

บทที่ ๔

วิเคราะห์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์และการใช้สื่อรูปแบบต่างๆ ของสถานกงสุลใหญ่ ณ นครซิดนีย์

การสื่อสารเชิงกลยุทธ์กับการกิจกรรมชนสัมพันธ์สถานกงสุลใหญ่ ณ นครซิดนีย์

ในปัจจุบัน ภาคเอกชนและภาครัฐต่างให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับองค์กรไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ รวมทั้งสร้างความรับรู้เกี่ยวกับบทบาททางสังคมที่องค์กรมีต่อสังคมโดยรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคราชการในระยะหลังๆ ได้พยายามสร้างความเชื่อมโยงกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เห็นถึงบทบาทภารกิจของหน่วยงาน และแสดงให้เห็นถึงความโปร่งใสในกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการบริหารภาครัฐสมัยใหม่

การสื่อสารเชิงกลยุทธ์นับเป็นความท้าทายสำหรับหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการสื่อสารได้ทำให้เกิดสื่อในรูปแบบใหม่ๆ มากมายดังที่ได้กล่าวไปแล้วในบทที่ ๔ ทำให้ภาครัฐจำเป็นต้องปรับตัวอย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกัน หากภาครัฐสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารอันทันสมัยเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะเป็นโอกาสให้ภาครัฐสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

สำหรับสถานกงสุลใหญ่ ณ นครซิดนีย์ การสื่อสารกลยุทธ์นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งกับการส่งเสริมให้ชุมชนไทยมีความเข้มแข็งเป็นปึกแผ่น สถานกงสุลใหญ่ฯ ได้ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ หลายช่องทางอย่างต่อเนื่อง เพื่อเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายในพื้นที่ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นไปยังกลุ่มประชาชน และในขณะเดียวกันก็เป็นการรับฟังความคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับการทำงานของสถานกงสุลใหญ่ฯ จากประชาชนเป้าหมายไปด้วยในตัว

ในอดีต ประชาชนส่วนใหญ่รู้สึกว่าการเป็นราชการเป็นสถานที่ที่เย็นชาและห่างเหินจากประชาชน ดังนั้น หากไม่มีความจำเป็น ก็จะพยายามหลีกเลี่ยงที่จะติดต่อการหน่วยงานราชการต่างๆ แต่ภายหลังจากที่รัฐบาลมีนโยบายชัดเจนที่จะพัฒนาการให้บริการประชาชนให้มีความสะดวกรวดเร็ว ประชาชนก็เริ่มที่จะมีความรู้สึกที่ดีกับหน่วยงานราชการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เริ่มเห็นว่า

การให้บริการของหน่วยราชการมีความสะดวกและรวดเร็ว ต่างจากในอดีตที่มักจะมีขั้นตอนซับซ้อน สับสน และใช้เวลายาวนาน

จากการสำรวจความเห็นของคนไทยในพื้นที่นครราชสีมา พบว่า ในอดีตความรู้สึกของประชาชนส่วนใหญ่ในไม่ต่างจากที่กล่าวไปแล้วข้างต้น คือ ไม่กล้าและไม่ชอบที่จะติดต่อสถานกงสุลใหญ่ฯ และรู้สึกว่าการกิจต่างๆ ของสถานกงสุลใหญ่ฯ ไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชนมากนัก แต่ในระยะหลังๆ เมื่อสถานกงสุลใหญ่ฯ เริ่มอาศัยสื่อรูปแบบต่างๆ เข้าถึงชุมชนมากขึ้น รวมทั้งใช้สื่อต่างๆ เหล่านี้ชักนำให้ชุมชนใกล้ชิดกันมากขึ้น ภาพลักษณ์ของสถานกงสุลใหญ่ฯ ในสายตาของชุมชนไทยก็ได้รับการยอมรับและเป็นที่พอใจขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประชาชนเริ่มเห็นว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของสถานกงสุลใหญ่ฯ มีส่วนอย่างมากในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมชุมชนไทยกลุ่มต่างๆ และส่งผลโดยตรงให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่ม และมีจำนวนคนที่ร่วมกิจกรรมมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

กิจกรรมการสื่อสาร (Communication Activities) ของสถานกงสุลใหญ่ ณ นครราชสีมา

ในระหว่างที่ผู้ทำการศึกษาดำรงตำแหน่งกงสุลใหญ่ ณ นครราชสีมา ได้กำหนดให้การส่งเสริมให้ชุมชนไทยเข้มแข็งเป็นนโยบายสำคัญเร่งด่วน โดยมุ่งเสริมสร้างศักยภาพของสถานกงสุลใหญ่ฯ ในการเข้าถึงชุมชนผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อเชื่อมโยงให้ชุมชนรับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆ ในชุมชน และส่งเสริมให้ชุมชนมีการร่วมตัวกันประกอบกิจกรรมที่สร้างสรรค์ ในขณะเดียวกันก็ส่งเสริมบทบาทและภาพลักษณ์ของสถานกงสุลใหญ่ฯ ในการเป็นตัวกลางที่จะเชื่อมโยงชุมชนกลุ่มต่างๆ เข้าด้วยกัน

