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลและคัดทิ้งชุดที่ไม่สมบูรณ์ก่อนทำการวิเคราะห์

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.8.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป การเปิดรับสื่อ และระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

3.8.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ใช้วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากโพสต์/ประกาศ และวิเคราะห์เชองประเด็น (Thematic Analysis) จากการสัมภาษณ์ โดยดำเนินการอ่านข้อมูล กำหนดรหัส จัดกลุ่มเป็นประเด็นหลัก และสรุปเชื่อมโยงกับคำถามวิจัยและกรอบแนวคิด

3.8.3 การบูรณาการผล (Integration)

บูรณาการผลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อสังเคราะห์ข้อค้นพบและจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนา โดยนำเสนอในรูปแบบตารางสรุปเปรียบเทียบ (Joint Display) เพื่อแสดงความสอดคล้อง ไม่สอดคล้องของผลจากหลายแหล่งข้อมูลอย่างเป็นระบบ

3.9 จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

การเก็บข้อมูลกับประชาชนและเจ้าหน้าที่ดำเนินการภายใต้หลักจริยธรรม ได้แก่

1. แจ้งวัตถุประสงค์ ขั้นตอน ระยะเวลา และสิทธิในการถอนตัวได้ทุกเมื่อโดยไม่เสียประโยชน์

2. เก็บรักษาข้อมูลเป็นความลับ ไม่เปิดเผยชื่อ-นามสกุล/หน่วยงานในลักษณะที่ระบุตัวตนได้ (เว้นแต่ได้รับอนุญาต)

3. ใช้ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น และจัดเก็บเอกสาร/ไฟล์อย่างปลอดภัยตามระยะเวลาที่เหมาะสม

บทที่ 4
ผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร” ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามประชาชนจำนวน 50 คน ร่วมกับการสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยนำเสนอผลการศึกษา 3 ส่วน ดังนี้

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร
2. ระดับการรับรู้ของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์
3. แนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ

4.1 รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐใน จังหวัดสมุทรสาคร

4.1.1 ผลการวิเคาะห์เชิงปริมาณ

ตารางที่ 4.1 ช่องทางสื่อออนไลน์ที่ประชาชนใช้ติดตามข้อมูลด้านการป้องกันภัย

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ความรวดเร็วในการแจ้งเตือนภัย (Real-time)	4.25	0.65	มาก
2. ความชัดเจนของเนื้อหาและภาพประกอบ	3.80	0.72	มาก
3. ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล	4.45	0.50	มากที่สุด
4. การให้ขั้นตอนการปฏิบัติที่เข้าใจง่าย	3.20	0.88	มากที่สุด
5. การโต้ตอบและตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่	2.85	1.10	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.71	0.77	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อช่องทางสื่อออนไลน์ในการติดตามข้อมูลด้านการป้องกันภัยโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 อยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ ความรวดเร็วในการแจ้งเตือนภัย (Real-time) มีค่าเฉลี่ย 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 อยู่ในระดับมาก และ ความชัดเจนของเนื้อหาและภาพประกอบ มีค่าเฉลี่ย 3.80 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 อยู่ในระดับมาก ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การโต้ตอบและตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย 2.85 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.10 อยู่ในระดับปานกลาง สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือและความ

รวดเร็วของข้อมูลเป็นหลัก ขณะที่การมีปฏิสัมพันธ์และการตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ผ่านช่องทางออนไลน์ยังเป็นประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนา

4.1.2 ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาครมีการใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์ด้านการป้องกันภัย โดยเฉพาะ Facebook Page และ TikTok ซึ่งเน้นการสื่อสารข้อมูลในลักษณะ “Real-time Communication” หรือการสื่อสารแบบทันต่อเหตุการณ์ เช่น การแจ้งเตือนสถานการณ์น้ำท่วม ระดับน้ำทะเลหนุนสูง ฝุ่นละออง PM 2.5 และอุบัติเหตุบนท้องถนน เพื่อให้ประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและนำไปใช้ในการป้องกันตนเอง

นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐยังมีการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบ Infographic และคลิปวิดีโอสั้น (Short Video Content) ผ่าน Facebook Reels และ TikTok เพื่อช่วยให้ประชาชนสามารถทำความเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของการสื่อสารดิจิทัลที่มุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลที่กระชับ เข้าใจง่าย และเข้าถึงได้รวดเร็ว

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kotler et al. (2026) ซึ่งอธิบายว่า การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพควรเน้นการเข้าถึงง่าย ความรวดเร็ว และความสามารถในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร ขณะเดียวกันยังสอดคล้องกับแนวคิดของ McQuail (2010) ที่กล่าวว่า สื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชนในสถานการณ์สาธารณะ

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแจ้งเตือนที่รวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วงที่เกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน เนื่องจากสามารถช่วยลดความเสี่ยงและเตรียมความพร้อมในการป้องกันภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งประชาชนยังมีความเห็นว่า การใช้คลิปวิดีโอสั้นช่วยให้เข้าใจข้อมูลได้ง่ายกว่าการอ่านข้อความจำนวนมาก

4.2 ระดับการรับรู้ของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์

4.2.1 ผลการศึกษาเชิงปริมาณ

ตารางที่ 4.2 ช่องทางออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ติดตามข่าวสารป้องกันภัย

ช่องทางออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Facebook (เพจทางการ/กลุ่มข่าวสมุทรสาคร)	48	96
LINE OpenChat / LINE OA	35	70
TikTok (คลิปสั้นแจ้งเตือนภัย)	22	44
เว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐ	12	24
ค่าเฉลี่ยรวม	29.25	58.50

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ช่องทางออนไลน์ที่ประชาชนใช้ติดตามข่าวสารป้องกันภัยมากที่สุด คือ Facebook (เพจทางการ/กลุ่มข่าวสมุทรสาคร) คิดเป็นร้อยละ 96 รองลงมา คือ LINE OpenChat / LINE OA คิดเป็นร้อยละ 70 TikTok (คลิปสั้นแจ้งเตือนภัย) คิดเป็นร้อยละ 44 และเว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 24 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละรวมเท่ากับ 58.50

4.2.2 ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

จากการสัมภาษณ์ประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มองว่าสื่อออนไลน์ช่วยให้เข้าถึงข้อมูลด้านการป้องกันภัยได้สะดวกและรวดเร็ว โดยเฉพาะ Facebook และ LINE Official Account ซึ่งสามารถติดตามข่าวสารได้ทันทีเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน

