

กิจกรรมการเสวนาออนไลน์ “GURU Talk”

ชื่องาน

กิจกรรมเสวนาออนไลน์ “EGAT GURU Talk : สื่อให้ปัง สร้างพลัง New Normal”

ความเป็นมา

ด้วยสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) ซึ่งเป็นภาวะวิกฤติที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบ การดำเนินชีวิตของทุกคน ทั้งในเรื่องส่วนตัวและในเรื่องการทำงานของแต่ละองค์กร การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) เห็นว่างานด้านสื่อสารและประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ประชาชน อันจะช่วยลดการแพร่ระบาด กระตุ้นให้เกิดความช่วยเหลือในทุกภาคส่วน และสร้างขวัญกำลังใจให้คนในสังคมกลับมาเริ่มต้นชีวิตใหม่ได้โดยเร็ว ดังนั้น เพื่อให้สื่อสารและประชาสัมพันธ์สามารถปรับตัวพร้อมรับมือกับภาวะวิกฤติได้อย่างมีประสิทธิภาพ กฟผ. จึงกำหนดจัดกิจกรรมเสวนาออนไลน์ “EGAT GURU Talk : สื่อให้ปัง สร้างพลัง New Normal” เวทีที่รวบรวมผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านการสื่อสาร ได้แก่ สื่อสารมวลชน สื่อสารการตลาด และสื่อออนไลน์ มาเสริมสร้างองค์ความรู้ความเข้าใจ เทคนิคการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ วิธีการประชาสัมพันธ์อย่างไรให้สามารถปรับตัวก้าวผ่านในยุควิกฤติ COVID-19 นี้ได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานด้านการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ขององค์กรเหล่านี้ให้เท่าทันต่อสถานการณ์โลกปัจจุบัน เสวนาครั้งนี้จะสื่อสารภายใต้แนวคิด “Stop COVID Fast Restart Faster : หยุดได้ไว เริ่มใหม่ได้เร็ว”

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความตระหนักถึงพลังของการสื่อสารในสถานการณ์ COVID-19 ที่สามารถช่วยลดการแพร่ระบาด กระตุ้นให้เกิดความช่วยเหลือเยียวยา และสร้างขวัญกำลังใจให้คนในสังคมกลับมาเริ่มต้นชีวิตใหม่
2. เพื่อให้เกิดแนวความคิดสู่การปฏิบัติในวิธีการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ตามสถานการณ์ของสังคมที่กำลังจะเปลี่ยนไป
3. เพื่อขยายเครือข่ายการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดพันธมิตรในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันต่อไป

กลุ่มเป้าหมาย

1. หน่วยงานด้านการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจ จำนวน 51 หน่วยงาน
2. กรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 9 แห่ง (กรมประชาสัมพันธ์ส่วนกลาง และสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1-8)
3. หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทในกลุ่ม กฟผ. จำนวน 5 แห่ง ได้แก่
 - 3.1 บริษัท กฟผ. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
 - 3.2 บริษัท อีแกท ไดมอนด์ เซอร์วิส จำกัด
 - 3.3 บริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
 - 3.4 บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)
 - 3.5 บริษัท ผลิตไฟฟ้าและน้ำเย็น จำกัด

4. สื่อมวลชน
5. ประชาชนทั่วไป

รูปแบบการเสวนา

เป็นกิจกรรมเสวนาออนไลน์ผ่านโปรแกรม Streamyard โดยให้ผู้รับฟังจำนวนประมาณ 400-500 คน สามารถมีส่วนร่วมได้ จัดการสนทนาแบบครั้งเดียว รวมผู้บรรยายทุกคน ผ่านพิธีกรที่มีความสามารถในการจัดการผู้บรรยายและผู้ชม ผู้เข้าฟังการบรรยาย

วันและเวลาจัดงาน

วันพฤหัสบดีที่ 28 พฤษภาคม 2563 เวลา 10.00 – 12.00 น.

