

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กเพจ วิงไหนดี้ : Wingnaidee ที่มีผลต่อการตัดสินใจร่วมกิจกรรม วิ่งมาราธอน
ชื่อผู้เขียน	ชลธิชา สุทธิวิชัย
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2562

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจร่วมกิจกรรมวิ่งมาราธอน 2) ศึกษารูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจร่วมกิจกรรมวิ่งมาราธอน และ 3) ศึกษาการตัดสินใจของกลุ่มวัยทำงานต่อการร่วมกิจกรรมวิ่งมาราธอน ผ่านสื่อเฟซบุ๊กเพจวิงไหนดี้ : Wingnaidee ทำให้เกิดการติดตามข้อมูลข่าวสาร และพัฒนาระบบการสื่อสารสุขภาพออนไลน์ของไทยโดยใช้วิธีการรายงานผลในรูปแบบตารางและรูปแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

จากการศึกษา กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กเพจวิงไหนดี้ : Wingnaidee ที่มีผลต่อการตัดสินใจร่วมกิจกรรมวิ่งมาราธอน มีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อเฟซบุ๊กเพจ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์รูปแบบการสื่อสารสุขภาพออนไลน์ (Communication Form) และ 2) กลยุทธ์เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพออนไลน์ (Content) พบว่า เพจมีกลยุทธ์การใช้รูปแบบที่มีความหลากหลาย และใช้รูปแบบที่น่าสนใจ ทันสมัย และสอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร ส่วนกลยุทธ์การสื่อสารเนื้อหาสุขภาพ ทางเพจจะมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมงานวิ่งมาราธอน โดยแจ้งข้อมูลรายละเอียดของกิจกรรม รวมถึงข่าวสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และเสริมด้วยเนื้อหาให้ความรู้ สร้างความสัมพันธ์อันดีโดยการเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายมีการพูดคุยกัน สร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย สร้างกำลังใจ และให้ความบันเทิง ทำให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพ และเกิดการ

เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหันมาสนใจในกิจกรรมการวิ่งเพื่อสุขภาพไปจนถึงการแข่งขันวิ่งมาราธอนในงานต่างๆ

ผู้วิจัยยังศึกษาถึง รูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก โดยมีรูปแบบงานกิจกรรมและมีเนื้อหาประเด็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารมากที่สุด เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมวิ่งมาราธอน ทั้งรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมวิ่งสถานที่ วัน เวลา ประเภทการวิ่ง รวมถึงข่าวสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายได้ติดตามข้อมูลข่าวสารอย่างทันท่วงที ทำให้เกิดการรับรู้และนำไปสู่การวางแผนประกอบการตัดสินใจร่วมกิจกรรมวิ่งมาราธอนต่อไป ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กแบ่งประเด็นตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ด้านรูปแบบการสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก

- 1.1 รูปแบบกิจกรรม
- 1.2 รูปแบบบทความ
- 1.3 รูปแบบข่าวสาร
- 1.4 รูปแบบข้อความสั้น
- 1.5 รูปแบบวิดีโอ
- 1.6 รูปแบบการ์ตูน

2. ด้านเนื้อหาการสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก

- 2.1 ประเด็นการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
- 2.2 ประเด็นให้ความรู้ (Knowledge)
- 2.3 ประเด็นการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ (Relationship)
- 2.4 ประเด็นสื่อสารสร้างกำลังใจ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ศึกษาถึงการตัดสินใจร่วมกิจกรรมวิ่งมาราธอนของกลุ่มคนวัยทำงานโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มคนวัยทำงานที่ติดตามเฟซบุ๊กเพจวิ่งไหนดี พบว่ารูปแบบ การสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมวิ่งมาราธอนของกลุ่มคนวัยทำงาน เนื่องจากรูปแบบต่างๆ มีความน่าสนใจ น่าติดตาม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ และแต่ละรูปแบบมีคุณสมบัติเฉพาะตัว ทำให้กลุ่มคนวัยทำงานที่รับสารเกิดความรู้ความเข้าใจ เข้าถึงเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารต่างๆ จนนำไปสู่การตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมวิ่งมาราธอนของกลุ่มคนวัยทำงาน และเนื้อหาการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมวิ่งมาราธอนของกลุ่มคนวัยทำงาน เนื่องจากเนื้อหาการสื่อสาร

สุขภาพเป็นไปในทิศทางเชิงใจ เชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจในงานวิ่งมาราธอน อีกทั้งยังเป็นศูนย์รวมข้อมูลข่าวสารกิจกรรมงานวิ่งมาราธอนทั่วทุกภูมิภาคในประเทศไทย รวมถึงงานวิ่งระดับโลก จึงเป็นข้อมูลสำคัญที่ช่วยในการตัดสินใจของกลุ่มคนวัยทำงานว่าจะเข้าร่วมกิจกรรมวิ่งมาราธอนที่ตนสนใจ

ABSTRACT

Title of Independent Study	Strategies of communicating health in Facebook Page: Wingnaidee that affect decisions to participate in marathon activities of audiences
Author	Miss Chonticha Suttawichai
Degree	Master of Arts (Communication Arts and Innovation)
Year	2019

This research is a qualitative research which have the following objective: 1) to study health communication strategies through online media that affect decisions to participate in marathon activities of audiences 2) to study forms and contents of health communication that affect decisions to participate in marathon activities of audiences and 3) to study the decision of working age groups towards joining marathon activities through the Facebook page: Wingnaidee by using the method of reporting results in tabular form and Descriptive Analysis

From the study of health communication strategies through Facebook Page: Wingnaidee, found that strategies for communicating health can divided into 2 strategies, there are 1) Online health communication form and 2) Online health communication content. The study found that Facebook Page: Wingnaidee use a variety of attractive and modern form that consistent with their content furthermore, they promote marathon activities by providing information of activities Including other news and educational content to educate audiences. Moreover, Wingnaidee also be a public space which audiences can share their story to each other to build good relationships, create encouragement and entertainment and make the target audiences aware of their health.

The researcher also studies forms and content of online health communication through Facebook Page: Wingnaidee and found that the most form in Wingnaidee is events promoting which inform details about the activity, location, date, time, type of marathon that help audiences can make decisions to participate in marathon activities in a timely manner. The results of the study also showed that online health communication via Facebook media could be categorized according to the objectives as follows:

1. Online health communication forms through Facebook media

- 1.1 Activities

- 1.2 Article

- 1.3 News

- 1.4 Short Message

- 1.5 Video

- 1.6 Cartoon

2. Online health communication Content through Facebook media

- 2.1 Public relations and information issues

- 2.2 Knowledge issues

- 2.3 building relationships issues

- 2.4 Encouraging issues

In addition, the researcher also studied the decision to join the marathon activities of the working-age group by using in-depth interview method and found that various forms of health communication make working-age groups interest and affect their decisions. Each form has an own unique property that cause the working-age group understand contents then lead them to make decision to participate in marathon activities.