นาย ก (การสัมภาษณ์,14 พฤษภาคม 2569) กล่าวว่า “เวลามีฝนตกหนักหรือน้ำท่วม จะติดตามจาก Facebook ของหน่วยงาน เพราะอัปเดตเร็ว และแชร์ต่อกันง่าย” สอดคล้องกับนางสาว ข (การสัมภาษณ์, 14 พฤษภาคม 2569) ที่กล่าวว่า “LINE OA ทำให้ได้รับข้อความแจ้งเตือนทันที โดยเฉพาะช่วงที่มีฝุ่น PM 2.5 หรืออุบัติเหตุบนถนน”

นอกจากนี้ ประชาชนยังให้ความสำคัญกับ “ความน่าเชื่อถือของข้อมูล” โดยเห็นว่าข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐมีความถูกต้องและสามารถนำไปใช้ตัดสินใจได้จริง อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนสะท้อนว่า การตอบคำถามหรือโต้ตอบกับประชาชนผ่านช่องทางออนไลน์ยังไม่ต่อเนื่อง นาย ค (การสัมภาษณ์, 21 พฤษภาคม 2569) กล่าวว่า “บางครั้งคอมเมนต์ถามข้อมูลเพิ่มเติม แต่ไม่มีเจ้าหน้าที่ตอบ ทำให้ต้องหาข้อมูลจากหลายเพจ

4.3 แนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ

ตารางที่ 4.3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ	ความคิดเห็นโดยรวม
เพิ่มการใช้คลิปวิดีโอสั้น	ประชาชนเข้าใจง่ายและเข้าถึงได้รวดเร็ว
แจ้งเตือนแบบ Real-time	ช่วยลดความเสี่ยงในสถานการณ์ฉุกเฉิน
เพิ่มการตอบคอมเมนต์และข้อความ	ช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่ประชาชน
ใช้ Infographic มากขึ้น	ทำให้ข้อมูลซับซ้อนเข้าใจง่าย

จากผลการศึกษา พบว่า แนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ด้านการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ ควรมุ่งเน้นการสื่อสารข้อมูลที่มีความรวดเร็ว ถูกต้อง และเข้าใจง่าย โดยควรเพิ่มการใช้สื่อประเภทคลิปวิดีโอสั้นผ่าน Facebook Reels และ TikTok เนื่องจากเป็นรูปแบบสื่อที่ประชาชนให้ความสนใจและสามารถเข้าถึงได้ง่ายในปัจจุบัน

นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ผ่านการตอบข้อซักถาม การตอบความคิดเห็น และการอัปเดตข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

อีกทั้ง หน่วยงานภาครัฐควรมีการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบ Infographic เพื่อช่วยลดความซับซ้อนของเนื้อหา และทำให้ประชาชนสามารถทำความเข้าใจขั้นตอนการป้องกันภัยได้ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการสื่อสารสาธารณะในยุคดิจิทัลที่เน้นการสื่อสารที่กระชับ ชัดเจน และเข้าถึงง่าย

สรุปประเด็นสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างสะท้อนผ่านแบบการสัมภาษณ์

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเสนอว่า หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มความถี่ในการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook และ TikTok เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วมากขึ้น (นาย ข, การสัมภาษณ์, 12 มกราคม 2569)

2. ควรมีการใช้ภาพ อินโฟกราฟิก และวิดีโอสั้นในการสื่อสาร เพื่อให้ประชาชนเข้าใจข้อมูลได้ง่าย (นางสาว ก, การสัมภาษณ์, 12 มกราคม 2569)

3. ต้องการให้มีการแจ้งจุดปลอดภัยหรือเส้นทางเลี่ยงให้ชัดเจนทันทีเมื่อเกิดเหตุ เช่น ไฟไหม้โรงงาน หรือช่วงน้ำทะเลหนุนสูง เพื่อให้ประชาชนสามารถหลีกเลี่ยงอันตรายได้อย่างรวดเร็ว (นาย ก, การสัมภาษณ์, 15 มกราคม 2569)

4. อยากให้แอดมินเพจเข้ามาตอบคอมเมนต์หรือชี้แจงข้อมูลในช่วงที่มีข่าวลือแพร่สะพัด เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและลดความสับสน (นางสาว ง , การสัมภาษณ์, 15 มกราคม 2569)

4.4 การบูรณาการผลการวิจัย

ตารางที่ 4.4 การบูรณาการผลการวิจัย

ประเด็น	ผลเชิงปริมาณ	ผลเชิงคุณภาพ	ข้อสรุปร่วม
ความรวดเร็ว	ค่าเฉลี่ย 4.25	ประชาชนต้องการการแจ้งเตือน Real-time	ควรเน้นการแจ้งเตือนที่รวดเร็ว
ความน่าเชื่อถือ	ค่าเฉลี่ย 4.45	ประชาชนเชื่อถือข้อมูลจากหน่วยงานรัฐ	ควรรักษาความถูกต้องของข้อมูล
การตอบโต้	ค่าเฉลี่ย 2.85	พบว่าการตอบคำถามยังไม่ต่อเนื่อง	ควรพัฒนาการสื่อสารสองทาง
รูปแบบสื่อ	-	Facebook/TikTok/Infographic ช่วยให้เข้าใจง่าย	เพิ่มสื่อที่กระชับและเข้าใจง่าย

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารของหน่วยงานภาครัฐ

5.1 สรุปผลการวิจัย
5.2 อภิปรายผลการวิจัย
5.3 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ
5.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
5.5 ข้อจำกัดของการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 96 เปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการป้องกันภัยผ่าน Facebook เป็นช่องทางหลัก โดยเฉพาะการติดตามข้อมูลจากเพจของหน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มชุมชนออนไลน์ เช่น "สังคมข่าว สมุทรสาคร" เนื่องจากสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีการอัปเดตสถานการณ์แบบเรียลไทม์ (Real-time) และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลจากประชาชนในพื้นที่จริง ทำให้สามารถรับรู้สถานการณ์และเตรียมความพร้อมได้ทันเวลา รองลงมา คือ LINE Official Account (LINE OA) ของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นช่องทางที่ประชาชนใช้ติดตามประกาศแจ้งเตือนและข้อมูลข่าวสารที่เป็นทางการจากหน่วยงานรัฐ

นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างบางส่วนเปิดรับข้อมูลผ่าน TikTok และเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ แม้ว่าจะมีสัดส่วนไม่มากเมื่อเทียบกับ Facebook และ LINE OA แต่สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้สื่อของประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่นิยมรับข้อมูลผ่านคลิปวิดีโอสั้นมากขึ้น เนื่องจากสามารถทำความเข้าใจเนื้อหาได้ง่าย ใช้เวลารับชมไม่นาน และมีความน่าสนใจมากกว่าการอ่านข้อความจำนวนมาก

ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนว่า ประชาชนให้ความสำคัญกับช่องทางสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีความรวดเร็ว และมีการอัปเดตข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด **Uses and Gratifications Theory** ที่อธิบายว่าผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ดีที่สุด ทั้งในด้านการแสวงหาข้อมูล ความสะดวก และความมั่นใจในการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของ **McQuail (2010)** ที่อธิบายว่า สื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ข่าวสารของประชาชนผ่านความรวดเร็ว ความสะดวกในการเข้าถึง และความสามารถในการโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

อีกทั้ง ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในกลุ่มชุมชนออนไลน์ เช่น การแชร์ข้อมูล การแสดงความคิดเห็น และการแจ้งเหตุการณ์ในพื้นที่ มีส่วนช่วยให้การสื่อสารด้านการป้องกันภัยมีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากข้อมูลไม่ได้มาจากหน่วยงานภาครัฐเพียงฝ่ายเดียว แต่เกิดจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งสะท้อนถึงรูปแบบการสื่อสารแบบเครือข่าย (Network Communication) ที่กำลังมีบทบาทเพิ่มขึ้นในยุคดิจิทัล

5.1.2 ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}$ = 3.71) แสดงให้เห็นว่าประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเชิงบวกต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ และเห็นว่าสื่อออนไลน์เป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยให้สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันภัยได้อย่างรวดเร็ว

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่เชื่อมั่นในข้อมูลที่เผยแพร่จากหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านเพจทางการ เว็บไซต์ราชการ หรือบัญชี LINE Official Account ซึ่งมีตราสัญลักษณ์และชื่อหน่วยงานที่สามารถตรวจสอบได้ ทำให้ประชาชนมีความมั่นใจว่าข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้

ในขณะเดียวกัน ผลการวิจัยยังพบว่า ด้านการโต้ตอบและตอบข้อซักถามของประชาชน รวมถึง การให้คำแนะนำหรือขั้นตอนการปฏิบัติที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐยังคงเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) เป็นส่วนใหญ่ โดยเน้นการเผยแพร่ข่าวสารหรือประกาศแจ้งเตือนมากกว่าการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถสอบถาม แสดงความคิดเห็น หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเจ้าหน้าที่ได้อย่างต่อเนื่อง

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิด Grunig และ Hunt (1984) ที่เสนอว่า การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพควรเป็น Two-way Symmetrical Communication หรือการสื่อสารสองทางแบบสมดุล ซึ่งเปิดโอกาสให้ทั้งหน่วยงานและประชาชนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล แสดงความคิดเห็น และร่วมกันแก้ไขปัญหา เพื่อสร้างความเข้าใจและความไว้วางใจระหว่างกัน

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับหลักการ Crisis and Emergency Risk Communication (CERC) ของ Centers for Disease Control and Prevention (CDC, 2018) ที่ระบุว่า การสื่อสารในภาวะวิกฤตควรมีความรวดเร็ว ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และส่งเสริมให้ประชาชนสามารถปฏิบัติตามคำแนะนำได้อย่างถูกต้อง โดยเฉพาะการให้ข้อมูลที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถนำไปปฏิบัติได้ทันที (Promote Action)

จากผลการศึกษาจึงสะท้อนให้เห็นว่า แม้ว่าหน่วยงานภาครัฐจะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลได้เป็นอย่างดี แต่ยังควรพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมมากขึ้น รวมถึงเพิ่มช่องทางในการตอบข้อซักถาม การรับฟังความคิดเห็น และการให้คำแนะนำที่ชัดเจน เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ให้สามารถเปลี่ยนจากการรับรู้ข้อมูลไปสู่การปฏิบัติจริงของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิผล

5.1.3 การวิเคราะห์สื่อ ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า เนื้อหาส่วนใหญ่ที่เผยแพร่ในปี พ.ศ. 2568 มุ่งเน้นการแจ้งเตือนภัยในระยะฉุกเฉิน (Emergency Alert) เช่น การแจ้งเตือนฝนตกหนัก น้ำท่วม น้ำทะเลหนุนสูง ฝุ่นละออง PM2.5 อุบัติเหตุ และสถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของประชาชน โดยการนำเสนอข้อมูลส่วนใหญ่เป็นข้อความพร้อมภาพประกอบ ซึ่งสามารถเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์

อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดหลายประการ ได้แก่ การสื่อสารส่วนใหญ่เน้นเฉพาะช่วงก่อนเกิดเหตุหรือระหว่างเกิดเหตุ แต่ยังมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการฟื้นฟูหลังเกิดภัย (Recovery Communication) ค่อนข้างน้อย เช่น แนวทางการเยียวยา การฟื้นฟูพื้นที่ การขอรับความช่วยเหลือ หรือการติดตามผลหลังสถานการณ์คลี่คลาย ทำให้ประชาชนอาจไม่ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนตลอดวงจรการจัดการภัยพิบัติ

นอกจากนี้ ยังพบว่าหน่วยงานภาครัฐยังใช้สื่อมัลติมีเดียประเภท Short Video, Facebook Reels, TikTok และ Infographic ในสัดส่วนที่ไม่มาก แม้ว่าสื่อประเภทดังกล่าวจะสามารถดึงดูดความสนใจของประชาชน และช่วยให้เข้าใจขั้นตอนการปฏิบัติตนได้ง่ายกว่าการอ่านข้อความเพียงอย่างเดียว ส่งผลให้การเข้าถึงข้อมูลของบางโพสต์ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทุกช่วงวัย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่นิยมบริโภคข้อมูลผ่านสื่อวิดีโอสั้น

ผลการศึกษายังพบว่า โพสต์ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นการสื่อสารเชิงข้อมูล (Informative Communication) มากกว่าการสื่อสารเชิงสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement Communication) โดยมีการตอบกลับความคิดเห็นของประชาชนในระดับค่อนข้างต่ำ ส่งผลให้การสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับประชาชนยังขาดความต่อเนื่อง และอาจส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนในระยะยาว

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบแนวคิด Sendai Framework for Disaster Risk Reduction 2015–2030 ซึ่งให้ความสำคัญกับการสื่อสารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องตลอดทุกระยะของการจัดการภัยพิบัติ ตั้งแต่การเตรียมความพร้อม การตอบสนอง ไปจนถึงการฟื้นฟูหลังเกิดภัย รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิด Risk Communication ที่เน้นให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ทันเวลา และสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจของประชาชนได้

