

(รายงานฉบับสมบูรณ์)

แนวทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ

ภายใต้บริบทของมหาอุทกภัยในประเทศไทย

Effective Methods of Communication with Stakeholders

during times of national flood crisis

โดย

อ.ดร.นรีนุช คำรงค์ชัย

โครงการวิจัยเพื่อขอรับเงินอุดหนุนงานวิจัยจากคณะภาษาและการสื่อสาร

ประจำปีงบประมาณ 2556

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของหัวข้อการวิจัย

แม้การพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจะมีขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว แต่การเกิดภาวะวิกฤติในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการระบาดของโรคติดต่อ อุบัติเหตุ การก่อวินาศภัย รวมถึงภัยพิบัติจากธรรมชาติก็ยังคงเป็นเรื่องที่ไม่สามารถควบคุมหรือหลีกเลี่ยงได้ ดังนั้นไม่เพียงแต่องค์กรเอกชนเท่านั้น แต่องค์กรภาครัฐก็จำเป็นต้องเตรียมความพร้อมล่วงหน้าในการรับมือกับภาวะวิกฤติอย่างเป็นระบบและมีแบบแผน ทั้งในด้านการพัฒนาโครงสร้างระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานต่างๆ การสร้างองค์ความรู้และการบริหารจัดการความเสี่ยง รวมถึงการพัฒนาระดับความสามารถในการสื่อสารในภาวะวิกฤติ ทั้งนี้เพราะการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมสามารถบรรเทาให้ระดับความเสียหายอันพึงเกิดจากภาวะวิกฤติลดน้อยลง อีกทั้งจะช่วยพยุงให้ประเทศ ในฐานะองค์การขนาดใหญ่องค์การหนึ่ง ผ่านพ้นจากภาวะวิกฤติ สามารถรักษาชื่อเสียง ภาพลักษณ์ รวมถึงความเชื่อมั่นของสาธารณชน อันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ประเทศเดินหน้าต่อไปได้อย่างราบรื่น

อย่างไรก็ตาม บทบาทของภาครัฐในการรับมือกับมหาอุทกภัยในช่วงปลายปี 2554 เป็นสิ่งหนึ่ง que แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าศักยภาพในการรับมือกับภาวะวิกฤติของภาครัฐ ยังจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอีกหลายด้าน ทั้งด้านการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพให้เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศของประเทศไทย การพัฒนาระบบการให้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาระบบการปฏิบัติงานที่สามารถบูรณาการทุกส่วนฝ่ายได้อย่างแท้จริง การเสริมสร้างองค์ความรู้เพื่อสร้างความพร้อมต่อภาวะวิกฤติในรูปแบบต่างๆ ให้กับประชาชน เป็นต้น อีกสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าปัจจัยอื่นๆ ก็คือ การให้ความสำคัญกับรูปแบบและแนวทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของประเทศในฐานะองค์การใหญ่องค์การหนึ่ง อันจะนำไปสู่เสถียรภาพและความมั่นคงทั้งในและนอกประเทศ ทั้งนี้การสื่อสารในภาวะวิกฤติที่มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีการวางแผนและเตรียมความพร้อมในประเด็นที่เกี่ยวกับการสื่อสารทุกด้าน ทั้งสื่อ สาร ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร โดยต้องมีการดำเนินการอย่างครบวงจร ทั้งในช่วงก่อนเกิดเหตุการณ์ ระหว่างเกิดเหตุการณ์ และหลังจากที่เหตุการณ์จบสิ้นลงแล้ว สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และจำเป็นต้องมีกลุ่มผู้รับผิดชอบโดยตรงเพื่อให้การดำเนินการในทุกขั้นตอนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้จัดทำขึ้นโดยมีจุดประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาความต้องการของสาธารณะที่มีต่อภาครัฐ ในประเด็นด้านการสื่อสารเมื่อเกิดภาวะวิกฤต อุทกภัย
2. ศึกษาหารูปแบบและแนวทางการสื่อสารที่เหมาะสม เพื่อใช้สื่อสารในยามที่เกิดภาวะวิกฤต อุทกภัย สำหรับเป็นแนวทางในการสื่อสารในภาวะวิกฤตที่มีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้การควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ในภาวะวิกฤตเป็นไปได้อย่างราบรื่นขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งทำการศึกษาเพื่อหาแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤตอันเกิดจากภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นบ่อยที่สุดในประเทศไทย ได้แก่ปัญหาอุทกภัยร้ายแรง ซึ่งส่งผลให้เกิดเป็นภาวะวิกฤตในระดับชาติ กระทบทั้งระบบเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมโดยรวม ทั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจ และความต้องการในการรับทราบข้อมูล ตลอดจนพฤติกรรมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในกรณีที่เกิดภาวะวิกฤตอุทกภัย ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเพียงกลุ่มเดียว แต่จะไม่ครอบคลุมไปถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อาศัยอยู่นอกเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครแต่อย่างใด นอกจากนี้จะมุ่งศึกษาแต่เพียงแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤตสำหรับภาครัฐ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาระดับความสามารถในการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดในภาวะวิกฤตอุทกภัย แต่ไม่ได้ครอบคลุมไปถึงแนวทางในการสื่อสารของภาคเอกชนแต่อย่างใด

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อที่จะดำเนินการทำการวิจัยขั้นนี้ให้ลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเนื้อหาทั้งทางด้านทฤษฎี แนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยจากแหล่งข้อมูลต่างๆ โดยได้จำแนกประเภทของเนื้อหาออกเป็น ประเด็นหลักๆ ดังต่อไปนี้

แนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤต

การสื่อสารในภาวะวิกฤต คือแนวทางการสื่อสารที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาเพื่อจุดประสงค์ในการ ปกป้องบุคคล บริษัท หรือองค์กร เมื่อต้องรับมือกับภาวะวิกฤตต่างๆ อันส่งผลโดยตรงต่อชื่อเสียงและ ภาพลักษณ์ของบุคคลหรือองค์กรนั้นๆ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤตมักพยายามแสดงให้เห็นว่าชื่อเสียงขององค์กรเปรียบเสมือนทรัพย์สินที่มีค่ามากที่สุดชิ้นหนึ่ง และมองว่าภาวะวิกฤตของ องค์กร (Organizational crisis) คือเหตุการณ์เฉพาะที่ไม่คาดคิด และไม่ได้เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอซึ่ง ก่อให้เกิดความไม่แน่นอนสูง อีกทั้งยังให้ทั้งโอกาสและผลกระทบในแง่ลบกับเป้าหมายระดับสูงของ องค์กรในเวลาเดียวกัน (Ulmer et.al. 2011: 7) ดังนั้นเมื่อเกิดเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งขึ้น ซึ่งมี โอกาสที่จะส่งผลต่อชื่อเสียง องค์กรจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการปกป้องชื่อเสียงขององค์กร เป็นลำดับแรก เพราะเมื่อเกิดภาวะวิกฤตขึ้น สื่อมวลชนมักประโคมข่าวอย่างรวดเร็วจนทำให้องค์กรไม่ สามารถตอบสนองต่อภาวะวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นหากต้องการรักษาชื่อเสียง องค์กร จำเป็นต้องมีการเตรียมการล่วงหน้าและรับมือกับภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นด้วยความมั่นใจ ซึ่งหลายองค์กร จึงให้ความสำคัญกับการว่าจ้างผู้มีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อเตรียมความพร้อม ให้กับองค์กร และนำพาองค์กรให้รอดพ้นเมื่อเกิดภาวะวิกฤตขึ้น

ลักษณะเด่นของการสื่อสารในภาวะวิกฤตได้แก่ สารที่ส่งเน้นสภาพในปัจจุบัน หรือเหตุการณ์ เฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งเกี่ยวเนื่องกับสาเหตุการเกิดเหตุการณ์นั้นๆ ความกะทันหัน ระดับความ รุนแรง ระยะเวลา วิธีการควบคุมหรือแก้ไข ความรับผิดชอบ รวมถึงผลกระทบจากสิ่งที่เกิดขึ้น โดยมี จุดประสงค์เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องผ่านสื่อต่างๆ เช่นการแพร่ภาพผ่านสื่อมวลชนผ่านระบบ การเตือนภัย การจัดแถลงข่าว หรือผ่านทางเว็บไซต์ ดังนั้นการดำเนินการจึงเน้นไปที่ตัวผู้รับสารและ การตอบสนองสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดหมายเป็นหลัก ซึ่งภาวะที่เกิดขึ้นนี้ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อย และมีความเป็นเฉพาะกิจสูงและเป็นเพียงแนวทางการสื่อสารที่เน้นการรับมือกับสถานการณ์เฉพาะหน้า

ในระยะสั้นทำให้มีเวลาในการเตรียมน้อยกว่าในสถานการณ์ปกติ และจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับสถานการณ์ทั้งหมด ทั้งที่ทราบแล้วและยังไม่ทราบ ทั้งนี้ผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบโดยตรงกับแนวทางการสื่อสารประเภทนี้นอกเหนือจากผู้จัดการเหตุการณ์ และผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้บริหารยังต้องมีความรู้ความเข้าใจต่อแนวทางนี้เป็นอย่างดีอีกด้วย ทั้งนี้ก็เพราะหากสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจตั้งแต่ทั้งในระดับบุคคล ไปจนถึงระดับชุมชนและภูมิภาคได้อีกด้วย (Reynolds and Seeger 2005: 48)

การสื่อสารในภาวะวิกฤตอาจดูเหมือนให้ความสำคัญเพียงรูปแบบและแนวทางการสื่อสารในระหว่างที่เกิดปัญหาเพื่อลดความเสียหายทั้งด้านชีวิต ทรัพย์สิน และชื่อเสียงขององค์กร แต่ในความเป็นจริงหลักการสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดนั้น มุ่งเน้นการรับมือกับภาวะวิกฤตโดยแบ่งแนวปฏิบัติออกเป็น 3 ช่วง (Coombs 2012: 10-12, Fearn-Banks 2002, Telg 2010) โดยแต่ละช่วงมีความสำคัญเท่าเทียมกัน ได้แก่

- **ช่วงก่อนเกิดเหตุ** ค้นหาสัญญาณของการเกิดภาวะวิกฤต หาแนวทางป้องกันโดยจินตนาการถึงสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุดร่วมกับสมาชิกอื่น รวมถึงการเตรียมรับมือกับภาวะวิกฤตที่ไม่สามารถป้องกันได้โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต เพื่อสร้างแผนการสื่อสารซึ่งคำนึงและพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ เช่น การออกแบบสารและสื่อที่ต้องการจะถ่ายทอด การวิเคราะห์ผู้รับสาร ผู้ทำหน้าที่เป็นโฆษก เป็นต้น
- **ช่วงเกิดเหตุ** หมายรวมถึงตั้งแต่เริ่มเกิดเหตุจนสิ้นสุดการเกิดเหตุ โดยสิ่งสำคัญสิ่งแรกได้แก่ นักสื่อสารต้องตระหนักถึงภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น ทำความเข้าใจกับสถานการณ์ และเก็บข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้นๆ สิ่งสำคัญประการที่สองคือ ต้องพยายามควบคุมสถานการณ์ โดยการให้ข้อมูลและแนวทางสำคัญที่จำเป็นต้องให้กับสาธารณชนอย่างรวดเร็ว เน้นการรับมือกับภาวะวิกฤตขององค์กรหลังจากที่เกิดเหตุขึ้นโดยทันที พัฒนาข้อความเพื่อสื่อสารโดยต้องเป็นข้อความที่กระชับ เข้าใจง่าย และถูกถ่ายทอดออกมาหลายครั้ง โดยคนๆ เดียว ซึ่งเนื้อหาหลักคือการอธิบายว่า องค์กรจริงจังกับการแก้ไขปัญหาเพียงใด และกำลังดำเนินการอย่างไร เตรียมรับมือกับคำถามในแง่ลบ และควบคุมอารมณ์ให้ได้ พยายามเป็นผู้ควบคุมการให้ข้อมูลที่สำคัญทั้งหมดและให้แต่ข้อมูลที่เชื่อถือได้จริง ผ่านการรายงานหรือแถลงการณ์ที่มีกำหนดการชัดเจน พยายามรักษาสัมพันธ์ภาพอันดีกับสื่อมวลชนโดยให้ข้อมูลข้อเท็จจริงอย่างเท่าเทียมกันและตรงเวลา หากจำเป็นต้องนำเสนอข่าวร้าย ควรนำเสนอในคราวเดียว และในกรณีที่มีข่าวลือ หรือการแสดงความคิดเห็นในแง่ต่างๆ ให้ระบุให้ชัดเจนว่าข้อมูลเหล่านั้นเป็นเพียงข่าวลือ เพื่อแยกแยะระหว่างข่าวลือกับข้อเท็จจริง โดยไม่นำข่าวลือ สมมุติฐาน หรือความคิดเห็นใดๆ มากล่าวถึงซ้ำหาแนวทางการสื่อสารเพื่อรักษาภาพลักษณ์ขององค์กร การสร้างแผนฉุกเฉิน และการแสดง