หัวข้อการเสวนา

1. พิธีกรกล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมรับฟังการเสวนา (5 นาที)
2. วิกฤติโควิดส่งผลกระทบต่อสังคมและสื่ออย่างไร (15 นาที)
3. พลิกวิกฤติโควิดให้เป็นโอกาส พลิกบทบาทใหม่ (30 นาที)
4. อนาคตหลังจาก “Stop COVID Fast Restart Faster” (45-60 นาที)
5. ตอบข้อซักถามผู้เข้าร่วมรับฟังการเสวนา (10 นาที)

รายชื่อวิทยากร

1. คุณสุทธิชัย หยุ่น ปรมาจารย์ด้านการสื่อสารมวลชน อดีตผู้บริหารเครือเนชั่น
2. คุณเกรียงไกร กาญจนะโกคิน ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ

วิลเลจ จำกัด (มหาชน)

3. คุณปกรณ์ วัฒนเฉลิมวุฒิกร หัวหน้าฝ่ายการตลาดประจำประเทศไทย ของแอปพลิเคชัน TikTok
4. ผู้บริหาร บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ผู้ดำเนินรายการ

ดร. ปานระพี รพีพันธุ์ (เอ็น)

แบบรายงานสรุปผลการเข้าร่วมประชุม/สัมมนา/ศึกษา/ดูงาน หรือเข้ารับการฝึกอบรม

เรียน ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

ด้วยข้าพเจ้า นางกัลยกร มีศิริภัทร ตำแหน่ง หัวหน้าส่วน (ระดับ 7) ส่วนบริหารทรัพยากรมนุษย์ ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ สำนักบริหารกลาง และนายณัฐนนท์ สุขเกษม ตำแหน่ง หัวหน้างาน (ระดับ 6) งานสื่อสิ่งพิมพ์และอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนส่งเสริมเผยแพร่ ฝ่ายกิจกรรมสัมพันธ์ สำนักบริหารกลาง ได้เข้าร่วมอบรมเสวนาออนไลน์ หัวข้อ “EGAT GURU Talk : สื่อให้ปัง สร้างพลัง New Normal” เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2563 เวลา 10.00 น. – 12.00 น. จัดโดย การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ซึ่งการอบรมเสวนา หลักสูตรดังกล่าว ไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

บัดนี้ ข้าพเจ้าได้เข้ารับการฝึกอบรมเสวนาออนไลน์ หัวข้อ “EGAT GURU Talk : สื่อให้ปัง สร้างพลัง New Normal” ดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว จึงขอรายงานสรุปผลฯ ให้ทราบ ดังนี้

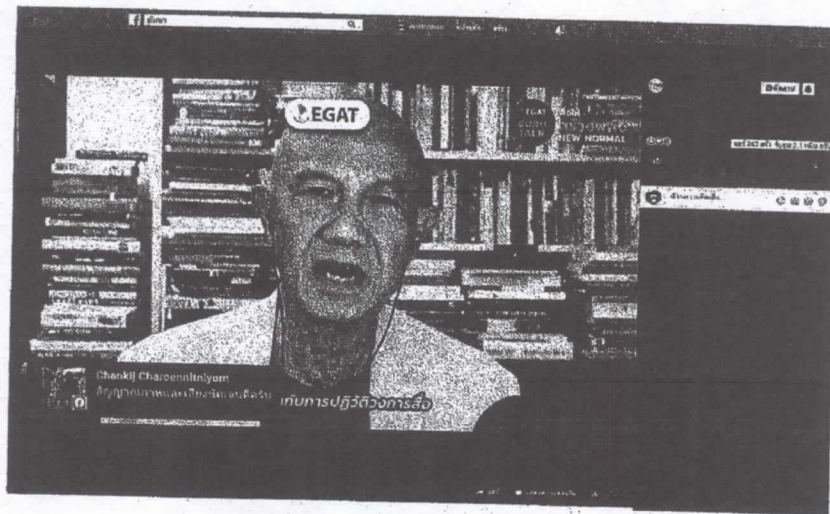
“New Normal” หรือ New Norm หมายถึง “ความปกติใหม่” นั่นคือ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้คนในการใช้ชีวิตประจำวันและการขับเคลื่อนทางเทคโนโลยีโดยเฉพาะออนไลน์ เป็นที่ทราบกันดีว่าการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกอย่างรุนแรงและเป็นวงกว้าง ทำให้โลกเข้าสู่ภาวะถดถอยอย่างมาก ธุรกิจประเภทที่ปรับตัวได้จะยังคงอยู่รอดและสามารถเติบโตต่อไป