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิด Extended Parallel Process Model (EPPM) ของ Witte (1992) ที่อธิบายว่า การสื่อสารความเสี่ยงจะเกิดประสิทธิผลสูงสุดเมื่อประชาชนได้รับทั้งข้อมูลเกี่ยวกับความรุนแรงของภัย และข้อมูลที่แสดงให้เห็นว่าตนเองสามารถปฏิบัติเพื่อป้องกันหรือลดผลกระทบได้จริง ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มเนื้อหาที่แสดงขั้นตอนการปฏิบัติอย่างชัดเจน (Actionable Information) ผ่านสื่อที่เข้าใจง่าย เช่น อินโฟกราฟิก วิดีโอสั้น หรือภาพเคลื่อนไหว พร้อมเปิดโอกาสให้ประชาชนสอบถามและรับคำแนะนำเพิ่มเติม เพื่อยกระดับการรับรู้และนำไปสู่พฤติกรรมการป้องกันภัยที่เหมาะสม

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ความรวดเร็วของการสื่อสารกับความชัดเจนของข้อมูล (Speed versus Clarity) ผลการวิจัยพบว่าประชาชนมีความคิดเห็นว่าหน่วยงานภาครัฐสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและแจ้งเตือนภัยผ่านสื่อออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการใช้ Facebook และ LINE Official Account ในการแจ้งเหตุการณ์ฉุกเฉิน ส่งผลให้ประชาชนสามารถรับรู้สถานการณ์ได้ทันเวลา อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการแจ้งเตือนจะมีความรวดเร็ว แต่ผลการวิจัยยังพบว่าคะแนนด้าน "การให้ขั้นตอนการปฏิบัติที่เข้าใจง่าย" อยู่ในระดับต่ำกว่าด้านอื่น สะท้อนให้เห็นว่าข้อมูลที่เผยแพร่ยังไม่สามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพในบางสถานการณ์

ประเด็นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารในสถานการณ์ภัยพิบัติไม่ควรให้ความสำคัญเฉพาะความรวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูลเท่านั้น แต่จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความชัดเจน ความครบถ้วน และ

ความสามารถในการนำข้อมูลไปใช้ปฏิบัติได้จริง เนื้อหาควรระบุแนวทางการปฏิบัติตน ช่องทางการขอความช่วยเหลือ จุดอพยพ เบอร์โทรศัพท์ฉุกเฉิน และข้อควรปฏิบัติที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อให้ประชาชนสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Covello (2003) ที่อธิบายว่า การสื่อสารความเสี่ยงที่ดีต้องสามารถลดความไม่แน่นอนของประชาชน และช่วยให้ประชาชนตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง โดยข้อมูลควรมีความกระชับ เข้าใจง่าย และตอบคำถามที่ประชาชนต้องการทราบมากที่สุด เช่น "เกิดอะไรขึ้น" "มีผลกระทบอย่างไร" และ "ควรปฏิบัติตนอย่างไร"

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรพัฒนารูปแบบการนำเสนอข้อมูลให้มีลักษณะเป็น Actionable Information มากขึ้น เช่น การใช้อินโฟกราฟิก แผนที่เส้นทางอพยพ คลิปวิดีโอสาธิต และภาพประกอบที่เข้าใจง่าย เพื่อให้ประชาชนสามารถนำข้อมูลไปใช้ได้ทันทีเมื่อเกิดเหตุการณ์จริง

5.2.2 บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการรับรู้ของประชาชน (The Role of Social Media)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้ Facebook เป็นช่องทางหลักในการติดตามข่าวสารด้านการป้องกันภัย มากกว่าการติดตามข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ อีกทั้งยังนิยมติดตามข้อมูลจากกลุ่มชุมชนออนไลน์ เช่น "สังคมข่าว สมุทรสาคร" ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ประชาชนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และประสบการณ์ระหว่างกันได้อย่างรวดเร็ว

ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า พฤติกรรมการรับข่าวสารของประชาชนในยุคดิจิทัลไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการรับข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐโดยตรง แต่ยังให้ความสำคัญกับข้อมูลที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนออนไลน์ ซึ่งช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการกระจายข่าวสาร และสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายสังคม (Sense of Community)

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิด Uses and Gratifications Theory (1974) ที่อธิบายว่า ผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง ทั้งในด้านการแสวงหาข้อมูล ความสะดวก ความรวดเร็ว และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ McQuail (2010) ที่อธิบายว่า สื่อออนไลน์เป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีบทบาทเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ผลิตสาร (Prosumer) ผ่านการแชร์ แสดงความคิดเห็น และส่งต่อข้อมูล ทำให้การสื่อสารมีลักษณะเป็นเครือข่ายมากกว่าการสื่อสารแบบบนลงล่าง

ผลการวิจัยจึงสะท้อนว่า หน่วยงานภาครัฐไม่ควรจำกัดการสื่อสารอยู่เพียงหน้าเพจหรือเว็บไซต์ของหน่วยงานเท่านั้น แต่ควรขยายการสื่อสารไปยังกลุ่มชุมชนออนไลน์ที่ประชาชนใช้งานจริง รวมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ดูแลเพจท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และอาสาสมัคร เพื่อช่วยเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้อง ลดการแพร่กระจายของข้อมูลที่คลาดเคลื่อน และเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารในสถานการณ์ฉุกเฉิน

5.2.3 ช่องว่างของการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication Gap)

ผลการวิจัยพบว่า ด้านการโต้ตอบและการตอบข้อซักถามของหน่วยงานภาครัฐมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบอื่นของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ แสดงให้เห็นว่า แม้หน่วยงานภาครัฐจะมีการใช้แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook และ LINE Official Account แต่การใช้งานยังคงเน้นการเผยแพร่ข่าวสารหรือประกาศอย่างเป็นทางการมากกว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์กับประชาชน

ผลการศึกษานี้สะท้อนว่า หน่วยงานภาครัฐยังคงใช้ สื่อใหม่ (New Media) ในลักษณะเดียวกับ สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) คือเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) ซึ่งทำให้ศักยภาพของสื่อออนไลน์ในการสร้างการมีส่วนร่วม การรับฟังความคิดเห็น และการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนยังไม่ถูกนำมาใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิด Excellence Theory ของ Grunig และ Hunt (1984) ซึ่งเสนอว่า การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพควรเป็น Two-way Symmetrical Communication หรือการสื่อสารสองทางแบบสมดุล ที่เปิดโอกาสให้ทั้งองค์กรและประชาชนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล รับฟังความคิดเห็น และปรับปรุงการสื่อสารร่วมกัน มากกว่าการส่งข้อมูลจากองค์กรไปยังประชาชนเพียงฝ่ายเดียว

