

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าผ่านเฟชบุ๊กเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เป็นการศึกษาแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าผ่านเฟชบุ๊กเพจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
2. เพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าผ่านเฟชบุ๊กเพจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
3. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าของผู้ติดตามเฟชบุ๊กเพจที่มีต่อการสื่อสารผ่านเฟชบุ๊กเพจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In - Depth Interview) บุคลากรกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช 4 คน และตัวแทนกลุ่มผู้มีส่วนร่วมกับเฟชบุ๊กเพจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จำนวน 20 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระหว่างเดือน สิงหาคม 2560 - พฤษภาคม 2561

5.1 สรุปผลการศึกษา

การสื่อสารผ่านเฟชบุ๊กเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อจูงใจกลุ่มเป้าหมายในรูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง มีเป้าหมายมุ่งเพื่อสร้างการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมให้สอดคล้องกับภารกิจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ทั้งในส่วนของ การประชาสัมพันธ์ กระตุ้นจิตสำนึกส่งเสริมการแสดงความคิดเห็นไปยังสมาชิกแฟนเพจให้ได้รู้จักคุ้นเคยและเกิดจิตสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าในรูปแบบวิธีต่าง ๆ จากผลการศึกษาข้อมูลสามารถสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ลักษณะสำคัญขององค์กร

การศึกษาเกี่ยวกับลักษณะการสื่อสารองค์การของขนาดใหญ่ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จะพบว่าลักษณะขององค์การเป็นส่วนที่สำคัญที่จะนำมากำหนดรูปแบบและเนื้อหาในการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจของประชาชน ซึ่งลักษณะโครงสร้างของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นหน่วยงานขนาดใหญ่ ครอบคลุมทั้งประเทศมีดูแลพื้นที่ป่าอนุรักษ์ 73.3 ล้านไร่ จากพื้นที่ของประเทศทั้งหมด (320.7 ล้านไร่) ซึ่งอำนาจการตัดสินใจจะอยู่ในระดับผู้บริหาร ลักษณะการดำเนินงานถูกจำกัดให้ปฏิบัติตามระเบียบในโครงสร้างการสื่อสารจึงเป็นมักเป็นในแนวดิ่งจากบนลงล่างหรือสั่งการลงมาจากข้างบน นอกจากนี้โครงสร้างกรมอุทยานฯ ยังเป็นตัวผลักดันการทำงานด้านการสื่อสารกิจกรรมต่าง ๆ ของกรมให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามภารกิจ

1.1 โครงสร้างทางสังคมของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นการดำเนินงาน 2 ลักษณะ คือ การกำกับดูแลตนเองซึ่งการวางโครงสร้างการทำงานระบบภายในอย่างชัดเจน โดยมีแบ่งการทำงานความรับผิดชอบเป็นสำนัก มีการจัดตั้งหน่วยงานในส่วนกลาง 11 สำนัก 2 กลุ่ม 2 กอง และหน่วยงานในส่วนภูมิภาค 16 สำนัก และ 5 สาขาซึ่งแบ่งลักษณะการทำงานและหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้ งานป้องกันปราบปรามและควบคุมไฟป่า งานเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติ งานอนุรักษ์สัตว์ป่า งานอนุรักษ์ และจัดการต้นน้ำ งานฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่อนุรักษ์ งานวิจัยเกี่ยวกับป่าไม้และพันธุ์พืช งานสนองงานพระราชดำริ งานเกี่ยวกับอนุสัญญาระหว่างประเทศ

1.2 เป้าหมายตามภารกิจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช คือ การป้องกันพื้นที่ป่าอนุรักษ์ 80.88 ล้านไร่ และเพิ่มพื้นที่ป่า 22.70 ล้านไร่

1.3 ลักษณะของผู้มีส่วนร่วม หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของข้อมูลที่แตกต่างกัน โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มงานอนุรักษ์ คุ้มครอง และฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ สัตว์ป่า
2. กลุ่มงานวิจัย พัฒนาด้านวิชาการ
3. กลุ่มงานบริหารจัดการทรัพยากรป่าไม้ และสัตว์ป่า
4. กลุ่มงานส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุลและยั่งยืน