ความรับผิดชอบ ซึ่งสิ่งที่สำคัญที่สุดในช่วงนี้ก็คือการสื่อสารกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างมีประสิทธิภาพผ่านคำพูดและการกระทำที่จริงจัง รวมถึงทำการเก็บข้อมูลการออกสื่อไว้เพื่อประเมินผลการดำเนินการภายหลัง

- **ช่วงหลังเกิดเหตุ** คือการประเมินสาเหตุการเกิดภาวะวิกฤต แนวทางการจัดการกับภาวะวิกฤต เรียนรู้จากประสบการณ์ที่เกิดขึ้น อีกทั้งสื่อสารกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนารูปแบบการเตรียมรับมือกับภาวะวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นอีกในอนาคต และให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายยังคงมีความเชื่อถือในองค์กรต่อไป อีกทั้งเพื่อตรวจสอบว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นสิ้นสุดลงอย่างแท้จริงแล้ว

ทั้งนี้หลักการสำคัญ 4 ประการในการสื่อสารในภาวะวิกฤต (Anthonissen 2008: 14-18) ได้แก่

1. ต้องคำนึงและประเมินถึงสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์เหล่านั้น
2. ต้องไม่ปล่อยให้เวลาสูญเสียไปโดยเปล่าประโยชน์ โดยดำเนินการรับมือและรับผิดชอบต่อปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเร่งด่วนทันที
3. ต้องแสดงให้เห็นว่าองค์กรให้ความสำคัญและใส่ใจกับปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างจริงจังผ่านท่าทีที่ชัดเจนของผู้บริหารระดับสูง
4. ต้องแก้ไขปัญหาและควบคุมสถานการณ์ให้ได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งพยายามสื่อสารข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องให้สาธารณชนได้รับทราบให้ได้เร็วที่สุดอย่างมีศักยภาพและประสิทธิภาพ

ในขณะเดียวกัน คณะทำงานด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤตต้องไม่คาดหวังว่าสถานการณ์ต่างๆ จะคลี่คลายลงได้เอง ไม่ลืมนึกถึงความจริงว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมักจดจำสิ่งที่องค์กรสื่อสารกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องระหว่างการเกิดสถานการณ์มากกว่าจะจดจำสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่เพิกเฉยต่อการให้ข้อมูลแก่สื่อมวลชนและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ต้องได้รับข้อมูล ต้องยึดติดกับสารและดำเนินการต่างๆ ให้รวดเร็วเท่าที่จะทำได้ โดยต้องเชื่อมั่นในสารที่ถ่ายทอดออกไป และพยายามให้มีผู้ส่งสารหลักเพียงผู้เดียวเพื่อหลีกเลี่ยงการส่งสารที่ไม่ถูกต้องหรือไม่เหมาะสมออกสู่สาธารณะ ไม่มองข้ามการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร และควรเตรียมคาดการณ์แนวทางการรับมือที่มีประสิทธิภาพและเตรียมพร้อมรับมือกับปฏิกิริยาที่อาจเกิดขึ้น อีกทั้งไม่มองข้ามบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะฝ่ายสนับสนุนการถ่ายทอดสารสู่สาธารณชนเมื่ออยู่ในภาวะวิกฤต (Zaremba 2010: 126-129)

จากหลักการสำคัญต่างๆ ของแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤตดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นว่าการเตรียมตัวให้พร้อมล่วงหน้าก่อนที่จะเกิดเหตุการณ์วิกฤต ถือเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อให้การ

ดำเนินการตอบโต้ แก้ไข หรือควบคุมสถานการณ์ต่างๆ เป็นไปได้อย่างรวดเร็วและทันท่วงที อันจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สาธารณะมองเห็นว่า องค์กรให้ความสำคัญและใส่ใจกับปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง

ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับการสื่อสารในภาวะวิกฤต

มีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนหลายประการต่อแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤต ซึ่งความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนนี้อาจนำไปสู่การสื่อสารที่ขาดประสิทธิภาพเมื่อเกิดภาวะวิกฤตขึ้น ดังนั้นการทำความเข้าใจต่อแนวทางนี้อย่างถูกต้องจึงเป็นสิ่งแรกที่ควรให้ความสำคัญ โดยจำเป็นต้องมีความเข้าใจเบื้องต้นว่า แนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤตไม่ได้เป็นแค่เพียงการประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารมวลชนเพียงอย่างเดียว และไม่ได้เป็นเพียงแนวทางการจัดการการสื่อสารที่เกิดขึ้นในขณะที่เกิดภาวะวิกฤตเท่านั้น แต่จำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างระบบต่างๆ ตั้งแต่ก่อนเกิดสถานการณ์รวมถึงการประเมินผลการสื่อสารหลังเกิดสถานการณ์อีกด้วย ทั้งนี้ประเด็นความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนสามารถสรุปออกได้เป็น 5 ประเด็นดังต่อไปนี้ (Zaremba 2010:24-30)

- ความเข้าใจว่าการสื่อสารในภาวะวิกฤตเป็น**แนวทางการสื่อสารในเชิงรับ**เมื่อเกิดภาวะวิกฤตแล้วเท่านั้น แต่ในความเป็นจริง การสื่อสารในภาวะวิกฤตที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จำเป็นต้องเป็นการสื่อสารในเชิงรุกที่มีการวางแผนล่วงหน้าอย่างจริงจัง และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ก่อนเกิดภาวะวิกฤต เป็นต้นว่าการติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีอยู่ตลอดเวลา อันจะนำไปสู่การรักษาความน่าเชื่อถือต่อองค์กรแม้ในสภาวะวิกฤตก็ตาม
- ความเข้าใจว่าการสื่อสารในภาวะวิกฤตคือ**การสื่อสารมวลชน** ดังนั้นกิจกรรมหลักของการสื่อสารในภาวะวิกฤตคือการประสานงานกับสื่อมวลชน แม้ว่าสื่อมวลชน เช่นวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ตลอดจนอินเทอร์เน็ต ถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญกลุ่มหนึ่งในการสื่อสารในภาวะวิกฤต แต่อย่างไรก็ตามก็ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นเพียงกลุ่มเดียวเดียว หรือเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญที่สุดสำหรับสื่อสารในภาวะวิกฤต ในขณะที่หลายองค์กรกลับให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนมากที่สุด ทั้งๆ ที่ในอีกหลายสถานการณ์นั้นชุมชน รวมถึงพนักงานของบริษัท อาจเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (stakeholder) ที่สำคัญที่สุด เมื่อมีความเข้าใจว่าการสื่อสารในภาวะวิกฤตคือ**การสื่อสารมวลชน** จะทำให้องค์กรมีแนวโน้มที่จะเกิดความผิดพลาดสองประการ ประการแรกคือทำให้องค์กรมุ่งเน้นแนวทางการประชาสัมพันธ์ หรือสื่อสารกับสื่อมวลชนจนมองข้ามความพยายามในการติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ ซึ่งอาจมีความสำคัญมากกว่าไปได้ อีกประการหนึ่งคือทำให้องค์กรไม่ประเมินสถานการณ์นั้นว่าเป็นภาวะวิกฤต จนกว่าสื่อมวลชนจะเข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งมักทำให้สถานการณ์รุนแรงและยากจะแก้ไขแล้ว

- ความเข้าใจว่าการสื่อสารในภาวะวิกฤตคือการบิดเบือนข้อมูลจากสถานการณ์ในเชิงลบให้กลายเป็นสถานการณ์ในเชิงบวก แต่ในความเป็นจริงนั้น การบิดเบือนข้อมูลถือเป็นการผิดจริยธรรม และจะยิ่งทำให้การบริหารจัดการภาวะวิกฤตนั้นเป็นไปได้ยากลำบากมากยิ่งขึ้นอีกด้วย
- ความเข้าใจว่าการสื่อสารในภาวะวิกฤตคือการประชาสัมพันธ์ บางกลุ่มมองว่าการสื่อสารในภาวะวิกฤตคือการประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนได้รับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่นักการสื่อสารในภาวะวิกฤตจำเป็นต้องตระหนักว่าเมื่อเกิดภาวะวิกฤตขึ้น องค์กรจำเป็นต้องทำการสื่อสารทั้งกับบุคคลภายนอกองค์กร และไม่ลืมที่จะให้ความสำคัญกับบุคคลภายในองค์กรไม่แพ้กันด้วย
- ความเข้าใจว่าการสื่อสารในภาวะวิกฤตเป็นการสื่อสารทางเดียว ซึ่งในความเป็นจริงนั้นการสื่อสารมิได้เสร็จสิ้นลงเมื่อสิ้นสุดการส่งสารถึงผู้รับเท่านั้น แต่ผู้รับสารมักมีความต้องการหรือความจำเป็นในการสื่อสารกลับมายังผู้ส่งสารด้วยเช่นเดียวกัน

อุทกภัยในประเทศไทย พ.ศ. 2554

อุทกภัยครั้งนี้ได้รับการกล่าวขานว่าเป็น "อุทกภัยครั้งร้ายแรงที่สุดทั้งในแง่ของปริมาณน้ำและจำนวนผู้ได้รับผลกระทบ" เกิดขึ้นในช่วงระหว่างฤดูมรสุมในประเทศไทย และเป็นช่วงเวลาที่ยืนยงลักษณะ ชินวัตร ได้เข้ารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรีเพียงไม่นาน โดยผลกระทบหนักที่สุดอยู่ที่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา รวมไปถึงที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง เหตุการณ์กินเวลาตั้งแต่ปลายเดือนกรกฎาคมและสืบเนื่องถึงปลายปี อุทกภัยดังกล่าวทำให้พื้นดินกว่า 150 ล้านไร่ (6 ล้านเฮกตาร์) ซึ่งในจำนวนนี้เป็นทั้งพื้นที่เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมใน 63 จังหวัด 641 อำเภอ ตั้งแต่จังหวัดเชียงใหม่ สุโขทัย ตาก พิษณุโลก กำแพงเพชร ทางภาคเหนือ ไปจนถึง พิจิตร นครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท ลพบุรี สระบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง สุพรรณบุรี ปทุมธานี นครนายก นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา นครปฐม สมุทรสาคร ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ ปราจีนบุรี กรุงเทพมหานคร ในที่ราบลุ่มภาคกลาง ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี กาฬสินธุ์ นครราชสีมา ในบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง โดยพื้นที่ประสบอุทกภัยและมีการประกาศเป็นพื้นที่ประสบภัยพิบัติกรณีฉุกเฉินตั้งแต่ปลายเดือนกรกฎาคม 2554 รวมทั้งสิ้น 64 จังหวัด มีรายงานผู้เสียชีวิต 562 ราย สูญหาย 2 ราย (กระทรวงมหาดไทย 2554) มีผู้ได้รับผลกระทบ 2.9 ล้านครัวเรือน หรือกว่า 9.5 ล้านคน (ศูนย์ข้อมูลเพื่อการช่วยเหลือผู้ประสบภัย 2554) โดยได้รับการประเมินความเสียหายอยู่ที่ 156, 700 ล้านบาท ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวม 2.31 แสนล้านบาท

นอกจากชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนแล้ว อุทกภัยในครั้งนี่ยังความเสียหายให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยพบว่าสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบ อีกทั้งเครื่องมือเครื่องจักร อุปกรณ์

การเกษตรได้รับความเสียหายเป็นจำนวนมากซึ่งกระทบต่อราคาข้าวในระดับโลกโดยรวม นิคมอุตสาหกรรมหลายแห่งได้รับผลกระทบหนัก เป็นผลให้เกิดความขัดข้องในการผลิตและความขาดแคลน ปัจจัยป้อนโรงงานทั่วโลก ร้านค้าหลายร้านไม่สามารถผลิตวัตถุดิบหรือขนส่งผลิตภัณฑ์ทันต่อความต้องการต่อผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคกักตุนสินค้าและการขนส่งเป็นไปอย่างยากลำบาก รวมถึงโรงงานไม่สามารถผลิตวัตถุดิบได้ ทำให้ราคาสินค้าหลายประเภทสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว เส้นทางคมนาคมขนส่งถูกตัดขาด นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนลดลง อีกทั้งสถานศึกษาหลายแห่งทั่วประเทศจำเป็นต้องเลื่อนวันปิดเปิดภาคเรียนจากกำหนดเดิม นอกจากนี้อุทกภัยในครั้งนี้อย่างส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศอื่นอีกด้วย ซึ่งประเทศที่จะได้รับผลกระทบหนักประเทศหนึ่งก็คือประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้เพราะธุรกิจญี่ปุ่นหลายประเภทมีฐานการผลิตในประเทศไทยนั่นเอง

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินการรับมือกับอุทกภัยในครั้ง นี้ มักเกิดจากอุปสรรคด้านธรรมชาติ ปัญหาอาชญากรรมและการทำผิดกฎหมายอื่นๆ ทั้งการขึ้นราคาสินค้าอย่างไม่เป็นธรรม การทะเลาะเบาะแว้งและไม่ร่วมมือกับทางราชการ รวมถึงการต่อต้านเจ้าหน้าที่ของรัฐ เช่น การทำลายทางกั้นน้ำ การประท้วง ปัญหาโรคที่มากับน้ำและสัตว์ พืชผลทางเกษตรกรรมเสียหาย ส่งผลให้ราคาสินค้าทางการเกษตรรวมถึงเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงปัญหาสิ่งปฏิกูลที่มากับอุทกภัยจำนวนมาก ปัญหาเหล่านี้ล้วนทำให้เกิดปัญหาซ้อนปัญหาและทำให้การทำงานของทุกภาคส่วนประสบอุปสรรคมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ความไม่สงบเรียบร้อยเกิดขึ้นเนื่องจาก

1. ความทุกข์ของประชาชนที่อยู่กับปัญหาอุทกภัยหรือความไม่ต้องการประสบกับอุทกภัย
2. ความกลัวที่จะไม่ได้รับการแก้ไขปัญหาทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
3. ผลประโยชน์ทางการเมือง
4. การเอาเปรียบในหมู่ประชาชนด้วยกันเช่นการขโมยของและการฉวยโอกาสต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนหรือของกลุ่มนั้น ๆ

โดยอาจแบ่งได้ทางนิตินัยเป็นความไม่สงบเรียบร้อยที่อยู่ภายใต้กฎหมายอาทิเช่น การเรียกร้องให้ผู้ว่าราชการจังหวัด หรือหน่วยงานของรัฐสนใจในการแก้ปัญหาของประชาชน กับความไม่สงบเรียบร้อยที่ผิดกฎหมายเช่นการชุมนุมปิดถนน (มติชนออนไลน์ 2554) ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างประชาชนเป็นอย่างมากได้แก่การใช้พื้ที่กั้นน้ำท่วมซึ่งส่งผลให้เกิดความขัดแย้งหลายครั้งระหว่างประชาชนที่อาศัยอยู่ในฝั่งที่ถูกน้ำท่วมกับฝั่งที่ไม่ได้ถูกน้ำท่วม โดยบางครั้งส่งผลให้เกิดการเผชิญหน้ากันด้วยอาวุธ

รัฐบาลได้ให้ความช่วยเหลือประชาชนผู้ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยโดยได้จัดที่พักชั่วคราวที่สนามกีฬา มหาวิทยาลัย โรงเรียน และอาคารรัฐบาลต่าง ๆ โดยปฏิบัติการเฝ้าตรวจและบรรเทา

ธารณภัยอุทกภัยแบบรวมศูนย์เริ่มขึ้นในกลางเดือนสิงหาคม โดยนายกรัฐมนตรี ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ได้เดินทางเยี่ยมจังหวัดที่ประสบอุทกภัย และมอบหมายให้สมาชิกคณะรัฐมนตรีและสมาชิกรัฐสภาเยี่ยมราษฎรที่ได้รับผลกระทบ โดยสัญญาจะสนับสนุนองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น มีการจัดตั้งศูนย์สนับสนุนการอำนวยความสะดวกการบริหารสถานการณ์ อุทกภัย วาตภัย และดินโคลนถล่ม (ศอส.) ถูกจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม ภายใต้กำกับของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กระทรวงมหาดไทย เพื่อประสานงานความพยายามเตือนภัยและบรรเทาภัยพิบัติ และเมื่อสถานการณ์ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นจึงได้มีการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย หรือ ศปภ. ขึ้นในวันที่ 8 ตุลาคม 2554 อย่างไรก็ตาม การปฏิบัติงานในภาพรวมของศูนย์ปฏิบัติการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย ก็ยังไม่ได้รับความพึงพอใจจากประชาชนเท่าที่ควร

การสื่อสารในภาวะวิกฤตในภาครัฐไทย

แนวทางการสื่อสารของภาครัฐในประเด็นเกี่ยวกับภาวะวิกฤตอุทกภัยในปี 2554 นั้นมีประเด็นปัญหาและข้อบกพร่องสำคัญ 2 ประเด็นได้แก่ **ประเด็นด้านความน่าเชื่อถือ** ทั้งด้านการให้ข้อมูล การเข้าให้ความช่วยเหลือ การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และ**ประเด็นด้านความโปร่งใส**ในการปฏิบัติงาน ทั้งด้านความเป็นธรรมในการให้ความช่วยเหลือ การบริหารจัดการเงินบริจาค การเลือกข้างทางการเมือง เป็นต้น (นรินุช 2555ก) ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการบริหารจัดการกับภาวะวิกฤตในประเทศไทยยังไม่มี การให้ความสำคัญครอบคลุมไปถึงประเด็นด้านการสื่อสารเท่าที่ควร หรือยังมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับรูปแบบและแนวทางในการสื่อสารในภาวะวิกฤตอยู่หลายประการ (นรินุช 2555ก, นรินุช 2555ข) อย่างไรก็ตามเหตุการณ์อุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 เป็นเครื่องพิสูจน์ว่า แนวทางการดำเนินงานในภาวะวิกฤตที่ขาดการเตรียมพร้อมและความรู้ความเข้าใจในหลักการสื่อสารในภาวะวิกฤตนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของภาครัฐ ตลอดจนความมั่นใจของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการของภาครัฐ อันส่งผลสืบเนื่องต่อความเป็นธรรมาภิบาลของรัฐบาลอีกด้วย (นรินุช 2555ก) และเนื่องจากภาวะวิกฤตเป็นภาวะที่เกิดขึ้นกับทุกองค์การได้ทุกเมื่อ ดังนั้นสิ่งสำคัญที่สุดคือการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารในภาวะวิกฤต รวมถึงการสื่อสารความเสี่ยงสำหรับเตรียมพร้อมรับมือกับภาวะวิกฤต ทั้งด้านการวางแผนการสื่อสาร การวิเคราะห์ผู้รับสาร การพัฒนาโฆษก เพื่อพร้อมที่จะรับมือกับภาวะวิกฤตในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างทันท่วงที

นอกจากนี้ การสำรวจความพร้อมต่อแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤตของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย พบว่าหน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญของการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับภาวะวิกฤต และมองว่าการสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการรับมือกับภาวะวิกฤตปัจจัยหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ระดับความพร้อมต่อแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤตของหน่วยงานภาครัฐโดยรวม ยังมีอยู่ไม่สูงนัก และจำเป็นต้องสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ทั้งในด้านความเข้าใจต่อความหมายของ

คำว่า “ภาวะวิกฤต” และความเข้าใจต่อแนวทางตลอดจนรูปแบบการสื่อสารในภาวะวิกฤตที่ถูกต้อง และชัดเจนต่อไป (นรินุช ดำรงชัย 2555ข) ทั้งนี้เพราะหากพิจารณาอย่างลึกซึ้งแล้ว จะเห็นได้ว่า หากมี รูปแบบการสื่อสารในภาวะวิกฤตที่ถูกต้อง ชัดเจน และเหมาะสม จะสามารถเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ ประเด็นปัญหาและข้อข้องใจต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นมีลดน้อยลงและสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ รัฐบาลได้อีกด้วย ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาที่ต่อยอดจากงานวิจัยที่ผ่านมา โดยจะมุ่งเน้น ในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาและแนวทางที่เป็นรูปธรรม เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการเตรียมความ พร้อมของภาครัฐต่ออุทกภัยที่อาจเกิดขึ้นอีกในอนาคตให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการและแนวทางการทำการวิจัย เพื่อให้ได้ผลที่ถูกต้องและครอบคลุมสำหรับการศึกษาใน ครั้งนี้เป็นดังต่อไปนี้

- 1) **การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ:** การวิจัยในครั้งนี้ จะเริ่มจากการศึกษาและวิเคราะห์บทความเชิง วิชาการ ตลอดจนข้อมูลสำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ ศึกษาต่อไป ทั้งนี้จะมุ่งศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัญหาอุทกภัยในปี 2554 โดยรวม ถึงประเด็นเกี่ยวกับแนวทางการสื่อสาร และความพึงพอใจของสาธารณชนที่มีต่อการสื่อสารของ ภาครัฐในระหว่างที่เกิดวิกฤตอุทกภัย รวมถึงประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบของสื่อประเภทต่างๆ ที่ ได้รับความนิยมในระหว่างที่เกิดมหาอุทกภัยในปี 2554
- 2) **การแจกแบบสอบถาม:** หลังจากทำการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิแล้ว จะทำการแจก แบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม โดยในแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยคำถาม ปลายเปิด และคำถามปลายปิด โดยมีประเด็นที่คำถามหลักที่จะระบุในแบบสอบถามได้แก่ ก.) หัวข้อที่มีความสนใจหากเกิดภาวะมหาอุทกภัยขึ้น ข.) ข้อมูลที่ต้องรับรู้จากภาครัฐหากเกิด ภาวะมหาอุทกภัยขึ้น ค.) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ได้รับความเชื่อถือ ง.) สื่อที่นิยมบริโภคและเหตุผลใน การบริโภคสื่ออื่นๆ
- 3) **การสัมภาษณ์:** หากข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมีไม่เพียงพอกับการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ ผลการวิจัยที่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล ในเชิงลึก โดยรูปแบบการสัมภาษณ์จะเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่กลุ่มที่คาดว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน กรณีที่เกิดมหาอุทกภัยขึ้นในกรุงเทพมหานคร โดยสามารถจำแนกเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักดังนี้

(ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน)

- **พนักงานของรัฐ** ทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการอุทกภัย และผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง

(ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก)

- **ประชาชนทั่วไป** ซึ่งหมายรวมถึง ผู้ประกอบวิชาชีพสาขาต่างๆ นักเรียนนักศึกษา ผู้ป่วย คนชรา คนพิการ
- **ผู้ประกอบการชาวไทย** ได้แก่ผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจประเภทต่างๆ ทั้งขนาดใหญ่ และขนาดเล็ก ที่เป็นชาวไทย และพนักงานในบริษัททั้งหมดก็เป็นชาวไทย
- **ชาวต่างชาติ** ได้แก่ ผู้ประกอบการชาวต่างชาติ หรือผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับชาวต่างชาติ ชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดจะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น ไม่รวมถึงกลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อื่น นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร

ระยะเวลาในการทำวิจัย 6 เดือน ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2555 ถึงเดือนพฤษภาคม 2556

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่องานวิจัยชิ้นนี้ได้ดำเนินการจนเสร็จสิ้นแล้ว จะเกิดประโยชน์ดังต่อไปนี้

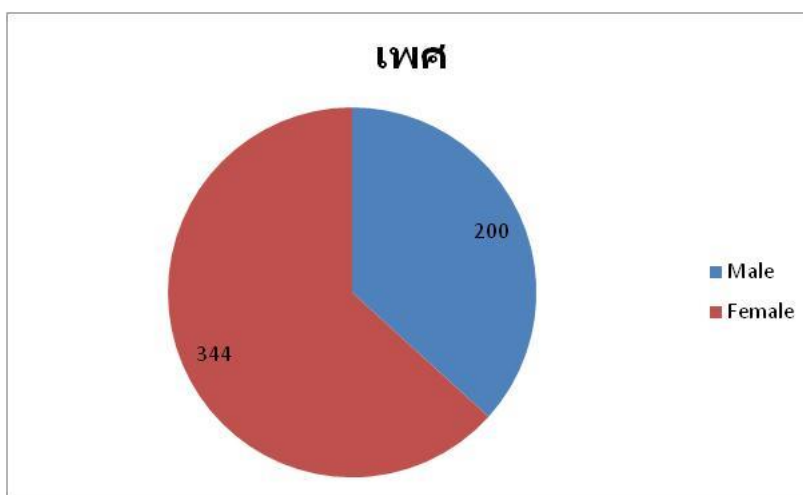
1. จะเป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤตที่มีประสิทธิภาพของภาครัฐ เมื่อเกิดวิกฤตอุทกภัยขึ้น อันจะนำไปสู่การบริหารจัดการภาวะวิกฤตที่มีประสิทธิภาพต่อไป
2. จะเป็นประโยชน์ทางด้านวิชาการทางสังคมศาสตร์ และการสื่อสารอื่นๆ ต่อไปในอนาคต
3. สามารถบูรณาการผลการวิจัยที่ได้ เข้ากับหลักสูตรการเรียนการสอนเกี่ยวกับการสื่อสารในภาวะวิกฤต
4. สามารถนำเสนอให้กับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤตต่อไป

บทที่ 4 ผลการวิจัย

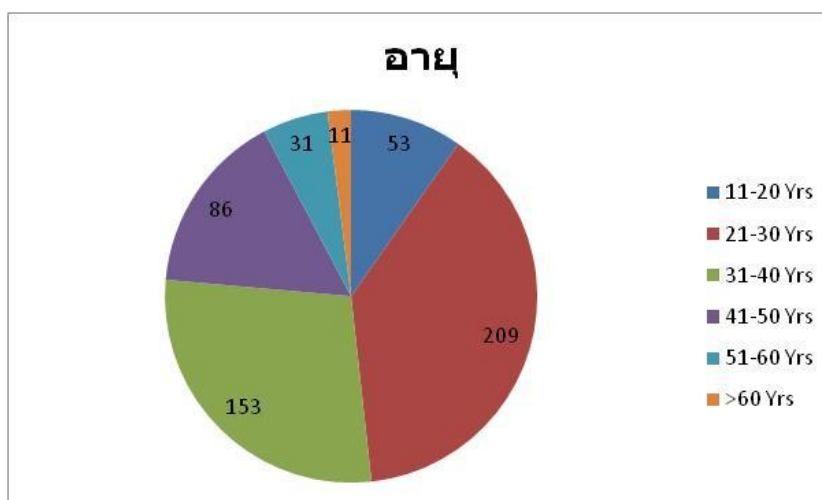
จากการทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่างตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม 2555 ถึงเดือน พฤษภาคม 2556 ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมายในบริเวณกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ไปเป็นจำนวนทั้งสิ้น 800 ฉบับ แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 622 ราย โดยเป็นแบบสอบถามที่ไม่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ 78 ฉบับ จึงมีแบบสอบถามที่สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพียง 544 ฉบับ โดยผลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด คิดเป็นเพศชาย 200 ราย และเพศหญิง 344 ราย โดยช่วงอายุของกลุ่มผู้ตอบ มีความหลากหลายตั้งแต่กลุ่มประชากรที่มีอายุ 11-20 ปี ไปจนถึงกลุ่มประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป แต่ช่วงอายุของกลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดจะอยู่ที่กลุ่มประชากรอายุ 21-30 ปี โดยรายละเอียดเกี่ยวกับเพศ และอายุของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นไปดังที่แสดงในแผนภูมิที่ 1 และ แผนภูมิที่ 2 นี้

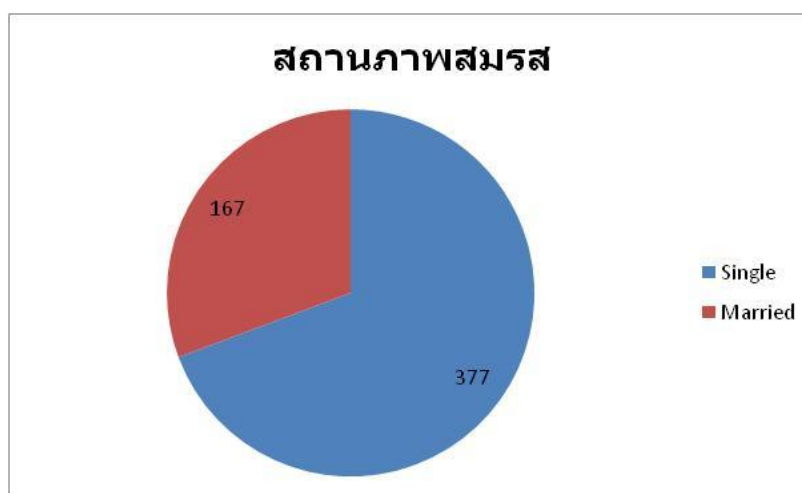


แผนภูมิ 1 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม



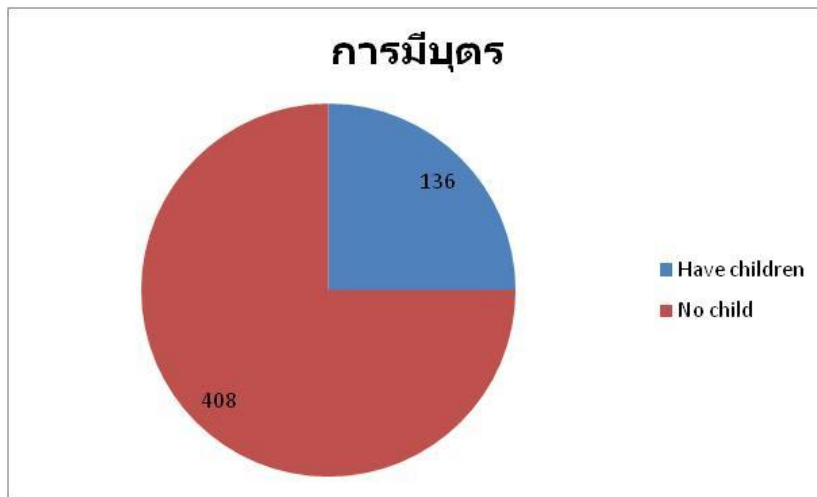
แผนภูมิ 2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพการสมรสและจำนวนบุตรที่มี พบว่ากว่าร้อยละ 70 ของผู้ตอบแบบสอบถามยังมีสถานะโสด¹ โดยมีเพียง ร้อยละ 30 เท่านั้นที่สมรสแล้ว (แผนภูมิ 3) ส่วนผู้ที่มิบุตรแล้วนั้นคิดเป็นร้อยละ 25 และผู้ที่ยังไม่มีบุตรคิดเป็นร้อยละ 75 (แผนภูมิ 4) โดยในกลุ่มประชากรที่มีบุตรแล้วนั้น ส่วนมากมีบุตรเพียงคนเดียว หรือสองคน โดยมีผู้ที่มีบุตรมากกว่าสองรวมแล้วไม่ถึงร้อยละ 2.5 ของจำนวนประชากรทั้งหมด (แผนภูมิ 5)

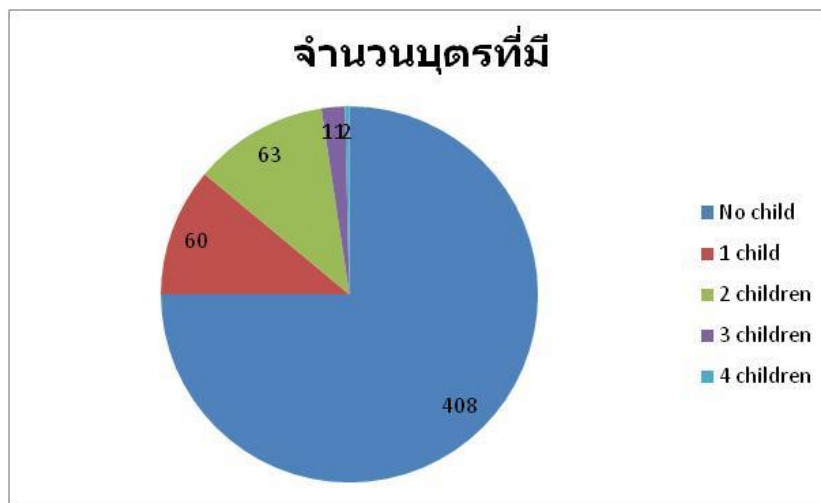


แผนภูมิ 3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพการสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม

¹ ผู้ตอบแบบสอบถามบางราย มีสถานะ “โสด” แต่มีบุตรแล้ว

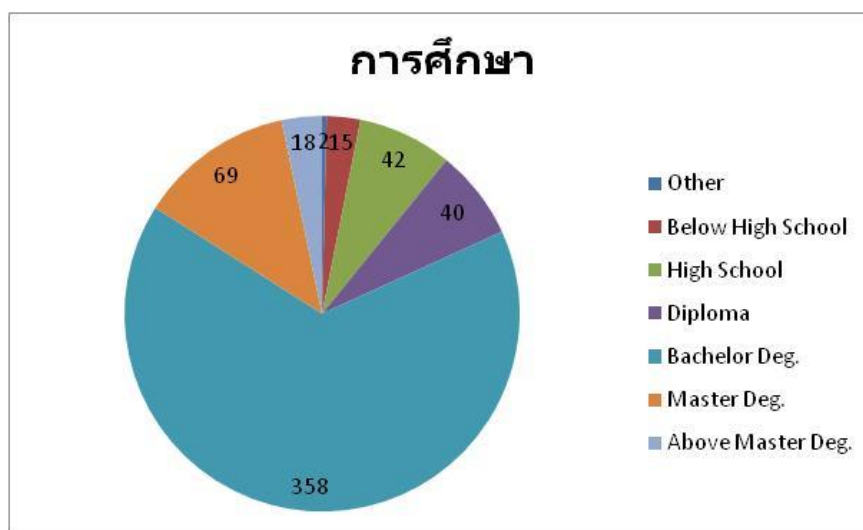


แผนภูมิ 4 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการมีบุตรของผู้ตอบแบบสอบถาม



