

เลขที่.....	
แบบรายงานการเข้าอบรม / สัมมนา / ศึกษาดูงาน ☐ รายบุคคล ☒ กลุ่มบุคคล	
ชื่อ - สกุล : นางสาวอัมพร ขาวบาง	ตำแหน่ง : บรรณารักษ์
งาน : งานบริการทรัพยากรสารสนเทศ	
ชื่อ - สกุล : นางสาวศิวพร ขาติประสพ	ตำแหน่ง : บรรณารักษ์
งาน : งานบริการทรัพยากรสารสนเทศ	
ชื่อหลักสูตร : โครงการฝึกอบรมหลักสูตร “การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media”	
วันเดือนปี : 19 พฤษภาคม 2557 เวลา : 8.30-16.30 น.	
สถานที่จัด : ณ ห้อง 16-302 ชั้น 3 สำนักคอมพิวเตอร์	
หน่วยงานผู้จัด : ศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์	
ค่าใช้จ่าย	☒ ไม่มี ☐ มี จำนวน ---- บาท เบิกจ่ายจากงบประมาณ ☐ แผ่นดิน ☐ เงินรายได้ ☐ งบอื่นๆ (ระบุ).....
ใบเกียรติบัตร/วุฒิบัตร	☒ ได้รับ ☐ ไม่ได้รับ เนื่องจาก..... ☐ ไม่มี
สรุปสาระสำคัญ โครงการฝึกอบรมหลักสูตร “การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media” เป็นโครงการสุดท้ายจากทั้งหมด 4 โครงการที่ศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ ได้จัดให้กับคณะกรรมการเครือข่ายประชาสัมพันธ์เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงาน มีตัวแทนจากหน่วยงานต่างๆ ของมหาวิทยาลัยมาเข้าร่วมอบรม เนื้อหาการอบรมประกอบด้วย การบรรยายและปฏิบัติ ในหัวข้อ “การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทาง Social Media” โดย คุณธีรเนตร วิโรจน์สกุล ผู้ดูแลสื่อออนไลน์ให้กับ PRSWU และการบรรยาย ในหัวข้อ “สื่อประชาสัมพันธ์ กับ Social Media” โดย คุณพงศ์สุข หิรัญพฤกษ์ กูรูด้าน IT ของไทย 1. การบรรยายและปฏิบัติ ในหัวข้อ “การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทาง Social Media” หัวใจสำคัญในการทำประชาสัมพันธ์ คือ การกระจายข่าวสารให้คนทั่วไปเข้ามาให้ความสนใจในความคืบหน้าใหม่ๆ ขององค์กร และเป็นสื่อให้คนทั่วไปได้ทราบความเป็นไปที่ถูกต้องเกี่ยวกับตัวองค์กรและสินค้าหรือบริการ ไปจนถึงกิจกรรมอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น การแจกรางวัล เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีต้นทุนลดลงเนื่องจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ซึ่งให้ผลไม่ต่างจากการทำโฆษณาทางโทรทัศน์หรือวิทยุ รวมทั้งยังสามารถให้ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ผลเกี่ยวกับผู้รับสารได้อีกด้วย การประชาสัมพันธ์ทาง Social Media ต่างจากการประชาสัมพันธ์ในสื่ออื่น โดยจุดต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ <u>1. มีลักษณะเป็นผู้นำเทรนด์มากกว่าผู้ตาม</u> : หากลูกค้าติดตามเราอยู่ เราจะสามารถฟังข่าวสารจากเราได้ตลอด 24 ชั่วโมง <u>2. ข่าวสารต้องจับใจ ใช้เวลาน้อยกว่าเดิม</u> : สั้นกระชับ เข้าใจง่าย <u>3. มีปฏิกิริยาโต้ตอบจากลูกค้าแทบจะทันที</u> : นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ทาง Social Media ยังให้ความสำคัญกับการ share หรือการส่งต่อข้อมูลไปยังกลุ่มเพื่อนๆ เพราะจะทำให้จำนวนคนที่ได้เห็นข้อความขยายตัวมากยิ่งขึ้น	