1.4 ด้านเทคโนโลยี (Technology) มีการนำเฟชบุ๊กมาใช้ในการช่วยสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช

2. การสื่อสารผ่านเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช สรุปได้ดังนี้
เป้าหมายการสื่อสาร การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีเป้าหมายสอดคล้องกับแนวคิดเป้าหมายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของภูมิภาค ทัชยรันด์ โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. มีสมาชิกแฟนเพจ จำนวน 100,000 คน ภายในปี 2561
2. มียอดการเข้าถึงข้อมูลของประชาชน 5,000คน /โพสต์
3. เผยแพร่ข่าวสารอย่างน้อย 4 เรื่อง /วัน
4. มีผู้แจ้งเบาะแสการกระทำผิดด้านป่าไม้ สัตว์ป่า

วัตถุประสงค์การสื่อสาร จากการศึกษาวัตถุประสงค์ในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเพจ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะสื่อใหม่ของ สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ โดยสามารถสรุปวัตถุประสงค์การสื่อสารของเพจได้ ดังนี้

1. เพื่อสร้างการรับรู้เข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับภารกิจของหน่วยงาน
2. เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลเผยแพร่ภารกิจกรม
3. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรฯ
4. เพื่อเพิ่มสมาชิกแฟนเพจ เพื่อพัฒนาเป็นเครือข่ายการอนุรักษ์ทรัพยากรฯ

ลักษณะการสื่อสารของเฟซบุ๊กเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

1. องค์ประกอบของเพจ

1.1 ชื่อเพจ (Name) กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ใช้ชื่อเฟซบุ๊กเพจ เป็นชื่อหน่วยงาน เพื่อให้คนที่ติดตามสามารถทราบได้ทันทีว่าเป็นกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นการสื่อสารแบบตรง ๆ ให้ผู้ที่ติดตามสามารถรับรู้และเข้าใจทันที

1.2 ชื่อผู้ใช้ (Username) ภาพที่ใช้เป็นภาพประจำตัวเพจ เลือกใช้สิ่งที่สื่อถึง ความเป็นอัตลักษณ์ของหน่วยงาน ที่ยังคงมีความเป็นหน่วยงานราชการ เน้นสื่อสารให้ผู้พบเห็น เข้าใจได้ง่าย แต่แฝงไปด้วยความหมายขององค์กร

1.3 ภาพประจำตัว (Profile Picture) ภาพที่ใช้เป็นภาพประจำตัวเพจ เลือกใช้สิ่งที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ของหน่วยงาน ที่ยังคงมีความเป็นหน่วยงานราชการ เน้นสื่อสารให้ผู้พบเห็นเข้าใจได้ง่าย แต่แฝงไปด้วยอัตลักษณ์ความหมายที่สื่อถึงภารกิจขององค์กร

1.4 รูปภาพหน้าปก (Cover Photo) ภาพหน้าปกของเพจเป็นใช้ภาพป่าไม้ที่เน้น สื่อความหมายให้สอดคล้องกับภารกิจและวิสัยทัศน์ขององค์กร และใช้ข้อความสื่อความหมายเพื่อ เน้นย้ำให้ทุกทราบถึงภารกิจของหน่วยงาน

1.5 คำอธิบายแบบสั้น (Short Description) เพจใช้รูปภาพสื่อความหมายให้สอดคล้องกับภารกิจและหน้าที่ขององค์กรโดยการใช้ภาพที่สะท้อนความรู้สึกของผู้ติดตามเพจ และมีข้อความสนับสนุนให้เข้าใจถึงประโยชน์ของการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า

2. รูปแบบการสื่อสารของเพจ

2.1 ภาพ (Picture) เพจกรมอุทยานแห่งชาติใช้ภาพถ่ายช่วยในการสื่อสารโดยใช้ภาพสื่อความหมายเอง มุ่งให้ประชาชนมีอารมณ์ร่วมกับภาพที่น่าเสนอ โดยภาพที่มีการนำเสนอสื่อมวลชนสามารถนำไปขยายความต่อได้หรือประชาชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