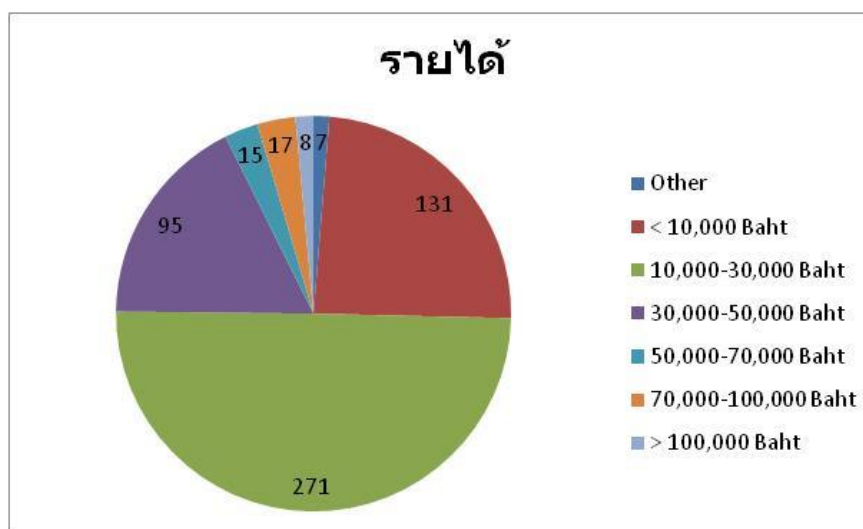
แผนภูมิ 5 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนบุตรของผู้ตอบแบบสอบถาม

แผนภูมิที่ 6 แสดงถึงข้อมูลเกี่ยวเนื่องกับพื้นฐานการศึกษาของกลุ่มประชากรโดยจากตัวเลขที่ได้พบว่า กลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับพื้นฐานการศึกษาตั้งแต่ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาไปจนถึงระดับปริญญาเอก แต่กลุ่มที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้มากที่สุด ได้แก่กลุ่มผู้ที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งมีอยู่เกือบร้อยละ 66 โดยกลุ่มที่ตอบมากเป็นลำดับถัดมาคือกลุ่มผู้ที่จบการศึกษาในระดับปริญญาโท (ร้อยละ 13)



แผนภูมิ 6 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพื้นฐานทางการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

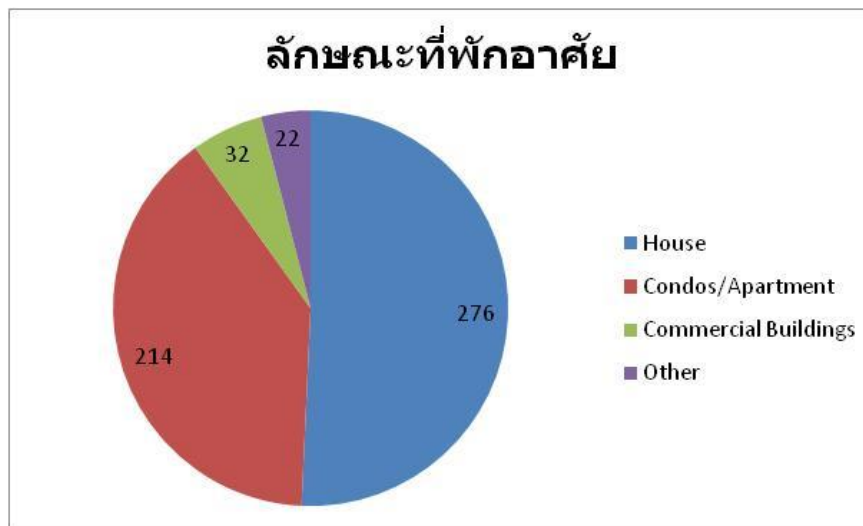
แผนภูมิที่ 7 อธิบายถึงข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ของกลุ่มประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพบว่ากว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงรายได้อยู่ที่ 10,000-30,000 บาท ตามมาด้วยกลุ่มประชากรที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 24 และกลุ่มผู้มีรายได้ตั้งแต่ 30,000-50,000 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 17 ของกลุ่มประชากรทั้งหมด



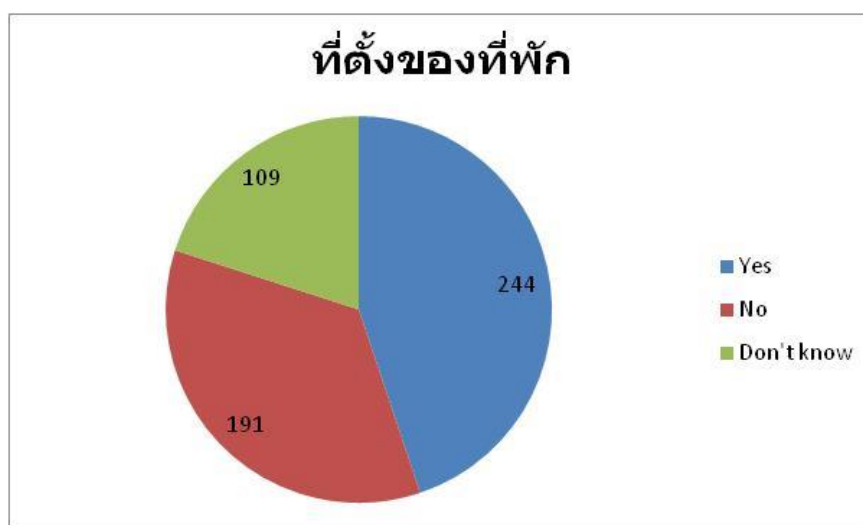
แผนภูมิ 7 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับที่พักอาศัยของกลุ่มประชากร พบว่ากว่าครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งหมดอาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยว ส่วนอีกร้อยละ 39 อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียม หรืออพาร์ทเมนต์ มีเพียงไม่ถึงร้อยละ 10 เท่านั้นที่อาศัยอยู่ในห้องแถว หรือสถานที่พักอาศัยลักษณะอื่นๆ โดยเมื่อสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของที่พัก ว่าอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงจะต้องเผชิญกับปัญหาอุทกภัยหรือไม่ พบว่า ร้อยละ 45 ของประชากรทั้งหมดคิดว่าตนเองอาศัยอยู่ในบริเวณที่มีความเสี่ยงกับการเกิดอุทกภัย ในขณะที่ร้อยละ 35

คิดว่าตนเองไม่ได้อยู่ในพื้นที่ที่เสี่ยงภัย และอีกร้อยละ 20 ตอบว่าไม่ทราบว่าคุณอาศัยอยู่ในพื้นที่ที่เป็นพื้นที่เสี่ยงภัยหรือไม่ (แผนภูมิ 8 และแผนภูมิ 9)



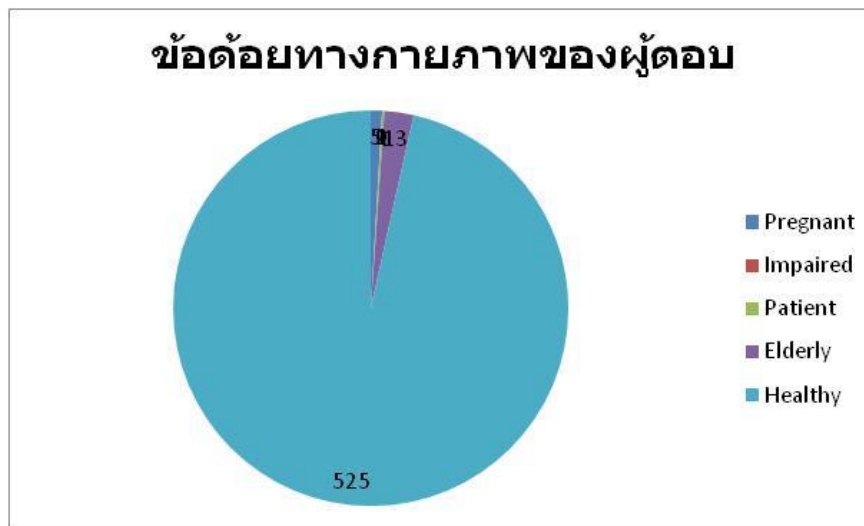
แผนภูมิ 8 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะที่พักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม



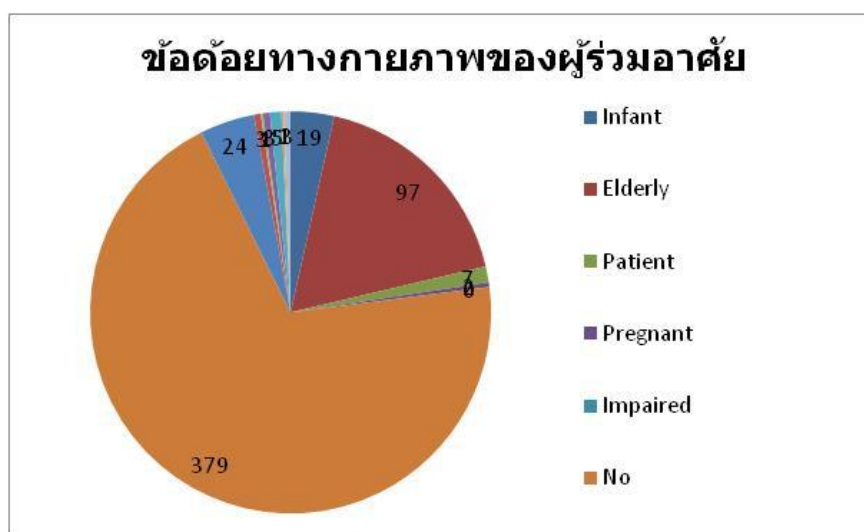
แผนภูมิ 9 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของที่พักของผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อสอบถามเกี่ยวกับลักษณะด้อยทางกายภาพของกลุ่มประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าประชากรเกือบทั้งหมด มิได้เป็นหญิงมีครรภ์ มิได้เป็นผู้ทุพพลภาพ ผู้สูงอายุ และมิได้เป็นผู้ป่วยที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษ โดยมีเพียงกว่าร้อยละ 4 เท่านั้น ที่เป็นบุคคลในลักษณะดังกล่าว (แผนภูมิ 10) และเมื่อถามถึงข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่กลุ่มประชากรพักอาศัยอยู่ด้วย พบว่าร้อยละ 68 ของกลุ่มประชากรทั้งหมด ไม่ได้พักอาศัยอยู่กับบุคคลที่มีลักษณะดังกล่าวมาข้างต้น โดยมีเพียงร้อยละ 23 ของกลุ่มประชากรทั้งหมดเท่านั้นที่มีบุคคลเหล่านี้พักอาศัยอยู่ด้วย โดยสามารถจำแนกออกเป็นลักษณะต่างๆ ได้แก่ ผู้ที่พักอาศัยอยู่กับหญิงมีครรภ์ คิดเป็นร้อยละ 0.4 ผู้ที่พักอาศัยอยู่กับเด็กทารก คิดเป็น

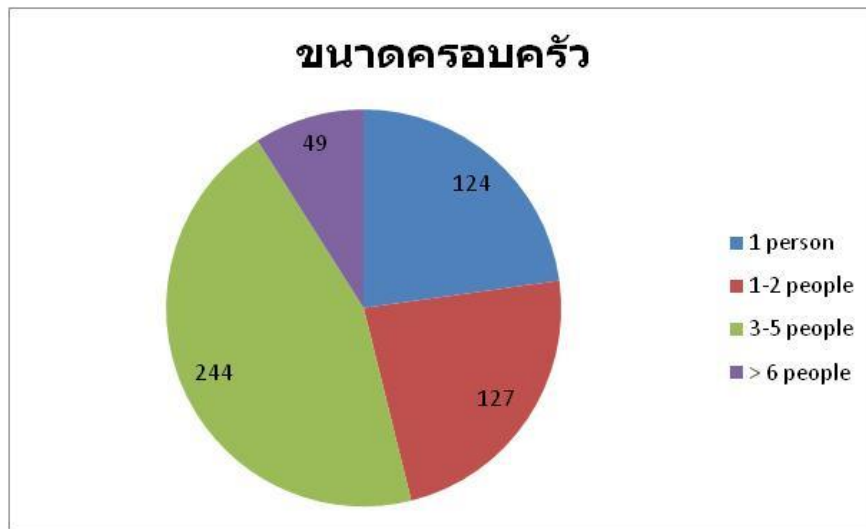
ร้อยละ 3.5 ผู้ที่พักอาศัยอยู่กับผู้สูงอายุ คิดเป็นร้อยละ 17.8 และผู้ที่พักอาศัยอยู่กับผู้ป่วยที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 1.3 (แผนภูมิ 11)