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว สถานกงสุลใหญ่ฯ ได้อาศัยกิจกรรมการสื่อสาร (Communication Activities) ในรูปแบบต่างๆ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของสถานกงสุลใหญ่ฯ ในการสื่อสารกับชุมชนไทยในพื้นที่ ดังนี้

๑. การส่งข่าวทางสื่อมวลชน (News Release) สถานกงสุลใหญ่ฯ จัดทำสรุปข่าวกิจกรรมของสถานกงสุลใหญ่ฯ และกิจกรรมชุมชนที่สถานกงสุลใหญ่ฯ ไปเข้าร่วม พร้อมส่งภาพถ่ายกิจกรรมนั้นๆ จัดส่งให้สื่อมวลชนไทยในนครราชสีมาและรัฐนิวเซาท์เวลส์ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ผ่านทางอีเมล ซึ่งได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งจากสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่ตีพิมพ์หรือเผยแพร่ข่าวต่างๆ ให้สถานกงสุลใหญ่ฯ อย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้ชุมชนได้รับทราบถึงกิจกรรมความเคลื่อนไหวในชุมชนอยู่ตลอดเวลา

๒. การประชุมแถลงข่าว (Press conference) เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นไม่บ่อยนัก โดยสถานกงสุลใหญ่ฯ จะเชิญผู้สื่อข่าวของสื่อมวลชนท้องถิ่น มารับฟังข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมสำคัญๆ ประจำปี ที่สถานกงสุลใหญ่ฯ จะจัดขึ้น เช่น การจัดงานเทศกาลไทย เทศกาลอาหารไทย เป็นต้น

๓. การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ (Sponsorships) สถานกงสุลใหญ่ฯ ได้เข้าไปมีส่วนสนับสนุนทางด้านงบประมาณให้กับกิจกรรมต่างๆ ที่ชุมชนไทยจัดขึ้น อาทิ การแข่งขันกีฬาของนักเรียนนักศึกษาไทย การจัดงานของสมาคมภูมิภาคต่างๆ ของคนไทย เป็นต้น ซึ่งนอกจากเป็นการส่งเสริมการรวมตัวอย่างสร้างสรรค์ของกลุ่มคนไทยโดยตรงแล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสถานกงสุลใหญ่ฯ ในฐานะที่เป็นหน่วยราชการที่ให้ความสนใจและใส่ใจกับชุมชนไทยอีกด้วย

๔. กิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Media relations) สถานกงสุลใหญ่ฯ ให้ความสำคัญอย่างมากกับการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนแขนงต่างๆ มีการจัดกิจกรรมต่างๆ มากมาย อาทิ การรับประทานอาหารร่วมกับสื่อมวลชน ทั้งในแบบหมู่คณะ และแบบเฉพาะตัว เพื่อให้ข่าวสารและชี้แจงประเด็นที่มีข้อสงสัยต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการจัดโครงการนำสื่อมวลชนไปเยือนประเทศไทย* เพื่อให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนมกับสื่อมวลชนซึ่งเป็นประโยชน์ในระยะยาว

สื่อที่สถานกงสุลใหญ่ฯ ณ นครซิดนีย์ ใช้ในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์กับกลุ่มเป้าหมาย

สถานกงสุลใหญ่ฯ มีนโยบายที่จะเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนไทยในนครซิดนีย์และรัฐนิวเซาท์เวลส์ โดยอาศัยสื่อรูปแบบต่างๆ ที่มีอยู่หลากหลาย ในการดำเนินการดังกล่าว สถานกงสุลใหญ่ฯ ยึดหลักการ “เข้าถึง เพื่อเชื่อมโยง” กล่าวคือ พยายามนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของสถานกงสุลใหญ่ฯ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน และกิจกรรมอื่นๆ ที่ชุมชนไทยจัดขึ้นเอง ส่งไปถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการรับรู้และตระหนักถึงกิจกรรม ข่าวสาร และความเป็นไปต่างๆ ในชุมชน อันจะเป็นพื้นฐานสำคัญที่ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างคนกลุ่มต่างๆ และขยายวงกว้างต่อไป

* โครงการนำสื่อมวลชนไทยในนครซิดนีย์เยี่ยมชมโครงการในพระราชดำริ พ.ศ. ๒๕๕๓ เป็นโครงการที่สถานกงสุลใหญ่ฯ ณ นครซิดนีย์ได้รับอนุมัติงบประมาณจากกระทรวงการต่างประเทศ นำคณะสื่อมวลชนไทยในนครซิดนีย์ไปประเทศไทยเพื่อเยี่ยมชมโครงการในพระราชดำริทั้งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดต่างๆ ซึ่งมีผลผลิตเป็นบทความตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาษาไทยจำนวนมาก

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแนวทางข้างต้น สถานกงสุลใหญ่ฯ ได้สื่อสารข้อมูลข่าวสารไปสู่ชุมชนไทยโดยใช้สื่อต่างๆ ดังต่อไปนี้