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิด Feedback Loop ในการสื่อสาร ที่มองว่าการได้รับข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับสารเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารที่มีประสิทธิผล เพราะช่วยให้องค์กรสามารถประเมินความเข้าใจของประชาชน ตรวจสอบข้อสงสัย ปรับปรุงรูปแบบการสื่อสาร และตอบสนองต่อสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรพัฒนาระบบการสื่อสารให้เป็นรูปแบบสองทางมากขึ้น เช่น การจัดเจ้าหน้าที่ตอบคำถามผ่าน Facebook Messenger หรือ LINE OA การถ่ายทอดสดพร้อมตอบคำถาม (Live Streaming) การใช้ระบบ Chatbot สำหรับตอบคำถามเบื้องต้น การจัดกิจกรรมถาม–ตอบออนไลน์ และการติดตามความคิดเห็นของประชาชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ในอนาคต

การพัฒนารูปแบบการสื่อสารดังกล่าวจะช่วยเพิ่มความไว้วางใจของประชาชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และทำให้การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.2.4 ความน่าเชื่อถือของข้อมูลกับการสร้างความเชื่อมั่นของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า ด้านที่ประชาชนให้คะแนนสูงที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล โดยประชาชนส่วนใหญ่ให้ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านช่องทางอย่างเป็นทางการของหน่วยงานภาครัฐ เช่น Facebook Page ของหน่วยงาน เว็บไซต์ราชการ และ LINE Official Account เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลได้อย่างชัดเจน มีการใช้ตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานราชการ และเผยแพร่ข้อมูลโดยเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ส่งผลให้ประชาชนมีความมั่นใจในการนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจและปฏิบัติตามคำแนะนำเมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน

ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Source Credibility) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับข่าวสารของประชาชน หากประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อหน่วยงานที่เป็นผู้เผยแพร่ข้อมูล ก็จะมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข้อมูล ติดตามข่าวสาร และปฏิบัติตามคำแนะนำของหน่วยงานมากขึ้น

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Hovland และ Weiss (1951) ที่อธิบายว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ความเชี่ยวชาญ (Expertise) และความไว้วางใจ (Trustworthiness) ซึ่งส่งผลต่อการยอมรับข้อมูลของผู้รับสารโดยตรง หากผู้ส่งสารได้รับการยอมรับว่ามีความรู้ ความสามารถ และมีความซื่อสัตย์ ผู้รับสารจะเกิดความเชื่อถือและมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมตามข้อมูลที่ได้รับ

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ McQuail (2010) ที่อธิบายว่า ในยุคของสื่อดิจิทัลที่มีข้อมูลจำนวนมาก ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประชาชนสามารถแยกแยะข้อมูลที่ถูกต้องออกจากข้อมูลเท็จ (Fake News) ได้ โดยเฉพาะในสถานการณ์ภัยพิบัติที่ประชาชนต้องการข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็วเพื่อใช้ในการตัดสินใจ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าหน่วยงานภาครัฐจะได้รับความเชื่อถือจากประชาชนในระดับสูง แต่ยังควรให้ความสำคัญกับการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่ การอัปเดตข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และการชี้แจงข้อมูลที่คลาดเคลื่อนอย่างรวดเร็ว เพื่อรักษาความเชื่อมั่นของประชาชนในระยะยาว รวมถึงลดผลกระทบจากข่าวปลอมหรือข้อมูลที่บิดเบือนบนสื่อสังคมออนไลน์

5.2.5 แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยในยุคดิจิทัล จากผลการวิจัยพบว่า แม้ว่าหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาครจะมีการนำสื่อออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยอย่างต่อเนื่อง แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านการสื่อสารแบบสองทาง การใช้สื่อมัลติมีเดีย และการนำเสนอข้อมูลที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ดังนั้น การพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในอนาคตควรให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารให้มากยิ่งขึ้น

ประการแรก หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มการใช้ สื่อมัลติมีเดีย (Multimedia Communication) เช่น อินโฟกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอสั้น (Short Video) Facebook Reels และ TikTok เพื่อช่วยอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติตนเมื่อเกิดภัยพิบัติ เนื่องจากเป็นรูปแบบสื่อที่ประชาชนสามารถเข้าใจได้ง่าย ใช้เวลารับชมไม่นาน และเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้สื่อของประชาชนในปัจจุบัน

ประการที่สอง ควรพัฒนาการสื่อสารให้เป็น การสื่อสารแบบเฉพาะกลุ่ม (Targeted Communication) โดยใช้ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ พื้นที่เสี่ยงภัย หรือพฤติกรรมการใช้สื่อของประชาชน เพื่อออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เช่น การจัดทำคลิปวิดีโอสำหรับเยาวชน อินโฟกราฟิกสำหรับประชาชนทั่วไป หรือข้อความแจ้งเตือนเฉพาะพื้นที่ผ่าน LINE Official Account

ประการที่สาม หน่วยงานภาครัฐควรนำ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และระบบ Chatbot มาใช้ตอบคำถามเบื้องต้นของประชาชนตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้งใช้ระบบวิเคราะห์ข้อมูล

(Data Analytics) เพื่อติดตามประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจ วิเคราะห์ความคิดเห็น และประเมินประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ในแต่ละช่วงเวลา

นอกจากนี้ ควรพัฒนาระบบการแจ้งเตือนแบบเรียลไทม์ (Real-time Notification) ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลจากหลายหน่วยงาน เช่น กรมอุตุนิยมวิทยา กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็ว และเป็นข้อมูลชุดเดียวกัน ลดความสับสนจากการได้รับข้อมูลหลายแหล่ง

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิด Digital Government ที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการภาครัฐ และสอดคล้องกับกรอบแนวคิด Sendai Framework for Disaster Risk Reduction 2015–2030 ที่ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อเพิ่มศักยภาพในการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ รวมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการภัยพิบัติ

ดังนั้น การพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยของหน่วยงานภาครัฐในอนาคต ไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แต่ควรพัฒนาให้เป็นระบบการสื่อสารที่ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ ทุกเวลา มีปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานได้อย่างสะดวก และสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการป้องกันตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความพร้อมของประชาชน ลดความสูญเสียจากภัยพิบัติ และยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการสาธารณภัยของจังหวัดสมุทรสาครในระยะยาว