ภาพประกอบ 1

1. การฝึกอบรมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อ สร้างการรับรู้และร่วมแชร์ประสบการณ์ของวิทยากรทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ คุณสุทธิชัย หยุ่น นักสื่อสารมวลชนอาวุโส และผู้ก่อตั้ง บริษัท กาแฟดำ จำกัด , คุณเกรียงไกร กาญจนะโกศล ผู้ก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด และ คุณปกรณ์ วัฒนเฉลิมวุฒิกร หัวหน้าฝ่ายการตลาด TikTok ประเทศไทย) เกี่ยวกับการปรับตัวให้เข้ากับ สถานการณ์ผลกระทบจากไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต้องพบเจอ พร้อมทั้งแนะนำวิธีดำเนินงานและธุรกิจให้อยู่รอดสอดคล้องกับวิถีชีวิตใหม่ New Normal

2. เนื้อหาและหัวข้อการฝึกอบรม หลักสูตรเสวนาออนไลน์ “EGAT GURU Talk : สื่อให้ปัง สร้างพลัง New Normal” มีดังนี้

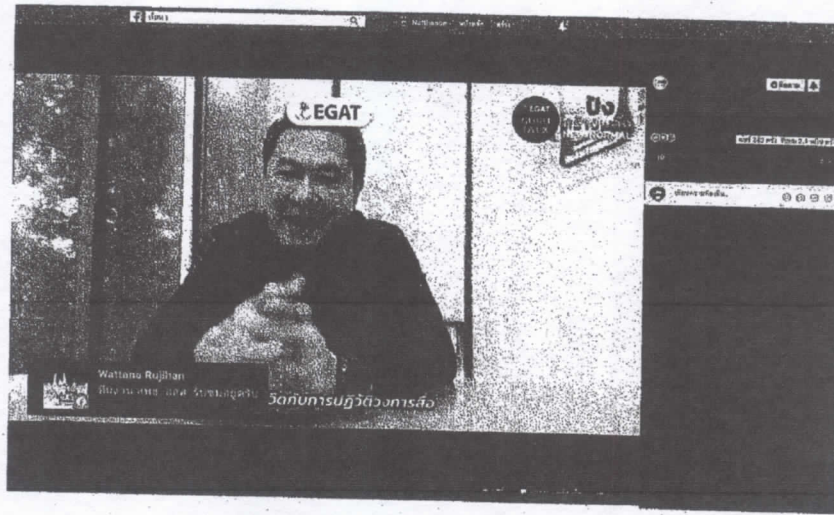


ภาพประกอบ 2 : (คุณสุทธิชัย หยุ่น)