นอกจากนี้เทคนิคอื่นๆ ที่สามารถนำมาใช้ร่วมด้วยในการขยายกลุ่มผู้รับสาร และรู้จักสินค้า บริการ หรือตัวองค์กรได้มากขึ้น เช่น จัดการประกวดวิดีโอ/ถ่ายภาพ ชิงรางวัล การเล่นเกม การแจกของ/สินค้าฟรี รวมถึงการใช้เป็นพื้นที่พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดหรือเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสินค้า/บริการ ทั้งนี้เราจะต้องตอบกลับคำถามหรือคำแนะนำที่มีผู้มาแนะนำเพื่อแสดงถึงใจของเราที่มีต่อผู้แนะนำ

4. คุณธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นจากเดิม : เลือกเนื้อหาและวิธีการนำเสนอด้วยความตั้งใจ เน้นประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้รับ ไม่ควรใช้ Social Media โดยไร้จรรยาบรรณ เช่น การใช้ภาพถ่ายหรือภาพข่าวของบุคคลสำคัญในการสร้างกระแส เรียกร้องการกด Like อย่างไม่มีกาลเทศะ หรือการใช้ภาพหรือผลงานของผู้อื่นมาปรับแต่งรวมถึงการใส่ลิขสิทธิ์ภาพของตนเองเข้าไปแทน เป็นต้น สิ่งสำคัญคือ การที่ผู้รับสารเปิดความประทับใจข่าวหรือข้อความประชาสัมพันธ์ของเราอย่างแท้จริง หรือรู้สึกว่เนื้อหาที่เราเผยแพร่ไปนั้นมีประโยชน์มากจริงๆ จนอยากแบ่งปัน

5. ใช้อุปกรณ์เสริมกับการทำประชาสัมพันธ์ : ข้อได้เปรียบของการใช้ Social Media ในการประชาสัมพันธ์ คือ เป็นสื่อที่พร้อมตลอด 24 ชั่วโมงต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์หรือป้ายโฆษณาที่มีรอบการเกิดและจบชัดเจน แม้ว่าการมี Social Media หลายช่องทางจะทำให้หลากหลายและน่าสนใจขึ้น แต่ต้องอย่าลืมว่างานอ็อปเทรเนื้อหาอย่างต่อเนื่องก็จะมีมากขึ้นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ก่อนที่จะตัดสินใจใช้ Social Media ในการประชาสัมพันธ์ จะต้องพิจารณาว่า สิ่งที่เราต้องการประชาสัมพันธ์นั้น เหมาะกับการใช้ Social Media หรือไม่

Social Media ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

Social Media ที่วิทยากรได้แนะนำมีหลายตัว ได้แก่ Facebook, Twitter, instagram และ YouTube โดยในที่นี้ได้เน้นการแนะนำ การให้เทคนิค และลงมือปฏิบัติกับ Facebook เพราะเป็น Social Media ที่นิยมใช้ในการทำประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. Cover : เป็นส่วนแรกที่ถูกมองมากที่สุด ควรออกแบบให้น่าสนใจและน่าดึงดูด ไม่ควรมีข้อความประชาสัมพันธ์ที่เน้นการขายมากเกินไป (เป็นกฎที่ Facebook ไม่อนุญาต) แต่สามารถใส่กำหนดการหรือชื่อกิจกรรมสำคัญที่ต้องการได้

2. About : ควรใส่คำอธิบายเพจให้ชัดเจน เพื่อที่ผู้ที่เข้ามาที่หน้าเพจจะได้ทราบรายละเอียดหรือรู้จักว่าเพจนี้เป็นของใคร คืออะไร

3. ในการจัดทำในรูปของ Fanpage: ผู้ที่เป็น Admin จะสามารถวิเคราะห์สถิติหรือข้อมูลของผู้ชมในเชิงลึกได้ เช่น ช่วงเวลาที่มีผู้เข้าชม ข้อมูลเกี่ยวกับการกด Like ข้อมูลการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ในการโพสต์ข้อความหรือภาพในแต่ละครั้ง จะส่งถึงผู้ที่ติดตาม Fanpage ได้เพียง 10% ของจำนวนผู้ติดตามทั้งหมด ดังนั้น ควรจะต้องมีการแชร์ซ้ำอีก 2-3 ครั้ง เพื่อให้เข้าถึงผู้ติดตามได้มากขึ้น