5.3 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

การปรับรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา (Content Transformation) หน่วยงานภาครัฐควรปรับรูปแบบการนำเสนอข้อมูลให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้สื่อของประชาชนในยุคดิจิทัล โดยลดการใช้ข้อความที่มีความยาวและซับซ้อน เปลี่ยนเป็นการใช้ อินโฟกราฟิก (Infographic) ภาพประกอบ แผนภาพ หรือคลิปวิดีโอสั้น (Short Video) ความยาวประมาณ 30–60 วินาที ที่สรุปสาระสำคัญของเหตุการณ์ พร้อมระบุแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน เช่น "3 สิ่งที่ควรทำทันที" "5 ขั้นตอนการเตรียมตัวก่อนเกิดน้ำท่วม" หรือ "ข้อควรปฏิบัติเมื่อเกิดเหตุเพลิงไหม้" เพื่อช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าใจข้อมูลได้รวดเร็วและนำไปปฏิบัติได้ทันที

การพัฒนาการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านการสื่อสารแบบสองทาง โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่หรือผู้ดูแลสื่อออนไลน์ที่สามารถตอบคำถาม แสดงความคิดเห็น และให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่ประชาชนได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงรวบรวมคำถามที่พบบ่อย (Frequently Asked Questions: FAQ) มาจัดทำเป็นเนื้อหาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยลดความสับสนของประชาชนและสร้างความเชื่อมั่นต่อหน่วยงาน นอกจากนี้ ควรมีการจัดกิจกรรมตอบคำถามผ่าน Facebook Live หรือ Live Streaming ในช่วงที่เกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อให้ประชาชนสามารถสอบถามข้อมูลได้โดยตรง และได้รับข้อมูลที่ถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญ

การบูรณาการข้อมูลร่วมกับภาคประชาชน หน่วยงานภาครัฐควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ดูแลเพจข่าวท้องถิ่น กลุ่ม Facebook ชุมชน อาสาสมัครป้องกันภัย และผู้นำชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร โดยแต่งตั้งผู้ประสานงานด้านสื่อออนไลน์ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องสามารถเผยแพร่ไปยังประชาชนได้อย่างรวดเร็ว ลดการเผยแพร่ข่าวปลอม (Fake News) และเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารในช่วงเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน

การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการสื่อสารดิจิทัล หน่วยงานภาครัฐควรจัดอบรมและพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการผลิตสื่อดิจิทัล การออกแบบอินโฟกราฟิก การผลิตคลิปวิดีโอสั้น การเขียนข้อความเพื่อการสื่อสารในภาวะวิกฤต รวมถึงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้สามารถสื่อสารกับประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อในปัจจุบัน

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล หน่วยงานภาครัฐควรนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์มากขึ้น เช่น การใช้ Chatbot ตอบคำถามเบื้องต้น การใช้ระบบแจ้งเตือนอัตโนมัติ (Push Notification) ผ่าน LINE Official Account หรือแอปพลิเคชันของหน่วยงาน รวมถึงการใช้ระบบวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) เพื่อติดตามพฤติกรรมการเข้าถึงข้อมูลของประชาชน และนำผลที่ได้มาปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

การจัดทำแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤต หน่วยงานภาครัฐควรจัดทำแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤต (Crisis Communication Plan) ที่กำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้รับผิดชอบ ขั้นตอนการเผยแพร่ข้อมูล ช่องทางการสื่อสาร และแนวทางการตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินอย่างชัดเจน เพื่อให้การสื่อสารมีความรวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

การประเมินผลการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง หน่วยงานภาครัฐควรมีการติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เป็นประจำ โดยใช้ตัวชี้วัด เช่น จำนวนผู้เข้าถึง (Reach) จำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement) จำนวนการแชร์ ความคิดเห็น ความพึงพอใจของประชาชน และการนำข้อมูลไปใช้ในการปฏิบัติ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ควรให้มีการบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงานให้เป็น “ศูนย์ข้อมูลกลาง” และกำหนดมาตรฐานการสื่อสารภัยพิบัติระดับจังหวัด เพื่อให้สารของรัฐมีความสอดคล้อง ลดความสับสน และเพิ่มความเชื่อมั่นของประชาชน

5.5 ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 50 คน ซึ่งอาจสะท้อนแนวโน้มในพื้นที่ได้ แต่มีข้อจำกัดด้านการอ้างอิงเชิงสรุปทั่วไปทั้งจังหวัด นอกจากนี้การวิเคราะห์สื่อออนไลน์จำกัดเฉพาะช่องทางทางการและช่วงปี 2568

บรรณานุกรม

กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. (2558). กรอบการดำเนินงานเซนไดเพื่อการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ พ.ศ. 2558–2573. กระทรวงมหาดไทย.

กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. (2564). คู่มือการจัดการสาธารณภัยสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย.

กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. (2565). คู่มือการจัดตั้งและการบริหารจัดการศูนย์พักพิงชั่วคราว.

กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. (2565). คู่มือการจัดตั้งและการบริหารจัดการศูนย์พักพิงชั่วคราว. กระทรวงมหาดไทย.

กระทรวงการต่างประเทศ. (2569). กระทรวงการต่างประเทศร่วมกับ IOM ประเทศไทย เปิดตัวหลักสูตรฝึกอบรมออนไลน์เกี่ยวกับการรายงานข่าวเกี่ยวกับการโยกย้ายถิ่นฐาน เพื่อเสริมสร้างการรายงานข่าวอย่างมีจริยธรรม. https://www.mfa.go.th/th/content/migration-journalism-curri-launch-validation-th

กรมประชาสัมพันธ์. (2567). ความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนผ่านสื่อ ออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567. https://plan.prd.go.th/

กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร. (2561). ข้อมูลทั่วไปจังหวัด. https://www.samutsakhon.go.th/_new/content/general

กองการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ. (2564). แนวทางการประชาสัมพันธ์ภาครัฐในยุคดิจิทัล. ใน กรมประชาสัมพันธ์ (บรรณาธิการ), คู่มือการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ (พิมพ์ครั้งที่ 1, น. 45–62). กรมประชาสัมพันธ์.

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2563, 2 กุมภาพันธ์). คู่มือการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤติ. กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์.

กาญจนา แก้วเทพ. (2547). ทฤษฎีและแนวทางการศึกษาสื่อสารมวลชน. Higher Press.