แผนภูมิ 10 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับข้อดีของทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

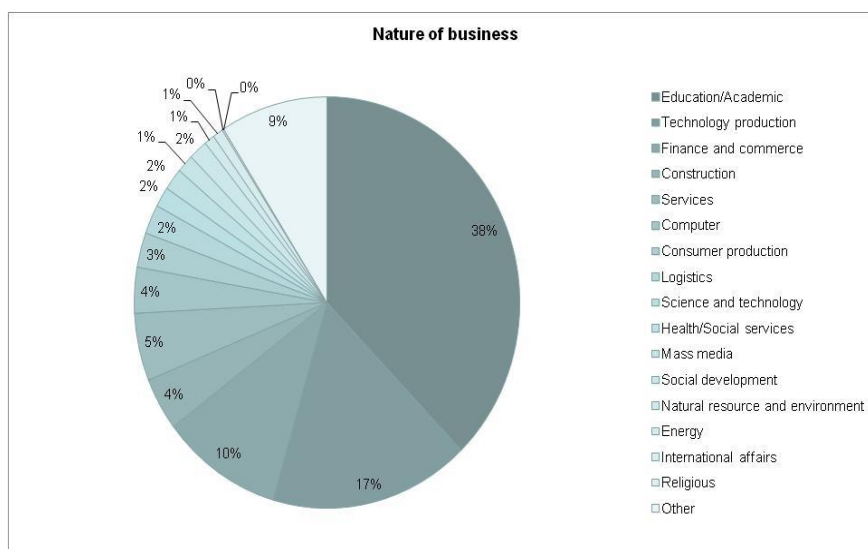


แผนภูมิ 11 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับข้อดีของทางกายภาพของผู้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพักอาศัยอยู่ด้วย



แผนภูมิ 12 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับขนาดครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

สำหรับขนาดของครอบครัวของกลุ่มประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากจำนวนของสมาชิกที่พักอาศัยอยู่ร่วมกันพบว่า ร้อยละ 45 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด อาศัยอยู่ในครอบครัวที่มีจำนวนสมาชิกระหว่าง 3-5 คน และร้อยละ 23 อาศัยอยู่กับสมาชิกอีกคนหนึ่งเพียงสองคน ในขณะที่ร้อยละ 23 อาศัยอยู่เพียงลำพังคนเดียว โดยมีเพียงร้อยละ 9 ของกลุ่มประชากรทั้งหมดเท่านั้น ที่พักอาศัยอยู่ร่วมกันกับสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คนขึ้นไป (แผนภูมิ 12)

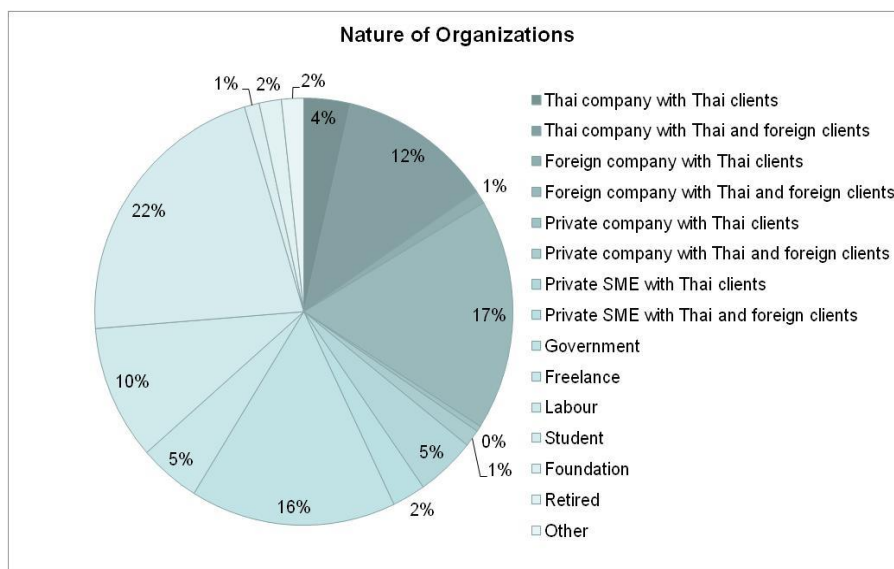


แผนภูมิ 13 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับประเภทงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับผิดชอบ

เกี่ยวกับอาชีพและประเภทของงานที่กลุ่มเป้าหมายมีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ พบว่ากลุ่มเป้าหมายประกอบอาชีพในสาขาต่างๆ ที่มีความหลากหลายค่อนข้างสูง โดยมีตั้งแต่ผู้ที่ประกอบอาชีพในสาขาการเงินการค้าและพาณิชย์ การขนส่งและโลจิสติกส์ การก่อสร้าง การศึกษาและวิชาการ พัฒนาสังคม

การแพทย์สาธารณสุข สังคมสงเคราะห์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คอมพิวเตอร์ สื่อและบันเทิง รวมถึงอาชีพบริการ แต่กลุ่มที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้มากที่สุดได้แก่กลุ่มผู้ที่อยู่ในสายวิชาชีพที่เกี่ยวกับการศึกษาและวิชาการ โดยคิดเป็นร้อยละ 38 ของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด และอันดับที่สองได้แก่กลุ่มผู้ที่ประกอบอาชีพในสายเทคโนโลยีและการผลิต โดยคิดเป็นร้อยละ 17 ถัดมาคือกลุ่มผู้ที่ประกอบอาชีพในสายการเงินและพาณิชย์ ร้อยละ 10 สายการก่อสร้างร้อยละ 4 การให้บริการ ร้อยละ 5 สายวิชาชีพเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 4 ส่วนสายวิชาชีพอื่นๆ จะมีจำนวนผู้ตอบต่ำกว่าร้อยละ 4 ลงไป (แผนภูมิ 13)

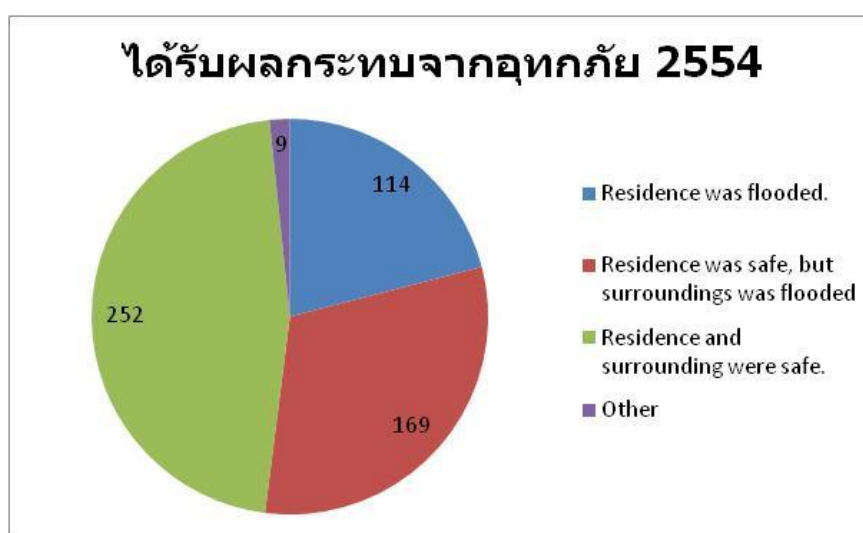
ส่วนโครงสร้างขององค์กรที่กลุ่มประชากรสังกัดอยู่นั้น ก็มีความหลากหลายสูงเช่นเดียวกัน ทั้งที่เป็นองค์กรสัญชาติไทยที่มีลูกค้าเป็นชาวไทย องค์กรสัญชาติไทยที่มีลูกค้าเป็นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ องค์กรต่างชาติที่มีลูกค้าเป็นชาวไทย องค์กรต่างชาติที่มีลูกค้าเป็นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ องค์กรเอกชนที่มีลูกค้าเป็นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ องค์กรเอกชนขนาดกลางที่มีลูกค้าเป็นชาวไทย องค์กรเอกชนขนาดกลางที่มีลูกค้าเป็นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ องค์กรภาครัฐ รับจ้างอิสระ นักเรียน/นักศึกษา มูลนิธิ เกษียณอายุ แต่กลุ่มที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้มากที่สุด ได้แก่กลุ่มผู้ที่เป็นนักเรียนและนักศึกษา ซึ่งมีทั้งหมดร้อยละ 22 ถัดมาคือกลุ่มผู้ที่สังกัดอยู่ในองค์กรต่างชาติที่มีลูกค้าเป็นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ร้อยละ 17 และลำดับถัดมาซึ่งมีผู้ที่ตอบสูงคือกลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16 ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด (แผนภูมิ 14)



แผนภูมิ 14 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบและพฤติกรรมการบริโภคข้อมูลในช่วงอุทกภัย

ในส่วนนี้จะทำการสรุปข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบ และพฤติกรรมการบริโภคข้อมูลในช่วงอุทกภัยปี 2554 ของกลุ่มเป้าหมาย โดยในส่วนแรก ได้ทำการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบที่กลุ่มเป้าหมายได้รับ ในช่วงมหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 โดยพบว่าที่พักอาศัยของกลุ่มเป้าหมายร้อยละ 46 จากทั้งหมด ไม่ได้เผชิญกับปัญหาอุทกภัยในครั้งนั้น และกลุ่มเป้าหมายอีกร้อยละ 31 พบกับปัญหาอุทกภัยในบริเวณใกล้เคียงกับที่พักอาศัย แต่บ้าน หรือที่พักอาศัยของตนนั้น ไม่ได้เผชิญกับปัญหาอุทกภัยโดยตรง แต่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องเผชิญกับปัญหาอุทกภัยในครั้งนั้นคิดเป็นจำนวนทั้งหมด ร้อยละ 21 จากกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด (แผนภูมิ 15)



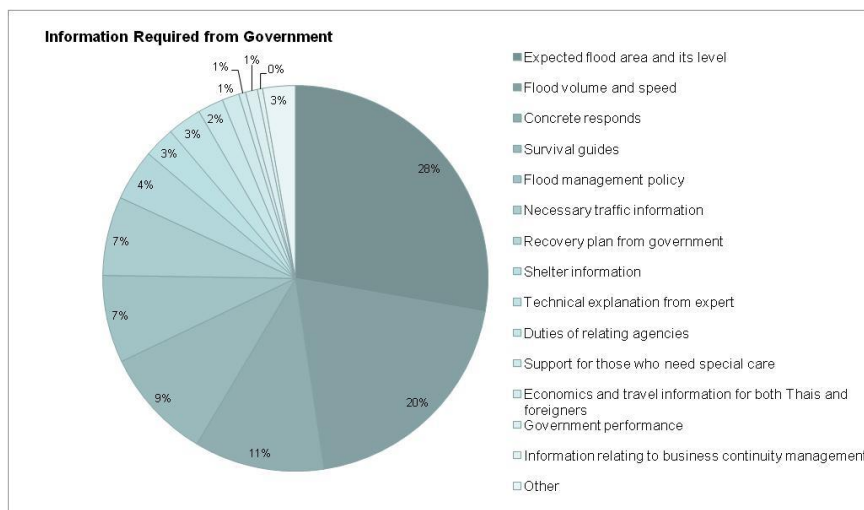
แผนภูมิ 15 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับจากอุทกภัยปี 2554



แผนภูมิ 16 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกในการบริโภคข้อมูล

สำหรับปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคข้อมูลนั้น กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 45 ต้องการข้อมูลที่มีความเป็นปัจจุบัน ลำดับถัดมาคือข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงและเชื่อถือได้ (ร้อยละ 30) ในขณะที่ร้อยละ 19 ให้เหตุผลว่าเพราะเป็นแหล่งข้อมูลที่นิยมใช้เป็นประจำในสถานการณ์ปกติอยู่แล้ว และร้อยละ 3 เชื่อถือและชื่นชอบในตัวบุคคลที่นำเสนอ ส่วนเหตุผลอื่นๆ ที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคข้อมูล แต่มีผู้เลือกไม่ถึงร้อยละ 3 ได้แก่ ให้ข้อมูลรวดเร็วและทันต่อสถานการณ์ มีผู้ตอบรับและให้ข้อมูลเมื่อมีข้อสงสัย ง่ายและสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล การนำเสนอเข้าใจง่าย ให้ข้อมูลที่ตรงกับที่อยากรู้ รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ มีการให้ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ (แผนภูมิ 16)