2.2 วิดีโอ (Video) การนำเสนอข้อมูลผ่านเฟสบุ๊กเพจมีการนำเสนอใน 2 รูปแบบ คือ คลิปวิดีโอที่เจ้าหน้าที่ภาคสนามส่งเข้ามา (เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง) และวิดีโอที่ทางเจ้าหน้าที่กรมอุทยานเป็นผู้ผลิตสปรอตวิดีโอขึ้น โดยความยาวของวิดีโอไม่เกิน 3 นาที เน้นให้รับรู้และผ่อนคลาย

2.3 บทความ (Article) มีนำเสนอเน้นข้อมูลที่สื่อสารเข้าใจง่ายเป็นเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์กับทุกคน การนำเสนอจะไม่เป็นเนื้อหาที่เยอะเกินไปหรือหากข้อมูลมีรายละเอียดเยอะมากก็จะมีการนำมาสรุปในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก

2.4 กิจกรรม (Event) การจัดกิจกรรมที่เกิดในหน้าเฟสบุ๊กเพจมีน้อยมาก ส่วนมากจะเป็นแค่การแจ้งให้ทราบถึงกิจกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้นในพื้นที่เท่านั้น การที่สร้างการรับรู้ให้ครอบคลุมต้องมีการประชาสัมพันธ์โดยการซื้อโฆษณาซึ่งทางเพจไม่มีการซื้อโฆษณา การสร้างการมีส่วนร่วมช่องทางนี้จึงยังมีประสิทธิภาพน้อย

2.5 การสนทนา (Conversation) เฟสบุ๊กเพจเน้นการตอบคำถามในกล่องข้อความมากกว่าการตอบคำถามหน้าเฟสบุ๊ก โดยในช่องทางกล่องข้อความจะมีการตั้งข้อความตอบโต้อัตโนมัติไว้เมื่อมีคนมาสอบถามและการใช้คำในการสนทนาจะเน้นถ้อยคำที่สุภาพให้ผู้สนทนารู้สึกว่า เป็นบุคคลสำคัญเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ที่ได้เข้ามาสนทนา

3. ขั้นตอนการสื่อสาร

3.1 การเตรียมเนื้อหาสาร หรือการสร้างเนื้อหาสาร และภาษาซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสารที่เพจกรมอุทยานฯ (ผู้ส่งสาร) ส่งไปยังสมาชิกแฟนเพจ (ผู้รับสาร) สอดคล้องกับแนวคิดการใช้เฟสบุ๊กในการสื่อสารข้อมูลองค์กร และการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ของ พจน ใจชาญสุข โดยเนื้อหาของข้อมูลในการนำเสนอแบบภาษาข่าวเชิงการเล่าเรื่องความบันเทิงและวรรณคดีในการอนุรักษ์ทรัพยากรจะสอดคล้องกับนโยบายการสร้างความรู้เข้าใจตามนโยบายของรัฐบาล และสอดคล้องกับภารกิจการทำงานใน 15 ด้าน คือ

1. ด้านอุทยานแห่งชาติ
2. ด้านการควบคุมไฟป่า
3. ด้านการอนุรักษ์และจัดการต้นน้ำ
4. การฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่อนุรักษ์
5. การอนุรักษ์สัตว์ป่า
6. การคุ้มครองพันธุ์สัตว์ป่าและพืชป่าตามอนุสัญญา (CITES)
7. การวิจัยการอนุรักษ์ป่าไม้และพันธุ์พืช
8. ด้านงานสนองงานพระราชดำริ
9. การป้องกันและปราบปรามการบุกรุกป่า
10. การส่งเสริม คุณธรรม จริยธรรม
11. การจัดการพื้นที่คุ้มครองที่เป็นมรดกโลก และพื้นที่คุ้มครองข้ามพรมแดนระหว่างประเทศ
12. การปรับตัวรับมือภัยพิบัติในพื้นที่ป่าอนุรักษ์
13. การจัดการสารสนเทศ
14. กฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้
15. การดำเนินงานด้านการมีส่วนร่วม