ขวัญฤทัย ศรีวัฒนพล, และ ทวีศักดิ์ รูปสิงห์. (2567). แนวทางการบริหารสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม, 36(130), 144–153. https://so09.tci-thaijo.org/index.php/jted/article/view/4797

คอตเลอร์, ฟิลิป. (2564). การตลาด 5.0: เทคโนโลยีเพื่อมวลมนุษยชาติ (ณัฐยา สินตระการผล, ผู้แปล). สำนักพิมพ์เลิร์น คอนเนคท์.

จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์. (2558). แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tla_research/article/view/47984

ณัฏฐินี ชูช่วย. (2564). การวิเคราะห์เนื้อหาและพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารของรายการข่าวบนแฟนเพจโทรทัศน์. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JRBGS/article/view/254401

นิรันดร์ ไชยรัตน์. (2559). การสื่อสารนโยบายการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในประเทศไทย. วารสารเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 5(2), 72–87. https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/jitubru/article/view/5811835

ปรมะ สตะเวทิน. (2546). การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ 3). ภาพพิมพ์.

พระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550. (2550, 28 สิงหาคม). ราชกิจจานุเบกษา, 124(52 ก), 1–27.

วิกิพีเดีย. (ม.ป.ป.). Agenda-setting theory. สืบค้น 30 กรกฎาคม 2569, จาก https://en.wikipedia.org/wiki/Agenda-setting_theory

ศูนย์วิจัยการจัดการความรู้การสื่อสารและการพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2567). ความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนผ่านสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567. https://plan.prd.go.th/th/content/category/detail/id/15/iid/324689

สนธิกาญจน์ เพื่อนสงคราม. (2550). พระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550. https://prt.parliament.go.th/server/api/core/bitstreams/1f1c0f69-09f5-4d0c-b225-66e056c2823e/content

สมิทธิ์ บุญชุติมา. (2560). การสื่อสารในภาวะวิกฤต. 21 เซ็นจูรี.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2566). แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566–2570.

สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร. (2567). ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสมุทรสาคร.

สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร. (2567). แผนงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสมุทรสาคร. https://samutsakhon.gdcatalog.go.th/dataset/

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). Fake News ลวงให้เชื่อ หลอกให้แชร์. https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/knowledge-sharing/articles/Digital-Citizen/FakeNews.aspx

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2566). แผนยุทธศาสตร์เกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2566–2570. https://www.etda.or.th/

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2566). แผนยุทธศาสตร์เกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2566–2570. https://www.etda.or.th/th/ETC/strategy-law-standard/strategy/Master_Strategic-Plan-on-Electronic-Transactions-2570.aspx

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). (2565, 3 ตุลาคม). มาตรฐานสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) ว่าด้วยแนวปฏิบัติกระบวนการทางดิจิทัลภาครัฐ—ภาพรวม (มสพร. 6-2565). สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน).

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). (2566). คู่มือการพัฒนาเว็บไซต์ภาครัฐ. สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน).

สำนักงานสถิติจังหวัดสมุทรสาคร. (2568). จำนวนประชากร. https://smsakhon.nso.go.th/statistical-information-service/key-indicators-of-the-province/population_page.html

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). สถิติสุขภาพ. https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/statistics_and_indicators?impt_branch=305

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). การสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2567.

สำนักงานแรงงานสมุทรสาคร. (2569). ข่าวประชาสัมพันธ์. https://samutsakhon.mol.go.th/news_group/news

สุกัญญา สุดบรรทัด. (2559). การใช้สื่อใหม่ของประชาชน. ใน ราชบัณฑิตยสภา (บรรณาธิการ), วารสารราชบัณฑิตยสภา (พิมพ์ครั้งที่ 1, น. 373–382). สำนักงานราชบัณฑิตยสภา.

สุนิสา ประวิชัย. (2562). บทบาทที่คาดหวังและบทบาทที่เป็นจริงของนักประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jca/article/view/244932

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2549). หลักการสื่อสารมวลชน (พิมพ์ครั้งที่ 2). ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม.

สุวิมล ติรกานันท์. (2546). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ. ธีระฟิล์มและไซเท็กส์.

องค์การระหว่างประเทศเพื่อการโยกย้ายถิ่นฐาน[IOM] . (2023). ข้อมูลแนะนำสำนักงานประจำประเทศไทย เดือนตุลาคม 2566 [เอกสารข้อมูล]. https://thailand.iom.int/sites/g/files/tmzbdl1371/files/documents/2023-11/11.13-iom-thailand-infosheet-2023_th_light.pdf

องค์การระหว่างประเทศเพื่อการโยกย้ายถิ่นฐาน. (2566). ไอโอเอ็มและกระทรวงการต่างประเทศผนึกกำลังผลักดันวาทกรรมการโยกย้ายถิ่นฐานและการรายงานข่าวเชิงประจักษ์ในประเทศไทย. https://thailand.un.org/th/251368

อัจฉรา บุญชุม, และ สมิทธิ์ บุญชุติมา. (2567). การสื่อสารความเสี่ยงทางสาธารณสุขของกรมควบคุมโรค: บทเรียนการสื่อสารความเสี่ยงในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ประเทศไทย. วารสารสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 7 ขอนแก่น, 31(3), 80–92.

อัจฉรา บุญชุม. (2567). การศึกษาการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมของประชาชน. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcomm/article/view/151694

Centers for Disease Control and Prevention. (2018). Crisis + emergency risk communication (CERC): Introduction: 2018 update. https://emergency.cdc.gov/cerc/ppt/CERC_Introduction.pdf

Covello, V. T. (2003). Best practices in public health risk and crisis communication. Journal of Health Communication, 8(Suppl. 1), 5–8.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). Effective public relations (9th ed.). Pearson Prentice Hall.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(4), 51–58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). Managing public relations. Holt, Rinehart and Winston.

Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. Public Opinion Quarterly, 15(4), 635–650.

Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. Public Opinion Quarterly, 15(4), 635–650. https://doi.org/10.1086/266350

International Risk Governance Council. (2005). White paper on risk governance: Towards an integrative approach. International Risk Governance Council.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research (pp. 19–32). Sage.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2026). Marketing 7.0: A guide for thinking marketers in the age of AI. Wiley.

Lindell, M. K., & Perry, R. W. (2012). The protective action decision model: Theoretical modifications and additional evidence. Risk Analysis, 32(4), 616–632.

Lindell, M. K., & Perry, R. W. (2012). The protective action decision model: Theoretical modifications and additional evidence. Risk Analysis, 32(4), 616–632. https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2011.01647.x

McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). SAGE Publications.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly, 36*(2), 176–187. https://doi.org/10.1086/267990

OECD. (2021). OECD report on public communication: The global context and the way forward. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/22f8031c-en

Schramm, W. (1954). How communication works. In W. Schramm (Ed.), The process and effects of mass communication (pp. 3–26). University of Illinois Press.

Witte, K. (1992). Putting the fear back into fear appeals: The extended parallel process model. Communication Monographs, 59(4), 329–349. https://doi.org/10.1080/03637759209376276

ภาคผนวก

ภาคพนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา (ปริญญาโท) เรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในระดับสารนิพนธ์เท่านั้น ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับและนำเสนอในภาพรวมโดยไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ : [ ] ชาย [ ] หญิง [ ] อื่นๆ
2. อายุ : [ ] ต่ำกว่า 25 ปี [ ] 25-40 ปี [ ] 41-55 ปี [ ] 55 ปีขึ้นไป
3. พื้นที่พำนักในจังหวัดสมุทรสาคร : [ ] อ.เมือง [ ] อ.กระทุ่มแบน [ ] อ.บ้านแพ้ว

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ด้านการป้องกันภัย

1. ท่านติดตามข้อมูลการป้องกันภัย (เช่น ฝุ่น PM 2.5, น้ำทะเลหนุน, อัคคีภัย) จากช่องทางใดบ่อยที่สุด? (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

[ ] Facebook Page ของหน่วยงานรัฐ (เช่น ประชาสัมพันธ์จังหวัด/เทศบาล) หรือ Group ชุมชน (เช่น กลุ่มสังคมข่าว สมุทรสาคร)

[ ] LINE Official Account / LINE OpenChat

[ ] TikTok (คลิปสั้นแจ้งเตือนภัย)

[ ] เว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐ

2. ความถี่ในการเข้าถึงข้อมูลด้านการป้องกันภัยผ่านสื่อออนไลน์

[ ] ทุกวัน [ ] 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ [ ] 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ [ ] นานๆ ครั้ง/เมื่อมีเหตุการณ์

ส่วนที่ 3: ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์

(คำนิยาม: 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด)

หัวข้อการประเมิน	คะแนน
1. ด้านความรวดเร็ว (Timeliness): ข้อมูลมีการแจ้งเตือนทันท่วงทีเมื่อเกิดเหตุ	
2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability): แหล่งข้อมูลมีตัวตนชัดเจนและเชื่อถือได้	
3. ด้านความเข้าใจง่าย (Clarity): การใช้ภาพ Infographic หรือวิดีโอสั้นช่วยให้เข้าใจง่าย	

4. ด้านขั้นตอนปฏิบัติ (Action Steps): ข้อมูลระบุวิธีปฏิบัติตนที่ชัดเจน (เช่น จุดอพยพ/เบอร์ติดต่อ)	
5. ด้านการโต้ตอบ (Interactivity): เจ้าหน้าที่ตอบคำถามหรือชี้แจงข้อสงสัยในคอมเมนต์ได้รวดเร็ว	

ส่วนที่ 4: ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ท่านอยากให้หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสมุทรสาคร ปรับปรุงหรือเพิ่มช่องทางการสื่อสารออนไลน์อย่างไรบ้าง?

.....

.....

.....

ภาคพนวก ข

ผลแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1: สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (Demographics)
ในส่วนนี้แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายและครอบคลุมพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญของสมุทรสาคร

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	**ชาย**	**25**	50
	หญิง	**25**	50
อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	11	22
	25 - 40 ปี	19	38
	41 - 55 ปี	16	32
	55 ปีขึ้นไป	4	8
พื้นที่พำนัก	อ.เมืองสมุทรสาคร	32	64
	อ.กระทุ่มแบน	9	18
	อ.บ้านแพ้ว	9	18

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ด้านการป้องกันภัย
สะท้อนให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลสูงกว่าสื่อดั้งเดิมหรือเว็บไซต์ทางการ

ช่องทางออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Facebook (เพจทางการ/กลุ่มข่าวสมุทรสาคร)	48	96
LINE OpenChat / LINE OA	35	70
TikTok (คลิปสั้นแจ้งเตือนภัย)	22	44
เว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐ	12	24
ค่าเฉลี่ยรวม	29.25	58.50
ช่องทางออนไลน์	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**

ส่วนที่ 3: ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์
วิเคราะห์ตามมาตรวัด 5 ระดับ (Likert Scale) เพื่อดูจุดแข็งและจุดที่ต้องปรับปรุง

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น

1. ความรวดเร็วในการแจ้งเตือนภัย (Real-time)	4.25	0.65	มาก
2. ความชัดเจนของเนื้อหาและภาพประกอบ	3.80	0.72	มาก
3. ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล	4.45	0.50	มากที่สุด
4. การให้ขั้นตอนการปฏิบัติที่เข้าใจง่าย	3.20	0.88	มากที่สุด
5. การโต้ตอบและตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่	2.85	1.10	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.71	0.77	ปานกลาง

ส่วนที่ 4: ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากประชาชน

สรุปประเด็นสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างสะท้อนผ่านแบบสอบถามปลายเปิด

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเสนอว่า หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มความถี่ในการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook และ TikTok เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วมากขึ้น (นายกิตติพงศ์ ใจดี, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2569)

2. ควรมีการใช้ภาพ อินโฟกราฟิก และวิดีโอสั้นในการสื่อสาร เพื่อให้ประชาชนเข้าใจข้อมูลได้ง่าย (นางสาวสุภาวดี รัตนชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2569)

3. ต้องการให้มีการแจ้งจุดปลอดภัยหรือเส้นทางเลี่ยงให้ชัดเจนทันทีเมื่อเกิดเหตุ เช่น ไฟไหม้โรงงาน หรือช่วงน้ำทะเลหนุนสูง เพื่อให้ประชาชนสามารถหลีกเลี่ยงอันตรายได้อย่างรวดเร็ว (นายสมชาย ใจดี, สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2569)

4. อยากให้แอดมินเพจเข้ามาตอบคอมเมนต์หรือชี้แจงข้อมูลในช่วงที่มีข่าวลือแพร่สะพัด เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและลดความสับสน (นางสาวสุภาวดี รัตนชัย, สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2569)

ภาคพนวก ค

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล เมธัส เหลืองบริสุทธิ์

วัน เดือน ปีเกิด 21 ก.ย. 2542

สถานที่อยู่ปัจจุบัน 916/24 ถ.เศรษฐกิจ1 ต.มหาชัย อ.เมืองสมุทรสาคร จ.สมุทรสาคร 74000

ประวัติการศึกษา ปริญญาตรี นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม,2565