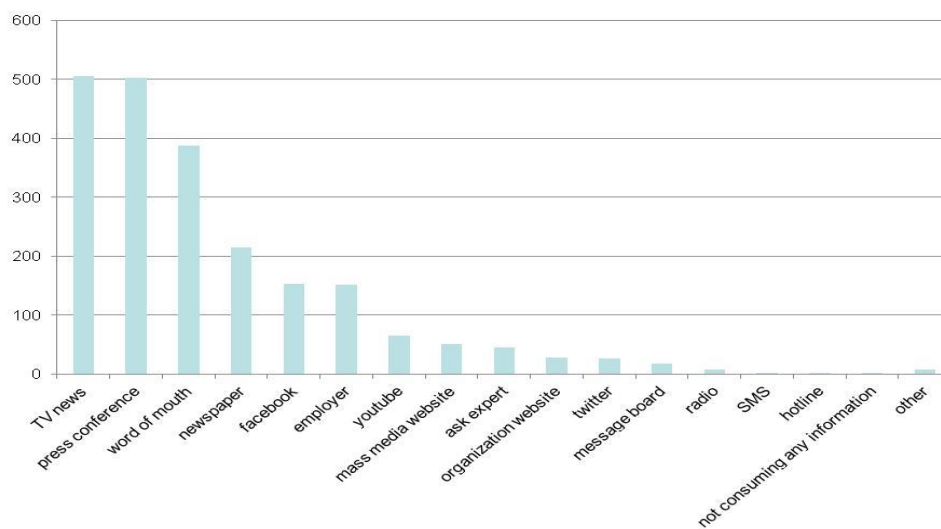
เมื่อสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการได้จากภาครัฐ (แผนภูมิ 17) พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม มีความต้องการที่แตกต่างและหลากหลาย แต่มีบางประเด็นที่มีแนวโน้มที่จะเป็นประเด็นที่กลุ่มเป้าหมายส่วนมากต้องการทราบ ซึ่งประเด็นต่างๆ เหล่านี้ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่น้ำท่วมและระดับความสูงของน้ำ (ร้อยละ 28) ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณและความเร็วของการไหลของน้ำ (ร้อยละ 20) ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการรับมืออย่างเป็นรูปธรรม (ร้อยละ 11) ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการรับมือกับอุทกภัย (ร้อยละ 9) ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการบริหารอุทกภัยของภาครัฐ (ร้อยละ 7) ข้อมูลเกี่ยวกับการจราจร (ร้อยละ 7)



แผนภูมิ 17 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการได้จากภาครัฐ

สำหรับแหล่งข้อมูล หรือสื่อที่กลุ่มเป้าหมายนิยมบริโภคนั้น พบว่า ข่าวจากโทรทัศน์ และการออกแถลงการณ์ของภาครัฐ เป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายนิยมบริโภคสูงสุด โดยพบว่าผู้ที่เลือกบริโภคสื่อทั้งสองสื่อนี้ มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือกว่า 500 คน สื่อที่เป็นที่นิยมรองลงมาได้แก่ การบอกต่อกันปากต่อปาก โดยมีผู้บริโภคข้อมูลด้วยวิธีนี้ถึงกว่า 400 คน สื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับถัดมา แต่ก็ยังมีจำนวนผู้บริโภคน้อยกว่าสื่อที่กล่าวไปแล้วถึงกว่าครึ่งหนึ่ง ได้แก่ หนังสือพิมพ์

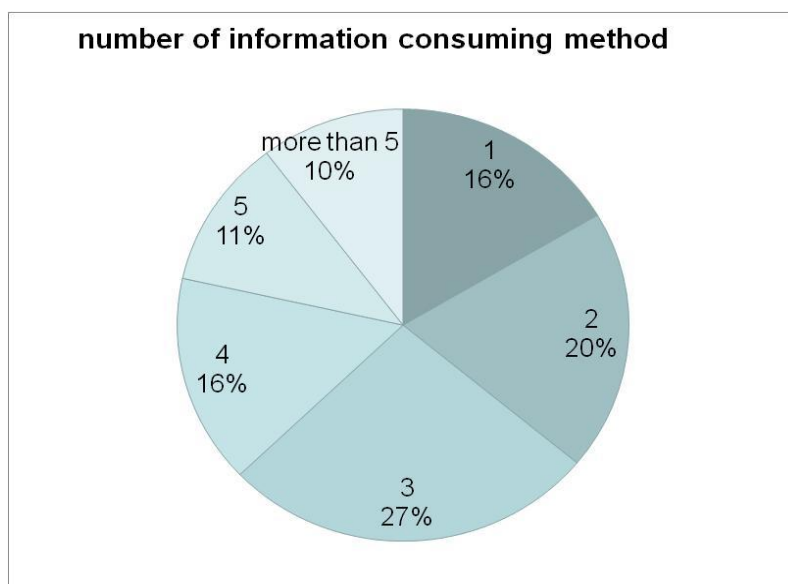
ทั้งนี้สามารถสังเกตได้ว่า สื่อในลักษณะออนไลน์นั้น ได้รับความนิยมน้อยกว่าสื่อทั้งที่ได้อ่านไปแล้ว และตัวเลขในการบริโภคสื่อลักษณะนี้ก็ยังมีไม่มากนัก โดยมีแนวโน้มที่จะจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มคนบางกลุ่มเท่านั้น แต่ยังไม่ได้รับการบริโภคอย่างกว้างขวางเหมือนดังเช่นสื่อทางโทรทัศน์ หรือทางหนังสือพิมพ์ได้ (แผนภูมิ 18)



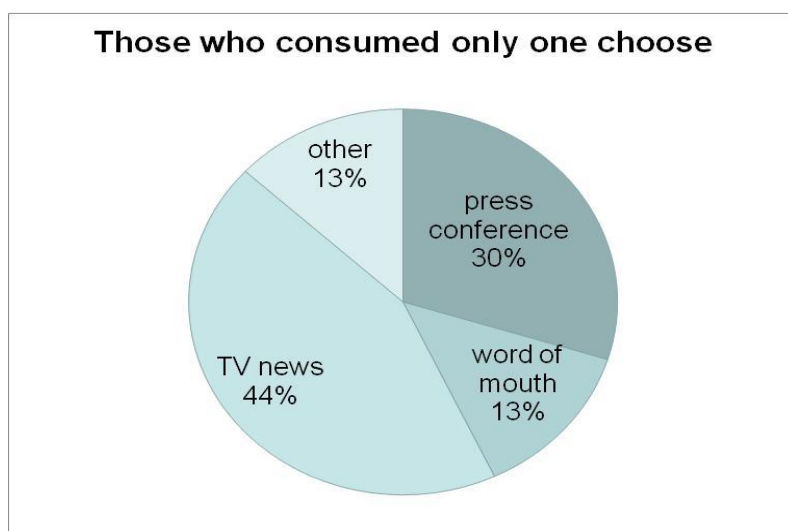
แผนภูมิ 18 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลและสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมบริโภคในภาวะอุทกภัย

อย่างไรก็ตาม เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อต่างๆ ในภาวะอุทกภัย (หรือในภาวะวิกฤต) นั้น พบว่าประชาชนมีแนวโน้มที่จะบริโภคสื่อต่างๆ มากกว่า 1 สื่อขึ้นไป เพื่อใช้ในการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด โดยจากการสำรวจพบว่า มีผู้ที่บริโภคข่าวสารผ่านทางสื่อต่างๆ ตั้งแต่ 5 สื่อขึ้นไปถึงร้อยละ 21 ลำดับที่สอง คือกลุ่มที่บริโภคข้อมูลข่าวสารจากสื่อ 3 ประเภท มีจำนวนร้อยละ 27 บริโภค 2 ประเภท จำนวนร้อยละ 20 บริโภค 4 ประเภท จำนวนร้อยละ 16 และผู้ที่บริโภคเพียงสื่อเดียวนั้น มีเพียงร้อยละ 16 จากกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด (แผนภูมิ 19)

สำหรับกลุ่มประชากรที่เลือกบริโภคเพียงสื่อเดียวนั้น พบว่าร้อยละ 44 บริโภคข้อมูลข่าวสารจากข่าวที่นำเสนอทางโทรทัศน์ (ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มตัวอย่างสูงที่สุดอย่างเห็นได้ชัด) โดยมีจำนวนสูงเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนอันดับที่ 2 ที่ผู้ที่เลือกบริโภคเพียงสื่อเดียว นิยมที่จะใช้ ได้แก่ แอลงการณทางโทรทัศน์ของภาครัฐ โดยคิดเป็นร้อยละ 30 ลำดับที่ 3 ได้แก่การบอกกันปากต่อปาก โดยคิดเป็นร้อยละ 13 และมีอีกเพียงร้อยละ 13 เท่านั้นที่เลือกการบริโภคข้อมูลข่าวสารผ่านทางช่องทางอื่นๆ (แผนภูมิ 20)



แผนภูมิ 19 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการบริโภคข้อมูลในภาวะ
อุทกภัย



แผนภูมิ 20 แสดงช่องทางการบริโภคข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกช่องทางเดียวนิยมบริโภค

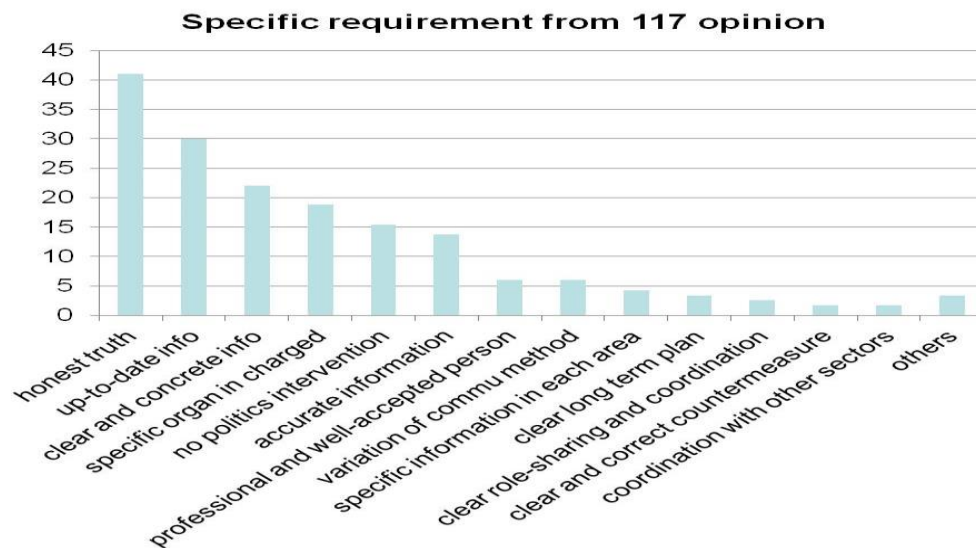
นอกจากนี้ ข้อมูลที่เก็บได้จากคำถามปลายเปิดในแบบสอบถาม ซึ่งมีผู้แสดงความคิดเห็นในส่วนนี้ทั้งสิ้น 117 ราย (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 544 ราย) พบว่า สิ่งที่ประชาชนคาดหวังจากภาครัฐมีดังต่อไปนี้ (เรียงตามลำดับมากไปน้อย)

1. การนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมา
2. ข้อมูลที่ทันสมัยสถานการณ์
3. ข้อมูลที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย
4. หน่วยงานที่รับผิดชอบเฉพาะ