4. การนำเสนอข้อมูล

การโพสต์ของเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ได้มีการกำหนดรูปแบบการโพสต์ ดังนี้

4.1 เวลา ช่วงระยะเวลาที่มีการโพสต์ข้อมูลข่าวสารบนเพจแสดงถึงความใส่ใจ

ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและบ่งบอกถึงภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน การโพสต์เนื้อหาอย่างต่อเนื่องเป็นการสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับองค์กร การเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมจึงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและประสิทธิผลของจำนวนผู้รับสารอีกด้วย โดยเพจมีการกำหนดเวลาในการโพสต์เป็น 4 ช่วงเวลา ดังนี้

4.1.1 ช่วงเช้า เวลา 06.30 - 08.00 น.

4.1.2 ช่วงสาย เวลา 10.00 - 12.00 น.

4.1.3 ช่วงบ่าย เวลา 13.00 - 15.00 น.

4.1.4 ช่วงเย็น เวลา 19.00 - 22.00 น และช่วงเวลาพิเศษ จะเป็นการ

นำเสนอกรณีที่มีข่าวด่วนหรือการชี้แจงข่าว สามารถโพสต์เวลาใดก็ได้

4.2 รูปแบบการโพสต์ เป็นลักษณะการส่งข้อมูลข่าวสารออกมาในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสื่อสารสมาชิกเฟซบุ๊ก สามารถสรุปได้ ดังนี้

4.2.1 การโพสต์รูปภาพไม่เกิน 5 ภาพ

4.2.2 ภาพถ่ายหากเกิน 5 ภาพทำเป็นอัลบั้มภาพ

4.2.3 เน้นผลิตเนื้อหาเองเพจจะไม่เน้นแชร์ข้อมูลมาจากที่อื่น

4.2.4 ใช้การพาดหัวเรื่องที่โพสต์ เพื่อสะดวกแก่ผู้อ่าน

4.2.5 เน้นใช้ภาพถ่ายจากทรัพยากรธรรมชาติจริง เช่น ภาพสัตว์ป่าพรรณไม้

สถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ

4.2.6 ใช้ภาษาที่ราชการและสุภาพ แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของภาครัฐ

4.2.7 เน้นเขียนข้อความที่โพสต์แบบภาษาข่าว เพื่อให้ผู้สื่อข่าวสามารถนำไป

เผยแพร่สู่สาธารณะได้

3. การนำไปใช้ประโยชน์และมีส่วนร่วมของแฟนเพจ

3.1 การนำไปใช้ประโยชน์ของการรับสารจากเพจ ดังนี้

3.1.1 ด้านการศึกษา

3.1.2 ด้านการท่องเที่ยว

3.1.3 การนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เช่น เมื่อทราบข้อกฎหมายเกี่ยวกับป่าไม้และสัตว์ป่า ก็จะมีการปฏิบัติตนไม่ละเมิดกฎหมาย หรือการนำข้อมูลไปใช้ในการเผยแพร่ต่อสู่สาธารณะ ฯลฯ

3.2 การมีส่วนร่วมต่อการสื่อสารของเพจ

3.2.1 ถูกใจ (Like) เนื้อหาข้อมูลที่ส่งผลให้เกิดจากการถูกใจนั้นเกิดจากความรู้สึกชอบในข้อมูลเหล่านั้น โดยเฉพาะเนื้อหาเกี่ยวกับสัตว์ป่า การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และภาพธรรมชาติที่มีความสวยงาม

3.2.2 การส่งต่อข้อมูล (Share) เป็นการแบ่งปันเรื่องราวที่ตนเองสนใจให้กับคนรอบข้างได้รับทราบหรือรับรู้เพื่อเป็นประโยชน์กับบุคคลอื่น

3.2.3 แสดงความคิดเห็น (Comment) เป็นการแสดงความคิดเห็นของตนเองในรูปแบบตัวอักษรเพื่อสื่อสารให้เห็นถึงประเด็นความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ต้องการนำเสนอ

