

วุฒินัน จันทร์มา. (2564). การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤติไวรัสโคโรนา 2019 ของสำนัก
ประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การจัดการการสื่อสาร). จันทบุรี :
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

อาจารย์ ดร.ภูริพัฒน์ แก้วตาธนวัฒนา	ประธานกรรมการ
ปร.ค. (นิเทศศาสตร์นวัตกรรม)	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี	กรรมการ
ปร.ค. (การจัดการเทคโนโลยี)	

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤติไวรัสโคโรนา 2019 ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี และเพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารในภาวะ วิกฤติไวรัสโคโรนา 2019 ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ข้อมูลข่าวสารไวรัสโคโรนา 2019 ที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ Face Book Fan Page และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารระดับสูง และผู้รับผิดชอบในการผลิตเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ใน Face Book Fan Page ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี ผลการวิจัยพบว่าสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 มีคุณค่าของข่าวสูง มีการนำเสนอข่าวเหตุการณ์อย่างรวดเร็ว และน่าสนใจ โดยการรายงานเกี่ยวกับจำนวนผู้ติดเชื้อ จำนวนผู้เสียชีวิต และความร้ายแรงของโรคทำให้ประชาชนเกิดความตื่นตัวในการดูแล ป้องกันตนเองไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคร้ายแรงที่สามารถติดต่อกันได้ง่าย จึงเป็นเหตุการณ์ที่ประชาชนมีความรู้สึกว่าเป็นเรื่องที่อยู่ใกล้ตัวมาก และมีผลกระทบ (consequence or impact) ต่อประชาชนเป็นจำนวนมากทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการดำรงชีวิต และพบว่า การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤติไวรัสโคโรนา 2019 ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี มีการดำเนินการตามแผนงานอย่างเคร่งครัดเพื่อป้องกันความสับสนของข้อมูลข่าวสาร และมีการนำสื่อออนไลน์ Face Book Fan Page มาใช้เสริมสื่อวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อหลักของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี เพื่อตอบสนองต่อความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชนอย่างรวดเร็วทันเวลา

คำสำคัญ : การจัดการการสื่อสาร, ภาวะวิกฤติ, ไวรัสโคโรนา 2019

Wutinan Janma. (2021). **Communication Management during the 2019 Coronavirus Crisis at the Public Relations Office in Region 7, Chanthaburi**. Thesis. M.Com.Arts. (Master of Communication Management). Chanthaburi : Rambhai Barni Rajabhat University.

Thesis Advisors

Dr.Puripat Keawtathanawattana	Chairman
Ph.D. (Innovative Communications)	
Assistant Proferssor Dr.Chamroen Kangkasri	Member
Ph.D. (Technology Management)	

Abstract

This research aimed to analyze information from and study communication management at the Public Relations Office in Region 7, Chanthaburi during the 2019 Coronavirus Crisis. Qualitative research was used to analyze content from news about Coronavirus 2019 that appeared in the Public Relations Office's Facebook Fan Page and in-depth interviews with senior executives and the person responsible for producing content to be published in the Facebook Fan Page of the Public Relations Office in District 7, Chanthaburi. The research results suggested that the 2019 coronavirus situation has high news value. News about the pandemic was quickly and interestingly presented by reporting on the number of infections, number of deaths, and the severity of the disease. This motivated people to be alert and to take care of themselves. Coronavirus 2019 is a serious disease that is easily transmitted. It is an event that people feel is personally important to them and that has consequences for many people in terms of the economy, society, and people's livelihoods. During the 2019 coronavirus crisis, communication management at the Public Relations Office in District 7, Chanthaburi was strictly implemented according to the plan to prevent confusion. The Facebook Fan Page enhanced the radio and television media, which were the main channels the Public Relations Office used to respond to people's informational needs in a quick and timely manner.

Keywords : Communication Management, crisis, Corona Virus 2019