5. ไม่ให้มีการเมืองเข้าแทรกแซง

6. ข้อมูลที่ถูกต้อง

ทั้งนี้ รายละเอียดและการจำแนกประเภทของคำตอบที่ได้จากคำถามปลายเปิดที่ได้จากผู้ให้ข้อมูล ทั้ง 117 รายนั้น แสดงอยู่ในแผนภูมิ 21



แผนภูมิ 21 แสดงข้อมูลความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้จากคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

จากการนำข้อมูลที่ได้อามาประมวลและวิเคราะห์แล้ว สามารถสรุปประเด็นสำคัญออกได้เป็นหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ที่พักอาศัย ความเสี่ยงและผลกระทบที่ได้รับจากอุทกภัย สมาชิกที่อาศัยร่วม และองค์กรที่สังกัดของกลุ่มตัวอย่าง ไม่ได้เป็นตัวแปรที่แสดงให้เห็นถึงผลกระทบที่มีต่อความสนใจ หรือพฤติกรรมในการเลือกรับข้อมูลและสื่อต่างๆ ได้ชัดเจนเท่าที่ควร
2. ประชาชนส่วนมาก ต้องการข้อมูลที่มีความทันต่อเหตุการณ์ และเป็นข้อเท็จจริงที่เชื่อถือได้ อย่างไรก็ตาม พบว่าสื่อรวมถึงผู้นำเสนอข่าวที่มีผู้ติดตาม และมีความนิยมในภาวะปกติ ก็จะได้รับเลือกจากประชาชนในการที่จะบริโภคเมื่อเกิดภาวะวิกฤตด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้นเมื่อเกิดภาวะวิกฤตขึ้น สิ่งที่สำคัญสิ่งหนึ่งในการเลือก “สาร” ที่จะถ่ายทอดไปยังประชาชนก็คือ “สาร” นั้นจะต้องเป็นข้อเท็จจริงที่ไม่ได้รับการบิดเบือน นอกจากนี้แล้ว ยังต้องพยายามที่จะปรับเปลี่ยนข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เพื่อสร้างความมั่นใจ และความเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับประชาชนที่เฝ้าติดตามสถานการณ์อยู่
3. ในภาวะวิกฤต ประชาชนมีแนวโน้มที่จะบริโภคสื่อหลายประเภท เพื่อติดตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าสื่อที่ประชาชนสามารถเลือกบริโภคได้ จะมีความหลากหลายมากขึ้นกว่าอดีต แต่ประชาชนส่วนใหญ่ก็ยังนิยมที่จะเลือกใช้สื่อหลัก อันได้แก่ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ ประชาชนทั่วไปยังมีพฤติกรรมที่นิยมรับและส่งข้อความต่อกันปากต่อปากอีกด้วย ดังนั้น การพิจารณารูปแบบการสื่อสารในภาวะวิกฤต จึงยังควรมุ่งเน้น และให้ความสำคัญกับการส่งข้อความสำคัญผ่านสื่อหลักเหล่านี้ ไปพร้อมกับความพยายามในการส่งข้อความผ่านสื่อในรูปแบบใหม่ๆ ด้วยเช่นกัน (ตาราง 1)
4. แม้ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า การบริโภคสื่อจะมีรูปแบบที่มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อออนไลน์ แต่จากการเก็บข้อมูล พบว่าสื่อต่างๆ เหล่านี้ยังเป็นที่ยอมรับกับกลุ่มคนเพียงบางกลุ่มเท่านั้น เช่น กลุ่มเจนเนอเรชั่น Y หรือผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง แต่ยังมีได้เป็นสื่อที่นิยมใช้อย่างกว้างขวาง ดังนั้นภาครัฐจึงต้องเข้าใจถึงข้อเท็จจริงข้อนี้ และพยายามวางแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤต ที่สามารถเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มได้อย่างทั่วถึง (ตาราง 2)

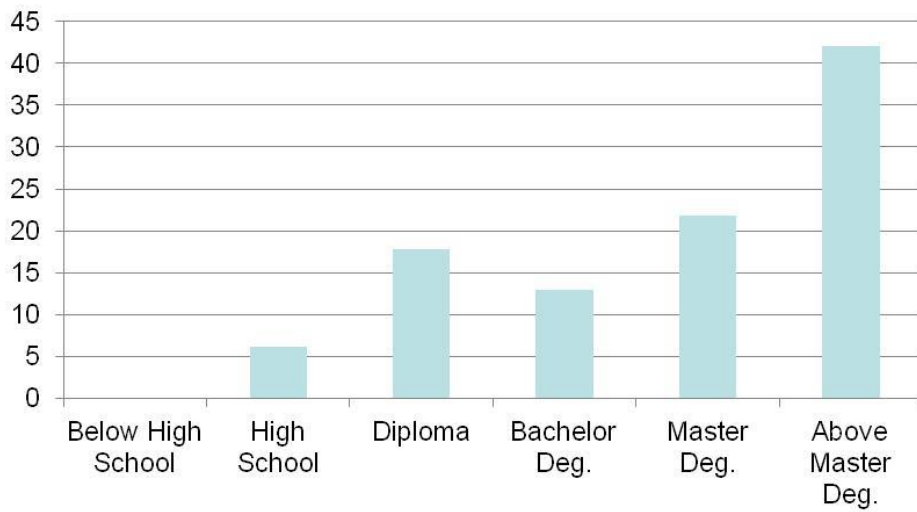
Group	Information sources
Lower than high school or college/vocational school	Government's press conference, word of mouth, and TV news program
High school or above	more variation in choice

ตาราง 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับแหล่งข้อมูลที่บริโภค

Group	Use internet as information source
College/vocational school graduated	2 from 45 people (4.4%)
High school graduated	11 from 49 people (22.4%)
Bachelor degree graduated	167 from 494 people (33.8%)

ตาราง 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพื้นฐานทางการศึกษาของกลุ่มประชากรกับการบริโภคข้อมูลออนไลน์

- ถึงแม้ผลของการวิจัยจะพบว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในวงกว้าง เมื่อเกิดภาวะภัยพิบัติขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการบริโภคสื่อโทรทัศน์แต่ละช่องของประชาชนแต่ละกลุ่มก็มีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งผลที่เห็นได้ชัดจากการเก็บข้อมูลในครั้งนี้คือ พฤติกรรมการบริโภคโทรทัศน์ช่องไทยพีบีเอส ซึ่งเห็นได้ว่า กลุ่มประชาชนที่นิยมบริโภคสื่อฯ นี้ มีแนวโน้มที่จะเป็นกลุ่มประชากรที่มีการศึกษาค่อนข้างสูง โดยจะเห็นได้จากแผนภูมิ 22 ว่า กลุ่มผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป มีแนวโน้มที่จะบริโภคโทรทัศน์ช่องไทยพีบีเอส มากกว่ากลุ่มผู้ที่จบการศึกษาในระดับอื่นๆ



แผนภูมิ 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพื้นฐานทางการศึกษาของกลุ่มประชากรกับการบริโภคสื่อโทรศัพท์มือถือ

- เนื่องจากประชาชนนิยมที่จะเลือกสื่อที่ตนบริโภคในภาวะปกติ ในเวลาที่เกิดภาวะวิกฤตขึ้น ดังนั้น ภาครัฐจึงควรทำการสำรวจความนิยมในการบริโภคสื่อโทรศัพท์มือถือต่างๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤต และควรทำการประสานกับสื่อที่ได้รับ ความนิยมจากประชาชนเป็นอย่างสูง เพื่อขอความร่วมมือจากสื่อ และผู้นำเสนอสื่อที่ได้รับ ความนิยมเหล่านั้นในการนำเสนอข่าวสารเพื่อเป็นเสมือนกระบอกเสียงของภาครัฐในยามที่เกิด ภาวะวิกฤต

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

จากการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยในส่วนที่ผ่านมา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากเวลาและงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายทั้งทางด้านอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่พักอาศัย สมาชิกที่อาศัยร่วม และองค์กรที่สังกัดของกลุ่ม ได้ในปริมาณที่เท่าเทียมกัน ดังนั้นจึงอาจทำให้ข้อมูลที่เก็บได้นั้น ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ เหล่านี้ กับความตระหนัก การรับรู้ และพฤติกรรมการบริโภคข้อมูลของประชาชนในแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน ดังนั้น หากมีการทำการเก็บข้อมูลในลักษณะเช่นนี้อีก จึงเป็นการน่าสนใจที่จะทำการเปรียบเทียบข้อมูลโดยยึดเอาตัวแปรดังกล่าวนี้เป็นหลัก และวิเคราะห์ถึงความแตกต่างโดยละเอียด
2. งานวิจัยชิ้นนี้ ได้กำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมายไว้เพียงแค่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเพียงเท่านั้น และข้อมูลที่ได้นำเสนอมา ก็เป็นข้อมูลของกลุ่มประชากรที่อาศัยในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งข้อมูลและผลการทำการวิจัยอาจแตกต่างออกไป หากทำการเก็บข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อื่นๆ ในประเทศไทย ดังนั้น ควรมียงานวิจัยในลักษณะเดียวกันนี้ ที่ทำกับกลุ่มประชากรที่อยู่ในจังหวัดอื่นๆ นอกเหนือจากกรุงเทพมหานครด้วยเช่นกัน

บรรณานุกรม

- กระทรวงมหาดไทย. 2554. รายงานการสรุปสถานการณ์อุทกภัย สาธารณภัย และการช่วยเหลือปี 2554. ศูนย์
อำนวยการเฉพาะกิจป้องกันและแก้ไขปัญหาอุทกภัย วาตภัย และดินโคลนถล่ม.กระทรวงมหาดไทย.
- นรินทร์ ดำรงชัย. 2555ก. ศูนย์ปฏิบัติการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย (ศปภ.) กับการสื่อสารในภาวะมหาอุทกภัยปี
2554. งานวิจัยเพื่อนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติในวันคล้ายวันสถาปนาสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์ ประจำปี 2555. “ธรรมภิบาลและความสามารถในการแข่งขัน: ความท้าทายของสังคมไทย.” สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นรินทร์ ดำรงชัย. 2555ข. การสำรวจความพร้อมและความเข้าใจของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยเกี่ยวกับแนว
ทางการสื่อสารในภาวะวิกฤต. การนำเสนอผลงานวิจัยแห่งชาติ 2555. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- มติชนออนไลน์. 2554. เปิดใจ‘ธงทอง จันทรางศุ จากโฆษก‘ศปภ.’สู่ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี วันที่ 14 พฤศจิกายน
พ.ศ. 2554
http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1321246743&grpId=01&catid=01
- ศูนย์ข้อมูลเพื่อการช่วยเหลือผู้ประสบภัย. จังหวัดที่ได้รับผลกระทบอุทกภัยในภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคกลาง.
สืบค้นเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2554 จาก www.thaiflood.com
- Anthonissen, P.F. 2008. No Thrillers, but Hard Reality: crisis in all its forms. Crisis Communication:
practical PR strategies for reputation management and company survival. Anthonissen, P.F. ed.
Kogan Page Limited.
- Coombs, W. T. 2012. Ongoing Crisis Communication: planning, managing, and responding. Sage
Publication.
- Fearn-Banks, K. 2002. Crisis communications 2nd ed., Mahwah, NT: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Pauchant, T.C. & Mitroff, I.I. 1992. Transforming the crisis-prone organization. San Francisco: Jossey-
Bass Publishers.
- Reynolds, B. & Seeger, M.W. 2005. Crisis and emergency risk communication as an integrative
framework. Jurnal of Health Communication, 10, 43-55
- Seeger, M.W., Sellnow, T.L., Ulmer, R.R. 2003. Communication and organizational crisis. West port.
CT: Quorum.

Telg, Ricky. 2010. Risk and Crisis Communication: When Things Go Wrong. Agricultural Education and Communication Department, Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida. edis.ifas.ufl.edu/wc093

Ulmer, R. et.al. 2011. Effective Crisis Communication: Moving from crisis to opportunity. Sage Publication. United States of America.

Zaremba, Alan Jay. 2010. Crisis Communication: theory and practice. M.E.Sharpe. New York.