3.3 การมีส่วนร่วมต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า

3.3.1 การปฏิบัติตนในการอนุรักษ์ คือ การนำสิ่งที่ได้รับทราบจากเพจปฏิบัติ ตาม เพื่อให้เกิดความถูกต้องตามหลักคุณธรรม จริยธรรมและหลักของกฎหมายและเพื่อความ ยั่งยืนทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์

3.3.2 ส่งเสริมและสนับสนุน เป็นส่วนสำคัญในปกป้องทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม เพราะช่วยทำให้การอนุรักษ์เกิดประสิทธิผลเร็วขึ้นและยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ ที่ดีในการร่วมส่งเสริมหรือสนับสนุนทำกิจกรรมในหมู่คณะอีกด้วย เช่น การจัดกิจกรรม โดยชมรม หน่วยงานต่าง ๆ

3.3.3 เสนอแนะ เป็นการช่วยบอกแนะในด้านการเสนอแนะข้อมูลที่ผิดพลาด หรือบอกกล่าวถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้น หรือดำเนินการผ่านไปแล้ว

5.2 อภิปรายผล

ผลการวิจัย เรื่อง “แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากร ป่าไม้และสัตว์ป่าผ่านเพชบุ๊กเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช” สามารถสรุปข้อมูล เกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

การสื่อสารขององค์กร

การสื่อสารของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างการ รับรู้และการมีส่วนร่วมตามภารกิจขององค์กรและเป้าหมายขององค์กร ในการดูแลพื้นที่ป่าอนุรักษ์ ด้วยการอนุรักษ์ ส่งเสริม และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในเขตพื้นที่ป่าเพื่อ การอนุรักษ์ โดยการควบคุม ป้องกันพื้นที่ป่าอนุรักษ์เดิมที่มีอยู่และพื้นที่ป่าเสื่อมโทรมให้กลับ สมบูรณ์ด้วยกลยุทธ์การส่งเสริมกระตุ้น และปลูกจิตสำนึกให้ชุมชนมีความห่วงแหน และการมีส่วน ร่วมในการดูแลทรัพยากรท้องถิ่น เพื่อเป็นการรักษาสมดุลของระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมและตาม เป้าหมายที่กำหนดไว้ขององค์กรในการดูแลพื้นที่ป่าอนุรักษ์ โดยการสื่อสารที่ดำเนินการนั้น สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลอีกด้วย

เป้าหมายและวัตถุประสงค์การสื่อสารของเพจ

การสื่อสารทางเพจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นการสื่อสารด้วยสื่อ รูปแบบใหม่ คือ เพชบุ๊กเพจ ที่ถือว่าเป็นสื่อใหม่ของหน่วยงาน มุ่งตอบสนองต่อความต้องการข้อมูล ข่าวสารแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกรมและประชาชนทั่วไป ซึ่งการสื่อสารทางเพจเป็นการสื่อสาร แบบสองทาง (TwoWay Communication) ที่มีความสะดวก รวดเร็วในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่าง

องค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชนทั่วไปด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของพิชิต วิจิตรบุญยรักษ์ (สื่อสังคมออนไลน์สื่อสังคมออนไลน์แห่งอนาคต, Executive) ที่ว่าสื่อใหม่ คือ สื่อแห่งอนาคตที่มีการสื่อสารอันประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร ข้อมูล และผู้รับสาร ที่มีความต้องการ ข้อมูลที่มีความหลากหลาย และทันต่อเวลา มีการสื่อสารทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ส่วนใหญ่จะเป็นการสนทนาพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการมีการนำเสนอข้อมูลที่มีความหลากหลายมีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกันไป ตามแนวคิดของ สุรสิทธิ์ วิทย์ารัฐ เรื่องการใช้สื่อใหม่เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ที่มีการเน้นปฏิสัมพันธ์และความเพลิดเพลิน เป็นสื่อที่ใช้เพื่อสืบหาข้อมูล และเป็นสื่อเพื่อการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ร่วมกันรูปแบบการสื่อสารในเผยแพร่ข้อมูลมี เนื้อหาของสารที่นำเสนอที่เกี่ยวข้อกับภารกิจของหน่วยงานเป็นไปตามโครงสร้างองค์กร