2.1 วิฤติโควิดส่งผลกระทบต่อสังคมและสื่ออย่างไร

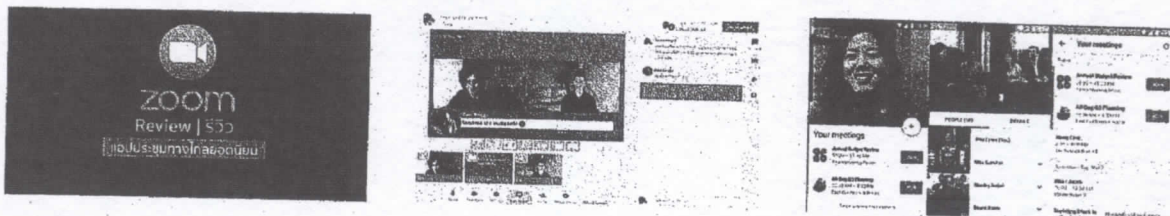
กระทบโดยตรง วิถีชีวิตที่ต้องรักษาระยะห่าง Social Distancing อาจจะใหม่กับสังคมไทย แต่เราต้องอยู่กับแนวคิดนี้ต่อไป สังคมเกิดความวิตกกังวลระหว่างกัน การค้าหยุดชะงัก เศรษฐกิจมวลรวมของประเทศเสียหายเป็นวงกว้าง และสำหรับวงการสื่อสารมวลชนที่กระทบอย่างหนัก คือ Event ต่างๆ ในห้างสรรพสินค้า และสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ทุกชนิด ทำให้สื่อหลายสำนักต้องทำการปิดตัวลงเป็นจำนวนมาก ดังที่เราจะเห็นได้ตามสื่อต่างๆ เป็นต้น การปรับตัวและปรับธุรกิจสู่ระบบออนไลน์จึงเป็นหนทางเดียวและ ทางเลือกที่ดีที่สุดขณะนี้ อยู่ที่ว่าจะวางแผนและตั้งเป้าหมายใหม่ของธุรกิจอย่างไรเท่านั้นเอง

New Normal คือ เรื่องใหม่และวิถีชีวิตใหม่ของคนยุคนี้ สื่อและธุรกิจต้องยึดโจทย์นี้เป็น สำคัญ เพื่อทันเหตุการณ์และวิถีในปัจจุบัน



ภาพประกอบ 3 : (คุณเกรียงไกร กาญจนะโกติน)

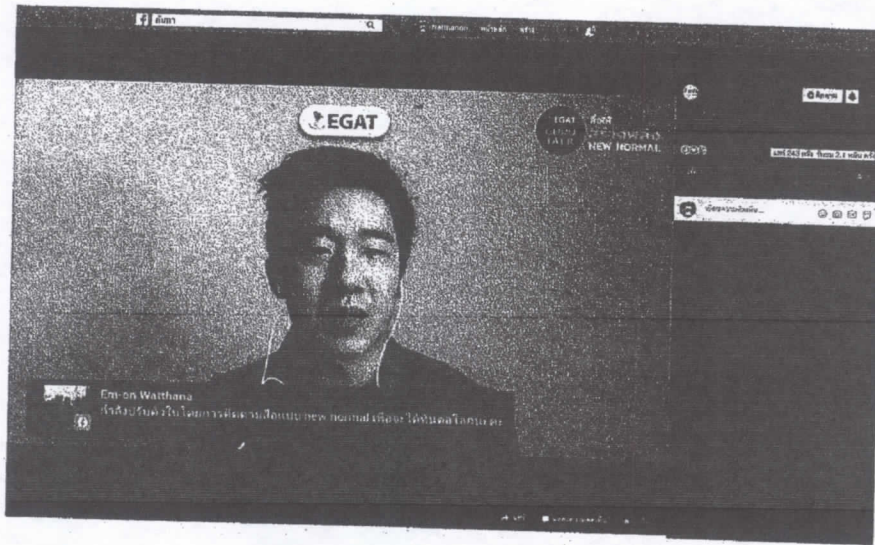
2.2 พลิกวิกฤติโควิดให้เป็นโอกาส พลิกบทบาทใหม่