4. สื่อที่ใช้ : ควรใช้ภาพที่ดึงดูด หรือข้อความสั้นๆ กระชับ ซึ่งผู้อ่านจะนิยมอ่านหรือดูมากกว่าเพราะใช้เวลาไม่นาน ส่วนสื่อที่เป็นคลิปวิดีโอ นั้น ถ้าต้องใช้เวลานาน จะไม่มีใครเข้าไปดู นอกจากนี้ การใช้ภาพที่น่าสนใจจะช่วยให้ดึงดูดสายตาของคนดูเพื่อให้อ่านข้อความที่ต้องการนำเสนอ อย่าโพสต์เฉพาะข้อความ เพราะจะไม่ได้ได้รับความสนใจ

5. ทุกครั้งที่มีการลงภาพถ่าย ควรจะต้องมีข้อความอธิบายประกอบเสมอ : เพื่อแจ้งให้ผู้ที่เข้าดูได้ทราบข้อมูลและรายละเอียด เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจ Share ต่อไป

6. เนื้อหาที่ใช้ในการโพสต์ควรจะมีหลากหลาย : อย่าเน้นเฉพาะการขายสินค้าเท่านั้น เพราะจะเกิดความน่าเบื่อ ควรจะโพสต์เรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง มีประโยชน์ หรือกระแข่าวหรือเทศกาลสลับกันไป

7. กรณีที่มีผู้โพสต์ข้อความที่ไม่เหมาะสม : ไม่ควรลบออก เพราะจะเป็นการสร้างความรู้สึกไม่ดีให้ผู้โพสต์ซึ่งนำไปสู่การโพสต์ข้อความที่ไม่เหมาะสมเพิ่มขึ้น Admin ควรจะพยายามตอบหรืออธิบายให้กับโพสต์นั้น หรือใช้วิธีการโพสต์ภาพหรือสื่ออื่นๆ เพิ่มขึ้นเพื่อให้ข้อความที่ไม่เหมาะสมนั้นเลือนลางไป

8. เมื่อมีผู้แสดงความเห็น หรือสอบถาม ไม่ว่าจะอย่างไรก็ตาม จะต้องตอบหรือแสดงการรับทราบเสมอ : อย่าปล่อยทิ้งไว้ เพื่อเป็นการแสดงความเอาใจใส่และความฉะฉานในการทำการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งไม่ควรตอบคำถามแบบส่งต่อ แต่ควรให้ข้อมูลให้ได้มากที่สุด แล้วค่อยให้เบอร์ที่สามารถติดต่อสอบถามเพิ่มเติม เพราะผู้ถามจะรู้สึกว่ามีคนเข้ามาสอบถามที่ช่องทางนี้แล้วไม่ได้คำตอบ หรือถูกส่งให้ไปติดต่อที่อื่นนั้น แสดงว่าช่องทางนี้ไม่มีประโยชน์และจะไม่เข้ามาอีก

9. วิธีป้องกันการโพสต์ข้อความผิดพลาดสำหรับการดูแล Fanpage ขององค์กร :

9.1 เลือกคนที่เชื่อใจและไว้วางใจได้มาดูแล เพราะการเลือกคนก็คือการเลือกตัวแทนขององค์กรมาสื่อสาร ต้องเลือกคนที่มีวุฒิภาวะทางความคิดและอารมณ์

9.2 มีคนที่ทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลจำนวนน้อยที่สุด เพื่อที่จะสามารถควบคุมและมีทิศทางในการสื่อสารเป็นไปในแนวทางเดียวกันได้มากที่สุด หรือแยกหน้าที่หรือการดูแลเนื้อหาให้ชัดเจน

9.3 เลือกใช้เครื่องมือช่วยในการจัดการและ Monitor เพราะปัจจุบันมีเครื่องมือที่ช่วยดูแลการใช้ Social Media อยู่มากมาย จึงควรนำมาใช้ประโยชน์ เช่น การตั้งเวลาล่วงหน้าในการโพสต์ เพื่อความสะดวกหรือช่วยลดปัญหาในการลืมโพสต์หรือไม่ว่างโพสต์ในช่วงเวลาดังกล่าว