แนวทางการสื่อสารของเพจ

เพจกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช เน้นการสื่อสารข้อมูลขององค์กรไปสู่กลุ่มเป้าหมาย คือ สมาชิกแฟนเพจ โดยเนื้อหาข้อมูลที่น่าสนใจจะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับภารกิจหน้าที่และเป้าหมายขององค์กร สอดคล้องต่อบทบาทของรัฐบาลในด้านการสร้างความรับรู้และเข้าใจต่อประชาชน ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่มีส่วนต่อการกำหนดเนื้อหาและช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชน

การสื่อสารของมูลของกรมอุทยานแห่งชาติฯ ผ่านเพจ เป็นการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ภารกิจการทำงานของกรมอุทยานแห่งชาติฯ และเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านวิจนะภาษาและอวิจนะภาษา ในรูปแบบของภาพ วิดีโอ บทความ กิจกรรม และการสนทนา สอดคล้องกับแนวคิดของพจน์ ใจชาญสุขกิจ (2553, หน้า 67 - 68) เกี่ยวกับการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอข้อมูลเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวขององค์กร ข้อมูลที่เกี่ยวกับกรมอุทยานแห่งชาติฯ นำมาสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และความมั่นใจเกี่ยวกับการทำงานตามภารกิจเพื่อให้เกิดกายอมรับและความน่าเชื่อถือในสังคม

จากการศึกษารูปแบบการสื่อสารของเพจกรมอุทยานฯ มีแนวทางในการสื่อสารปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาการนำเสนอให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย มีการกำหนดความสม่ำเสมอในการนำเสนอเพื่อการเข้าถึงข้อมูลของประชาชน การนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน มีการประชาสัมพันธ์และมีการแสดงปฏิสัมพันธ์ร่วมกับสมาชิกแฟนเพจ แม้จะไม่ได้สนทนาทุกข้อความแต่มีการกดถูกใจทุกความคิดเห็น มีการกำหนดรูปแบบและขั้นตอนการสื่อสารที่ชัดเจน อีกทั้งภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเน้นการใช้ภาษาที่สุภาพ ทำให้เพจมีความ

น่าสนใจเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดการใช้เพจสื่อสารข้อมูลข่าวสารขององค์กร (รังสิตสารสนเทศ, 2557) ที่ระบุว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามการเติบโตของเทคโนโลยีสื่อสาร การสร้างการรับรู้ของแบรนด์ และการประชาสัมพันธ์ด้วยความที่เพชบุ๊กเป็นสื่อที่สามารถตอบโต้ได้ตลอดเวลา (Interactive Media) มีสื่อสารแบบสองทาง ส่งผลให้เกิดการรับรู้และความผูกพันระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภคได้ดี

การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ผ่านเพชบุ๊กเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

การสื่อสารผ่านเพจอย่างสม่ำเสมอและมีความต่อเนื่อง จะส่งผลให้ประชาชนรู้จักหน่วยงานมากขึ้น ทั้งจากการเห็นได้ขึ้นข้อความผ่านทางเพชบุ๊ก ซึ่งการที่ทำให้ผู้ติดตามเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์นั้น ต้องกระตุ้นให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายรู้จักองค์กรและให้การสนับสนุนในช่วยอนุรักษ์ สอดคล้องกับคริสต้า เนเฮอ (Krista Neher, 2014 p.48) ได้กล่าวว่า การวางแผนจะช่วยให้สามารถติดตามการเข้าถึงเนื้อหาได้ ส่งผลให้การสื่อสารนั้นเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

จากการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของสมาชิกแฟนเพจเพชบุ๊กของกรมอุทยานแห่งชาติฯ กับการมีส่วนร่วมหน้าเพจและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่านั้น สมาชิกแฟนเพจมีการตอบสนองที่ดีต่อรูปแบบการสื่อสาร โดยเฉพาะการนำเสนอประเด็นที่น่าสนใจเป็นทางด้านสัตว์ป่า ด้านที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก อาทิ ความสงสาร โกรธ คับแค้นใจ และประทับใจ การนำเสนอข้อมูลประเภทนี้จะช่วยให้การมีส่วนร่วมต่อเพจ คือการกดถูกใจ แสดงความคิดเห็น และส่งต่อข้อมูลจะเกิดขึ้นรวดเร็ว หากข้อมูลที่น่าสนใจสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น การนำไปใช้ต่อของสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าว หรือการสนใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังอุทยานแห่งชาตินอกจากนี้การส่งเสริมให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายรู้สึกที่ตนเองเป็นบุคคลสำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์ จะช่วยสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายในการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาด้านทรัพยากรฯ ทั้งการค้าขายสัตว์ป่าผิดกฎหมาย บุกรุกพื้นที่ป่าและร่วมแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ในด้านอนุรักษ์ซึ่งเป็นตัวชี้วัดให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ สอดคล้องกับอนุพันธ์ ภูพุกข์ (2553) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง ร่วมใช้ความคิด สร้างสรรค์ ความรู้ และความชำนาญ ร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสม สนับสนุนติดตามผลการ ปฏิบัติงานขององค์กร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เรียนรู้ร่วมกัน และร่วมรับผลประโยชน์บนความสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จากแนวคิดประกอบกับผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่อง แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ตามแผนภาพประกอบที่ 5 ดังนี้

แผนภาพแสดงผลการวิจัย เรื่อง แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า
ผ่านเฟซบุ๊กเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช



ภาพประกอบที่ 5 แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า ผ่านเฟซบุ๊กเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

ที่มา : อัจจิมา สัมภาษณ์ (2561)

ความคิดเห็นต่อรูปแบบการนำเสนอข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็น ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ฯ ที่มีต่อเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช นั้น สามารถอธิบายได้ว่ารูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย มีการเลือกเนื้อหาการนำเสนอตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมีเนื้อหาข้อมูลที่ชัดเจน ใช้ภาษาที่สื่อสารเข้าใจง่าย และมีบุคลิกภาพของเพจเป็นมิตรกับประชาชน และมีการรักษาคุณค่าในสิ่งที่เผยแพร่ออกไป จะยิ่งช่วยสนับสนุนให้เกิดกลุ่มสมาชิกที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ฯ เพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของศศิวิมล ชูแก้ว (2555) ที่กล่าวว่า การใช้รูปแบบการสื่อสารแบบกึ่งทางการในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสมาชิกที่ติดตามการพูดคุยใช้ลักษณะความสัมพันธ์แบบพี่น้องแสดงความเป็นมิตรซึ่งกันและกัน จะช่วยดึงดูดให้สมาชิกสนใจในเพจมากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารที่ชัดเจนในการเผยแพร่ข่าวสาร
2. ควรพัฒนาสมาชิกเพจผู้มีส่วนร่วมจัดตั้งเป็นกลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรฯ เนื่องจากรูปแบบของเพจเฟซบุ๊ก สามารถจัดตั้งเป็นกลุ่มเพื่อสร้างกิจกรรมร่วมกันต่อไปได้
3. ควรมีการทำเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้เพจ
4. ควรจัดสรรงบประมาณในการโปรโมท หรือโฆษณาที่มีล่วงหน้า เพื่อสร้างการเข้าถึงของกลุ่มประชาชนได้มากขึ้น
5. ควรพัฒนารูปแบบการสื่อสารไปยังสื่อออนไลน์ชนิดอื่นด้วย เช่น ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม และเว็บไซต์ของหน่วยงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการทำวิจัยเชิงสำรวจควบคู่ไปด้วย เพื่อขอบเขตการวิจัยจะมีข้อมูลน่าเชื่อถือได้ ข้อมูลที่สามารถนำประกอบการศึกษาให้ผลงานมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนาไปสู่การวางแผนการสื่อสารผ่านช่องทางเพจที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรเพิ่มขึ้น
2. การสื่อสารของกรมอุทยานแห่งชาติฯ มีการสื่อสารในหลายช่องทาง จึงควรศึกษาเรื่องการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่น หรือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางอื่น เช่น วิทยุ โทรทัศน์ วารสาร เพื่อนำข้อมูลมาประกอบเปรียบเทียบกัน