๑. สื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์)

นครซิดนีย์และรัฐนิวเซาท์เวลส์ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีชุมชนไทยอาศัยอยู่จำนวนมาก มีสื่อมวลชนท้องถิ่นภาษาไทยอยู่หลายแขนง ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อมวลชนนับเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากในการนำเสนอประเด็นต่างๆ ที่จะเข้าสู่กระแสการรับรู้ของชุมชน ดังนั้น ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ชุมชน สถานกงสุลใหญ่ฯ จึงให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนเป็นอันดับแรก โดยมีช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลอยู่ ๒ ลักษณะ คือ การให้ข้อมูลผ่านการส่งข่าวให้สื่อมวลชน (News Release) และการซื้อหน้าโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปสถานกงสุลใหญ่ฯ จะใช้การส่งข่าวให้สื่อมวลชนเป็นหลัก โดยสื่อมวลชนจะใช้ข้อมูลและภาพถ่ายที่สถานกงสุลใหญ่ฯ ส่งให้เป็นประจำทุกสัปดาห์ ในการเขียนข่าวขึ้นเอง ซึ่งมีข้อดีคือทำให้ข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนการใช้ภาษาไม่เหมือนกัน จึงไม่ดูเป็นการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐมากเกินไป นอกจากนี้ กงสุลใหญ่ฯ และเจ้าหน้าที่สถานกงสุลใหญ่ฯ ยังให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนเป็นครั้งคราวตามที่ได้รับคำขอ ในประเด็นที่อยู่ในความสนใจของสังคม รวมทั้งในบางโอกาส สถานกงสุลใหญ่ฯ ยังได้เขียนบทความส่งไปตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ต่างๆ อีกด้วย

สำหรับการซื้อหน้าโฆษณานั้น จะใช้เฉพาะในโอกาสที่สถานกงสุลใหญ่ฯ จะจัดกิจกรรมสำคัญๆ และพอจะมีงบประมาณรองรับ โดยจ่ายค่าออกแบบ (art work) และค่าลงโฆษณาให้กับสื่อต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่สถานกงสุลใหญ่ฯ ก็มักจะได้รับความร่วมมืออย่างดีจากสื่อมวลชนในการลดราคาค่าโฆษณาให้เป็นพิเศษ

สื่อมวลชนที่เริ่มมีอิทธิพลมากขึ้นในกลุ่มคนไทยคือสื่อเว็บไซต์ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ในขณะที่สื่อแบบดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ก็ยังได้รับความนิยมมากในระดับหนึ่ง ที่ผ่านมา สถานกงสุลใหญ่ฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนทุกแขนง โดยอาศัยกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ดังที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น

๒. สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ

สถานกงสุลใหญ่ฯ ได้ริเริ่มจัดทำจดหมายข่าวของสถานกงสุลใหญ่ฯ ใช้ชื่อว่า “บอกเล่าเก้าสิบ” เพื่อเป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ เกี่ยวกับกิจกรรมของสถานกงสุลใหญ่ฯ และกิจกรรมอื่นๆ ของชุมชนไทย โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่เป็นทางการ

เพื่อให้เกิดความใกล้ชิดกับประชาชน และส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรงทางอีเมล ซึ่งสถานกงสุลใหญ่ฯ มีเครือข่ายอยู่กว่า 3,000 อีเมล (ตัวอย่าง – ภาคผนวก) จดหมายข่าวดังกล่าวได้รับการตอบรับอย่างดีจากชุมชนและได้รับการชมเชยว่าเป็นความคิดริเริ่มที่ทำให้ประชาชนมีความใกล้ชิดกับหน่วยงานของรัฐ

๓. สื่อออนไลน์และอินเทอร์เน็ต

ในปัจจุบัน เว็บไซต์เป็นเครื่องมือสำคัญที่หน่วยงานทุกแห่งจะต้องจัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ได้โดยง่าย สถานกงสุลใหญ่ฯ ณ นครซิดนีย์ ได้จัดสร้างเว็บไซต์และได้ใช้งานต่อเนื่องมาแล้วหลายปี

ในช่วงที่ผู้ศึกษา ดำรงตำแหน่งกงสุลใหญ่ฯ ได้มีนโยบายให้ปรับปรุงรูปแบบของเว็บไซต์สถานกงสุลใหญ่ฯ ให้มีความทันสมัย และปรับปรุงการนำเสนอข้อมูลให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น มีการจัดกลุ่มข้อมูลให้ง่ายต่อการสืบค้นของประชาชน รวมทั้งแก้ไขปรับปรุงภาษาที่ใช้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้เข้าใจง่ายขึ้นด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้จัดให้มีการนำเสนอข่าวสารกิจกรรมความเคลื่อนไหวต่างๆ ของสถานกงสุลใหญ่ฯ และของชุมชนไทย ไว้ในหน้าแรกของเว็บไซต์ เพื่อให้ประชาชนที่เข้าชมได้มีโอกาสเห็นข่าวดังกล่าวทันทีที่เข้าสู่เว็บไซต์