วิถีชีวิตการทำงาน WFH จะเป็นวิถีใหม่ของทั้งระบบราชการและเอกชน โดยมีเทคโนโลยีเป็นตัวนำ เช่น แอปพลิเคชัน Zoom , Streamyard และ Google Meet (ข้อมูล ณ พ.ศ. 2563) เข้ามา มีบทบาทสำคัญ เช่น การปรับโครงสร้างการทำงานที่เหมาะสมยิ่งขึ้น เช่น ลดอัตราพนักงานแต่ประสิทธิภาพของงานคงเดิมหรือเพิ่มขึ้น , การแก้ไขปัญหาการสื่อสารอย่างจริงจัง เช่น การประชุมและทำธุรกิจผ่านสื่อออนไลน์ ที่เพิ่มประสิทธิภาพแต่ประหยัดต้นทุน ซึ่งอยู่ที่ว่าองค์กรจะปรับตัวอย่างไรให้ทันกับสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งไม่เพียงแคให้หยุดรอด แต่ต้องอยู่ให้ได้ ซึ่งวิกฤต COVID-19 ทำให้ทุกองค์กรเหมือนเริ่มต้นใหม่กับสิ่งที่เป็นใครเริ่มและปรับตัวได้ก่อนย่อมได้เปรียบคู่แข่ง ความมองตรงนี้ให้เป็น 'โอกาส'

2.3 อนาคตหลังจาก “Stop COVID Fast Restart Faster”

สื่อในอนาคต จะเป็นในลักษณะของ Segmentation (การแบ่งส่วนตลาด) ที่ชัดเจนขึ้น คนที่สนใจเรื่องใดเป็นพิเศษจะเกิดการรวมตัวและทำการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม เกิดการมีส่วนร่วม เกิดเครือข่ายที่ยิ่งใหญ่และทรงพลัง ทำให้สามารถรู้ถึง เพศ ช่วงอายุ หรือความต้องการจากกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น การสื่อสารจากองค์กรต่อกลุ่มเป้าหมายในอนาคต จะมีประโยชน์ไม่เสียเวลาและโอกาสอีกต่อไป



ภาพประกอบ 4 : (คุณปกรณ์ วัฒนเฉลิมวุฒิกร)

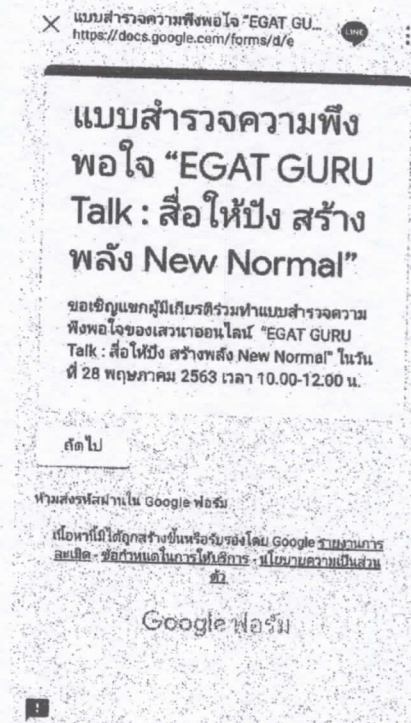
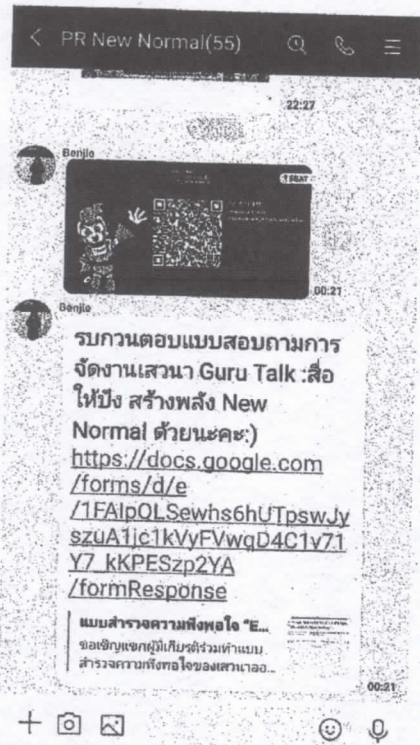
2.4 ความปกติใหม่ของสื่อไทยในอนาคต