9.4 แยกเพจขององค์กรและเรื่องส่วนตัวออกจากกันด้วย Application 2 ตัว หรือเครื่องแยกต่างหาก โดยเฉพาะ เพราะการใช้ Account เดียวกันทั้งเพจขององค์กรและเพจส่วนตัว อาจทำให้เกิดการโพสต์ผิดพลาดโดยไม่ตั้งใจและอาจทำให้เกิดความเสียหายได้

9.5 สติ สำคัญมาก และความรับผิดชอบของผู้ดูแล เป็นเรื่องสำคัญ เพราะในโลกออนไลน์ หากโพสต์อะไรผิดพลาดเพียงนาทีก็นับเป็นวงกว้าง ถึงแม้ว่าจะรีบลบออก แต่โพสต์นั้นก็จะยังคงอยู่เพราะผู้อื่นได้เห็น และอาจจะ save หรือ share ออกไปแล้ว

2. การบรรยาย ในหัวข้อ “สื่อประชาสัมพันธ์ กับ Social Media”

Social Network คือ การสร้างข้อมูลเอง และมีการปฏิสัมพันธ์กัน ในปัจจุบันสังคมไทยเริ่มใช้ Social Network มากขึ้นเพื่อติดตามข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ จากสถิติการใช้ Social Media พบว่าเนื่องจากสังคมไทยเป็นสังคมเห็นการดู ไม่ใช่สังคมแห่งการอ่าน จึงมีผู้ใช้ Facebook มากที่สุดเพราะจะเน้นรูปภาพพร้อมข้อความที่ดึงดูดความน่าสนใจ สถานที่สำคัญๆและสิ่งที่ตัวเองสนใจ สามารถแสดงความคิดเห็นโต้ตอบได้ทันที สะดวกและรวดเร็ว รองลงมาคือ 1) Twitter ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ติดตามข่าวสารในบ้านเมืองและติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชน เพราะเป็นแหล่งข่าวที่รวดเร็วสามารถส่งข้อความสั้นๆ ไม่เกิน 140 ตัวอักษร 2) Instagram ซึ่งเน้นรูปภาพในการสื่อสารและติดตาม ส่วนใหญ่จะใช้ Instagram เพื่อติดตามบุคคลสำคัญ นักแสดงหรือคนที่มีชื่อเสียงในสังคม และ 3) YouTube เพื่อดูหนัง ฟังเพลงและเป็นสื่อการเรียนการสอน

ปัจจุบันการเข้าใช้สื่อต่างๆ จะสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้ โดยมี Facebook เป็นหลักที่จะดึง Twitter, Instagram, YouTube มาไว้ในที่เดียวกัน สามารถ Check in จุดที่เราอยู่และสถานที่สำคัญๆ ได้ ทำให้ผู้คนสนใจที่จะอัปเดตข้อมูลข่าวสารผ่านทาง Social Media เป็นจำนวนมาก ซึ่งการใช้ Social Media ก็มีทั้งประโยชน์และโทษตามมา ดังนั้นควรระวังในการใช้ เพราะหากเกิดความผิดพลาดจะทำให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์ขององค์กรหรือตัวเราเองได้ ดังนั้นการเลือกใช้ Social Media เพื่อเป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องดูความต้องการรับสารของผู้ใช้เป็นหลัก และมีประโยชน์สามารถเผยแพร่และสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรได้

สถิติ/ข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับ Social Media

1. ปัจจุบัน ทั้งโลกมีคนใช้ Facebook 120 ล้านคน สำหรับประเทศไทยนั้น คนไทยใช้ FB จำนวนมาก 26 ล้านคน เพิ่มจากปีที่แล้วที่มีผู้ใช้ 18.5 ล้านคน ติดอันดับ 13-14 ของโลก โดยในจำนวนนี้เป็นคนที่อยู่ในกรุงเทพฯ 18 ล้านคน (ประชากรในกรุงเทพฯ มีไม่กี่ล้านคน แต่สาเหตุที่มีสถิติการใช้ Facebook สูงเกินจำนวนประชานนั้น เป็นเพราะประชากร 1 คน ใช้ Facebook Account มากกว่า 1 Account) สาเหตุที่คนไทยใช้ FB จำนวนมากนั้นเป็นเพราะ Facebook ตรงจริตของคนไทยมากที่สุด เพราะคนไทยชอบดูมากกว่าอ่าน แต่ Twitter จะเหมาะกับคนชอบอ่านมากกว่า

2. เฉลี่ยคนไทยเวลา 3.7 ชั่วโมงต่อวัน ในการเล่น Social Media ซึ่งเยอะเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น เช่น ญี่ปุ่น

3. Social Media ที่คนไทยนิยมใช้ ได้แก่ Facebook, Twitter และ intragram (แทนที่ Google plus ที่คนไทยนิยมใช้มาก่อน)

4. Facebook, twitter และ Google plus จะเป็น Social Media หลักที่ใช้กันต่อไปในสังคม 4G

5. Facebook ไม่ใช่ Social Media แรกของโลกที่เกิดขึ้น เพียงแต่มาถูกที่ถูกเวลาจึงมีคนนิยม ส่วน Social Media แรกที่เกิดขึ้น มีชื่อว่า Friends Reunited เปิดให้บริการเมื่อปีค.ศ. 2000 แต่เนื่องจากตอนนั้นยังไม่มีใครเข้าใจและเห็นความสำคัญจึงไม่เป็นที่นิยม

6. จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกหลังจากมีการใช้มา 15 ปีนั้น ในปีค.ศ. 2013 มีจำนวนผู้ใช้ 2 พันล้านคน แต่ตั้งแต่ต้นปี ค.ศ. 2014 มาจนถึงปัจจุบัน (ไม่ถึง 6 เดือน) มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเป็น 3 พันล้าน ในเวลาอันรวดเร็ว โดยสาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะจำนวนคนใช้สมาร์ทโฟนมีมากขึ้นและใช้ตลอดเวลา

7. Ask FM เป็น Application ที่เกิดขึ้นมาเป็นระยะเวลา 2-3 ปีแล้ว และขณะนี้กำลังมาจะเป็นที่นิยมเพราะนักแสดงนำมาใช้ เป็นช่องทางในการติดต่อกับแฟนคลับ Application ดังกล่าวมีลักษณะเป็นการสอบถามโดยไม่ต้องแสดงตัวตน

8. ในการตัดสินใจเลือกใช้ Social Media ตัวไหนในการประชาสัมพันธ์ ควรพิจารณาที่คุณสมบัติของ Social Media ตัวนั้น รวมถึงกลุ่มเป้าหมายของเรา

ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1) ทราบแนวทาง/หลักที่ถูกต้องในการประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media
- 2) ได้ความรู้ใหม่ๆ ในการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับการทำงานได้
- 3) ได้ไขข้อข้องใจและปัญหาที่พบจากการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook

ภาพประกอบ





ภาพ: PRSWU Network

นำความรู้ที่ได้รับมาใช้ปรับปรุงการทำงาน ดังต่อไปนี้

หัวข้อการปรับปรุง / พัฒนา	รายงานผลการปรับปรุง / พัฒนา ภายในวันที่
ข้อเสนอแนะอื่นๆ ผู้รายงาน..... (นางสาวอัมพร ขาวบาง) ผู้รายงาน..... (นางสาวศิวพร ขาติประสพ) วันที่ 20 พฤษภาคม 2557	
ความคิดเห็นของหัวหน้าหน่วยงาน ลงชื่อ..... (.....) วันที่...../...../.....	
ความคิดเห็นของผู้บริหารที่กำกับดูแลหน่วยงาน ลงชื่อ..... (.....) วันที่...../...../.....	

- หมายเหตุ : 1. จัดทำรายงานฯ หลังจากเข้าอบรม / สัมมนา / ศึกษาดูงาน ภายใน 15 วัน เสนอหัวหน้าหน่วยงาน
 2. หัวหน้าหน่วยงานเสนอความเห็น ภายใน 3 วัน เสนอผู้บริหารที่กำกับดูแล
 3. แจ้งผู้รายงานทราบ และจัดเก็บเข้าแฟ้ม รายงานการเข้าอบรม / สัมมนา / ศึกษาดูงาน
 4. หัวหน้าหน่วยงานติดตามผลการปรับปรุงพัฒนา