Digital Transformation เป็นการเปลี่ยนแปลงองค์กรหรือธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการปรับเปลี่ยนหรือปรับปรุงให้ธุรกิจหรือองค์กรมีความพร้อมในโลกดิจิทัลมากขึ้น แต่สิ่งที่ต้องเน้นย้ำสำคัญ ที่เราจะเรียกว่าเป็น Digital Transformation ได้อย่างสมบูรณ์แบบก็คือ นอกจากการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้แล้ว การวางยุทธศาสตร์ แนวคิดการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร รวมถึงวิสัยทัศน์ของผู้นำที่พร้อมจะรับสิ่งที่เปลี่ยนแปลง การมีและใช้นวัตกรรมให้เกิดประโยชน์ และการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ การนำสิ่งต่างๆ เหล่านี้มาใช้ครบถ้วน จึงจะนับได้ว่าเป็น Digital Transformation อย่างแท้จริง

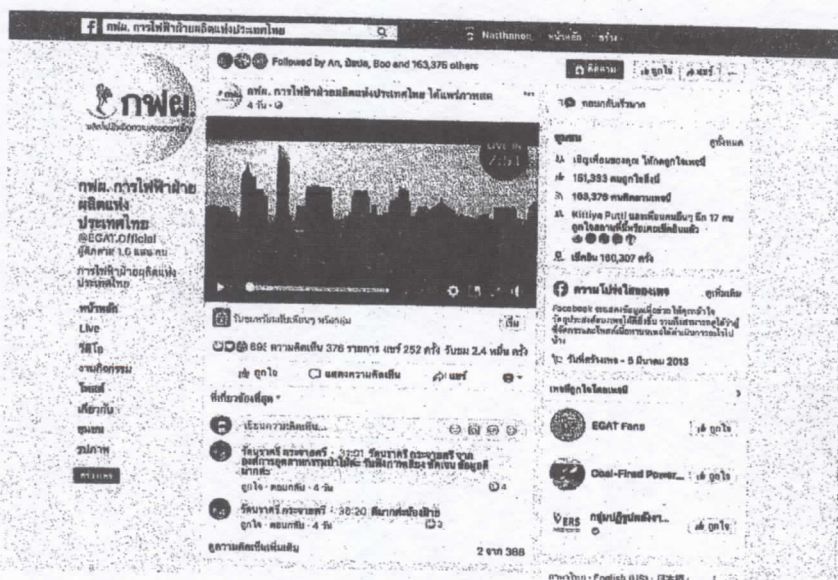
เนื่องจากผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายจะปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ หรือ New Normal สื่อออนไลน์จะมีผลและเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิตทั้งทำงาน ประชุม จับจ่ายซื้อของ โดยมีธุรกิจขนส่งเป็นตัวขับเคลื่อน เนื่องจากรวดเร็ว ลดการติดต่อสัมผัสระหว่างบุคคล เป็นต้น ส่วนธุรกิจที่ต้องมีการจัดอีเวนต์ต่างๆ จะต้องปรับรูปแบบเช่นกัน โดยการจัดอีเวนต์แสดงสินค้าออนไลน์ หรือ Virtual Exhibition นิทรรศการออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งผลดี คือ ผู้บริโภคสามารถลดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปดูหรือซื้อสินค้า เพียงแค่เปิดหน้าจอโทรศัพท์หรือคอมพิวเตอร์ ก็สามารถดูสินค้าที่ต้องการได้ เพียงแต่ความรู้สึก การสัมผัส หรือการมีส่วนร่วมจะลดน้อยลงไปเท่านั้น

การสัมมนาออนไลน์ เป็นการเปิดกว้างเรื่องของการสื่อสารให้กับสาธารณชน
ข้อดี : ลดค่าใช้จ่าย ลดการสัมผัสระหว่างบุคคล และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เนื่องจากเปิดกว้างทาง

การเข้าร่วม กลุ่มเป้าหมายจริงๆ จะรับชมข้อมูลที่เราเผยแพร่ และเราสามารถจัดเก็บข้อมูลผู้รับชม Segmentation (เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ความสนใจ) ได้จากสถิติและการเข้าถึงโดยระบบจะเป็น ผู้บันทึก โดยประสิทธิภาพสื่อดังกล่าว ในอนาคตจะมีอิทธิพลและมีประสิทธิภาพสูง



ภาพประกอบ 5 : แบบสำรวจความพึงพอใจ



ภาพประกอบ 6 : รัชมยอนหลังได้ที่ แฟนเพจ กฟผ. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการร่วมเสวนาออนไลน์

ต่อตนเอง ได้แก่ เพิ่มแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและทิศทางการสื่อสารในอนาคต เพื่อนำมาใช้กับงานด้านประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ของ อ.อ.ป. รวมถึงแนวคิดการจัดอบรมสัมมนาโครงการต่างๆ เพื่อสอดคล้องกับผลกระทบจากโรคไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และวิถีชีวิตใหม่ในอนาคต (New Normal)

ต่อหน่วยงาน ได้แก่ สื่อและการอบรมสัมมนาต่างๆ เมื่อมีเทคโนโลยีมาเกี่ยวข้อง นโยบายของ อ.อ.ป. เรื่องลดค่าใช้จ่ายให้กับองค์กรจะเริ่มเห็นผล ส่วนประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานที่คาดหวังขึ้นอยู่กับการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยี ณ ขณะนั้น

4. แนวทางการนำความรู้ ทักษะ ที่ได้รับการเสวนาออนไลน์ในครั้งนี้ ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์แก่หน่วยงาน

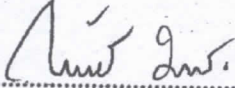
‘การประชาสัมพันธ์’ อาจจะเริ่มกับ ‘การสื่อสารเฉพาะกลุ่ม’ หรือ ‘กลุ่มเป้าหมาย’ โดยเฉพาะเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผล

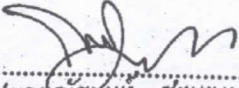
‘การอบรมสัมมนา’ เริ่มจากอบรมผ่านสื่อออนไลน์ที่ อ.อ.ป. มี แล้วประเมินถึงผลลัพธ์ เช่น ค่าใช้จ่าย , ความรู้สึกและการรับรู้ข้อมูลของผู้รับสาร และประสิทธิภาพของเครื่องมือ ฯลฯ

5. ความต้องการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา เพื่อส่งเสริมให้สามารถนำความรู้และทักษะ ที่ได้รับไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานให้สัมฤทธิ์ผล

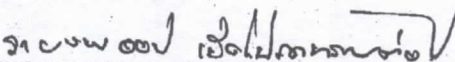
ร่วมประชุมปรึกษาแนวคิดร่วมกัน เพื่อใช้สื่อและเทคโนโลยีที่ อ.อ.ป. มี นำมาใช้งานให้เกิดประโยชน์ โดยพิจารณารูปแบบการสื่อสารและอบรมสัมมนาออนไลน์จากบริษัทชั้นนำ เป็นแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

(ลงชื่อ) 
(นางกัญญา นัตถพร)
หัวหน้าส่วน (ระดับ ๗) ส่วนบริหารทรัพยากรมนุษย์
ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ สำนักบริหารกลาง

(ลงชื่อ) 
(นางกัญญา นัตถพร)
(หัวหน้าส่วน (ระดับ ๖) งานสื่อสารสัมพันธ์และอิเล็กทรอนิกส์
สำนักบริหารกลาง

ความเห็นของผู้บังคับบัญชา


.....
.....

(ลงชื่อ) 
(นายธีระยุทธ กัตติวาท)
(ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง)