

รายงานวิจัย

รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์
งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

A Proactive Public Relations Model via Social Media to Enhance the Image of
Khurusapha Affairs at the Phayao Provincial Education Office.

นางสาวภูริตา สุธธิแก้ว

เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไปปฏิบัติการ

งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

สำนักงานเลขาธิการครูสภา กระทรวงศึกษาธิการ

2569

หัวข้อวิจัย	รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา
ผู้ดำเนินการวิจัย	ภูริตา สุทธิแก้ว
หน่วยงาน	สำนักงานเลขาธิการครูสภา กระทรวงศึกษาธิการ
ปีที่เผยแพร่	2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์เพื่อเสนอแนวทางเชิงปฏิบัติในการนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้จริง และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีประชากรในการศึกษาจากกลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากวิธีสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple random sampling) จำนวน 400 คน การเก็บรวบรวมเครื่องมือโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในส่วนของข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 13 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาที่พบจากการประชาสัมพันธ์เชิงรุกงานครูสภา สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ได้แก่ ระบบการสื่อสารอินเทอร์เน็ตต้นทางจากผู้ใช้งานมีความไม่เสถียร ส่งผลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ รวมถึงปัญหาระบบการใช้งานที่มีปัญหาช่วงที่มีผู้เข้าใช้งานเป็นจำนวนมาก และปัญหาการสื่อสารในช่องทางออนไลน์ที่มีการระบุงขึ้นตอนไม่ชัดเจน ส่งผลต่อความเข้าใจของผู้ใช้งาน ในส่วนของความต้องการ การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ พบว่า การใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ทางออนไลน์มีผลต่อการสื่อสารที่ดี ได้แก่ Facebook และ TikTok ในส่วนของรูปแบบการประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นการใช้คลิปสั้น หรือโปสเตอร์นำเสนอในการสื่อสารข้อมูลเพื่อสร้างความน่าสนใจ ความเข้าใจต่อเนื้อหาที่ง่ายมากขึ้น เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและเข้าถึงง่าย แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรทั้งอุปกรณ์ โปรแกรมการใช้งานควบคู่กับการพัฒนาบุคลากรด้วยทักษะทางดิจิทัล รวมถึงการสนับสนุนทรัพยากรบุคคลทางเทคโนโลยีดิจิทัลให้เพียงพอต่อการทำงาน

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์เชิงรุก, สื่อสังคมออนไลน์, การส่งเสริมภาพลักษณ์

Thesis title A Proactive Public Relations Model via Social Media to Enhance the Image of Khurusapha Affairs at the Phayao Provincial Education Office.

The Author Phurita Sutthikaew

Affiliated Institution Secretariat Office of the Teachers' Council of Thailand

Year of Publication 2026

ABSTRACT

This study aimed to investigate the problems and needs regarding proactive public relations via social media; develop a proactive public relations model via social media to enhance the image of Khurusapha Affairs at the Phayao Provincial Education Office; and propose practical implementation guidelines and policy recommendations for organizational image enhancement. A mixed-methods research design combining quantitative and qualitative approaches was employed. The population consisted of education professionals, and 400 participants were selected using simple random sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using descriptive statistics. For the qualitative phase, data were collected through structured interviews with 13 key informants selected using purposive sampling and analyzed using content analysis based on the research objectives. The research findings revealed that the problems encountered in the proactive public relations of Khurusapha Affairs at the Phayao Provincial Education Office included unstable user-end internet connections that disrupted access to essential information, system problems during peak usage periods, and unclear online procedural instructions that affected users' understanding. Regarding the needs and development of the public relations model, the findings indicated that using multiple online applications, particularly Facebook and TikTok, could enhance communication effectiveness. For the public relations format, the emphasis was on using short video clips and posters to deliver information, capture users' attention, and make the content easier to understand improve. These strategies could help promote a positive organizational image and improve information accessibility. Guidelines for public relations development focused on improving resources, including equipment and software, enhancing personnel's digital skills, and ensuring adequate human resources with digital technology expertise to support administrative operations.

Keywords: Proactive public relations, social media, image enhancement

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	5
1.3 ขอบเขตการวิจัย	5
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ	6
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในภาครัฐ	15
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์	63
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร	71
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	73
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	77
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	78
3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ	78
3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ	81
3.3 วิธีดำเนินการวิจัย	83
บทที่ 4 ผลการศึกษา	85
4.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหา ความต้องการ และรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก	85
4.2 แนวทางการพัฒนาเชิงปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในอนาคต	98
4.3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภา ในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา	106

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	109
5.1 สรุปผลการวิจัย	109
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	111
5.3 ข้อเสนอแนะ	114
บรรณานุกรม	116
ภาคผนวก	120
ประวัติผู้วิจัย	121

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2-1 การสรุปองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล	11
ตารางที่ 2-2 ความสามารถด้านความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy)	24
ตารางที่ 2-3 ความสามารถด้านการควบคุมกำกับและการปฏิบัติตามกฎหมาย นโยบาย และ มาตรฐานการจัดการด้านดิจิทัล (Digital Governance, Standard, and Compliance)	28
ตารางที่ 2-4 ความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพองค์กร (Digital Technology)	32
ตารางที่ 2-5 ความสามารถด้านการออกแบบกระบวนการและการให้บริการด้วยระบบดิจิทัลเพื่อ การพัฒนาคุณภาพงานภาครัฐ (Digital Process and Service Design)	37
ตารางที่ 2-6 ความสามารถด้านการบริหารกลยุทธ์และการจัดการโครงการ (Strategic and Project Management)	42
ตารางที่ 2-7 ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล (Digital Leadership)	48
ตารางที่ 2-8 ความสามารถด้านการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล (Digital Transformation)	51
ตารางที่ 4-1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	86
ตารางที่ 4-2 ค่าเฉลี่ยด้านสภาพปัญหา	89
ตารางที่ 4-3 ค่าเฉลี่ยด้านความต้องการ	90
ตารางที่ 4-4 ประโยชน์ของการใช้งานรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่มีความหลากหลาย เน้นการ สื่อสารที่มีประสิทธิภาพ	96
ตารางที่ 4-5 ความต้องการในรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัย น่าสนใจในสื่อออนไลน์	97
ตารางที่ 4-6 ค่าเฉลี่ยข้อเสนอแนะแนวทางการประชาสัมพันธ์ในอนาคต	99
ตารางที่ 4-7 ค่าเฉลี่ยการประชาสัมพันธ์ที่เน้นใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก	100
ตารางที่ 4-8 ค่าเฉลี่ยการสร้างคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับพื้นที่	100
ตารางที่ 4-9 ค่าเฉลี่ยการมีเจ้าหน้าที่เฉพาะด้านประชาสัมพันธ์	101
ตารางที่ 4-10 ค่าเฉลี่ยการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อรับฟังความคิดเห็นประชาชน	102
ตารางที่ 4-11 ค่าเฉลี่ยการจัดทำคู่มือหรือแนวปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	102
ตารางที่ 4-12 สรุปแนวทางการพัฒนาเชิงปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในอนาคต	105

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2-1 แสดง Digital 4.0 ในปัจจุบัน	20
ภาพที่ 2-2 แสดงตัวอย่าง Application ใช้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์	67
ภาพที่ 2-3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	77
ภาพที่ 4-1 สภาพปัญหาของการใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ของงานคุรุสภาของสำนักงาน ศึกษาธิการจังหวัดพะเยา	93
ภาพที่ 4-2 รูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่มีความหลากหลาย เน้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ	95

บทที่ 1

บทนำ

การศึกษาเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ทั้งวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในส่วนของบทนำเป็นการอธิบายที่มาและความสำคัญ วัตถุประสงค์ ขอบเขตในการศึกษา นิยามศัพท์ และผลที่คาดว่าจะได้รับ เพื่อสร้างความเข้าใจในประเด็นการศึกษา สามารถอธิบายรายประเด็นได้ดังนี้

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

1.2 วัตถุประสงค์

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การเติบโตทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด ส่งผลให้รูปแบบการทำงานขององค์กรมีการเปลี่ยนแปลง และนำไปสู่ซึ่งการพัฒนาในยุคดิจิทัลมีความจำเป็นต้องสร้างขึ้นจากองค์กร ทั้งการบริหาร การออกนโยบาย การพัฒนาบุคลากร โดยที่ทักษะ และความรู้ดิจิทัลเป็นทักษะที่จำเป็นต่อความสำเร็จในการดำรงชีวิต และการทำงาน เป็นองค์ประกอบหลักที่มีความสำคัญ ปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเป็นสำคัญ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ส่งผลให้ต้องมีการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง โดยความรู้ที่จำเป็นอย่างยิ่ง ได้แก่ ความรู้ด้านสารสนเทศ (information literacy) ความรู้ด้านสื่อ (media literacy) และความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information, Communications and Technology: ICT literacy) (วิจิตา จันทรวารีเลขา, 2563) เพราะฉะนั้นกระบวนการสื่อสาร ทั้งในระดับปัจเจก และระดับองค์กร จึงมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยให้การทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผ่านการเติบโตของแพลตฟอร์มทางสารสนเทศที่มีความหลากหลาย ได้แก่ โซเชียลมีเดีย ช่องทางการสื่อสารผ่านดิจิทัล เช่น Line ช่องแชท Facebook เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการสื่อสาร ทั้งในส่วนของการสื่อสารภายในองค์กร และภายนอกองค์กร ซึ่งการประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมที่สำคัญสะท้อนถึงคุณภาพลักษณ์ การสื่อสารของหน่วยงานกับสังคมภายนอก รวมถึงเป็นการสะท้อนถึงประสิทธิภาพ

ในการทำงานของหน่วยงานด้วยประการหนึ่ง ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ในมุมมองของบริบทการทำงานขององค์กร เราจะสามารถเข้าใจได้ว่าการประชาสัมพันธ์เชิงรุก จะมีขั้นตอน การบริหารจัดการที่มีความสัมพันธ์กับองค์กร ทั้งการบริหารงานของผู้บริหารในเชิงนโยบายเรื่องการประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานในหน้าที่ต่าง ๆ ที่ต้องดำเนินการร่วมกัน เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกมีประสิทธิภาพ และสามารถพัฒนาการทำงานของหน่วยงานตามเป้าประสงค์ที่ต้องการได้

ในส่วนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา จะพบว่า ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเติบโต และพัฒนาอย่างต่อเนื่องในยุคสมัยปัจจุบัน และถูกนำไปใช้ทางการศึกษาในรูปแบบต่าง ๆ ดังที่ จินฉนวน ปะโคทัง และคณะ (2562) ที่ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสถานศึกษา และเอื้อต่อการพัฒนาระบบการเรียนการสอนในยุคไทยแลนด์ 4.0 สื่อใหม่ (New Media) และแอปพลิเคชัน (Application) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ช่วยให้การเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น ทั้งนี้ในบริบทของงานครุสภาครุสภาจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2546 ตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา พ.ศ. 2546 มีฐานะเป็นนิติบุคคลในกำกับของกระทรวงศึกษาธิการ

มาตรา 8 แห่งพระราชบัญญัติสภาครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2546 ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของครุสภาไว้ ดังนี้ 1) กำหนดมาตรฐานวิชาชีพ ออกและเพิกถอนใบอนุญาต กำกับดูแลการปฏิบัติตามมาตรฐานวิชาชีพและจรรยาบรรณของวิชาชีพ รวมทั้งการพัฒนาวิชาชีพ 2) กำหนดนโยบายและแผนพัฒนาวิชาชีพ 3) ประสาน ส่งเสริมการศึกษาและการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาวิชาชีพ

มาตรา 9 แห่งพระราชบัญญัติสภาครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2546 กำหนดอำนาจหน้าที่ของครุสภา ให้มีหน้าที่ 1) กำหนดมาตรฐานวิชาชีพและจรรยาบรรณของวิชาชีพ 2) ควบคุมความประพฤติและการดำเนินงานของผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษาให้เป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพและจรรยาบรรณของวิชาชีพ 3) ออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ขอประกอบวิชาชีพ 4) พักใช้ใบอนุญาตหรือเพิกถอนใบอนุญาต 5) สนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาวิชาชีพตามมาตรฐานวิชาชีพและจรรยาบรรณของวิชาชีพ 6) ส่งเสริม สนับสนุนและผดุงเกียรติผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา 7) รับรองปริญญา ประกาศนียบัตร หรือวุฒิปัตร์ของสถาบันต่าง ๆ ตามมาตรฐานวิชาชีพ 8) รับรองความรู้ และประสบการณ์ทางวิชาชีพ รวมทั้งความชำนาญในการประกอบวิชาชีพ 9) ส่งเสริมการศึกษา และการวิจัยเกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพ 10) เป็นตัวแทนผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษาของประเทศไทย 11) ออกข้อบังคับของครุสภา ตามที่กำหนดในกฎหมายสภาครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2546 12) ให้คำปรึกษาหรือเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรี เกี่ยวกับนโยบายหรือปัญหาการพัฒนา

วิชาชีพ 13) ให้คำแนะนำหรือเสนอความเห็นต่อรัฐมนตรี เกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพ หรือการออกกฎกระทรวง ระเบียบ และประกาศต่าง ๆ 14) กำหนดให้มีคณะกรรมการเพื่อกระทำการใด ๆ อันอยู่ในอำนาจหน้าที่ของคุรุสภา 15) ดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของคุรุสภา

พระราชบัญญัติสภาครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2546 ยังได้กำหนดให้มีสำนักงานเลขาธิการคุรุสภาเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินงานของคุรุสภา มีพันธกิจในการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพ และกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพ พัฒนาวิชาชีพ ส่งเสริมครู และบุคลากรทางการศึกษาให้มีคุณภาพตามมาตรฐานวิชาชีพ รวมทั้งประสาน ส่งเสริม การศึกษา และวิจัยเกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพ ตลอดจนพัฒนาระบบบริหารจัดการโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม สำนักงานเลขาธิการคุรุสภามีหน้าที่ ดังนี้ 1) รับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินงานของคุรุสภา 2) ประสานและดำเนินการเกี่ยวกับกิจการอื่นที่คุรุสภามอบหมาย 3) จัดทำรายงานประจำปีเกี่ยวกับการดำเนินงานเสนอต่อคุรุสภา

การดำเนินงานของสำนักงานเลขาธิการคุรุสภา กำหนดให้เลขาธิการคุรุสภามีหน้าที่บริหารกิจการของสำนักงานเลขาธิการคุรุสภาให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ของคุรุสภา ระเบียบ ข้อบังคับ ข้อกำหนดนโยบาย มติ และประกาศของคณะกรรมการคุรุสภา และเป็นผู้บังคับบัญชาพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกตำแหน่ง เว้นแต่ผู้ตรวจสอบภายในให้ขึ้นตรงต่อประธานกรรมการคุรุสภา ตามระเบียบที่คณะกรรมการคุรุสภากำหนดรวมทั้งมีหน้าที่ ดังต่อไปนี้ 1) ดูแลรักษาทะเบียนผู้ได้รับใบอนุญาต 2) ควบคุมดูแลทรัพย์สินของคุรุสภา 3) เสนอรายงานประจำปีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของสำนักงานเลขาธิการคุรุสภา รวมทั้งรายงานการเงินและบัญชี ตลอดจนเสนอแผนดำเนินงาน แผนการเงิน และงบประมาณของปีต่อไปต่อคณะกรรมการคุรุสภาพิจารณา 5) เสนอความเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงกิจการ และการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของคุรุสภาต่อคณะกรรมการคุรุสภา รวมทั้งต้องรับผิดชอบต่อคณะกรรมการคุรุสภา ในการบริหารกิจการของสำนักงานเลขาธิการคุรุสภา (พระราชบัญญัติสภาครูฯ, 2546)

ปัจจุบันสำนักงานเลขาธิการคุรุสภา ได้กระจายการให้บริการตามภารกิจของคุรุสภาสู่ภูมิภาค ตามมติคณะกรรมการคุรุสภา ในการประชุมครั้งที่ 5/2560 เมื่อวันที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2560 สำนักงานเลขาธิการคุรุสภาได้มอบหมายให้พนักงานเจ้าหน้าที่สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา ผู้ปฏิบัติงาน ณ จุดบริการงานคุรุสภาในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา จำนวน 182 เขต จำนวน 170 คน (ยกเว้นสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 และเขต 2) ไปปฏิบัติงานในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด ตามกรอบภาระงานแห่งประกาศสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 76 จังหวัด โดยได้กำหนดภาระหน้าที่ความรับผิดชอบตามภารกิจของคุรุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด

ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ งานอำนวยการทั่วไป งานควบคุมการประกอบวิชาชีพ และงานยกย่องเชิดชูเกียรติวิชาชีพ สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา (ม.ป.ป.)

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าว ในกรณีศึกษาของงานคุรุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยาเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการศึกษาของจังหวัด โดยมีหน้าที่ในการให้การสนับสนุน และส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของประชาชนในพื้นที่ การประชาสัมพันธ์งานของคุรุสภาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ประชาชนรับรู้ถึงภารกิจ และบทบาทของคุรุสภา รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรเพราะฉะนั้น การประชาสัมพันธ์ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยในการสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรหรือหน่วยงานกับผู้รับบริการ ซึ่งการประชาสัมพันธ์สามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น การจัดกิจกรรม การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ หรือการใช้งานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสื่อเหล่านี้ล้วนเป็นช่องทางที่มีอิทธิพลและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มได้อย่างรวดเร็ว และทั่วถึง โดยที่การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากการใช้งานที่แพร่หลาย โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและประชาชนทั่วไป การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์จึงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถกระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชนได้ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งการแชร์ข้อมูล การแสดงความคิดเห็น หรือการติดตามข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ

เมื่อพิจารณาวิเคราะห์ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในภารกิจการประชาสัมพันธ์ พบว่า ในช่วงเวลาที่ผ่านมา งานคุรุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยายังไม่ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเต็มที่ในการเผยแพร่ข้อมูล และกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของงานคุรุสภาให้เป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับจากประชาชนมากยิ่งขึ้น และกลายเป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ องค์กรต่าง ๆ โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจด้านการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และมาตรฐานวิชาชีพครู การนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive Social Media PR) สามารถสร้างการรับรู้ (Awareness) และภาพลักษณ์ (Image) ที่ดีให้แก่งานคุรุสภา

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงจำเป็นต้องศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการในการสื่อสารของผู้รับบริการ เพื่อวางแผนทางพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับบริบทของงานคุรุสภาในพื้นที่จังหวัดพะเยา และแนวทางเชิงปฏิบัติก่อนนำไปขยายผลใช้งานจริง เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ และการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการอย่างเป็นรูปธรรม และเพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีทิศทางที่ชัดเจนสอดคล้องกับปัญหา และความต้องการของพื้นที่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานคุรุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา เพื่อพัฒนารูปแบบ

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ และพัฒนาการรับรู้ข่าวสารที่จำเป็น การศึกษาในครั้งนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงแนวทางในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์งานครูสภาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในอนาคต โดยจะช่วยให้ครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยาสามารถสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน พร้อมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหน่วยงานต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

1.2.2 เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

1.2.3 เพื่อเสนอแนวทางเชิงปฏิบัติ ในการนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้จริง และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้ศึกษาได้เลือกศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกเป็นพื้นที่ศึกษาของครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา โดยมุ่งเน้นในประเด็นงานครูสภาในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ ผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา ประเภทครู ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา และศึกษานิเทศก์ ได้แก่ ประเภทครู จำนวน 8,443 คน ประเภทผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 740 คน ผู้บริหารการศึกษา จำนวน 81 คน ศึกษานิเทศก์ จำนวน 129 คน รวมทั้งสิ้น 9,393 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 23 พฤษภาคม 2568)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ครู ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา ศึกษานิเทศก์ โดยวิธีสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple random sampling) จำนวน 400 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยจะดำเนินการวิจัยรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา โดยครอบคลุมในประเด็น แนวคิด

การประชาสัมพันธ์ การเสริมสร้างภาพลักษณ์ และการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.4.1 การประชาสัมพันธ์เชิงรุก หมายถึง การวางแผน และสื่อสารข้อมูลล่วงหน้าก่อนเกิดเหตุการณ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ชี้แจงความรู้ความเข้าใจ และเข้าหาผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

1.4.2 สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัล และแพลตฟอร์มบนอินเทอร์เน็ตที่ให้ผู้ใช้งานสร้างปฏิสัมพันธ์ แบ่งปันข้อมูล และผลิตเนื้อหาขึ้นเอง เช่น Facebook, TikTok และ Line

1.4.3 ภาพลักษณ์ หมายถึง มุมมองหรือแนวคิดที่บุคคลมีต่อหน่วยงาน ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.5.1 ทราบถึงรูปแบบที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

1.5.2 ทราบถึงแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

1.5.3 ทราบถึงมุมมองของผู้ปฏิบัติงานเพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนแปลงกระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ผู้ศึกษาได้ทำการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎี ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในภาครัฐ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

ในการศึกษารั้ครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบสารสนเทศทางดิจิทัล รวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ การบริหารงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลจึงเป็นข้อมูลที่สำคัญเพื่อเป็นแนวทางการวางนโยบายให้เหมาะสมกับการบริหารงาน ในส่วนแรกเป็นการอธิบายความหมายของเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างความเข้าใจด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ชัดเจน

เทคโนโลยีดิจิทัล หมายถึง เทคโนโลยีดิจิทัลคือการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบ และซอฟต์แวร์ในการวิเคราะห์ จัดเก็บ ประมวลผล และส่งข้อมูลโดยใช้รหัสไบนารี (0 และ 1) โดยจะแปลงข้อมูลจากโลกแห่งความเป็นจริงให้เป็นสัญญาณดิจิทัลเพื่ออำนวยความสะดวกในการประมวลผลที่รวดเร็ว แม่นยำยิ่งขึ้น และปรับขนาดได้ ระบบนิเวศดิจิทัลครอบคลุมเครื่องมือหลากหลายประเภท รวมถึงแพลตฟอร์มการสื่อสารไปจนถึงเครื่องมือการเรียนรู้ของเครื่องขั้นสูง ช่วยให้ขั้นตอนการทำงานคล่องตัวขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจในอุตสาหกรรมต่าง ๆ แตกต่างจากวิธีการแบบอนาล็อกดั้งเดิม โซลูชันดิจิทัลได้พัฒนาไปมากกว่าแค่เครื่องมือ แต่เป็นโซลูชันที่ขาดไม่ได้ในการรับมือกับภูมิทัศน์ดิจิทัลที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป (Apacbusinessstandard, ม.ป.ป.)

ประเภทของเทคโนโลยีดิจิทัล มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องส่งผลให้มีการสร้างรูปแบบการทำงานที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งสามารถจำแนกได้ตามประเภทดังนี้ (Apacbusinessstandard, ม.ป.ป.)

1) เทคโนโลยีการสื่อสาร

เทคโนโลยีดิจิทัลได้ผลักดันให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างราบรื่นทั่วโลก โดยไม่ถูกจำกัดด้วยความซับซ้อนของระยะทาง ทางภูมิศาสตร์หรือความแตกต่างของเขตเวลา ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานระยะไกล และการทำงานแบบผสมผสานได้อย่างมาก ในขณะเดียวกันก็รักษาการทำงานร่วมกันที่มีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมของผู้ใช้ และการแบ่งปันข้อมูล อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ การประมวลผลแบบคลาวด์ และเครื่องมือต่าง ๆ เช่น อีเมล แอปพลิเคชันส่งข้อความ การประชุมทางวิดีโอ แพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์รณรงค์ ฯลฯ ล้วนเป็นพื้นฐานของเทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัล

2) เทคโนโลยีสารสนเทศ (ระบบไอที)

เทคโนโลยีสารสนเทศยังแบ่งออกเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร (ICT) และระบบสารสนเทศในบริบทของเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น โซลูชันดิจิทัลถูกนำมาใช้เพื่อจัดการ ประมวลผล และส่งต่อข้อมูลในระดับที่รวดเร็ว ทำให้องค์กรสามารถเชื่อมต่อกันได้ทั่วโลก ตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และมีข้อมูลครบถ้วน และอำนวยความสะดวกในการทำงานอัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการ ระบบไอทีหลักที่ทำงานภายใต้ขีดความสามารถทางดิจิทัล ได้แก่ ระบบ CRM และชุดข้อมูลขนาดมหึมา ข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ของโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลในด้านไอที คือ ช่วยให้สามารถจัดเก็บข้อมูลแบบรวมศูนย์ เข้าถึงข้อมูลแบบเรียลไทม์ และวิเคราะห์ข้อมูลในระดับขนาดใหญ่ได้

3) ระบบอัตโนมัติและปัญญาประดิษฐ์

เทคโนโลยีระบบอัตโนมัติมีหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่ระบบอัตโนมัติที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI) ไปจนถึงระบบอัตโนมัติกระบวนการด้วยหุ่นยนต์ (RPA) ซึ่งช่วยลดภาระงานที่ต้องอาศัยกฎเกณฑ์ และใช้เวลานานของมนุษย์ ความสามารถในการวิเคราะห์ชุดข้อมูลจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็วถือเป็นความก้าวหน้าเชิงกลยุทธ์สำหรับอุตสาหกรรมทุกขนาด ไม่ว่าจะเป็นสาขาใดก็ตาม ระบบนิเวศดิจิทัลช่วยให้สามารถรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมากได้ และการผสมรวมปัญญาประดิษฐ์ (AI) มีส่วนช่วยในการตัดสินใจอย่างมีข้อมูล การเชื่อมต่อระหว่างระบบดิจิทัลนำไปสู่การสร้างสภาพแวดล้อมที่ชาญฉลาด และตอบสนองได้ดี ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการทำงานอัตโนมัติ

4) สื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีเนื้อหา

ในโลกของเนื้อหาและสื่อดิจิทัล เทคโนโลยีการเชื่อมต่อมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างการเผยแพร่ และการส่งข้อมูลภาพในรูปแบบรหัสไบนารี ทำให้สามารถสตรีมสื่อได้อย่างรวดเร็ว ปรับ

ขนาดได้ และโต้ตอบได้ทุกที่ด้วยความเร็วที่เพิ่มขึ้น ด้วยข้อดีของการเพิ่มการมองเห็น และการมีส่วนร่วมผ่านการจัดการเนื้อหาที่ปรับแต่งได้ เครื่องมือจัดการเนื้อหาขั้นสูง เช่น CRM ช่วยให้บริษัทต่าง ๆ สามารถขยายการกำหนดเป้าหมายแคมเปญ และวัดผลการดำเนินงานได้แบบเรียลไทม์

5) อินเทอร์เน็ตของสิ่งต่างๆ

อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง ประกอบด้วยเซ็นเซอร์ที่ฝังอยู่ในอุปกรณ์ที่เชื่อมโยงกัน ซึ่งรองรับการรวบรวม และส่งข้อมูลแบบเรียลไทม์ สิ่งนี้สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น การบำรุงรักษาเชิงคาดการณ์ การมองเห็นภาพรวมของห่วงโซ่อุปทาน และการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลเป็นพื้นฐาน ทั้งในภาคอุตสาหกรรม และภาคผู้บริโภค

เทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ และ Wi-Fi ช่วยให้การส่งข้อมูลรวดเร็วขึ้น การประมวลผลแบบคลาวด์สำหรับการจัดเก็บข้อมูลจำนวนมาก และอุปกรณ์แอคทูเอเตอร์ช่วยปรับเปลี่ยนตามข้อมูลที่ได้รับ เช่น การปรับอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ

ถ้าพิจารณาในการบริหารงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ส่วนที่มีความสำคัญในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation) คือ กระบวนการที่นำเอาเทคโนโลยี และกลยุทธ์การทำงานแบบดิจิทัลเข้ามามีในการวางรากฐาน กำหนดเป้าหมาย ดำเนินธุรกิจ ไปจนถึงปรับใช้กับขั้นตอนการทำงาน และการขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กร การทำ Digital Transformation เป็นการเปลี่ยนผ่านการทำงานแบบระบบ Analog เช่น การจดบันทึกข้อมูลด้วยคน การเก็บข้อมูลแบบแฟ้มเอกสาร การเก็บข้อมูลเป็นเอกสารในรูปแบบของกระดาษหรือ Hard copy ซึ่ง Digital Transformation จะเปลี่ยนมาเป็นการเก็บข้อมูลเป็น Soft file หรือ ในรูปแบบดิจิทัลแทน หรือการปรับกระบวนการทำงานให้เป็นแบบออนไลน์ ใช้ Cloud Computing เข้ามาอำนวยความสะดวกให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยไม่ต้องอยู่ออฟฟิศก็ได้ เพื่อให้ตอบสนองต่อการทำงานแบบ Remote-working หรือทำงานที่ไหนก็ได้โดยไม่ต้องเข้ามานั่งออฟฟิศเท่านั้น (Jobsdb, 2566)

ความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีผลสำคัญสำหรับการทำงาน กล่าวคือ นอกจากเทคโนโลยีจะเข้ามาทำให้การทำงานง่ายขึ้นแล้ว ยังช่วยลดต้นทุนในการทำงาน เช่น การใช้ระบบ Cloud Computing ที่ทำให้พนักงานสามารถทำงานแบบ Remote-working ได้ ช่วยให้บริษัทประหยัดค่าใช้จ่ายในการเช่าออฟฟิศ หรือแม้แต่ค่าไฟที่ต้องจ่ายในแต่ละเดือน เพราะไม่ว่าจะอยู่ไหนก็ทำงานได้ไม่จำเป็นต้องเข้าออฟฟิศอีกต่อไป หรือจะช่วยให้พนักงาน 1 คนสามารถทำงานได้มากขึ้น และมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยไม่ต้องจ่ายเงินจ้างคนหลายคนเพื่อมาทำงานนี้ ซึ่ง 5 องค์ประกอบหลักที่สำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ได้แก่

- 1) **Strategy หรือกลยุทธ์** การกำหนดกลยุทธ์ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการทำให้การทำ Digital Transformation ในองค์กรประสบความสำเร็จ เพราะกลยุทธ์คือการวางแผน

และลงรายละเอียดในขั้นตอน และวิธีการที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้ขึ้น ผู้บริหารจำเป็นต้องรู้ก่อนว่า สถานการณ์ตอนนี้ของบริษัท และธุรกิจที่ตัวเองทำอยู่เป็นอย่างไร จะทำ Digital Transformation ไปเพื่ออะไร มองภาพอนาคตไว้อย่างไร และกำหนดเป้าหมาย พร้อมวางแผนหาวิธีการที่จะพองค์กรให้ไปถึงเป้าหมายที่วางไว้

- 2) **People หรือคน** ทรัพยากรบุคคล คืออีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้การทำงาน Digital Transformation ในองค์กรประสบความสำเร็จ เพราะเทคโนโลยีเองก็ต้องใช้ “คน” เข้ามาขับเคลื่อนเทคโนโลยีเหล่านั้น ดังนั้นบุคลากรต้องพร้อมรับกับความเปลี่ยนแปลงในองค์กร มี Mindset ที่ว่าเทคโนโลยีจะเข้ามาช่วยให้การทำงานง่ายขึ้น และมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ทำให้พนักงานสามารถสร้างผลงานที่พัฒนาได้อย่างก้าวกระโดด และมีความรู้ความเข้าใจ และทักษะเพียงพอที่จะสามารถนำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับการทำงาน เพราะนอกจากเป้าหมายชัดเจน เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพแล้ว การมี “คน” ที่พร้อมเข้ามาใช้เครื่องมือ และปฏิบัติตามกระบวนการที่ถูกวางมาไว้อย่างดีแล้ว ก็จะทำให้เป้าหมายประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น
- 3) **Culture of Innovation หรือวัฒนธรรมแห่งการพัฒนา** การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้รักในการพัฒนา และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ก็เป็นเหมือนการเตรียมองค์กรให้พร้อมรับกับ Digital Transformation และการนำเอาเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้ในการทำงาน นอกจากนี้ยังเป็นการเตรียมพร้อมองค์กรให้สามารถปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้อีกในอนาคต
- 4) **Technology หรือเทคโนโลยี** อีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้ เพราะหากไม่มีเทคโนโลยี การทำ Digital Transformation ก็คงไม่สามารถเกิดขึ้นได้ โดยการนำเอาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับองค์กร และตอบโจทย์เป้าหมายที่วางไว้ถือเป็นปัจจัยในการเลือกใช้เทคโนโลยีมาทำ Digital Transformation
- 5) **Data and Analytics หรือข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล** เมื่อเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกให้เราสามารถเก็บข้อมูลมหาศาลไว้ได้แล้ว การจัดการกับข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ และนำมาใช้ประโยชน์ต่อก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะทำให้การทำ Digital Transformation ประสบความสำเร็จ เพราะข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลจะชี้เป้าทำให้เรารู้ได้ทันทีว่าจุดไหน หรือกระบวนการใดในการทำงานที่จะต้องได้รับการพัฒนา รวมไปถึงทำให้สามารถวัดผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหลังจากการทำ Digital Transformation ได้อีกด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมในแนวคิดทฤษฎีดังกล่าว เป็นความจำเป็นในการทำความเข้าใจ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่สอดคล้องกับการบริหารจัดการทางเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งการ ประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลนั้นอาจต้องให้ความสำคัญในประเด็นดังกล่าว เพื่อสร้าง ความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจึงสรุปได้ตามตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2-1 การสรุปองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล

องค์ประกอบ	ข้อสรุป
Strategy หรือกลยุทธ์	ผู้บริหารต้องประเมินสถานการณ์ปัจจุบัน กำหนดเป้าหมาย และภาพอนาคตที่ชัดเจน พร้อมวางแผนขั้นตอนปฏิบัติเพื่อนำพา องค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้สำเร็จ
People หรือคน	การใช้ทรัพยากรบุคคลในการขับเคลื่อน Digital Transformation ให้สำเร็จ บุคลากรต้องมีหลักคิดที่พร้อมรับความเปลี่ยนแปลง มีความรู้ และทักษะที่เพียงพอในการประยุกต์ใช้เครื่องมือ เพื่อพา องค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้
Culture of Innovation หรือ วัฒนธรรมแห่งการพัฒนา	การสร้างวัฒนธรรมองค์กรมุ่งเน้นการพัฒนา และพร้อมรับการ เปลี่ยนแปลง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมถึงช่วยให้ องค์กรสามารถปรับตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ที่อาจ เกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ
Technology หรือเทคโนโลยี	หลักสำคัญคือการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทของ องค์กร และตอบโจทย์เป้าหมายที่ตั้งไว้
Data and Analytics หรือ ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยชี้จุดที่ต้อง ปรับปรุงในกระบวนการทำงาน และใช้เป็นเครื่องมือวัดผล ความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน

ที่มา: ผู้วิจัย

ซึ่งเมื่อพิจารณาการบริหารจัดการทางเทคโนโลยีดิจิทัล สุกัญญา มิตรเมฆ และเทพศักดิ์ บุญรัตพันธุ์ (2565) กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารยุคดิจิทัล เป็นแนวคิดที่ประยุกต์เอาความรู้ ทางด้านวิทยาศาสตร์มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการบริหารจัดการ รวมทั้งเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี สารสนเทศ ซึ่งหมายถึง การรวมกันระหว่างเทคโนโลยี และสารสนเทศตั้งแต่กระบวนการจัดเก็บ ประมวลผล และการเผยแพร่สารสนเทศเพื่อช่วยให้ได้สารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ และรวดเร็วทันต่อ

เหตุการณ์โดยการนำอุปกรณ์เครื่องมือ กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 10 ด้าน ดังนี้

- 1) การให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของประชาชน (People) หมายถึง การบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐ โดยเกี่ยวข้องกับการให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
- 2) ความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) หมายถึง การบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐโดยเกี่ยวข้องกับความเป็นมืออาชีพโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่หน่วยงานของรัฐ นำแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัลด้านความเป็นมืออาชีพมาใช้ในการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนโดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการในลักษณะที่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ (professionalism) หรือเป็นนักบริหารมืออาชีพ (Professional) ซึ่งไม่ใช่กับมือสมัครเล่น (amateur)
- 3) ความน่าเชื่อถือ (Dependability) หมายถึง การบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐ โดยเกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่หน่วยงานของรัฐ นำแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัลด้านความน่าเชื่อถือ มาใช้ในการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนในทิศทางที่ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือในการให้บริการของหน่วยงานของรัฐที่ให้บริการประชาชน โดยครอบคลุมในเรื่องความไว้วางใจ ความซื่อสัตย์สุจริต ความซื่อซอบ ความเชื่อมั่น การรักษามาตรฐาน และคุณภาพให้เป็นสากล การประเมินผลคุณภาพ ตลอดจนความมั่นคง และความปลอดภัยด้วยการมีระบบรักษาความปลอดภัยป้องกันที่เข้มแข็งมั่นคงทั้งในระดับหน่วยงาน ระดับปฏิบัติงาน และระดับระบบการป้องกันในการให้บริการของหน่วยงานของรัฐที่ให้บริการประชาชน
- 4) ความเป็นประชาธิปไตย (Democracy) หมายถึง การบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐโดยเกี่ยวข้องกับความเป็นประชาธิปไตย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่หน่วยงานของรัฐ นำแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัลด้านความเป็นประชาธิปไตย มาใช้ในการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนโดยให้ความสำคัญกับแนวคิดความเป็นประชาธิปไตยซึ่งครอบคลุม ในเรื่องความรับผิดชอบ และตรวจสอบได้

การเปิดเผย และโปร่งใส ความเสมอภาค การมีส่วนร่วมของประชาชน การกระจายอำนาจรวมตลอดไปถึงสภาพแวดล้อมทั้งภายใน เช่น นโยบาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และแนวทางปฏิบัติของหน่วยงาน และสภาพแวดล้อมภายในภายนอก เช่น ระบบการบริหารจัดการ และกฎหมาย ที่สนับสนุนหรือ เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานของหน่วยงานของรัฐ

- 5) การริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiative) หมายถึง การบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือ การปฏิบัติงานใด ๆ ที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐโดยเกี่ยวข้องกับการริเริ่มสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่หน่วยงานของรัฐ นำแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัล ด้านการริเริ่มสร้างสรรค์มาใช้ ในการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนโดยให้ความสำคัญกับความสามารถในการริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อส่วนรวม และเป็นแบบอย่างที่ดี ซึ่งเป็นกระบวนการริเริ่มสร้างสรรค์ที่สร้างหรือขยายความคิดจากเดิมไปสู่ความคิดแปลกใหม่ที่จะนำมาใช้แก้ไขปัญหา
- 6) การปรับปรุงตลอดเวลา (Improvement) หมายถึง การบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐโดยเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่หน่วยงานของรัฐนำแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัลด้านการปรับปรุงตลอดเวลา มาใช้ในการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาหรือการปรับปรุงหน่วยงานพร้อมกับบุคลากรของหน่วยงานให้ทันสมัย มีประสิทธิภาพสูง และมีมาตรฐานสูง เพื่อรองรับการปฏิบัติงานให้บริการประชาชน
- 7) ความสะดวกรวดเร็ว (Convenience) หมายถึง การบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐ โดยเกี่ยวข้องกับความสะดวกรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่หน่วยงานของรัฐ นำแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัลด้านความสะดวกรวดเร็ว มาใช้ในการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนโดยให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนด้วยความรวดเร็ว การประหยัดเวลา การประหยัดค่าใช้จ่าย การลด ขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อให้งานแล้วเสร็จโดยเร็ว การกำหนดระยะเวลาในการปฏิบัติงานแล้วเสร็จที่ชัดเจน และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด
- 8) การประสานงานอย่างเป็นเครือข่าย (Coordination Network) หมายถึง การบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐโดยเกี่ยวข้องกับการประสานงานอย่างเป็น

เครือข่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่หน่วยงานของรัฐนำแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัล ด้านการประสานงานอย่างเครือข่าย มาใช้ในการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนโดยให้ความสำคัญกับการดำเนินงาน การปฏิบัติงาน การประสานงาน การติดต่อ การร่วมมือ การสนับสนุน ให้มีการทำกิจการ หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารร่วมกันด้วยความสมัครใจ เป็นอิสระ ทั้งนี้ ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และด้วยเครือข่ายที่ทันสมัย และหลากหลายที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ และเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม

- 9) การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (Technology) หมายถึง การบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐโดยเกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่หน่วยงานของรัฐนำแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัลด้านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มาใช้ในการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนโดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสม รวมทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) มาปรับใช้ให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติงานเพื่ออำนวยความสะดวก และให้บริการประชาชน โดยเทคโนโลยีที่ทันสมัย (Modern Technology) นั้น อาจแบ่งเป็นเทคโนโลยีส่วนที่เป็นฮาร์ดแวร์ (Hardware) เช่น ดาวเทียม (satellite) คอมพิวเตอร์ (Computer) แท็บเล็ต (Tablet) และสมาร์ทโฟน (Smart phone) และเทคโนโลยีส่วนที่เป็นซอฟต์แวร์ (Software) เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ หรือ ซอฟต์แวร์ประยุกต์ (Application Software) เป็นต้น
- 10) การทำงานเป็นทีม หรือทีมงาน (Teamwork) หมายถึง การบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐโดยเกี่ยวข้องกับการทำงานเป็นทีม หรือทีมงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่หน่วยงานของรัฐนำแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัลด้านการทำงานเป็นทีม หรือทีมงาน มาใช้ในการอำนวยความสะดวกและการให้บริการประชาชน โดยให้ความสำคัญกับการสนับสนุนหรือการยึดถือการทำงานเป็นทีม การจัดตั้งทีมงาน สำหรับการปฏิบัติงาน การที่หน่วยงานมีนโยบายสนับสนุนการบริหารจัดการโดยผ่านทีมงาน ผู้บริหารของหน่วยงานเห็นถึงความสำคัญ และให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานเป็นทีม การที่บุคลากรของหน่วยงานปฏิบัติหน้าที่ในลักษณะที่สนับสนุนการทำงานเป็นทีม การที่หน่วยงานติดตามและประเมินผล การทำงานเป็นทีมของบุคลากร การที่หน่วยงานพัฒนาหรือฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการทำงานเป็นทีม

เป็นประจำ การที่หน่วยงานมีการติดตาม และประเมินผลการทำงานเป็นทีม รวมไปถึง การที่หน่วยงานร่วมกันทำงานเป็นทีมด้วยการสร้างทีมงานที่เกาะเกี่ยวกันเป็น เครือข่ายอย่างมืออาชีพ และมีประสิทธิภาพสูงขึ้นในหน่วยงาน

จากการอธิบายดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเป็นแนวคิดที่มีความครอบคลุมในมิติต่าง ๆ ในทางการบริหารซึ่งในทั้ง 10 ด้านนั้น ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความหลากหลาย ในมิติองค์ประกอบการบริหารที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัล กระบวนการทำงาน การให้ความสำคัญกับวัสดุอุปกรณ์ ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูล และการอภิปรายผลในการศึกษาเรื่อง “รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา”

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในภาครัฐ

ในส่วนนี้เป็นการอธิบายความเชื่อมโยงของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับการให้บริการสาธารณะของภาครัฐ ซึ่งจะพบว่า การบริหารราชการไทยได้ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลผ่านนโยบายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ระบบราชการไทย 4.0 ซึ่ง ปรียวรรณ สุวรรณสุนัย (2562) กล่าวว่า เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และเป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง รัฐบาลจึงกำหนดนโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม เพื่อพัฒนาประเทศไทยไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน หรือที่เรียกว่า "ไทยแลนด์ 4.0" ซึ่งระบบราชการต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้อง และส่งเสริมไทยแลนด์ 4.0 จึงจำเป็นต้องมีการปฏิรูประบบราชการ และข้าราชการเพื่อให้เป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาลไปสู่การปฏิบัติงานได้อย่างสอดคล้องกับทิศทางการบริหารประเทศ และภาครัฐหรือระบบราชการต้องทำงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี มีการวางระบบ และวิธีการทำงานใหม่ภายใต้หลักการบริหารราชการแผ่นดินที่ดี เพื่อเกิดความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และเป็นที่ยึดของประชาชนได้อย่างแท้จริง ทั้งนี้ ภายใต้องค์ประกอบระบบราชการ 4.0 คือ เปิดกว้างและเชื่อมโยงกัน ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง และมีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย

เปิดกว้างและเชื่อมโยงกัน ต้องมีความเปิดเผย โปร่งใสในการทำงาน โดยบุคคลภายนอกสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของทางราชการ หรือมีการแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน สามารถเข้ามาตรวจสอบการทำงานได้ ตลอดจนเปิดกว้างให้กลไกหรือภาคส่วนอื่น ๆ เช่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมได้เข้ามามีส่วนร่วม และโอนถ่ายภารกิจที่ภาครัฐไม่ควรดำเนินการแทน โดยการจัดระเบียบความสัมพันธ์ในเชิงโครงสร้างให้สอดคล้องกับการทำงานแนวระนาบในลักษณะของเครือข่ายมากกว่าตามสายการบังคับบัญชาในแนวดิ่งขณะเดียวกันยังต้องเชื่อมโยงการทำงานในภาครัฐด้วยกันเองให้มี

เอกภาพ และสอดคล้องประสานกันไม่ว่าจะเป็นราชการบริหารส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น

ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ต้องทำงานเชิงรุกมุ่งเน้นแก้ไขปัญหา และตอบสนองความต้องการของประชาชน มีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลรัฐ และระบบดิจิทัลสมัยใหม่ ในการจัดบริการสาธารณะที่ตรงกับความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกโดยมีการเชื่อมโยงของทางราชการเพื่อให้บริการได้เสร็จสิ้นในจุดเดียว ประชาชนสามารถเรียกใช้บริการของทางราชการได้ตลอดเวลาตามความต้องการของตน และผ่านการติดต่อได้หลายช่องทาง ทั้งการติดต่อมาด้วยตนเอง เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย หรือแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์มือถือ

มีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย ต้องทำงานอย่างเตรียมการไว้ล่วงหน้า มีการวิเคราะห์ความเสี่ยง สร้างนวัตกรรมหรือความคิดริเริ่ม และประยุกต์องค์ความรู้ในแบบสหสาขาวิชาเข้ามาใช้ในการตอบโต้กับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน เพื่อสร้างคุณค่า มีความยืดหยุ่น และความสามารถในการตอบสนองกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างทันเวลา ตลอดจนเป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง ปรับตัวเข้าสู่สภาพความเป็นสำนักงานสมัยใหม่ รวมทั้งทำให้ข้าราชการมีความผูกพันต่อการปฏิบัติราชการ และปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสมกับบทบาทของตน

จากแนวทางดังกล่าวแสดงถึงการมุ่งเน้นกระบวนการสร้างความทันสมัย การใช้สมรรถนะสูง และโดยมีเนื้อหาใจความที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล ในประเด็นการปรับเข้าสู่ความเป็นดิจิทัล เป็นการผสมผสานการจัดเก็บ และประมวลผลข้อมูลผ่านระบบคลาวด์ อุปกรณ์สมาร์ทโฟน และเครื่องมือที่ใช้ในการทำงานร่วมกัน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับการดำเนินการให้บริการของราชการ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ในทุกเวลา ทุกสถานที่ทุกอุปกรณ์ และทุกช่องทางได้อย่างมั่นคง ปลอดภัย และประหยัด ส่งผลให้เห็นถึงการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการให้บริการสาธารณะที่ประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในหน่วยงานภาครัฐผู้ให้บริการ และผู้รับบริการที่เป็นภาคประชาชน

ภาครัฐในการให้บริการสาธารณะในปัจจุบันได้มีอิทธิพลในการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อใช้ในการทำงาน ทั้งในรูปแบบของระบบการให้บริการส่วนหน้า (Front Office) และระบบบริหารจัดการสำนักงาน (Back Office) มีหน้าที่สำคัญในการเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาลดิจิทัล (Digital Government) เพื่อให้การบริการประชาชนมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และโปร่งใสมากขึ้น

เมื่อพิจารณาความสำคัญของการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการสาธารณะภาครัฐกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนผ่านโลกปัจจุบันก้าวสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตของมนุษย์แทบทุกด้าน การติดต่อสื่อสาร และปฏิสัมพันธ์ของผู้คนในสังคมดำเนินบนฐานข้อมูลในอินเทอร์เน็ตหลายประเทศในโลก จึงจำเป็นต้องปรับตัวไปสู่ความเป็นดิจิทัลโดยการบริหารจัดการของ

หน่วยงานไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชน การปรับเปลี่ยนองค์กรให้เข้าใจถึงเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของหน่วยงาน เป็นแนวทางการเปลี่ยนแปลงทั้งในเรื่องความคิด การพัฒนาคน การพัฒนาการทำงานร่วมกัน การสร้างวัฒนธรรมดิจิทัล และการบริหารจัดการเทคโนโลยี โดยการบริหารจัดการยุคดิจิทัลจะช่วยสร้าง และเสริมความรู้ ความเข้าใจ แนวทางการปฏิบัติงานที่เป็นสาระสำคัญเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีเกี่ยวกับดิจิทัลมาใช้เพื่อปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการของหน่วยงานเพิ่มมากขึ้น หน่วยงานรัฐได้เริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัล มาเป็นเครื่องมือสนับสนุนในการขับเคลื่อนรวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารราชการทั้งด้านการให้บริการแก่ประชาชน และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนได้หลากหลายมิติ เป็นกลยุทธ์สำคัญในการยกระดับการทำงานภาครัฐให้มีความทันสมัย เพื่อสร้างบริการที่มีคุณค่าสู่ประชาชน ด้วยการทำงานอย่างเป็นระบบ และพึงพาทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานอิสระ ภาคธุรกิจ ภาคประชาชน และปัจเจกบุคคลที่มีบทบาทในฐานะผู้ให้ และผู้ใช้ข้อมูล รวมถึงร่วมสรรค์สร้างสาระที่จำเป็น และสำคัญต่อการให้บริการของภาครัฐ อันมีส่วนการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพมุ่งสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล และบริหารจัดการ การให้บริการสาธารณะตามมาตรฐานเพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน การทำงานของภาครัฐมีความโปร่งใสตรวจสอบได้ เสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล สามารถปรับตัวให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลง ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และมีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามบทบาท และพฤติกรรม ที่คาดหวังในบริบทของการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัลให้สามารถใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อขับเคลื่อนไปสู่องค์กรดิจิทัล (เบญจจรรยา วัฒนกุล และณรงค์ธร อินชมภู, 2568)

รัฐบาลดิจิทัลมีโครงสร้างการดำเนินงานโดย สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วนหลักคือ ส่วนหน้าบ้าน (Front-Office) ส่วนหลังบ้าน (Back-Office) และส่วนกำกับดูแล (Governance) (Layne & Lee, 2001 อ้างใน เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์, 2568)

1) ส่วนหน้าบ้าน (Front-Office) คือ ส่วนที่ประชาชน และภาคธุรกิจมีปฏิสัมพันธ์โดยตรง และเป็นส่วนที่สร้างการรับรู้ และประสบการณ์ต่อภาครัฐ การออกแบบส่วนหน้าบ้านที่มีประสิทธิภาพต้องเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อ (Seamless Experience) ผ่านช่องทางที่หลากหลาย และเชื่อมโยงกัน (Omni-channel) องค์ประกอบย่อยที่สำคัญ ได้แก่ การมีพอร์ทัลบริการเบ็ดเสร็จ (One-Stop Service Portal) โดยเป็น “ประตูหน้าบ้านเดียว” ที่รวมบริการจากหลากหลายหน่วยงานมาไว้ในที่เดียว เช่น Government24 ของเกาหลีใต้ หรือ GOV.UK ของสหราชอาณาจักร เพื่อลดความสับสนและภาระของประชาชนในการติดต่อกับหน่วยงานต่าง ๆ (Wimmer & Kliev, 2011 อ้างใน

เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์, 2568) มีการให้บริการบนมือถือ (Mobile Services) ด้วยแนวคิด “Mobile-First” การพัฒนาแอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ที่รองรับการใช้งานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการได้ทุกที่ทุกเวลา รวมทั้งจะต้องมีการยืนยันตัวตนดิจิทัล (Digital Identity) ที่ปลอดภัย และน่าเชื่อถือเป็นกุญแจสำคัญในการเข้าถึงบริการออนไลน์ทั้งหมด ซึ่งต้องใช้งานง่าย และเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง

2) ส่วนหลังบ้าน (Back-Office) คือ ระบบโครงสร้างพื้นฐาน และกระบวนการทำงานภายในที่สนับสนุนการให้บริการของส่วนหน้าบ้าน หากส่วนหลังบ้านไม่มีประสิทธิภาพ ส่วนหน้าบ้านก็ไม่สามารถส่งมอบบริการที่ดีได้ องค์ประกอบย่อยที่สำคัญ ได้แก่ การทำงานร่วมกันได้ของระบบ (Interoperability) ถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดของส่วนหลังบ้าน คือ ความสามารถของระบบ และข้อมูลจากต่างหน่วยงานในการแลกเปลี่ยน และทำงานร่วมกันได้อย่างอัตโนมัติ ผ่านสถาปัตยกรรมข้อมูลร่วม (Common Data Architecture) และ Application Programming Interfaces (APIs) (Gascó-Hernández, 2018 อ้างใน เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์, 2568) นอกจากนั้นจะต้องมีการบูรณาการกระบวนการทำงาน (Process Integration) ด้วยการปรับปรุง และออกแบบกระบวนการทำงานภายในใหม่ (Business Process Re-engineering) เพื่อลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน และรองรับการทำงานแบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ การมีโครงสร้างพื้นฐานคลาวด์ (Cloud Infrastructure) เพื่อช่วยเพิ่มความยืดหยุ่น ลดต้นทุนด้านฮาร์ดแวร์ และเพิ่มความสามารถในการขยายระบบเพื่อรองรับผู้ใช้งานจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงมีการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) ด้วยการใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ที่ภาครัฐมีอยู่เพื่อนำมาวิเคราะห์ และทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนา นโยบาย และบริการเชิงรุก

3) ส่วนกำกับดูแล (Governance) คือ กรอบนโยบาย กฎหมาย และโครงสร้างองค์กรที่ทำให้การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลเกิดขึ้นได้อย่างมีทิศทาง และยั่งยืน องค์ประกอบย่อยที่สำคัญ ได้แก่ กลไกกำกับดูแลระดับชาติ ด้วยการมีหน่วยงานกลางที่มีอำนาจหน้าที่ชัดเจน เช่น สำนักงานรัฐบาลดิจิทัล หรือคณะกรรมการระดับชาติที่ขึ้นตรงต่อผู้นำรัฐบาล เพื่อกำหนดทิศทาง จัดทำมาตรฐาน และกำกับการดำเนินงานของทุกหน่วยงาน (Chung & Cho, 2017 อ้างใน เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์, 2568) การมีกรอบกฎหมายที่ทันสมัย ด้วยการปรับปรุง และออกกฎหมายใหม่ ๆ เพื่อรองรับธุรกรรมดิจิทัล การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity) และการเปิดเผยข้อมูลภาครัฐ (Open Data) รวมถึงจะต้องมีการบริหารจัดการข้อมูล (Data Governance) โดยมีการกำหนดนโยบาย และมาตรฐานที่ชัดเจนเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม การใช้งาน การแบ่งปัน และการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลภาครัฐมีคุณภาพ และถูกใช้อย่างถูกต้อง และมีจริยธรรม

ทั้งนี้ในส่วนของแผนพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลภาครัฐ สามารถอธิบายแผนพัฒนาและแนวคิดเกี่ยวกับองค์การ ดิจิทัลสู่การพัฒนาประเทศไทย 4.0 ได้ดังนี้ (สมศักดิ์ วานิชยาภรณ์ และนิสรา ใจเชื้อ, 2562)

แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคม ในวันที่ 5 เมษายน 2559 คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบในการจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคมขึ้น เพื่อเป็นหนึ่งในแผนการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศตามภูมิทัศน์ดิจิทัลของประเทศไทย (Digital Landscape) ที่กำหนดเอาไว้

1) ระยะที่ 1: Digital Foundation ประเทศไทยลงทุน และสร้างฐานรากในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล โดยให้บรรลุเป้าหมาย ส่วนนี้ได้ภายในระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน

2) ระยะที่ 2: Digital Thailand I: Inclusion ทุกภาคส่วนของประเทศไทยมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลตามแนวทางประชารัฐ โดยให้บรรลุเป้าหมาย ส่วนนี้ได้ภายในระยะเวลา 5 ปี

3) ระยะที่ 3: Digital Thailand II: Full Transformation-ประเทศไทยก้าวสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ที่ขับเคลื่อน และใช้ประโยชน์จากนวัตกรรม ดิจิทัลได้อย่างเต็มศักยภาพโดยให้บรรลุเป้าหมาย ส่วนนี้ได้ภายในระยะเวลา 10 ปี

4) ระยะที่ 4: Global Digital Leadership-ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และคุณค่าทางสังคมอย่างยั่งยืน โดยให้บรรลุเป้าหมายส่วนนี้ได้ภายในระยะเวลา 20 ปี โดยแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคมเป็นการดำเนินงาน 20 ปี มีการกำหนด ยุทธศาสตร์การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมไว้ด้วยกัน 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 “พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลประสิทธิภาพสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ”

ยุทธศาสตร์ที่ 2 “ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล”

ยุทธศาสตร์ที่ 3 “สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล”

ยุทธศาสตร์ที่ 4 “ปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล”

ยุทธศาสตร์ที่ 5 “พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล”

ยุทธศาสตร์ที่ 6 “สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล”

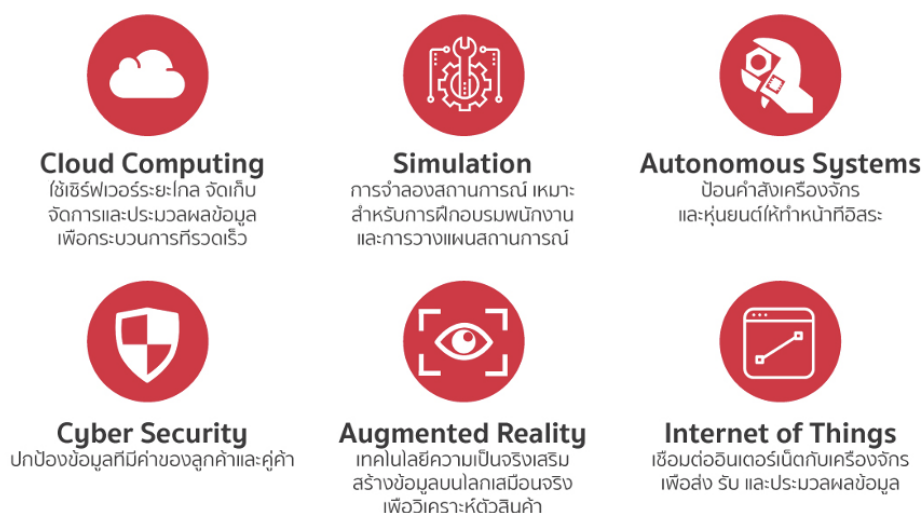
ซึ่งเมื่อพิจารณาเทียบเคียงกับแนวคิด Digital 4.0 สามารถอธิบายในแต่ละช่วงเวลา ได้แก่ Digital 1.0 Internet ยุคบุกเบิกของการทำกิจกรรม online เช่น E-mail Website

Digital 2.0 Social Network ยุคสังคมออนไลน์ ผู้บริโภคเริ่มสร้างเครือข่ายเพื่อการติดต่อสื่อสาร

Digital 3.0 Application and Big Data ยุคข้อมูล DATA และ Application บน Smart phone ให้ความสะดวกสบายกับผู้ใช้

Digital 4.0 Machine to Machine ยุคดิจิทัล ลดบทบาทของมนุษย์ เพิ่มความฉลาดให้เทคโนโลยีดังภาพที่ 2.1

DIGITAL 4.0 ในปัจจุบัน



ภาพที่ 2-1 แสดง Digital 4.0 ในปัจจุบัน

ที่มา: <http://www.wice.co.th/2018/01/11/digital-4-0-technology/>

เมื่อพิจารณาการดำเนินการทางเทคโนโลยีดิจิทัลของหน่วยงานภาครัฐ พบว่า ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐ เพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล ตามแนวทางการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐ เพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล มติคณะรัฐมนตรี วันที่ 26 กันยายน 2560 หมวดที่ 1 หมวดทั่วไป ได้ระบุเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐดังนี้ (สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน (สพข.), 2561)

1) ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐเพื่อปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อการสร้าง และพัฒนาบุคลากรให้มีกรอบความคิด และทักษะที่จำเป็นที่จะสนับสนุนการดำเนินบทบาท และพฤติกรรมที่คาดหวังของบุคคลในการปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลตามแนวทางที่ระบุไว้ในมติคณะรัฐมนตรี วันที่ 26 กันยายน 2560 เรื่องแนวทางการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็น

รัฐบาลดิจิทัล หรือการเป็นภาคราชการที่มีคุณลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ รัฐบาลแบบเปิด และเชื่อมโยงกันรัฐบาลที่มีความทันสมัย และยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง และรัฐบาลที่มีวัฒนธรรมดิจิทัลภาครัฐ

2) ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล เป็นทักษะทั่วไป (Generic Skills) ที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อการปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัล ไม่ครอบคลุมถึงทักษะเฉพาะทางสำหรับวิชาชีพ (Professional Skills)

3) ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

3.1) ความสามารถ หมายถึง กลุ่มพฤติกรรมที่บุคลากรภาครัฐควรแสดงออกเพื่อให้ปฏิบัติ ตามบทบาท และพฤติกรรมที่คาดหวังตามที่ระบุไว้ในมติคณะรัฐมนตรี วันที่ 26 กันยายน 2560 เรื่อง แนวทางการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยความสามารถหนึ่งจะมีส่วนประกอบ ดังนี้

3.1.1) หน่วยความสามารถ (Unit of Capability : UoC) คือ ผลลัพธ์ของงาน (Outcome) ที่สามารถรวมกันเป็นหน้าที่หลัก (Key Function)

3.1.2) ความสามารถย่อย (Element of Capability : EoC) คือ งานหรือขั้นตอนหลัก (Key Step) ที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ของงานของหน่วยความสามารถหนึ่ง

3.1.3) เกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria : PC) คือ ข้อกำหนด มาตรฐาน หรือเงื่อนไขที่ใช้ชี้วัดคุณภาพของงานของความสามารถย่อยหนึ่ง ข้าราชการและบุคลากรภาครัฐผู้ใด มีหน่วยความสามารถใด (Unit of Capability : UoC) ให้ข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐผู้นั้นมีความสามารถย่อย (Element of Capability : EoC) และเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria : PC) ซึ่งเป็นส่วนประกอบของหน่วยความสามารถนั้น ด้วย

ข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐผู้ใด มีหน่วยความสามารถใด (Unit of Capability : UoC) ให้ข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐผู้นั้น มีความสามารถย่อย (Element of Capability : EoC) และเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria : PC) ซึ่งเป็นส่วนประกอบของหน่วยความสามารถนั้น ด้วย

3.2) ความรู้ หมายถึง ความเข้าใจเชิงวิชาการ และวิชาชีพที่ข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐ ควรต้องมีเพื่อให้ปฏิบัติตามบทบาท และพฤติกรรมที่คาดหวังในการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยความรู้ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.2.1) ความรู้พื้นฐานสำหรับข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ หมายถึง ความรู้พื้นฐานที่บุคลากรภาครัฐทุกกลุ่มควรต้องมีเพื่อการทำงานในบริบทการเป็นรัฐบาลดิจิทัล

3.2.2) ความรู้ที่จำเป็นสำหรับกลุ่มข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ หมายถึง ความรู้ที่ข้าราชการและบุคลากรภาครัฐแต่ละกลุ่มควรต้องมี เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติตามบทบาทและพฤติกรรมที่คาดหวังในการปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัล

3.3) ประสพการณ์ หมายถึง สิ่งที่ข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเคยปฏิบัติ เคยกระทำ เคยสัมผัส หรือได้พบเห็นมาในอดีตที่จะสนับสนุนให้การปฏิบัติตามบทบาท และพฤติกรรมที่คาดหวัง ในการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล เกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยประสพการณ์ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.3.1) ประสพการณ์พื้นฐานสำหรับข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐ หมายถึง ประสพการณ์พื้นฐานที่บุคลากรภาครัฐทุกกลุ่มควรต้องมีเพื่อการทำงานในบริบทการเป็นรัฐบาลดิจิทัล

3.3.2) ประสพการณ์ที่จำเป็นสำหรับกลุ่มข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐ หมายถึง ประสพการณ์ที่ข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐแต่ละกลุ่มควรต้องมี เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติตามบทบาท และพฤติกรรมที่คาดหวังในการปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัล

3.4) คุณลักษณะ หมายถึง นิสัย ความชอบ และแรงจูงใจของบุคลากรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน และความสำเร็จในงาน อันจะมีส่วนสนับสนุนการปฏิบัติตามบทบาท และพฤติกรรมที่คาดหวังในการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในการนี้เพื่อให้ทักษะด้านดิจิทัลนี้ ครอบคลุมคุณลักษณะสำคัญในการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล ได้มีการนำสมรรถนะทางการบริหารของข้าราชการพลเรือนสามัญ ตามหนังสือสำนักงาน ก.พ. ที่ นร 1008/ว 27 ลงวันที่ 29 กันยายน 2552 เรื่อง มาตรฐาน และแนวทางการกำหนดความรู้ ความสามารถ ทักษะ สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่ง ข้าราชการพลเรือนสามัญ จำนวน 4 สมรรถนะจาก 6 สมรรถนะมาใช้ในการนี้ด้วย ได้แก่ วิสัยทัศน์ การวางกลยุทธ์ภาครัฐศักยภาพเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง การสอนงาน และ มอบหมายงาน รายละเอียดทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัลปรากฏตาม หมวดที่ 2

4) ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล มีความสามารถเป็นองค์ประกอบหลัก ส่วนความรู้ ประสพการณ์ และคุณลักษณะรวมถึงสมรรถนะ

เป็นองค์ประกอบเสริมเพื่อให้บุคคลมีความสามารถในการปฏิบัติตามบทบาท และพฤติกรรมที่คาดหวังที่อ้างถึงได้

5) ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล จำแนกตามความพร้อม และพัฒนาการของส่วนราชการ และหน่วยงานของรัฐในการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล 3 ระยะ ได้แก่ ระยะเริ่มต้น (Early Stage) ระยะกำลังพัฒนา (Developing Stage) และระยะพัฒนาแล้ว (Mature Stage) และตามกลุ่มข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐ 6 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารส่วนราชการ (Executive) ผู้อำนวยการกอง (Management) ผู้ทำงานด้านนโยบาย และวิชาการ (Academic) ผู้ทำงานด้านบริการ (Service) ผู้ปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยี (Technologist) และผู้ปฏิบัติงานกลุ่มอื่น (Others) ไม่ได้จำแนกตามประเภท และระดับตำแหน่งของข้าราชการ

6) ข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐผู้ใดเป็นข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐกลุ่มใด และมีบทบาท และพฤติกรรมที่คาดหวังในการปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลใด ให้พิจารณาให้สอดคล้องกับบริบท การปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัลของหน่วยงานของรัฐระดับกรมหรือเทียบเท่า ที่ผู้นั้นสังกัดหรือที่ได้รับมอบหมาย ให้ปฏิบัติหน้าที่ประกอบกับหน้าที่ความรับผิดชอบ และลักษณะงานที่ปฏิบัติของบุคคลผู้นั้น ทั้งนี้ ตามที่กำหนดใน มติคณะรัฐมนตรีวันที่ 26 กันยายน 2560 เรื่อง ร่างแนวทางการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐเพื่อปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล

7) ข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐผู้ใดจะมีทักษะด้านดิจิทัลที่จำเป็นในการปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลซึ่งประกอบด้วยความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และคุณลักษณะใด ตามที่กำหนดในข้อ 5 ให้พิจารณาให้สอดคล้องกับบทบาท และพฤติกรรมที่คาดหวังในการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัลของบุคคลผู้นั้น ตามที่กำหนดในข้อ 6 หากแต่มีเหตุผลอันสมควร ข้าราชการหรือบุคลากรภาครัฐรายดังกล่าว อาจปรึกษาหารือกับผู้บังคับบัญชากำหนดทักษะด้านดิจิทัลที่จำเป็นเพิ่มเติมหรือเพียงบางส่วน จากที่กำหนดตามรายละเอียด ทักษะด้านดิจิทัลสำหรับกลุ่มข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐในหน่วยงานที่มีพัฒนาการด้านดิจิทัล 3 ระยะในหมวดที่ 3 ก็ได้ ทั้งนี้ ให้พิจารณาถึงหน้าที่ความรับผิดชอบ และลักษณะงานที่ปฏิบัติ และผลลัพธ์ของงานที่คาดหวังในการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัลของบุคคลนั้น เป็นสำคัญ

อีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาครัฐ คือทักษะที่มีความจำเป็นของบุคลากรภาครัฐ เพื่อรองรับการให้บริการสาธารณะที่ระบุไว้ในหมวด 2 ทักษะด้านดิจิทัลที่จำเป็นสำหรับข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล ประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถ ความรู้ ประสบการณ์ และคุณลักษณะดังมีรายละเอียด ดังนี้ (สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน (สพข.), 2561)

1. ความสามารถ

ความสามารถที่จำเป็นของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐประกอบด้วย 7 ด้าน 39 หน่วยความสามารถ ดังนี้

1.1 ความสามารถด้านความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy)

ประกอบด้วย 7 หน่วยความสามารถ ดังนี้

ตารางที่ 2-2 ความสามารถด้านความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy)

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
กลุ่มที่ 1 ความสามารถด้านความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy) – 7 หน่วยความสามารถ		
DLit101 เข้าถึงและตระหนักดิจิทัล	DLit101 ใช้งานคอมพิวเตอร์	
	DLit101.1 ใช้งานฮาร์ดแวร์	
	DLit101.2 ใช้งานระบบปฏิบัติการ	
	DLit101.3 จัดการข้อมูล	
	DLit101.4 สืบค้นข้อมูล	
	DLit101.5 ใช้งานอุปกรณ์เคลื่อนที่	
	DLit101.6 ใช้งานคลาวด์คอมพิวเตอร์	
	DLit102 ใช้งานอินเทอร์เน็ต	
	DLit102.1 ใช้งานเว็บเบราว์เซอร์	
	DLit102.2 สืบค้นข้อมูล	
	DLit102.3 ใช้งานโปรเซสเซอร์อิเล็กทรอนิกส์	
	DLit102.4 ใช้งานปฏิทิน	
	DLit102.5 ใช้งานสื่อสังคม	
	DLit102.6 ใช้งานโปรแกรมการสื่อสาร	
	DLit102.7 ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	
	DLit103 ใช้งานเพื่อความปลอดภัย	
	DLit103.1 ใช้อยู่อุปกรณ์ส่วนบุคคล	
	DLit103.2 ป้องกันภัยคุกคาม	
	DLit103.3 ป้องกันมัลแวร์	
	DLit103.4 ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย	
	DLit103.5 ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างถูกต้อง	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
DLit200	ใช้งานเครื่องมือด้านดิจิทัลหรือแอปพลิเคชันขั้นต้นสำหรับการทำงาน	
	DLit201 ใช้โปรแกรมประมวลผลคำ	
	DLit201.1 จัดการงานเอกสาร	
	DLit201.2 จัดรูปแบบข้อความ	
	DLit201.3 จัดการกับย่อหน้าในเอกสาร	
	DLit201.4 แทรกวัตถุลงในงานเอกสาร	
	DLit201.5 จัดรูปแบบเอกสาร	
	DLit201.6 พิมพ์เอกสาร	
	DLit201.7 ตรวจทานงานเอกสาร	
	DLit202 ใช้โปรแกรมตารางคำนวณ	
	DLit202.1 จัดการตารางคำนวณ	
	DLit202.2 ปรับแต่งข้อมูลในแผ่นงาน	
	DLit202.3 จัดรูปแบบข้อมูลในแผ่นงาน	
	DLit202.4 พิมพ์แผ่นงาน	
	DLit202.5 ใช้สูตรฟังก์ชันเพื่อการคำนวณ	
	DLit202.6 แทรกวัตถุลงในแผ่นงาน	
	DLit202.7 ปกป้องแผ่นงาน	
	DLit203 ใช้โปรแกรมนำเสนอ	
	DLit203.1 จัดการงานนำเสนอ	
	DLit203.2 ใช้งานข้อความบนสไลด์	
	DLit203.3 แทรกวัตถุลงในงานนำเสนอ	
	DLit203.4 กำหนดการเคลื่อนไหว	
	DLit203.5 ตั้งค่างานนำเสนอ	
DLit300	ใช้ดิจิทัลเพื่อการทำงานร่วมกัน	
	DLit301 ทำงานร่วมกันแบบออนไลน์	
	DLit301.1 ใช้งานพื้นที่ทำงานแบบออนไลน์	
	DLit301.2 ใช้งานพื้นที่แบ่งปันข้อมูลออนไลน์	
	DLit301.3 ใช้งานโปรแกรมแบ่งปันหน้าจอ	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
	DLit301.4 ใช้งานโปรแกรมประชุมทางไกลผ่านจอภาพ DLit302 ใช้โปรแกรมสร้างสื่อดิจิทัล DLit302.1 ใช้โปรแกรมสร้างเว็บ DLit302.2 ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการทำงาน DLit302.3 ใช้โปรแกรมตกแต่งภาพ DLit302.4 ใช้โปรแกรมจับการทำงานของหน้าจอ DLit302.5 ใช้โปรแกรมตัดต่อสื่อภาพเคลื่อนไหว DLit303 ใช้ดิจิทัลเพื่อความมั่นคงปลอดภัย DLit303.1 จัดการภัยคุกคามด้านความมั่นคงปลอดภัย DLit303.2 ปฏิบัติตามหลักการเพื่อรักษาความปลอดภัย DLit303.3 ปฏิบัติตามหลักการใช้งานเว็บเบราว์เซอร์อย่างปลอดภัย DLit303.4 จัดการรูปแบบการพิสูจน์ตัวตน	
	DLit400 ประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำงาน DLit401 ใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำงาน DLit401.1 เลือกใช้เครื่องมือดิจิทัลได้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์การใช้งาน DLit401.2 ใช้โปรแกรมเครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำงานได้ DLit402 กำหนดการใช้งานเครื่องมือดิจิทัลอย่างถูกต้อง DLit402.1 ระบุกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือดิจิทัล DLit402.2 กำหนดนโยบาย/แนวทางการใช้งานเครื่องมือดิจิทัล	
	DLit500 ผลิตชุดข้อมูลเพื่อการบริการสาธารณะ (Open Public Data) DLit501 ระบุข้อสนเทศที่เปิดเผยได้ และเป็นไปตามหลักการและกฎหมายที่กำหนด DLit501.1 วิเคราะห์ข้อสนเทศในองค์กร ที่เป็นประโยชน์ และสามารถเปิดเผยได้ DLit501.2 เลือกรูปแบบข้อมูลตามมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูล (Open Data) DLit502 จัดทำข้อสนเทศให้อยู่ในรูปแบบมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูล (Open Data) DLit502.1 จัดรูปแบบตามมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูล (Government Open Data) DLit502.2 ตรวจสอบความถูกต้องและคุณภาพของข้อมูลก่อนการเผยแพร่ DLit502.3 เผยแพร่ชุดข้อมูลสู่สาธารณะในรูปแบบ Open Data ในช่องทางที่กำหนด	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
DLit600 ใช้ข้อมูลระหว่างหน่วยงาน		
DLit601 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน		
DLit601.1 วิเคราะห์ข้อมูลขององค์กรเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่น		
DLit601.2 จัดทำข้อเสนอโครงการ/แนวทางการดำเนินงานในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงาน		
DLit602 กำหนดวิธีแปลงข้อมูลของหน่วยงานไปสู่รูปแบบมาตรฐาน		
DLit602.1 กำหนดมาตรฐานข้อมูลขององค์กร และหน่วยงานอื่นที่จะใช้ข้อมูลร่วมกันได้		
DLit602.2 กำหนดวิธีการมาตรฐานในการแลกเปลี่ยนข้อมูล (Standard Data Exchange) ได้		
DLit603 ควบคุมคุณภาพสารสนเทศ (Information Quality)		
DLit603.1 กำหนดสาระสำคัญของโลจิสติกส์สารสนเทศ (Information Logistics) ได้		
DLit603.2 ตรวจสอบความถูกต้องของโลจิสติกส์สารสนเทศ (Information Logistics) ในแต่ละระบบหรือหน่วยงานได้		
DLit603.3 ระบุวิธีการแก้ไขข้อมูลสารสนเทศที่ไม่ถูกต้อง (Information Defect) ได้		
DLit700 ใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานประจำ		
DLit701 กำหนดข้อมูลนำเข้า (Input Data)		
DLit701.1 นำเข้าข้อมูล (Input Data) จากแหล่งข้อมูลหลายแหล่งได้		
DLit701.2 ระบุเกณฑ์เพื่อใช้ในการตรวจสอบข้อมูลนำเข้า โดยการใช้โปรแกรมดิจิทัล		
DLit702 กำหนดรูปแบบสมการ/แนวทางวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมดิจิทัล		
DLit702.1 ใช้ Aggregate Function (Sum, Avg, Min, Max) กับข้อมูลที่จะวิเคราะห์ได้		
DLit702.2 จัดกลุ่มข้อมูลได้		
DLit702.3 วิเคราะห์การกระจายและความสัมพันธ์ของข้อมูลได้		
DLit703 กำหนดรูปแบบการแสดงผลของการวิเคราะห์ข้อมูล		
DLit703.1 แสดงผลลัพธ์ในรูปแบบตาราง		

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
		DLit703.2 แสดงผลลัพธ์ในรูปแบบกราฟ
		DLit704 จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการทำงานของหน่วยงานจากข้อมูลสารสนเทศที่ได้
		DLit704.1 วิเคราะห์และตีความผลจากข้อมูลสารสนเทศที่ได้
		DLit704.2 เสนอแนวทางเพื่อพัฒนาการทำงานโดยอิงข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์

ที่มา : สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน (สพข.), 2561

1.2 ความสามารถด้านการควบคุมกำกับและการปฏิบัติตามกฎหมาย นโยบาย และมาตรฐานการจัดการด้านดิจิทัล (Digital Governance, Standard, and Compliance) ประกอบด้วย 6 หน่วยความสามารถ ดังนี้

ตารางที่ 2-3 ความสามารถด้านการควบคุมกำกับและการปฏิบัติตามกฎหมาย นโยบาย และมาตรฐานการจัดการด้านดิจิทัล (Digital Governance, Standard, and Compliance)

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
กลุ่มที่ 2 ความสามารถด้านการควบคุมกำกับและการปฏิบัติตามกฎหมาย นโยบาย และมาตรฐานการจัดการด้านดิจิทัล (Digital Governance, Standard, and Compliance) – 6 หน่วยความสามารถ		
	DG100 ปฏิบัติตามกฎหมาย กรอบธรรมาภิบาล (Governance Framework) และหลักปฏิบัติ (Principles) ที่ดีด้านดิจิทัล	
	DG101 อธิบายกฎหมาย กรอบธรรมาภิบาลและหลักปฏิบัติด้านดิจิทัลที่เกี่ยวข้องได้	
	DG101.1 ระบุกฎหมาย กรอบธรรมาภิบาลและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการทำงานดิจิทัลที่รับผิดชอบได้	
	DG101.2 สามารถอธิบายแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นหากไม่ปฏิบัติตาม	
	DG102 นำกฎหมาย กรอบธรรมาภิบาลและหลักปฏิบัติด้านดิจิทัลไปใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง	
	DG102.1 ระบุความเชื่อมโยงของกฎหมาย กรอบธรรมาภิบาลและหลักปฏิบัติในแต่ละขั้นตอนของการทำงานดิจิทัลแบบบูรณาการได้	
	DG102.2 สามารถประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการนำไปใช้ปฏิบัติได้	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
DG200	กำกับและตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย กรอบธรรมาภิบาล (Governance Framework) และหลักปฏิบัติที่ดีด้านดิจิทัล	
		DG201 กำหนดประเด็นตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย กรอบธรรมาภิบาลและหลักปฏิบัติดิจิทัล
	DG201.1 ระบุผู้ที่เกี่ยวข้องในแต่ละกระบวนการงานที่ต้องการตรวจสอบ	
		DG201.2 ระบุประเด็นที่ต้องการตรวจสอบในแต่ละกระบวนการงาน
	DG202 ติดตามตรวจสอบและทำข้อสรุป	
		DG202.1 กำหนดขั้นตอนและแผนการติดตามตรวจสอบกระบวนการงานและการบูรณาการ
		DG202.2 ประเมินผลการปฏิบัติตามกฎหมาย กรอบธรรมาภิบาล และหลักปฏิบัติดิจิทัล
		DG202.3 สรุปผลลัพธ์การตรวจสอบและเสนอข้อที่ควรพัฒนาและปรับปรุง
		DG202.4 สื่อสาร และให้ข้อมูลป้อนกลับแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องถึงผลของการตรวจสอบ
DG300	ประยุกต์ใช้กรอบการดำเนินงานร่วมกันสำหรับพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Interoperability Framework)	
		DG301 จัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อบูรณาการ (De-Silo) กระบวนการและข้อมูลที่แยกส่วน
		DG301.1 กำหนดกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องที่ต้องการบูรณาการ (Community of Interest)การทำงานดิจิทัล
		DG301.2 ระบุกระบวนการและฐานข้อมูลที่ทำแบบแยกส่วน (Silo Database)
		DG301.3 วิเคราะห์กระบวนการและข้อมูลที่ต้องการเชื่อมโยง/แลกเปลี่ยนระหว่างหน่วยงาน
		DG301.4 กำหนดผลที่คาดหวังและแผนปฏิบัติการสำหรับบูรณาการกระบวนการและข้อมูล
		DG302 จัดทำสถาปัตยกรรมระบบตามกรอบการดำเนินงานร่วมกันสำหรับพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์
		DG302.1 กำหนดแผนงานหลัก เป้าหมายและบทบาทของสมาชิกในกลุ่ม
		DG302.2 กำหนดรูปแบบและรายละเอียดกระบวนการที่มีการดำเนินงานร่วม (Business Interoperation Model)

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
		DG302.3 จัดทำสถาปัตยกรรมระบบ กระบวนการงาน (Business Reference Model) และข้อมูล (Data Reference Model) เพื่อใช้อ้างอิงร่วมกันระหว่างหน่วยงาน
	DG400 ปฏิบัติตามข้อตกลงระดับการให้บริการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Service-Level Agreement; SLA) DG401 กำหนดระดับการให้บริการดิจิทัลแบบเชื่อมโยง (Seamless Service Integration) DG401.1 รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้รับบริการ และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง DG401.2 กำหนดตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายร่วมกันเพื่อระบุระดับการให้บริการ DG401.3 ประกาศระดับการให้บริการเพื่อให้ทราบทั่วกัน DG402 ติดตาม ประเมินระดับบริการแก่ผู้รับบริการ DG402.1 กำหนดรูปแบบ/วิธีการดิจิทัล ในการติดตามและประเมินผล DG402.2 ประเมินผลการให้บริการตามตัวชี้วัดและเปรียบเทียบกับค่าเป้าหมาย DG402.3 จัดทำข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการ	
		DG500 บริหารความเสี่ยงดิจิทัล (Digital Risk Management) DG501 ประเมินความเสี่ยงดิจิทัลในกระบวนการทำงาน (Digital Risk Assessment in Business Process) DG501.1 รวบรวมข้อมูลความเสี่ยงจากระบบดิจิทัลภายในองค์กร DG501.2 รวบรวมข้อมูลความเสี่ยงจากระบบดิจิทัลภายนอกองค์กร DG501.3 วิเคราะห์ความเสี่ยงดิจิทัล (Digital Risk Analysis) ที่มีต่อองค์กร DG502 จัดการความเสี่ยงดิจิทัล DG502.1 จัดลำดับความสำคัญ (Prioritize) ของความเสี่ยงดิจิทัล DG502.2 จัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยงดิจิทัลขององค์กร DG502.3 ดำเนินงานตามแผนบริหารจัดการความเสี่ยง DG502.4 ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนบริหารจัดการความเสี่ยง

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
DG600	จัดทำ แก้ไขเพิ่มเติม หรือยกเลิกกฎหมายเพื่อการปรับเปลี่ยนไปสู่รัฐบาลดิจิทัล	
	DG601 วิเคราะห์กฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการบูรณาการดำเนินงานร่วมกัน	
	DG601.1 ระบุประเด็นที่ทำให้เกิดอุปสรรคต่อการดำเนินงานร่วมกัน	
	DG601.2 ระบุหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
	DG601.3 ระบุกฎหมายที่เป็นสาเหตุของของอุปสรรคของการดำเนินงานร่วมกัน	
	DG602 ประเมินความเป็นไปได้ของการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานร่วมกัน	
	DG602.1 ระบุและประเมินความจำเป็น และความคุ้มค่าในการแก้ไขกฎหมาย	
	DG602.2 ระบุทางเลือกในการจัดทำ ปรับปรุงแก้ไข หรือยกเลิกกฎหมาย เพื่อส่งเสริม และสนับสนุนการดำเนินงานร่วมกัน	
	DG602.3 วางแผนในการติดต่อสื่อสาร และบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยวิเคราะห์ทางเลือกที่เหมาะสมในการแก้ไขกฎหมายเพื่อให้ได้ข้อยุติ	
	DG602.4 หารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ได้ข้อยุติในการแก้ไขกฎหมาย	
	DG602.5 สรุปหลักการ ประเด็นและสาระสำคัญพร้อมเหตุผลของกฎหมายที่จะแก้ไข	
	DG603 เสนอร่างกฎหมายต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
	DG603.1 จัดทำร่างกฎหมาย	
	DG603.2 รับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ที่มีความสนใจ	
	DG603.3 เสนอร่างกฎหมายเข้าสู่กระบวนการพิจารณา	
	DG603.4 ชี้แจงทำความเข้าใจผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	

ที่มา : สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน (สพข.), 2561

1.3 ความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพองค์กร (Digital Technology) ประกอบด้วย 7 หน่วยความสามารถ ดังนี้

ตารางที่ 2-4 ความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพองค์กร (Digital Technology)

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
กลุ่มที่ 3 ความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพองค์กร (Digital Technology) – 7 หน่วย ความสามารถ		
DT100 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล	DT101 เลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	
	DT101.1 วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล	
	DT101.2 วิเคราะห์เทคโนโลยีที่จะเลือกใช้ภายใต้บริบทของหน่วยงาน	
	DT101.3 รายงานผลการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะเลือกใช้	
	DT102 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	
	DT102.1 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างคุณค่าแก่งานปัจจุบัน	
	DT102.2 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างงานใหม่ให้แก่องค์กร	
	DT102.3 ประเมินผลของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	
	DT103 บำรุงรักษาเทคโนโลยีดิจิทัลให้มีความต่อเนื่อง	
	DT103.1 จัดทำแผนการบำรุงรักษา	
	DT103.2 ดำเนินการตามแผนการบำรุงรักษาที่กำหนด	
	DT103.3 สรุปผลการตรวจสอบ และวิเคราะห์ผลการบำรุงรักษา	
	DT103.4 ปรับแต่งองค์ประกอบต่าง ๆ ตามผลการวิเคราะห์	
	DT103.5 สรุปบทเรียนเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงการบำรุงรักษา	
DT200 จัดทำสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture) เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาลดิจิทัล	DT201 ศึกษาองค์ประกอบของสถาปัตยกรรมองค์กรปัจจุบัน (As Is)	
	DT201.1 วิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กร ภายใต้บริบทต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยง	
	DT201.2 วิเคราะห์กระบวนการทำงาน	
	DT201.3 วิเคราะห์เทคโนโลยี	
	DT201.4 วิเคราะห์ระบบข้อมูล	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
	DT201.5 จัดทำสถานภาพปัจจุบันของสถาปัตยกรรมองค์กร DT202 จัดทำแบบสถาปัตยกรรมองค์กรเป้าหมาย (To Be) DT202.1 วิเคราะห์ปัญหาของสถาปัตยกรรมองค์กรในปัจจุบัน DT202.2 จัดลำดับความสำคัญของปัญหา DT202.3 จัดทำทางเลือกในการปรับสถาปัตยกรรมองค์กร DT202.4 จัดทำสถาปัตยกรรมองค์กรใหม่ DT202.5 จัดทำโครงการเพื่อปรับเปลี่ยนสถาปัตยกรรมองค์กร DT300 กำกับการใช้งานสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture) DT301 เตรียมการใช้งานสถาปัตยกรรมองค์กร DT301.1 จัดทำทะเบียนสถาปัตยกรรมองค์กร และองค์ประกอบ DT301.2 กำหนดขั้นตอนการใช้งานสถาปัตยกรรมองค์กร DT301.3 สื่อสารสถาปัตยกรรมองค์กร DT302 ควบคุมการใช้งานสถาปัตยกรรมองค์กร DT302.1 วิเคราะห์โครงการปรับเปลี่ยนสถาปัตยกรรมองค์กร DT302.2 จัดทำข้อเสนอแนะประกอบโครงการ DT302.3 ติดตามการดำเนินโครงการให้สอดคล้องกับสถาปัตยกรรม องค์กร DT302.4 ปรับปรุงแบบสถาปัตยกรรมองค์กร	
	DT400 บริการเทคโนโลยีดิจิทัล DT401 ให้บริการเทคโนโลยีดิจิทัล DT401.1 สื่อสารถึงช่องทางการให้บริการงานเทคโนโลยีดิจิทัล DT401.2 กำหนดเกณฑ์ของสัญญาการรักษาระดับคุณภาพการให้บริการ (Service-Level Agreement) DT401.3 ดำเนินการให้บริการดิจิทัล (Digital Service) ในช่องทางที่ เหมาะสม DT401.4 ประเมินคุณภาพการให้บริการ (Service-Level Agreement) DT401.5 ปรับปรุงการให้บริการเทคโนโลยีดิจิทัล DT401.6 สรุปบทเรียนของการให้บริการงานเทคโนโลยีดิจิทัล DT402 พัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับบุคลากรขององค์กร	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
		DT402.1 วิเคราะห์ทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล DT402.2 จัดทำแผนการพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล DT402.3 พัฒนาหลักสูตรด้านเทคโนโลยีดิจิทัล DT402.4 ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล DT402.5 ประเมินผลการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล
	DT500 พัฒนาแผนบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยและความต่อเนื่องการให้บริการแบบดิจิทัล DT501 จัดการความมั่นคงปลอดภัย DT502 พัฒนาแผนการให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร	DT501.1 กำหนดขอบเขตของทรัพยากรสารสนเทศที่มีความเสี่ยงทางด้านความมั่นคงปลอดภัย DT501.2 เลือกใช้ระบบความมั่นคงปลอดภัย DT501.3 ตรวจสอบอุบัติการณ์ของทรัพยากรสารสนเทศ (Information Security Incident) DT501.4 ดำเนินการตอบสนองต่ออุบัติการณ์ของทรัพยากรสารสนเทศ DT502.1 จัดทำรายงานผลการวิเคราะห์กระบวนการทำงาน DT502.2 จัดทำแผนการดำเนินงานการให้บริการเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง DT502.3 ดำเนินงานตามแผนบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัย และความต่อเนื่องการให้บริการแบบดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง
	DT600 วิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) เพื่อตีความและหาข้อสรุปที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ DT601 กำหนดขอบเขตการวิเคราะห์ข้อมูล DT602 จัดเตรียมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ (Data Preparation)	DT601.1 กำหนดประเด็นที่ต้องการวิเคราะห์เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานและการให้บริการ DT601.2 กำหนดขอบเขตข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ต้องการ DT602.1 รวบรวมข้อมูลเพื่อใช้วิเคราะห์ (Data Collection) ด้วยการดึงข้อมูล (Data Extraction) จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ DT602.2 จัดระเบียบข้อมูล (Data Cleansing) DT602.3 นำเข้าข้อมูล (Data Migration)

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
		DT602.4 เชื่อมโยงและสกัดข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ (Data Connections and Extraction) DT602.5 จัดทำคลังข้อมูล (Data Warehousing) ให้พร้อมนำไปใช้ และวิเคราะห์ต่อ DT602.6 จัดเตรียมระบบเครือข่ายข้อมูลให้ผู้ใช้สามารถวิเคราะห์ (Data Provisioning) DT603 วิเคราะห์ และตีความข้อมูล (Analyze Data and Draw Insights) DT603.1 วิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Discovery and Deep Analytics) DT603.2 อธิบายความสัมพันธ์ของข้อมูล และสารสนเทศที่ได้จากการวิเคราะห์ DT603.3 ตีความผลการวิเคราะห์ข้อมูล (Derive Insight) เพื่อนำไปยกระดับประสิทธิภาพการทำงาน และการให้บริการ DT603.4 รายงานผลจากการวิเคราะห์และตีความข้อมูลด้วยภาพ (Data Visualization) DT603.5 ให้คำแนะนำในการแก้ปัญหา และพัฒนาระบบการทำงาน และการให้บริการจากผลการวิเคราะห์และตีความข้อมูล DT604 จัดเตรียมหลักปฏิบัติที่ดีเพื่อสร้างธรรมาภิบาลสำหรับทรัพย์สินข้อมูล (Data Governance) DT604.1 บริหารจัดการทรัพย์สินข้อมูลตลอดวงจรชีวิต (Data Lifecycle Management) DT604.2 จัดทำแคตตาล็อกเมตาดาตาข้อมูล (Metadata Catalog) เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงและนำไปใช้ DT604.3 จัดทำเกณฑ์ปฏิบัติและนโยบายเพื่อกำกับ ติดตาม ดูแล ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล DT604.4 จัดทำแผนรักษาข้อมูลหลักขององค์กรเพื่อนำไปใช้ได้อย่างต่อเนื่อง (Business Continuity)
DT700 พัฒนาซอฟต์แวร์ตามแนวทางพลวัตรปรับตัวต่อเนื่อง	DT701 จัดการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาซอฟต์แวร์	DT701.1 ระบุผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
		DT701.2 สร้างความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง DT701.3 รวบรวมความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง DT702 จัดทำแผนการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบพลวัตรปรับต่อเนื่อง DT702.1 กำหนดผลผลิต/ผลลัพธ์ของการพัฒนาซอฟต์แวร์ DT702.2 ระบุทรัพยากรที่ต้องใช้ DT702.3 กำหนด KPI ในแต่ละช่วงเวลา DT702.4 กำหนดแผนการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบเป็นวงรอบ (Iteration) DT702.5 กำหนดแนวทางตรวจสอบผลลัพธ์การทำงานแต่ละวงรอบ DT703 จัดทำซอฟต์แวร์ ตามแนวทางพลวัตรปรับต่อเนื่อง DT703.1 ออกแบบสถาปัตยกรรมซอฟต์แวร์ (Software Architecture) DT703.2 กำหนดรายละเอียดสถาปัตยกรรมซอฟต์แวร์ (Software Architecture) DT703.3 จัดทำซอฟต์แวร์ต้นแบบ DT703.4 ประเมินผลซอฟต์แวร์ต้นแบบ DT703.5 ปรับซอฟต์แวร์ต้นแบบตามผลการประเมิน DT703.6 ทำซ้ำเกณฑ์ปฏิบัติงาน 603.1-603.5 DT704 ตรวจสอบควบคุมคุณภาพซอฟต์แวร์ DT704.1 กำหนดเงื่อนไขการตรวจสอบคุณภาพ DT704.2 ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพตามเงื่อนไขที่กำหนด DT704.3 ปรับปรุงการจัดทำซอฟต์แวร์ให้ได้ตามเงื่อนไขการตรวจสอบคุณภาพที่กำหนด

ที่มา : สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน (สพข.), 2561

**1.4 ความสามารถด้านการออกแบบกระบวนการและการให้บริการด้วยระบบ
ดิจิทัลเพื่อการพัฒนาคุณภาพงานภาครัฐ (Digital Process and Service Design)**
ประกอบด้วย 7 หน่วยความสามารถดังนี้

ตารางที่ 2-5 ความสามารถด้านการออกแบบกระบวนการและการให้บริการด้วยระบบดิจิทัลเพื่อการพัฒนาคุณภาพงานภาครัฐ (Digital Process and Service Design)

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
กลุ่มที่ 4 ความสามารถด้านการออกแบบกระบวนการ และการให้บริการด้วยระบบดิจิทัลเพื่อการพัฒนาคุณภาพงานภาครัฐ (Digital Process and Service Design) – 7 หน่วยความสามารถ		
	DS100 กำหนดกรอบการให้บริการแบบเชื่อมโยง และเทคนิคการออกแบบกระบวนการ	
	DS101 ระบุประเด็นปัญหา และผลกระทบของปัญหาของกระบวนการทำงาน และการให้บริการแบบแยกส่วน	
	DS101.1 ระบุประเด็น ผลกระทบ และแยกแยะปัญหาของระบบบริการปัจจุบันที่เกิดจากการแยกส่วน	
	DS101.2 สามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ของประเด็นปัญหา และผลกระทบได้อย่างมีเหตุผลร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
	DS102 ระบุแนวทางในการแก้ปัญหาและกำหนดกรอบการให้บริการดิจิทัลแบบเชื่อมโยง	
	DS102.1 ลำดับความสำคัญของปัญหา และกำหนดแนวทางแก้ปัญหาเพื่อบูรณาการกระบวนการให้บริการ	
	DS102.2 กำหนดแนวทางการปฏิบัติการเชิงรุก และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแก้ไขปัญหาได้ทันเหตุการณ์ และป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำในอนาคต	
	DS102.3 เสนอแนวทางการบูรณาการกระบวนการให้บริการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
	DS200 วางกลยุทธ์การให้บริการสมาร์ตดิจิทัลและนำสู่การปฏิบัติ	
	DS201 จัดทำแผนที่นำทางบริการดิจิทัลแบบเชื่อมโยง	
	DS201.1 กำหนดผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดทำแผนที่นำทางโดยให้ผู้รับบริการมีส่วนร่วม	
	DS201.2 จัดลำดับความสำคัญของกระบวนการ และรูปแบบการให้บริการที่ต้องการยกระดับคุณภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
	DS202 สื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแบบเชื่อมโยง	DS201.3 จัดทำแผนปฏิบัติการที่สามารถเชื่อมโยงได้กับนโยบายการให้บริการตามกรอบมาตรฐานการทำงานข้ามหน่วยงาน หรือ TheGIF2.0 DS202.1 สื่อสารกระบวนการและหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติภายในหน่วยงานและอธิบายประเด็นสำคัญของกิจกรรมที่จะเกิดขึ้น DS202.2 สื่อสารแผนปฏิบัติการและประชาสัมพันธ์ความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงเพื่อใช้ทรัพยากรดิจิทัลร่วมกันระหว่างหน่วยงาน DS202.3 วิเคราะห์ผลการสื่อสาร และ ปรับปรุงการสื่อสารเพื่อสร้างพันธกิจสัมพันธ์ในการพัฒนาการบริการแบบเชื่อมโยง DS203 ขับเคลื่อนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสู่การปฏิบัติ DS203.1 แปลงเป้าหมายจากระดับองค์กรไปสู่ระดับบุคคล DS203.2 สร้างกิจกรรม และขับเคลื่อนการปรับเปลี่ยนจากหน่วยงานภายใน/ผู้ให้บริการโดยคำนึงถึงประสบการณ์ของผู้รับบริการ DS203.3 สนับสนุนการพัฒนาระบบนิเวศน์ (Ecosystem) เพื่อพัฒนาบริการดิจิทัลแบบเชื่อมโยง
	DS300 ออกแบบนวัตกรรมบริการ DS301 เข้าใจและอธิบายประสบการณ์ของผู้รับบริการได้ตลอดกระบวนการบริการแบบเชื่อมโยง (User Experience and User Journey) DS302 ระบุองค์ประกอบของการออกแบบบริการเพื่อความสำเร็จของการให้บริการ	DS301.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการ DS301.2 สามารถอธิบายคุณค่าของการส่งมอบบริการแก่ประชาชนหรือผู้รับบริการ DS301.3 วิเคราะห์ความต้องการบริการดิจิทัลเพื่อเพิ่มคุณภาพ และประสิทธิภาพการให้บริการ DS301.4 สรุปความต้องการบริการดิจิทัลและกระบวนการให้บริการแบบเชื่อมโยง DS302.1 กำหนดฉากทัศน์ทางเลือกในบริบทของผู้รับบริการ เพื่อใช้เป็น

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
		แนวทางในการออกแบบบริการดิจิทัล DS302.2 ระบุองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบบริการดิจิทัลเพื่อให้ เกิดบริการตามที่ต้องการ ได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ Artifacts/Products ที่เกี่ยวข้อง กระบวนการที่ เกี่ยวข้อง DS302.3 ระบุระบบนิเวศบริการ (Service Ecosystem) ของระบบ บริการทั้งที่อยู่เบื้องหน้า (Frontstage) ของผู้รับบริการ และ เบื้องหลัง (Backstage) ที่ทำให้เกิดการบริการ DS302.4 ระบุ กรอบกระบวนการให้บริการทั้งภาพใหญ่ ซึ่งอาจ ประกอบด้วยกระบวนการให้บริการใหญ่กระบวนการเดียว (Large Offering) หรือหลายกระบวนการของบริการย่อยที่ เชื่อมโยงกัน (Across Multiple Sub-Offerings) โดยคำนึงถึง การลดความซ้ำซ้อนในการทำงานและการใช้ทรัพยากร (Resources) DS303 สร้างพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) สำหรับพัฒนานวัตกรรมบริการ DS303.1 ประเมินความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยีบนพื้นฐานการออกแบบ กระบวนการงาน (Process Design) การออกแบบองค์กร (Organization Design) และการออกแบบสารสนเทศ (Information Design) DS303.2 ประเมินความเป็นไปได้ด้านกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง DS303.3 ประเมินความคุ้มค่าของแต่ละทางเลือกในการพัฒนาบริการ ดิจิทัล DS303.4 สร้างพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) สู่การพัฒนานวัตกรรมบริการ
	DS400 สร้างเครือข่ายเพื่อสร้างนวัตกรรมบริการดิจิทัล DS401 กำหนดเป้าหมายของการดำเนินการร่วมกัน DS401.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมายสำหรับการสร้างเครือข่าย DS401.2 กำหนดวัตถุประสงค์ ของการสร้างนวัตกรรมร่วมกัน	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
	DS401.3 กำหนดบริการดิจิทัลที่ต้องการทำร่วมกัน DS401.4 ระดมความคิดร่วมกันระหว่างเครือข่าย DS401.5 ตรวจสอบให้แน่ใจว่าผู้ใช้ที่กำหนดทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงบริการดิจิทัลได้ DS402 กำหนดกรอบการดำเนินงานร่วมกัน DS402.1 กำหนดแนวทางการทำงานร่วมกับเครือข่าย DS402.2 ปรับแนวทางการทำงานเพื่อให้ไปสู่เป้าหมายที่ได้กำหนดร่วมกัน DS402.3 สื่อสารเพื่อการทำงานอย่างมีส่วนร่วมภายในหน่วยงาน DS402.4 สื่อสารเพื่อการทำงานอย่างมีส่วนร่วมภายนอกหน่วยงาน	
	DS500 สร้างนวัตกรรมบริการแก่นที่ใช้การได้และสำเร็จได้ (Minimum Viable Service) ในระยะเวลาสั้น และใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด DS501 ออกแบบกระบวนการทำงานของบริการดิจิทัล (Process Design) DS501.1 ทบทวนรายละเอียดกระบวนการทำงานของบริการดิจิทัลแบบเชื่อมโยง DS501.2 ออกแบบกระบวนการทำงานใหม่ โดยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงกระบวนการที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร DS501.3 จัดทำเอกสารกระบวนการงานเพื่อการอ้างอิงสำหรับการพัฒนา DS502 ออกแบบสารสนเทศสำหรับการให้บริการ (Information Design) DS502.1 อธิบายได้ถึง Information Flow เพื่อทำให้การพัฒนาบริการดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพ และคุณภาพสูง DS502.2 ระบุแหล่งข้อมูลที่ต้องการนำมาใช้ซ้ำหรือใช้ร่วมกันระหว่างหน่วยงาน DS502.3 จัดทำเอกสารอธิบายข้อมูล และการไหลของข้อมูลเพื่อใช้อ้างอิงร่วมกันในการพัฒนา DS503 ออกแบบองค์กรสำหรับการให้บริการ DS503.1 ระบุทีมงานและทักษะที่ต้องการสำหรับพัฒนานวัตกรรมบริการตลอดกระบวนการทั้ง Frontstage และ Backstage DS503.2 มอบอำนาจการตัดสินใจสำหรับบุคคล และทีมในการตัดสินใจเองได้	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
		บริการดิจิทัลที่คัดเลือก DS702.2 รวบรวมข้อมูลที่เป็นคำวัดของบริการย่อยที่ได้คัดเลือก DS702.3 คำนวณค่าเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด DS703 วิเคราะห์ประสิทธิภาพการให้บริการดิจิทัล DS703.1 วิเคราะห์รูปแบบและแนวโน้มข้อมูลจากการให้บริการ (Pattern) ในหลากหลายมิติ DS703.2 แปลผลข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเพื่อระบุระดับประสิทธิภาพของการให้บริการ DS703.3 วิเคราะห์สาเหตุที่แท้จริงของปัญหาประสิทธิภาพการให้บริการ DS704 กำหนดแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพบริการดิจิทัล DS704.1 ประเมินความเป็นไปได้ในการแก้ไขปัญหาประสิทธิภาพของบริการดิจิทัล DS704.2 จัดทำรายงานทางเลือกในการแก้ไขปรับปรุงประสิทธิภาพของบริการดิจิทัล DS704.3 นำข้อเสนอแนะที่ได้ไปปรับปรุงแผนที่นำทางบริการดิจิทัล และสถาปัตยกรรมองค์กร

ที่มา : สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน (สพข.), 2561

1.5 ความสามารถด้านการบริหารกลยุทธ์และการจัดการโครงการ (Strategic and Project Management) ประกอบด้วย 6 หน่วยความสามารถ ดังนี้

ตารางที่ 2-6 ความสามารถด้านการบริหารกลยุทธ์และการจัดการโครงการ (Strategic and Project Management)

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
กลุ่มที่ 5 ความสามารถด้านการบริหารกลยุทธ์และการจัดการโครงการ (Strategic and Project Management) – 6 หน่วยความสามารถ		
	SPM100 กำหนดทิศทาง นโยบาย และยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาองค์กรดิจิทัลที่มีการเชื่อมโยงข้อมูล และการทำงานข้ามหน่วยงาน	SPM101 วิเคราะห์ความพร้อมของการปรับสู่องค์กรดิจิทัล

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
		SPM101.1 คาดการณ์สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นต่อองค์กรจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัล (Scenario Analysis) SPM101.2 วิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Analysis) SPM101.3 ประเมินความพร้อมด้านดิจิทัลขององค์กร SPM102 จัดทำนโยบาย และยุทธศาสตร์ดิจิทัลสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ และแผนยุทธศาสตร์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง SPM102.1 ระบุความเชื่อมโยงของภารกิจหน่วยงานกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนงานที่เกี่ยวข้อง (Alignment) SPM102.2 กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายการเป็นองค์กรดิจิทัล SPM102.3 กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การดำเนินงานเพื่อไปสู่องค์กรดิจิทัล
		SPM200 ออกแบบองค์กรดิจิทัล (Future Design) SPM201 วิเคราะห์องค์กรปัจจุบันเปรียบเทียบกับองค์กรดิจิทัลอนาคต SPM201.1 กำหนดกระบวนการหลักขององค์กรดิจิทัลที่ควรจะเป็นให้สอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์ SPM201.2 กำหนดบทบาทหน้าที่ ภาระงาน และทักษะของบุคลากรในกระบวนการหลักขององค์กรดิจิทัลที่ควรจะเป็น SPM201.3 วิเคราะห์ข้อมูลหลัก (Core Data) เพื่อการแลกเปลี่ยนเชื่อมข้อมูล (Information Sharing) นำไปสู่องค์กรดิจิทัล SPM201.4 วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) เพื่อใช้เป็นข้อมูลวางแผนองค์กรดิจิทัล SPM202 ออกแบบส่วนประกอบขององค์กรดิจิทัล SPM202.1 ปรับโครงสร้างองค์กรและวิธีการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับองค์กรดิจิทัล SPM202.2 ปรับปรุงรูปแบบการบริหารจัดการบุคลากรให้เหมาะสมกับองค์กรดิจิทัล SPM202.3 ระบุอุปกรณ์เครื่องมือ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสู่องค์กรดิจิทัล

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
	SPM203 ส่งมอบพิมพ์เขียว (Blueprint) องค์กรดิจิทัล SPM203.1 จัดทำพิมพ์เขียว (Blueprint) องค์กรดิจิทัล SPM203.2 สื่อสารภายในและระหว่างหน่วยงานให้เข้าใจถึงการปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรดิจิทัล SPM203.3 สื่อสารให้ผู้รับบริการเข้าใจถึงการปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรดิจิทัล	
	SPM300 จัดเตรียมทรัพยากรเพื่อการบูรณาการสำหรับองค์กรดิจิทัล SPM301 จัดทำแผนลงทุนทรัพยากร SPM301.1 รวบรวมความต้องการทรัพยากรในองค์กร SPM301.2 จัดลำดับความสำคัญและความจำเป็นของทรัพยากร ในการสนับสนุนการพัฒนาองค์กรดิจิทัล SPM301.3 จัดทำแผนลงทุนทรัพยากรระยะสั้น กลาง ยาว เพื่อพัฒนาองค์กรดิจิทัล SPM302 ให้การสนับสนุนทรัพยากร SPM302.1 ระบุแหล่งที่มาของทรัพยากร SPM302.2 นำเสนอแผนและดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากร SPM302.3 ติดตามความคืบหน้าและแก้ไขอุปสรรคเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากร SPM303 จัดการทรัพยากรให้บรรลุตามยุทธศาสตร์องค์กรดิจิทัล SPM303.1 กำหนดหน่วยงานและ/หรือบุคลากรที่จะรับผิดชอบแผนลงทุนทรัพยากรแต่ละแผน SPM303.2 กำหนดตัวชี้วัดแผนการลงทุนทรัพยากร (KPI) SPM303.3 ติดตามประเมินผลการใช้ทรัพยากรดิจิทัล	
	SPM400 ริเริ่มและวางแผนโครงการภายใต้รัฐบาลดิจิทัล (Project Initiation and Planning) SPM401 กำหนดเป้าประสงค์ของโครงการ SPM401.1 กำหนดขอบเขตและผลลัพธ์ที่ชัดเจนของโครงการได้ SPM401.2 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Analysis) SPM401.3 ประเมินความคุ้มค่าในการทำโครงการ (Cost-Benefit	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
		Analysis) SPM402 จัดการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ SPM402.1 ระบุหน่วยงานหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการได้ (Identify Stakeholders) SPM402.2 วิเคราะห์บทบาทและความสำคัญของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ SPM402.3 รวบรวมความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ SPM402.4 สื่อสารและทำงานร่วมกันกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการด้วยเครื่องมือดิจิทัล SPM403 จัดทำกฎบัตรโครงการ (Project Charter) SPM403.1 ระบุอุปสรรค และความเสี่ยงในภาพรวมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโครงการ SPM403.2 กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ SPM403.3 รวบรวมข้อมูลทั้งหมดเพื่อนำเสนอขออนุมัติโครงการ SPM404 วางแผนการดำเนินโครงการ SPM404.1 กำหนดความต้องการ (Requirement) ของโครงการครบถ้วนตามเป้าประสงค์ SPM404.2 ระบุสิ่งที่ต้องส่งมอบ และเงื่อนไขการตรวจรับในแต่ละช่วงเวลาได้ SPM404.3 ระบุข้อจำกัดและเงื่อนไขของโครงการให้สอดคล้องกับงบประมาณที่ได้รับ SPM405 จัดทำงบประมาณโครงการและการนำระบบดิจิทัลไปใช้ SPM405.1 สามารถประเมินงบประมาณของโครงการได้ SPM405.2 ประเมินการค่าใช้จ่ายในการนำโครงการดิจิทัลไปใช้ (Implementation Cost Estimation) SPM405.3 จัดทำรายงานเพื่อเสนอของบประมาณโครงการและการนำระบบดิจิทัลไปใช้ SPM406 วางแผนจัดการการสื่อสารโครงการ SPM406.1 จัดกลุ่มข้อมูลข่าวสารของโครงการตามประเภท และชั้น

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
		ความลับอย่างเหมาะสม SPM406.2 กำหนดผู้รับผิดชอบในการจัดทำ ความถี่การจัดส่ง ช่องทางการสื่อสาร และการจัดเก็บข้อมูลข่าวสาร SPM406.3 กำหนดกระบวนการตรวจสอบและจัดการกรณีเกิด ข้อผิดพลาด SPM407 วางแผนจัดการความเสี่ยงโครงการ SPM407.1 ระบุความเสี่ยงของโครงการที่อาจเกิดขึ้นและจัดกลุ่มแยก ประเภท (Risk Identification and Categorization) SPM407.2 จัดลำดับความเสี่ยงโดยพิจารณาความน่าจะเป็นและความ รุนแรงของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น (Risk Impact Analysis) SPM407.3 วิเคราะห์ความเสี่ยงเพื่อกำหนดวิธีการ (แผน) เพื่อหลีกเลี่ยง หรือลดผลกระทบ SPM408 จัดทำแผนควบคุมคุณภาพของโครงการ SPM408.1 กำหนดตัวชี้วัดคุณภาพของโครงการ SPM408.2 กำหนดเทคนิควิธีการวัดคุณภาพโดยใช้ตัวชี้วัดผ่านระบบ ดิจิทัล SPM408.3 กำหนดแผนตรวจสอบคุณภาพด้วยเทคนิคและตัวชี้วัดที่ กำหนด SPM500 ดำเนินโครงการและควบคุมโครงการดิจิทัล SPM501 ควบคุมและประกันคุณภาพโครงการ (Quality Assurance and Control) SPM501.1 ติดตามผลตรวจสอบคุณภาพตามแผนการจัดการด้านคุณภาพ SPM501.2 ระบุสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาด้านคุณภาพ (Root Cause Analysis) SPM501.3 หาแนวทางแก้ไขสาเหตุของปัญหา SPM501.4 ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงาน SPM502 บริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น (Risk Response) SPM502.1 ติดตามและตรวจสอบความเสี่ยงในระหว่างดำเนินการ โครงการ (Risk Monitoring and Controlling) SPM502.2 ดำเนินการตามแผนการรองรับความเสี่ยง ระบุความเสี่ยง

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
	ใหม่ที่อาจเกิดขึ้นและวางแผนจัดการ SPM503 ติดตามผลและควบคุมการดำเนินการโครงการ SPM503.1 ตรวจสอบความคืบหน้าโครงการเพื่อระบุปัญหาและอุปสรรค SPM503.2 วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่กระทบต่อความคืบหน้าของโครงการ SPM503.3 ปรับปรุงแก้ไขแผนการดำเนินโครงการ SPM503.4 ติดตามตัวชี้วัด (KPI) บุคลากรโดยการใช้เครื่องมือดิจิทัล SPM504 ควบคุมการเปลี่ยนแปลงขอบเขตโครงการ SPM504.1 กำหนดแนวทางในการแก้ไขขอบเขตโครงการ SPM504.2 ปรับปรุงเงื่อนไขการตรวจรับให้สอดคล้องกับขอบเขตงานที่เปลี่ยนแปลง SPM504.3 จัดทำระบบดิจิทัลเพื่อควบคุมการเปลี่ยนแปลงขอบเขตของโครงการ	
	SPM600 ทบทวนโครงการและปิดโครงการ SPM601 ตรวจรับงานส่งมอบตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ SPM601.1 จัดทำตารางการตรวจสอบย้อนกลับของผลลัพธ์กับความต้องการโครงการ (Requirement Traceability Matrix) SPM601.2 ตรวจสอบผลลัพธ์การส่งมอบกับเงื่อนไขการตรวจรับได้ SPM601.3 ระบุรายการที่ต้องเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ได้ตามเงื่อนไขการตรวจรับ SPM602 ประเมินและสรุปผลสำเร็จของโครงการเพื่อใช้อ้างอิงในโครงการต่อไป SPM602.1 จัดทำรายการผลลัพธ์ของโครงการ (สิ่งที่สำเร็จ สิ่งที่ไม่สำเร็จ สิ่งที่ปรับเปลี่ยน) SPM602.2 สรุปปัญหาอุปสรรคของโครงการ วิเคราะห์สาเหตุต้นตอ และแนวทางปรับปรุงแก้ไขในอนาคต SPM602.3 สรุปรายการความเสี่ยงที่เกิดขึ้น ผลกระทบและผลสำเร็จของแผนการจัดการความเสี่ยง เพื่อใช้อ้างอิงกับโครงการอนาคต SPM602.4 สรุปการประเมินงบประมาณและค่าใช้จ่ายจริงของโครงการแยกประเภท	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
	SPM603 จัดทำงบประมาณบำรุงรักษา	
	SPM603.1 กำหนดขอบเขตในการบำรุงรักษา (Scope of Maintenance)	
	SPM603.2 ประเมินการค่าใช้จ่ายและจัดทำรายงานเพื่อเสนอขอ งบประมาณในการบำรุงรักษา (Maintenance Cost Estimation)	

ที่มา : สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน (สพข.), 2561

1.6 ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล (Digital Leadership) ประกอบด้วย 3 หน่วย

ความสามารถ ดังนี้

ตารางที่ 2-7 ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล (Digital Leadership)

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
กลุ่มที่ 6 ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล (Digital Leadership) – 3 หน่วยความสามารถ		
	DL100 นำการพัฒนาคนพันธุ์ใหม่ (Digital DNA) สำหรับพัฒนาองค์กรดิจิทัล	
	DL101 กำหนดแนวทางการบ่มเพาะคนพันธุ์ใหม่ที่ทำงานแบบดิจิทัล	
	DL101.1 วิเคราะห์ และระบุคุณสมบัติคนพันธุ์ใหม่ที่ต้องการเพื่อการ พัฒนาองค์กรดิจิทัลได้	
	DL101.2 อธิบายผลกระทบของงานด้านบุคคลที่มีผลต่อความสำเร็จของ องค์กรดิจิทัลได้	
	DL101.3 ประเมินประสิทธิภาพการทำงานของหน่วยงาน	
	DL101.4 กำหนดความเชื่อมโยงของระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน ระบบการจ่ายค่าตอบแทนและระบบการพัฒนาคนในองค์กรได้	
	DL101.5 เสนอแนวทาง และพัฒนากลยุทธ์ด้านงานบุคคล ซึ่งมีผลต่อ การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานแบบดิจิทัลและแบบเชิงรุก	
	DL102 พัฒนาคนพันธุ์ใหม่ที่พร้อมปรับเปลี่ยนสู่วัฒนธรรมการทำงานแบบดิจิทัล	
	DL102.1 ผลักดัน สนับสนุน และเป็นต้นแบบการมีวัฒนธรรมการทำงาน แบบดิจิทัล	
	DL102.2 เสริมทักษะดิจิทัลที่เหมาะสมกับบทบาทและลักษณะงานให้แก่	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
	บุคลากร DL102.3 บ่มเพาะคนพันธุ์ใหม่ที่สามารถปรับตัวได้แบบพลวัตร (Agile) สามารถเชื่อมโยงความคิด (Connect the Dots) มีวัฒนธรรมดิจิทัล และสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อปรับปรุงงานของหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Creativity) DL103 มีเทคนิคและรูปแบบการรักษาคนพันธุ์ใหม่ (Digital DNA) DL103.1 สร้างความผูกพันของบุคลากร มีการวิเคราะห์ผลการปฏิบัติที่ส่งเสริมความก้าวหน้า DL103.2 จัดให้มีการจัดแผนสืบทอดตำแหน่งในตำแหน่งสำคัญ DL103.3 ใช้เครื่องมือระบบการบริหารด้านแรงงานสัมพันธ์ (Employee Relationship Management) มาพัฒนาให้เกิดความเป็นธรรมในการทำงาน โดยกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานเป็นรายบุคคลให้สอดคล้องกับเป้าหมายของหน่วยงาน	
	DL200 นำการพัฒนาการทำงานร่วมกันเป็นทีมแบบข้ามหน่วยงาน (Across Boundaries) DL201 สร้างและบริหารทีมงานจากหลายหน่วยงานที่มีระดับทักษะดิจิทัลที่ต่างกัน DL201.1 วางแผนสร้างทีมและเครือข่ายการทำงานเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายของการทำงานแบบบูรณาการข้ามหน่วยงาน DL201.2 คัดเลือกและกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในทีม พร้อมทั้งสื่อสารมอบหมายงาน และแก้ปัญหาร่วมกันกับทีม DL201.3 เปิดใจรับฟัง ยอมรับ และนำความคิดเห็นตอบกลับทั้งทางบวกและทางลบมาปรับปรุงตนเองและการทำงานของทีมงาน โดยยึดมั่นต่อแผนงานและเป้าหมาย DL201.4 ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานและความสำเร็จของทีม DL202 สร้างกลไกสนับสนุนการทำงานแบบดิจิทัลและแบบบูรณาการ DL202.1 ส่งเสริมสนับสนุนให้สมาชิกในทีมมีเป้าหมายและกิจกรรมร่วมกัน เพื่อสร้างคุณค่าจากการทำงานแบบบูรณาการ DL202.2 มอบอำนาจให้ทีมงานตัดสินใจปรับแนวคิดและแนวทางการทำงานรูปแบบใหม่ ๆ	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
		DL202.3 สร้างกิจกรรมและบรรยากาศการมีส่วนร่วมภายในและภายนอกทีมเพื่อสนับสนุนให้เกิดบรรยากาศของการทำงานร่วมกัน DL202.4 สนับสนุนให้มีสิ่งจูงใจและให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) เพื่อพัฒนาการทำงานร่วมกัน DL202.5 สร้างกลไกและจัดทำระบบนิเวศดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการทำงานร่วมกันทั้งในด้านการกระบวนการและการแลกเปลี่ยนข้อมูล DL202.6 สนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรที่จำเป็น
	DL300 เก่งกระบวนการงาน เข้าใจองค์กรดิจิทัล และสื่อสารต่อยอดการเปลี่ยนแปลง DL301 นำการเปลี่ยนแปลงกระบวนการงานสู่การบูรณาการและกระบวนการอัตโนมัติ DL302 กำหนดกรอบการทำงานองค์กรดิจิทัล DL303 สื่อสารและขับเคลื่อนการบูรณาการการทำงานและข้อมูลที่สุดคล้องกับเป้าหมายและนโยบายองค์กรดิจิทัล	DL301.1 อธิบายปัญหา และเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงกระบวนการงานสู่การทำงานแบบบูรณาการอย่างอัตโนมัติ DL301.2 อธิบายกระบวนการทำงานแบบบูรณาการและความคาดหวังในผลการทำงานแบบดิจิทัลที่ชัดเจนให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง DL301.3 กำหนดกลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลงสู่กระบวนการใหม่เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพผลการปฏิบัติงานระดับองค์กร DL302.1 ระบุได้ถึงความสัมพันธ์ของข้อมูลกับกระบวนการงานย่อยที่ต้องการบูรณาการข้ามหน่วยงาน DL302.2 กำหนดบทบาทและหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานเพื่อการแลกเปลี่ยน/เชื่อมโยงข้อมูลและลดกระบวนการทำงานซ้ำซ้อน DL302.3 กำหนดกรอบกระบวนการงานดิจิทัลและข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและตัดสินใจจากข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) DL303.1 ถ่ายทอดกลยุทธ์ ทิศทางในการบูรณาการกระบวนการทำงานและข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้รับทราบเป้าหมายองค์กร

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
		DL303.2 เป็นต้นแบบที่ดีในการทำงานดิจิทัลด้วยข้อมูลทั้งในเรื่อง ความคิด ความเป็นผู้นำและพฤติกรรม DL303.3 ส่งเสริมบรรยากาศและสนับสนุนให้เกิดการยอมรับการเปิด ข้อมูลที่เปิดเผยได้เพื่อการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน

ที่มา : สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน (สพข.), 2561

1.7 ความสามารถด้านการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล (Digital

Transformation) ประกอบด้วย 3 หน่วยความสามารถ ดังนี้

ตารางที่ 2-8 ความสามารถด้านการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล (Digital Transformation)

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
กลุ่มที่ 7 ความสามารถด้านการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล (Digital Transformation) – 3 หน่วย ความสามารถ		
DTr100 ขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาลดิจิทัล (Digital Government Transformation)		
DTr101 กำหนดเป้าหมายและแผนงานการเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาลดิจิทัล (Improving Digital Experiences in Government)		
DTr101.1 คาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาล ดิจิทัล		
DTr101.2 ระบุปัญหา และวิเคราะห์ช่องว่างการเปลี่ยนผ่าน		
DTr101.3 วางแผนการทำงานเพื่อการเปลี่ยนผ่าน		
DTr102 สร้างกลยุทธ์เพื่อเปลี่ยนผ่านสู่วัฒนธรรมการทำงานแบบดิจิทัล		
DTr102.1 กำหนดประเด็นหรือสิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อปรับปรุงการทำงาน แบบดิจิทัล		
DTr102.2 ระบุได้ถึงจุดที่ต้องพัฒนาและปรับเปลี่ยนและวางกลยุทธ์เพื่อ ปรับปรุง		
DTr102.3 อธิบายได้ถึงผลลัพธ์/ผลกระทบของการเปลี่ยนผ่านสู่ วัฒนธรรมดิจิทัลที่มีผลต่อความสำเร็จของรัฐบาลดิจิทัล		
DTr102.4 กำหนดกลยุทธ์และตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเพื่อเปลี่ยนผ่านสู่		

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
		วัฒนธรรมการทำงานแบบดิจิทัล DTr103 สร้างทีมผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มองปัญหาแบบองค์รวม (Holistic View) โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า DTr103.1 สื่อสารวิสัยทัศน์และกลยุทธ์การทำงานแบบดิจิทัลที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์ในงานที่รับผิดชอบกับส่วนงานอื่น DTr103.2 ระบุคุณสมบัติและคุณลักษณะของบุคคลในทีมผู้นำการเปลี่ยนแปลงโดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับกลยุทธ์และนโยบายขององค์กรดิจิทัล DTr103.3 สรรหาสมาชิกทีมผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่รัฐบาลดิจิทัล DTr104 สร้างความมีส่วนร่วมและหลักคิด (Mindset) ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล DTr104.1 สร้างบรรยากาศให้สมาชิกในทีมและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดความเป็นเจ้าของและความร่วมมือในการทำงานร่วมกัน DTr104.2 สร้างพันธกิจสัมพันธ์ (Engagement) ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีวิสัยทัศน์และเป้าหมายร่วมกัน DTr104.3 ดำเนินกิจกรรมและสนับสนุนการทำงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย DTr105 สร้างกลไกและทำให้การขับเคลื่อนสู่รัฐบาลดิจิทัลเป็นหลักปฏิบัติในระดับองค์กร (Institutionalization) DTr105.1 วิเคราะห์และแจกแจงปัญหาอุปสรรคของการดำเนินงานร่วมกันกับผู้ที่เกี่ยวข้อง DTr105.2 ระบุแนวทางและสรุปทางเลือกในการแก้ไขปัญหาจากความคิดของกลุ่มคนที่แตกต่าง DTr105.3 นำประสบการณ์ที่ประสบผลสำเร็จ (Best Practice) มาใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น DTr105.4 พัฒนากลไกและหลักปฏิบัติสำหรับการแก้ไขปัญหาและประกาศให้ทราบทั่วทั้งองค์กร
	DTr200 บริหารจัดการกระบวนการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัล	DTr201 ส่งเสริมและผลักดันให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและรูปแบบการทำงานให้สอดคล้องกับ

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
	การเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัล DTr201.1 สร้างความตระหนักและความเข้าใจถึงความสำคัญและความเร่งด่วนของการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัลแก่ผู้ที่มีส่วนได้เสีย DTr201.2 ริเริ่มการเปลี่ยนแปลงและกำหนดทิศทางเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานแบบดิจิทัล DTr201.3 เสริมสร้างแรงจูงใจและเตรียมความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น DTr202 พัฒนาศักยภาพผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดกระบวนการเปลี่ยนแปลงสู่การทำงานแบบดิจิทัล DTr202.1 ส่งเสริมและพัฒนาทักษะดิจิทัลประชาชน และผู้รับบริการเพื่อการมีส่วนร่วมในการปรับเปลี่ยนสู่การเข้าถึงบริการแบบดิจิทัล (E-Participation) DTr202.2 สนับสนุนและพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับบุคลากรภาครัฐตามภารกิจที่ต้องรับผิดชอบเพื่อยกระดับการให้บริการแบบดิจิทัล DTr203 กำกับติดตามกระบวนการเปลี่ยนแปลงสู่การทำงานแบบดิจิทัลและรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้อง DTr203.1 กำกับการเปลี่ยนแปลงการทำงานแบบดิจิทัลให้สอดคล้องกับตัวชี้วัดผลงานหลักขององค์กร DTr203.2 ติดตาม รับฟังความคิดเห็น แก้ปัญหา และกำหนดแนวทางป้องกันการเกิดปัญหาและอุปสรรคซ้ำของการปรับเปลี่ยนการทำงานแบบดิจิทัล DTr203.3 ประเมินผลลัพธ์ สรุปผล และให้คำแนะนำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการเปลี่ยนแปลง DTr204 คาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตและบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยง DTr204.1 คาดการณ์ ประเมินสถานการณ์ และผลกระทบเชิงบวกและลบจากข้อมูลการดำเนินงานที่ผ่านมา และจากข้อมูลสภาพแวดล้อมการทำงานแบบดิจิทัล DTr204.2 กำหนดแนวทางและกลยุทธ์เพื่อป้องกัน ลดหรือควบคุมความเสี่ยงในระดับที่องค์กรยอมรับได้ DTr204.3 ให้คำแนะนำหรือดำเนินการเพื่อป้องกัน ลด หรือควบคุมความเสี่ยง	

หน่วย ความสามารถ	ความสามารถย่อย	เกณฑ์การปฏิบัติงาน
DTr300 สนับสนุนการปรับเปลี่ยนสู่องค์กรดิจิทัลได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน		
	DTr301 เก็บเกี่ยวความรู้ แนวปฏิบัติที่ดีและผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัล	
	DTr301.1 กำหนดรูปแบบการแบ่งปันข้อมูลและองค์ความรู้ทั่วทั้ง หน่วยงานของภาครัฐ	
	DTr301.2 จัดทำคลังความรู้และจัดกิจกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และแนว ปฏิบัติที่ดี	
	DTr302 ปรับเปลี่ยนรูปแบบแผนกลยุทธ์ขององค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งจาก ภายในและภายนอกองค์กร (New S-Curve)	
	DTr302.1 ติดตามและประเมินผลสำเร็จของโครงการอยู่เสมอและต่อเนื่อง	
	DTr302.2 ค้นหาข้อมูลและความรู้ใหม่เพื่อปรับปรุงคุณภาพการทำงานและ พัฒนาต่อยอด	
	DTr302.3 วิเคราะห์แนวทางในการสร้างนวัตกรรมการทำงานและบริการ ดิจิทัล	
	DTr302.4 ให้แนวทางและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการให้บริการ ดิจิทัลต่อยอด	

ที่มา : สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน (สพข.), 2561

2. ความรู้

ความรู้เพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล ประกอบด้วย 23 หน่วยความรู้ จำแนกออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ความรู้พื้นฐานสำหรับข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ และความรู้ที่จำเป็นสำหรับกลุ่มข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐ

2.1 ความรู้พื้นฐานสำหรับข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ

ความรู้พื้นฐานที่ข้าราชการและบุคลากรภาครัฐทุกกลุ่มควรมี เพื่อการทำงานในบริบทการเป็นรัฐบาลดิจิทัล จำนวน 5 หน่วยความรู้ ดังนี้

- (1) เทคนิคการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่สนับสนุนการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ และการทำงานร่วมกัน
- (2) ความรู้ด้านการใช้งานเทคโนโลยีอย่างปลอดภัย รวมถึงประเด็นทางสังคมความเป็นส่วนตัว และจริยธรรม

(3) ความรู้เกี่ยวกับหลักการสำคัญเกี่ยวกับข้อมูล การเลือกใช้ และการตีความข้อมูล (Data Literacy)

(4) ความรู้ด้านกรอบธรรมาภิบาล มาตรฐาน หลัก แนวปฏิบัติที่ดี กฎหมายดิจิทัล และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

(5) ความรู้เกี่ยวกับเป้าหมาย พันธกิจ กระบวนการทำงาน และการให้บริการของหน่วยงาน

2.2 ความรู้ที่จำเป็นสำหรับกลุ่มข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ

ความรู้ที่จำเป็นที่ข้าราชการและบุคลากรภาครัฐแต่ละกลุ่มควรต้องมี เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติตามบทบาท และพฤติกรรมที่คาดหวังในการปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลได้ จำนวน 18 หน่วยความรู้ ดังนี้

(1) ความรู้เกี่ยวกับความเชื่อมโยงทิศทางนโยบาย และยุทธศาสตร์ของประเทศกับหน่วยงาน และแผนการดำเนินงานขององค์กรเพื่อการเป็นรัฐบาลดิจิทัล

(2) ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation)

(3) ความรู้เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมองค์กร และการกำกับดูแล (Enterprise Architecture)

(4) ความรู้ด้านการจัดการโครงการ (Project Management)

(5) ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการสร้างทีม (Team Building) และจัดการเครือข่ายการทำงาน

(6) ความรู้เกี่ยวกับการบริหาร และพัฒนาทรัพยากรบุคคลของหน่วยงาน (Human Resource Management and Development)

(7) ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผนและการตัดสินใจ

(8) ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการเป็นหัวหน้างานที่ดี การสอนงาน (Coach and Mentor) และการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management)

(9) ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการบริหารผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Management)

(10) ความรู้เกี่ยวกับการทำงาน และประยุกต์ใช้งานแบบอไจล์ (Agile)

(11) ความรู้ด้านกระบวนการขั้นตอนการจัดทำ แก้ไขเพิ่มเติม และยกเลิกกฎหมาย

(12) ความรู้ด้านการจัดการความเสี่ยงดิจิทัล (Digital Risk Management)

(13) ความรู้เกี่ยวกับแนวทาง วิธีการในการเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงานเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล

(14) เทคนิคการจัดการข้อตกลงระดับการให้บริการและการทำงาน (Service-Level Agreement Management)

(15) เทคนิคการออกแบบการให้บริการ

(16) ความรู้เกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Cyber Security)

(17) ความรู้ด้านการจัดการการให้บริการด้านไอที (IT Service Management)

(18) ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาซอฟต์แวร์

3. ประสบการณ์

ประสบการณ์เพื่อการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล ประกอบด้วย 18 หน่วยประสบการณ์ จำแนกออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่ ประสบการณ์พื้นฐานเพื่อการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล และประสบการณ์ที่จำเป็นในการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล

3.1 ประสบการณ์พื้นฐานสำหรับข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ

ประสบการณ์พื้นฐานที่บุคลากรภาครัฐทุกกลุ่มควรต้องมีเพื่อการทำงานในบริบทการเป็นรัฐบาลดิจิทัล จำนวน 5 หน่วยประสบการณ์ ดังนี้

(1) ประสบการณ์การใช้งานดิจิทัลในการทำงาน และในชีวิตประจำวันอย่างถูกต้องและปลอดภัย

(2) ประสบการณ์การใช้ และตีความข้อมูลเพื่อการทำงาน

(3) ประสบการณ์การให้บริการตามภารกิจของหน่วยงาน หรือมีประสบการณ์ในการรวบรวม วิเคราะห์ และสื่อสารข้อมูลความต้องการใช้งาน (Requirement) ของผู้รับบริการหรือผู้ใช้งานจนสามารถนำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของประชาชนหรือผู้รับบริการมาปรับปรุงระบบการทำงาน และการให้บริการได้

(4) ประสบการณ์การทำงานที่หลากหลายทั้งภารกิจหลัก ภารกิจรอง และภารกิจสนับสนุนของส่วนราชการในระดับที่เข้าใจภารกิจ กฎระเบียบ กระบวนการ และความเชื่อมโยงของส่วนงานต่าง ๆ รวมทั้งวัฒนธรรมองค์กร ทั้งภายใน และระหว่างหน่วยงาน

(5) ประสบการณ์ในการตีความ และ/หรือ บังคับใช้บทบัญญัติของกฎหมาย

3.2 ประสบการณ์ที่จำเป็นสำหรับกลุ่มข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ

ประสบการณ์ที่ข้าราชการและบุคลากรภาครัฐแต่ละกลุ่มควรต้องมี เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติตามบทบาท และพฤติกรรมที่คาดหวังในการปรับเปลี่ยน ภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลได้ จำนวน 13 หน่วยประสบการณ์ ดังนี้

- (1) ประสบการณ์การจัดทำนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผน กลยุทธ์ของ หน่วยงาน หรือแผนเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของหน่วยงานภาครัฐ (Policy Making)
- (2) ประสบการณ์การนำนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผน หรือกลยุทธ์ขององค์กร ไปปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จ (Implementation)
- (3) ประสบการณ์การประสานความร่วมมือหรือทำงานแบบเป็นเครือข่าย กับหน่วยงานของรัฐ หน่วยงานภาคเอกชน หรือประชาชน เพื่อผลสำเร็จร่วมกัน
- (4) ประสบการณ์การใช้ข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์และสังเคราะห์ หรือเพื่อนำเสนอต่อผู้บริหารหรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง
- (5) ประสบการณ์การทำงานบริหารจัดการ ควบคุม กำกับ โครงการของ หน่วยงาน
- (6) ประสบการณ์การบริหารจัดการงบประมาณของหน่วยงาน
- (7) เคยเป็นกรรมการหรือปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการบริหาร และ การพัฒนาทรัพยากรบุคคลของหน่วยงาน
- (8) ประสบการณ์การบริหารจัดการคุณภาพองค์กรหรือคุณภาพของ กระบวนการหรือการบริการตามมาตรฐาน
- (9) ประสบการณ์การทำงาน การศึกษาดูงาน หรือการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์พัฒนาองค์กร กับส่วนราชการที่มีการปรับเปลี่ยนเป็นหน่วยงานดิจิทัล
- (10) ประสบการณ์การวิเคราะห์ และออกแบบสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture)
- (11) ประสบการณ์การบริหารจัดการระบบ IT ขององค์กร
- (12) ประสบการณ์การพัฒนาซอฟต์แวร์
- (13) ประสบการณ์การทำงานด้าน IT Security

4. คุณลักษณะ

คุณลักษณะ ประกอบด้วย 5 หน่วยคุณลักษณะ โดยกำหนดให้ทั้ง 5 หน่วย คุณลักษณะเป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่ข้าราชการทุกกลุ่มจำเป็นต้องมีเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็น รัฐบาลดิจิทัล ดังนี้

- (1) มุ่งเป้าหมาย คิดวิเคราะห์ แก้ปัญหาได้

- (2) เปิดรับประสบการณ์ใหม่ ริเริ่ม สร้างสรรค์ เรียนรู้ได้ด้วยตนเอง
- (3) สื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่น
- (4) กล้าตัดสินใจ พร้อมรับความเสี่ยง รับผิดชอบ
- (5) มีคุณธรรมจริยธรรม

5. สมรรถนะ

เพื่อให้บุคลากรภาครัฐมีคุณลักษณะครบถ้วนในการปรับเปลี่ยนไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลให้นำสมรรถนะทางการบริหาร ตามหนังสือสำนักงาน ก.พ. ที่ นร 1008/ว27 ลงวันที่ 29 กันยายน 2552 เรื่อง มาตรฐาน และแนวทางการกำหนดความรู้ ความสามารถ ทักษะและสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งข้าราชการพลเรือนสามัญ จำนวน 4 จาก 6 สมรรถนะ มาใช้ในการนี้ด้วย ดังนี้

(1) วิสัยทัศน์ (Visioning) หมายถึง ความสามารถในการกำหนดทิศทาง ภารกิจ และเป้าหมายการทำงานที่ชัดเจน และความสามารถในการสร้างความ ร่วมแรงร่วมใจ เพื่อให้ภารกิจบรรลุวัตถุประสงค์

(2) การวางกลยุทธ์ภาครัฐ (Strategic Orientation) หมายถึง ความเข้าใจ วิสัยทัศน์และนโยบายภาครัฐ และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ ของส่วนราชการได้

(3) ศักยภาพเพื่อนำการเปลี่ยนแปลง (Change Leadership) หมายถึง ความสามารถในการกระตุ้น หรือผลักดันหน่วยงานไปสู่การปรับเปลี่ยนที่เป็น ประโยชน์ รวมถึงการสื่อสารให้ผู้อื่นรับรู้ เข้าใจ และดำเนินการให้การปรับเปลี่ยน นั้นเกิดขึ้นจริง

(4) การสอนงานและมอบหมายงาน (Coaching and Empowering Other) หมายถึง ความตั้งใจที่จะส่งเสริมการเรียนรู้หรือการพัฒนาผู้อื่นในระยะยาว จนถึงระดับที่เชื่อมั่นว่าจะสามารถมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบให้ผู้นั้นมีอิสระ ที่จะตัดสินใจในการปฏิบัติหน้าที่ราชการของตนเองได้

ในเชิงกระบวนการปฏิบัติในหน่วยงานราชการ หน่วยงานภาครัฐในระดับต่าง ๆ พบว่า มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลนำไปใช้อย่างหลากหลาย สามารถเรียบเรียงกรณีศึกษาได้ดังนี้

กรณีศึกษาองค์การดิจิทัล กรณีศึกษา องค์การดิจิทัลภาครัฐของกรมสรรพากรดิจิทัล อธิบดี กรมสรรพากรมอบนโยบายเน้นนำดิจิทัลมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพจัดเก็บภาษี และบริการประชาชน พร้อมตั้งเป้าเป็นกรมสรรพากรดิจิทัลภายในปี พ.ศ. 2563 โดยเน้นถึงความจำเป็นที่กรมสรรพากร ต้องปรับเปลี่ยนองค์กรให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกซึ่งกำลังอยู่ในยุคดิจิทัล และตอบสนอง นโยบาย Thailand 4.0 ของรัฐบาลโดยจะนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกระบวนการทำงานของ

กรมสรรพากรทุกกระบวนการหรือที่เรียกว่า Digital Transformation อันจะทำให้กรมสรรพากรสามารถบรรลุเป้าหมายการเป็นกรมสรรพากร ดิจิทัลหรือ Digital RD ได้ภายในปี 2563 สำหรับ ยุทธศาสตร์ D2 RIVE (Digital Transformation, Data Analytics, Revenue Collection, Innovation, Values, และ Efficiency) เพื่อยกระดับประสิทธิภาพ การจัดเก็บให้ทันสมัยรวดเร็ว และเป็นธรรมด้วยการเชื่อมโยงฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ของผู้เสียภาษีผ่านระบบดิจิทัล รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้ประชาชนผู้เสียภาษีอย่างรวดเร็ว (กรมสรรพากร, 2562)

ในประเด็นของการจัดการภาครัฐในยุคดิจิทัลได้มีการอธิบายวิเคราะห์ทางวิชาการผ่านบทความวิชาการของ จิตติพรรณ ธนानันต์วาณิช (2568) ในบทความวิชาการเรื่อง “การจัดการภาครัฐในยุคดิจิทัล : แนวทางและความท้าทาย” ได้กล่าวถึง ปัญหาและประเด็นความท้าทายในการพัฒนา รัฐบาลดิจิทัลของไทย จากการศึกษากรอบแนวทางการพัฒนา รัฐบาลดิจิทัลในต่างประเทศ และการ ทบทวนการพัฒนา รัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทยในฉบับที่ผ่านมา สามารถสรุปปัญหาและประเด็น ความท้าทายในการพัฒนา รัฐบาลดิจิทัลที่ผ่านมา โดยแบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้ (อนูรัตน์ อนันทนารถ, 2566 อ้างใน จิตติพรรณ ธนานันต์วาณิช, 2568)

- 1) ด้านบริการ บริการภาครัฐจำนวนมากยังไม่อยู่ในรูปแบบ E-Service โดยยังมีหน่วยงาน อีกกว่าร้อยละ 40 ที่ไม่สามารถพัฒนาบริการดิจิทัลได้ครบถ้วน อีกทั้งบริการดิจิทัล ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถเชื่อมต่อกับเว็บไซต์ที่เป็น One-Stop Service เพื่อให้บริการ ณ จุดเดียวได้ ดังนั้น ภาครัฐควรส่งเสริม และผลักดันหน่วยงานที่มีสัดส่วนบริการ ดิจิทัลต่ำ ให้เร่งพัฒนาบริการ รวมถึงกำหนดมาตรฐานการให้บริการของรัฐที่จะต้อง มีกระบวนการพื้นฐานที่ได้มาตรฐานขั้นต่ำที่สามารถก่อให้เกิดบริการของรัฐ ที่สะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการได้
- 2) ด้านข้อมูล ข้อมูลสำคัญของบางหน่วยงานยังไม่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล หรือมีคุณภาพ ไม่เพียงพอที่จะนำไปใช้ประโยชน์ต่อยอดได้ และแม้ว่าที่ผ่านมาจะมีความพยายามในการ พัฒนาฐานข้อมูล และเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน เพื่อให้สามารถแบ่งปันข้อมูล และบริการร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การดำเนินการดังกล่าวยังคง ประสบปัญหาต่าง ๆ อาทิ รูปแบบการจัดเก็บข้อมูลที่แตกต่างกันระหว่างหน่วยงาน การขาดแนวทางการบูรณาการที่เป็นมาตรฐานกลางที่มีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัด และ การขาดการผลักดันให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูล และบริการผ่านแพลตฟอร์มกลาง
- 3) ด้านการเปิดเผยและมีส่วนร่วม การเปิดเผยข้อมูลภาครัฐผ่านแพลตฟอร์มกลางยังไม่มาก เท่าที่ควร และข้อมูลที่เปิดเผยส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบไฟล์ขั้นพื้นฐานที่ไม่สามารถนำไปใช้ ในการวิเคราะห์เชิงลึกได้ในขณะที่การเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็น และ

ตรวจสอบประสิทธิภาพในการทำงานของภาครัฐในบางด้านยังคงจำกัด เช่น กระบวนการจัดทำงบประมาณของประเทศ และส่วนท้องถิ่น และการติดตามการแก้ไขเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน เป็นต้น

- 4) ด้านบุคลากร หน่วยงานระดับกรมส่วนใหญ่มีส่วนบุคลากรด้านเทคโนโลยีที่น้อย เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนบุคลากรทั้งหมด ในขณะที่บุคลากรของหน่วยงานระดับจังหวัดส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าที่จากสายงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงมีเพียงส่วนน้อยที่มีการวัดผลหลังจบหลักสูตรการอบรม
- 5) ด้านโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐ ผลการสำรวจความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานของหน่วยงานภาครัฐ ยังคงสะท้อนให้เห็นว่าหน่วยงานจำนวนมากมีโครงสร้างพื้นฐานทางด้านฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ไม่เพียงพอต่อการใช้งาน ในขณะที่การจัดสรรงบประมาณด้านดิจิทัลเฉลี่ยต่อหน่วยงานมีแนวโน้มลดลง
- 6) ด้านกฎหมาย การปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล เช่น การเปิดเผยข้อมูล และการแบ่งปันข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ นอกจากนี้ กฎหมาย และกฎระเบียบหลายฉบับที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล ยังเป็นเพียงร่างกฎหมายหรือร่างพระราชบัญญัติ ที่ยังไม่สามารถนำมาบังคับใช้ได้จริง ส่งผลต่อการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลในหลายเรื่องที่สามารถเกิดขึ้นได้ไม่รวดเร็วเท่าที่ควร ซึ่งปัญหาด้านกฎหมายที่หน่วยงานภาครัฐเผชิญมีตั้งแต่ระดับกฎหมาย กฎ ระเบียบของหน่วยงานไปจนถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลด้านต่าง ๆ อาทิ กฎหมายธุรกิจ ด้านการยื่นคำขอ และเอกสารผ่านทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายด้านการยืนยันตัวตนผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น
- 7) ด้านงบประมาณ ภาครัฐไทยมีการจัดทำแผน และกำหนดนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศ อย่างไรก็ตาม การขาดความต่อเนื่องของการบริหารจัดการรวมไปถึง การจัดสรรงบประมาณอย่างต่อเนื่อง เพื่อดำเนินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหรือจัดทำโครงการตามแผนต่าง ๆ ทำให้การดำเนินการหรือการพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลไม่ต่อเนื่อง และอาจต้องยุติลง
- 8) ด้านอื่น ๆ ประเทศไทยยังมีความท้าทายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลที่ผ่านมา เช่น ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Divide) ของผู้ใช้บริการทั้งในแง่ทรัพยากร และทักษะ ความไว้วางใจ (Trust) ที่มีต่อการให้บริการดิจิทัล และผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 เป็นต้น ดังนั้น ภาครัฐจึงต้องดำเนินการแก้ไขข้อท้าทายต่าง ๆ อย่างครอบคลุม เพื่อให้การพัฒนารัฐบาลดิจิทัลเกิดประโยชน์สูงสุด แก่ทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง

แนวทางการจัดการภาครัฐในยุคดิจิทัล การจัดการภาครัฐในยุคดิจิทัลต้องมีการวางแผน และกลยุทธ์ที่ชัดเจน เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางที่สำคัญมีดังนี้

- 1) การพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรภาครัฐ จำเป็นต้องมีทักษะที่เหมาะสมในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การจัดอบรมและพัฒนาทักษะดิจิทัลจะช่วยให้พวกเขาสามารถใช้เครื่องมือ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2561 อ้างใน รัฐิทธิพรธณ ธนนันต์วณิช, 2568)

- 1.1) ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐ เพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล มีความสามารถเป็นองค์ประกอบหลัก ส่วนความรู้ ประสบการณ์ และคุณลักษณะรวมถึงสมรรถนะเป็นองค์ประกอบเสริมเพื่อให้บุคคลมีความสามารถในการปฏิบัติตามบทบาท และพฤติกรรมที่คาดหวังที่อ้างอิงได้
- 1.2) ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐ เพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล จำแนกตามความพร้อม และพัฒนาการของส่วนราชการ และหน่วยงานของรัฐในการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล 3 ระยะ ได้แก่ ระยะเริ่มต้น (Early Stage) ระยะกำลังพัฒนา (Developing Stage) และระยะพัฒนาแล้ว (Mature Stage) และตามกลุ่มข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐ 6 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหาร ส่วนราชการ (Executive) ผู้อำนวยการกอง (Management) ผู้ทำงานด้านนโยบาย และวิชาการ (Academic) ผู้ทำงานด้านบริการ (Service) ผู้ปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยี (Technologist) และผู้ปฏิบัติงานกลุ่มอื่น (Others) ไม่ได้จำแนกตามประเภท และระดับตำแหน่งของข้าราชการ
- 1.3) ข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐผู้ใดเป็นข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐกลุ่มใด และมีบทบาทและพฤติกรรมที่คาดหวังในการปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลใดให้พิจารณาให้สอดคล้องกับบริบทการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัลของหน่วยงานของรัฐระดับกรมหรือเทียบเท่าที่ผู้นั้นสังกัดหรือที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ ประกอบกับหน้าที่ความรับผิดชอบ และลักษณะงานที่ปฏิบัติของบุคคลผู้นั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในมติคณะรัฐมนตรี

วันที่ 26 กันยายน 2560 เรื่อง ร่างแนวทางการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล

- 1.4) ข้าราชการและบุคลากรภาครัฐผู้ใดจะมีทักษะด้านดิจิทัล ที่จำเป็นในการปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลซึ่งประกอบด้วยความรู้ความสามารถ ประสิทธิภาพ และคุณลักษณะใด ตามที่กำหนดในข้อข้างต้น ให้พิจารณาให้สอดคล้องกับบทบาท และพฤติกรรมที่คาดหวังในการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัลของบุคคลผู้นั้น
- 2) การสร้างแพลตฟอร์มที่เปิดให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลได้อย่างง่าย จะช่วยเพิ่มความปลอดภัย และความเชื่อมั่นในภาครัฐ นอกจากนี้ ยังสามารถส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจต่าง ๆ ได้ โดยที่ผ่านมาคณะกรรมการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล ไฟเขียวให้ทุกหน่วยงานใช้ 4 แพลตฟอร์มดิจิทัลกลาง เชื่อมต่อบริการรัฐสู่ภาคธุรกิจ และประชาชน รับทราบดัชนีรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (EGDI) ไทยดีขึ้น 2 อันดับ อยู่ที่ 55 จาก 193 ประเทศ และเป็นอันดับที่ 3 ของอาเซียน โดยมีมติเห็นชอบให้ ศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลกลางภาครัฐ (GDX) ศูนย์กลางข้อมูลเปิดภาครัฐ (data.go.th) Biz Portal และ Citizen Portal (แอปพลิเคชันทางรัฐ) เป็นแพลตฟอร์มกลางเพื่อให้ประชาชน และภาคธุรกิจสามารถเข้าถึงการบริการของภาครัฐได้สะดวกที่จุดเดียว โดยไม่ต้องเสียเวลาในการค้นข้อมูล กรอกคำขอ และยื่นเอกสารใหม่ผ่านเว็บไซต์ของแต่ละหน่วยงาน โดยให้ DGA เสนอต่อคณะรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาสั่งการให้ทุกหน่วยงานเชื่อมโยงข้อมูลหรือบริการเข้ากับแพลตฟอร์มกลางบริการภาครัฐ ตามประกาศคณะกรรมการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลต่อไป (กรุงเทพธุรกิจ, ออนไลน์, 2568 อ้างใน ฐิติพรรณ ธนानันต์วาณิช, 2568)
- 3) การพัฒนานโยบายที่รองรับการเปลี่ยนแปลงต้องมีความยืดหยุ่น และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยภาครัฐควรติดตามแนวโน้ม และนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถนำมาปรับใช้ได้อย่างรวดเร็ว โดยแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570 ได้ผ่านการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีในคราวประชุม เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2566 โดยมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป โดยแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570 มีวิสัยทัศน์ คือ บริการภาครัฐสะดวก โปร่งใส ทันสมัย ตอบโจทย์ประชาชนมุ่งยกระดับภาครัฐไทยสู่เป้าหมายการให้บริการที่ตอบสนองประชาชน และลดความเหลื่อมล้ำ การเพิ่มความสามารถ และศักยภาพในการแข่งขัน

ของภาครัฐกิจ การสร้างความโปร่งใสที่เน้นการเปิดเผยข้อมูลแก่ประชาชนโดยไม่ต้องร้องขอ และการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน และการเป็นภาครัฐที่ปรับตัวทันการณ์ อันจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศต่อไป แผนรัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570 กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ 4 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การเปลี่ยนผ่านดิจิทัลภาครัฐ เพื่อการบริหารงาน ที่ยืดหยุ่น คล่องตัว และขยายสู่หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่น ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการที่สะดวก และเข้าถึงง่าย ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างมูลค่าเพิ่มอำนวยความสะดวกแก่ภาครัฐกิจ ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน และเปิดเผยข้อมูลเปิดภาครัฐ นอกจากนี้ เพื่อให้การดำเนินการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัลมีทิศทางที่ชัดเจน และเกิดขึ้นได้จริงในเชิงปฏิบัติ จึงได้กำหนดแนวทางการพัฒนาในด้านที่มุ่งเน้นสำคัญ ไว้ทั้งหมด 10 ด้าน ได้แก่ การศึกษา สุขภาพและการแพทย์ ความเหลื่อมล้ำทางสิทธิสวัสดิการประชาชน สิ่งแวดล้อม การเกษตร การท่องเที่ยว การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แรงงาน การยุติธรรม และการมีส่วนร่วม โปร่งใสและตรวจสอบได้ของประชาชน (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) สพร., 2568 อ้างใน ฐิติพรรณ ธนानันต์วานิช, 2568)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์

ตามหลักการประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการสื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความเข้าใจ สร้างการรับรู้ การอธิบายในสิ่งต่าง ๆ ที่ต้องการจะสื่อให้กับบุคคล กลุ่มบุคคล ทั้งนี้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นคำที่ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันต่าง ๆ และประชาชนทั่วไป รู้จักกันอย่างแพร่หลาย และมักเรียกโดยย่อว่า PR มีบทบาทสำคัญ และได้รับความสนใจในปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์เกิดจากการสร้างการรับรู้ และทำความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อทำให้กลุ่มคนเกิดการเข้าใจสร้างความน่าเชื่อถือ และส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีจากการสร้างภาพลักษณ์ และชื่อเสียงที่ดีต่อการยอมรับในตัวสินค้าและบริการทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของประชาชนอย่างแพร่หลาย ซึ่งเป็นบทบาทเด่นที่สำคัญในยุคดิจิทัล การสื่อสารประชาสัมพันธ์ จึงเป็นเหมือนการสร้างสะพานเชื่อมโยงโลกสู่ศตวรรษที่ 21 และการประชาสัมพันธ์ที่เป็นศิลปะ การประชาสัมพันธ์มีลักษณะการดำเนินงานที่ต้องอาศัย ความรู้ ความสามารถ รวมทั้งประสบการณ์ และทักษะของแต่ละบุคคล เป็นความสามารถ

เฉพาะตัว เช่น ความสามารถและทักษะในการสื่อสาร ซึ่งถ่ายทอดและลอกเลียนแบบกันได้ยาก ทั้งนี้ เนื่องจาก ความสามารถเฉพาะตัวของแต่ละคนย่อมไม่เหมือนกัน เทคนิคอย่างหนึ่งที่นักประชาสัมพันธ์คนหนึ่ง นำไปใช้แล้วประสบผลสำเร็จ หากนักประชาสัมพันธ์อีกผู้หนึ่งนำไปใช้อาจไม่ได้ผล และประสบความล้มเหลวก็ได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความสามารถเฉพาะตัว เสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน เป็นต้น (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2553)

เมื่อพิจารณาความหมายของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า Public Relation ซึ่งแยกได้ คือ Public หมายถึง ประชา หมู่คณะ และ Relations หมายถึง สัมพันธ์ การผูกพัน ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์ ถ้าแปลตามตัวอักษรจะหมายความว่า การเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน การประชาสัมพันธ์ จึงเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คนหรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน สถาบันกับกลุ่มประชาชนนั่นเอง การประชาสัมพันธ์เป็นการใช้ความพยายามเพื่อให้สามารถสร้าง และรักษาค่านิยม เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างองค์กรกับชุมชนตามที่ได้วางแผนไว้ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น ทศนคติ และค่านิยมหรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์กรกับสาธารณชน ซึ่งเป็นการวางแผนอย่างต่อเนื่องที่จะสร้าง และรักษาไว้ซึ่งความปรารถนาดี และความเข้าใจกันระหว่างองค์กร และสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์เป็นแผนงานที่ได้เตรียมการไว้อย่างรัดกุม และมีความพยายามอย่างมากต่อการที่จะธำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์กรกับประชาชน เป็นการปรับความพยายามที่จะสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่แนบแน่น และยังสามารถนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของงานที่วางแผนไว้ได้อย่างราบรื่น ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องนี้จะเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ตรงกัน และส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกัน เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปด้วยดี (พงษ์จันทร์ ไกรสิทธิ์, 2556)

การประชาสัมพันธ์ คือ การที่องค์กร หน่วยงาน หรือสถาบันต่าง ๆ มีการบริหารจัดการวางแผนดำเนินการอย่างรอบคอบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริงเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อที่เหมาะสม เพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์ ทศนคติ และภาพลักษณ์อันดีขององค์กรก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือความไว้วางใจทศนคติที่ดีระหว่างองค์กร และกลุ่มประชาชน ซึ่งการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีบทบาทสำคัญในองค์กร ทั้งยังมีแผนปฏิบัติงานอย่างเป็นขั้นตอน และซับซ้อน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมให้รู้จักองค์กรในลักษณะ

ที่ดี สร้างภาพลักษณ์ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งกลุ่มคนในองค์กร และภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดความสนับสุนนร่วมมือซึ่งกันและกัน (สุธัญญา กฤตาคม, 2564)

การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญตามรายประเด็น ดังนี้ (บุญยง ธรรมสอาด, 2551)

1) การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ และสร้างค่านิยมของหน่วยงาน
ได้ดีขึ้น การสร้างความรู้สึกระประทับใจที่บุคคลหลาย ๆ กลุ่มมีต่อหน่วยงานนั้น ๆ รวมทั้ง ลูกจ้าง ลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน พ่อค้า และรัฐบาล โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ เผยแพร่ ขี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณงามความดีให้เกิดความเลื่อมใส และสร้างความผูกพันทางใจ เช่น องค์กรที่ประสบความสำเร็จมีการจัดสรรเงินเดือนที่เหมาะสม การให้โบนัส และรางวัลพนักงานดีเด่นประจำปีเพื่อเป็นขวัญ และกำลังใจในการทำงานรวมถึงการมีสวัสดิการต่าง ๆ ให้กับพนักงาน ส่งเสริมให้มีการฝึกอบรม และพัฒนาพนักงานอยู่เสมอ เมื่อพนักงานมีความพึงพอใจ และมีทัศนคติที่ดีกับองค์กรแล้วก็จะเกิดความร่วมมือร่วมใจรับผิดชอบต่อชุมชน

2) การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน มีการพัฒนาปรับปรุงตัวเอง รวมทั้งสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของประชาชนแล้ว โอกาสที่ประชาชนจะได้รับความไม่สะดวก เกิดความเข้าใจผิด หรือมองในแง่ร้ายซึ่งจะเป็นผลในการนำไปวิพากษ์วิจารณ์ให้เกิดเสียชื่อเสียงย่อมไม่มีหรือน้อยมากเพราะเราได้ตรวจสอบความคิดเห็นทัศนคติของประชาชน และทำการปรับปรุงอยู่เสมอ

3) การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง การทำให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานและฝ่ายบริหาร เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างฝ่ายบริหารกับบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วยการให้ข่าวสารข้อเท็จจริง และความถูกต้อง มิได้เป็นการจูงใจหรือการโฆษณาชวนเชื่อด้วยกลลวงจลาจล ย่อมทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ กับฝ่ายบริหารขึ้น

4) การประชาสัมพันธ์ช่วยการขายและการตลาด การประชาสัมพันธ์เป็นการปูพื้น ค่านิยม ทัศนคติที่ดีให้เกิดกับหน่วยงาน เมื่อประชาชน มีค่านิยม ความรู้สึกที่ดีแล้วก็มีใจพร้อมที่จะรับฟังข่าวสาร การโฆษณาสินค้า หรือบริการต่าง ๆ ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้ และตัดสินใจซื้อในที่สุด การประชาสัมพันธ์ที่มีการตรวจสอบทัศนคติความคิดเห็นค่านิยมของกลุ่มเป้าหมายยังช่วยให้ฝ่ายการตลาดวางแผนงานตั้งแต่ผลิตสินค้า จัดจำหน่าย โฆษณา ฯลฯ ได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพด้วย

ในส่วนของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สามารถอธิบายความหมายได้ กล่าวคือ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก คือกระบวนการสื่อสาร และสร้างความร่วมมือล่วงหน้า เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก และเผยแพร่ข้อมูลอย่างกว้างขวาง แทนที่จะรอให้เกิดปัญหาแล้วค่อยแก้

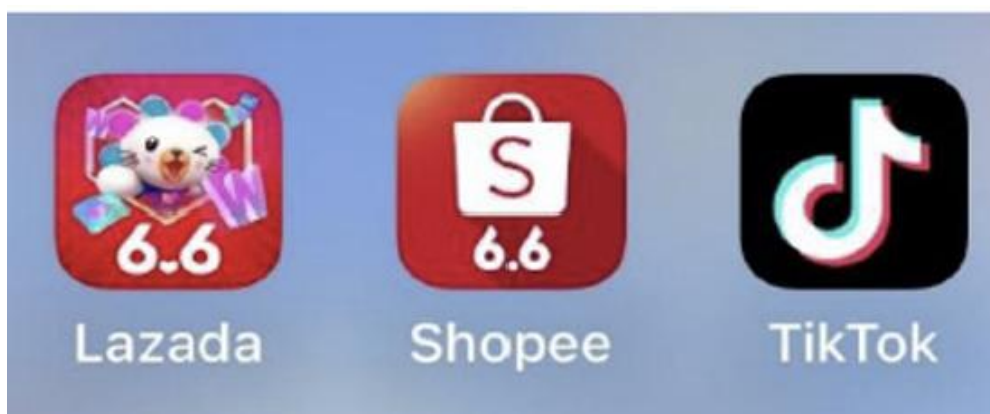
การประชาสัมพันธ์เชิงรุกถือว่าเป็นกลยุทธ์เชิงเทคนิคหนึ่งที่เป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เกิดผลต่อกลุ่มประชาชน ลูกค้า ซึ่งสามารถแบ่งประเภทที่มีความสอดคล้องใกล้เคียงกันได้ 2 ประเภทได้แก่ (ณัฐกร สงคราม และเนาวนิตย์ สงคราม ,2565)

1) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Pro-active PR.) กล่าวคือ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ในกรณีที่เว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีคนเข้ามาแวะเยี่ยมชมมากเท่าที่ควร อาจด้วยเหตุผลที่เนื้อหาไม่ได้รับความนิยมในวงกว้าง หรือมีเว็บคู่แข่งจำนวนมากที่มีเนื้อหาคล้าย ๆ กัน ดังนั้น จึงต้องสรรหากลยุทธ์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น เช่น การส่ง E-mail, SMS หรือการซื้อโฆษณา ในส่วนนี้ผู้เขียนขอเพิ่มมุมมองในการใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่กำลังได้รับความนิยมใน Social media คือ การใช้แอดเดียน

2) การประชาสัมพันธ์เชิงรับ (Re-active PR.) กล่าวคือ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรับไว้ว่า กลุ่มเป้าหมายจะเข้าเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ก็ต่อเมื่อต้องการใช้ประโยชน์ หรือ มีสิ่งดึงดูดใจให้เข้าไปหา กลยุทธ์แบบนี้จึงเน้นไปที่การค้นหาข้อมูลโดยกลุ่มเป้าหมายผ่านเว็บที่ให้บริการ Search Engine หรือ Web Directory โดยการทำ SEO (search engine optimization) เพื่อให้ผลการค้นหาติดอันดับต้น ๆ อาจกล่าวได้ว่าการประชาสัมพันธ์เชิงรับนั้น เป็นการประชาสัมพันธ์ เพื่อแก้ไขการเข้าใจที่คลาดเคลื่อนหรือเมื่อองค์กร สถาบัน เกิดปัญหาภาวะวิกฤตต่าง ๆ จึงต้องทำการประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขข้อผิดพลาด เพื่อขจัดปัญหาความเข้าใจผิดให้คลี่คลายการประชาสัมพันธ์ ในยุคปัจจุบันได้มีการพัฒนาเทคโนโลยี และวัสดุอุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวก รวดเร็วประหยัด ใกล้เคียงตัว และพบเจอได้ในชีวิตประจำวัน

ในส่วนของสื่อสังคมออนไลน์ ถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการประชาสัมพันธ์เนื่องจากการสื่อสารที่มีความรวดเร็ว มีความหลากหลายในรูปแบบที่น่าสนใจ ส่งผลต่อผู้รับสารที่สามารถเข้าใจ เข้าถึง ในสิ่งที่สื่อสารมากขึ้น การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น สามารถมุ่งเป้าไปยังกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ โดยใช้เทคโนโลยีติดตามจับเก็บข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้จากการสืบค้น และเรียนรู้เกี่ยวกับตัวเราจากร่องรอยดิจิทัล (digital footprint) ที่ทิ้งเอาไว้จากนั้นก็ใช้ข้อมูลดังกล่าวเลือกที่จะพุ่งเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความสนใจของเรา หรือเป็นการประชาสัมพันธ์การตามความสนใจ (interest based advertising) โดยการส่งแอดเดียนไปยังผู้ใช้บริการลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยทำให้การส่งเนื้อหา

การประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เหมาะสมส่งตรงถึงหน้าบ้านของผู้บริโภคแต่ละคนได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ (จิณห์นิภา แสงสุข 2567)



ภาพที่ 2-2 แสดงตัวอย่าง Application ใช้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์
ที่มา: จิณห์นิภา แสงสุข (2567)

TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่มี Algorithm ที่เป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจาก Social Media อื่น โดยเป็นแอปพลิเคชันใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการในปี 2563 และได้รับความนิยมอย่างมาก ในปี 2566-2567 ข้อมูลจาก We Are Social แสดงสถิติ ไว้ว่า TikTok เป็นแอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้งาน ใช้เวลามากที่สุดในโลก จุดเด่นของ TikTok คือ การให้โอกาสทุกคนเท่าเทียมกันในการเป็นผู้สร้าง เนื้อหาสั้น ๆ และเผยแพร่ได้ง่าย โดยไม่คำนึงถึงจำนวนผู้ติดตาม นอกจากนี้ TikTok ไม่ได้เป็นเพียง แพลตฟอร์มสำหรับการสื่อสาร และความบันเทิงอีกต่อไป แต่ยังคงกลายเป็นเครื่องมือที่มีคุณค่า ในการเข้าถึงกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ E-commerce ผ่าน feature “TikTok Shop” ซึ่ง ทั้งหมดนี้เป็นจุดเด่นที่ทำให้ TikTok แตกต่างจาก Shopee และ Lazada โดยการสร้างเนื้อหา การประชาสัมพันธ์ผ่านวิดีโอสั้นที่สามารถทำเชิงรุก และเชิงรับได้ ทั้งนี้เนื่องจากทุกคนสามารถสร้าง เนื้อหาของตนเอง และโพสต์สินค้าเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ และยังสามารถทำการสั่งซื้อสินค้า ในตะกร้า และชำระเงินได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

เมื่อพิจารณาความหมาย และกระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สามารถเรียบเรียงเชื่อมโยง กันได้ดังนี้ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก หมายถึง วิธีการ และกระบวนการดำเนินงานที่สร้างความร่วมมือ ในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิธีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไป อย่างกว้างขวาง และต่อเนื่อง โดยวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลาย และมี วัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่า ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับอะไร อย่างไร และจะต้องมีแผนการสื่อสาร

ที่เป็นขั้นตอน และมีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผล (ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนนท์, 2558)

การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญ และจำเป็นต่อการบริหารงาน และการดำเนินงานขององค์กร สามารถส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และศักยภาพทางการแข่งขัน และก่อให้เกิดผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรที่ดี และประสบความสำเร็จทั้งในระยะสั้น และในอนาคตรยะยาวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการสร้าง ความเข้าใจที่ถูกต้องและชัดเจน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี และมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยสามารถจำแนกการประชาสัมพันธ์เชิงรุกได้ ดังนี้ (ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนนท์, 2558)

1) ด้านนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ชัดเจน (Clear Public Relations Policy) เป็นการวางแผน และลำดับวิธีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และเชื่อมโยงและสอดคล้องกันเป็นอย่างดี ซึ่งต้องมีการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษร จัดให้มีโครงสร้างการบริหารด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีความชัดเจน และครอบคลุมตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร และกำหนด มอบหมายให้มีผู้บริหารที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โดยตรง ทำให้การบริหารงาน และการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด ทั้งความรวดเร็ว ความคุ้มค่า และเชื่อถือได้ ส่งผลต่อความเป็นเลิศในการสื่อสาร และการยอมรับของผู้มีส่วนได้เสียตามเป้าหมายที่กำหนด และวางแผนไว้ นอกจากนี้ การกำหนด และพัฒนาการวางแผนการประชาสัมพันธ์ทุกกิจกรรม สื่อ กลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลา งบประมาณ และบุคคลที่รับผิดชอบ สามารถช่วยให้การบริหารงาน และการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์บรรลุจุดมุ่งหมาย เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ตามแผนงานประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้ได้ และประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี (ชัยนันท์ นันทพันธ์, 2549) ดังนั้น การพัฒนา และกำหนดนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ชัดเจน การวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ และรูปธรรม การกำหนดข้อมูล และข้อสนเทศที่จะสื่อสารออกไปต่อคนภายนอก และการกำหนดกลยุทธ์ และเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ได้ชัดเจน การคัดกรอง และจัดลำดับความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสาร ส่งผลให้องค์กรสามารถมีการบริหารงานการดำเนินงาน และการปฏิบัติการที่ช่วยทำให้เกิดความได้เปรียบ และศักยภาพทางการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง เกิดผลดีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลและมีความเป็นเลิศ และส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการ และการดำเนินงานที่โดดเด่นและอย่างยั่งยืนในระยะยาว

2) ด้านกิจกรรม และวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายตามเป้าหมาย และวัฒนธรรมองค์กร (Diversified Public Relations Activities and Methods) เป็นการ

ปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสภาพ และบริบท ในปัจจุบันขององค์กร เพื่อสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งการมีกิจกรรม และการ ประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ประกอบด้วย การทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน การมีส่วนร่วม ในการเป็นกรรมการ การแสดงความยินดีในโอกาสพิเศษของหน่วยงานภายนอก การนำเสนอ ข่าวต่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ในโอกาสพิเศษ และการให้สัมภาษณ์เพื่อเปิดโอกาสอธิบาย และขยายความแก่สื่อมวลชน โดยการสื่อสารมวลชนสัมพันธ์สามารถสร้าง และกระชับความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ได้เป็นอย่างดี และมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างองค์กรกับสื่อมวลชน ส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ดี และได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสียที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และ ก่อให้เกิดผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีแก่องค์กรเป็นอย่างมาก และชัดเจนมากยิ่งขึ้น (จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2555) ดังนั้น การสร้างสรรค์กิจกรรม และวิธีการ ประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายตามเป้าหมาย และวัฒนธรรมองค์กร การปรับเปลี่ยนวิธีการ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน การเลือกใช้กิจกรรม และวิธีการ ประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับบริบทขององค์กร การผสมผสานวิธีการกระบวนการ และ แนวทางการประชาสัมพันธ์อย่างบูรณาการ และการดำเนินงานกิจกรรมของการ ประชาสัมพันธ์ที่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรจะช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุ และ ประสบความสำเร็จในการบริหารงานและการดำเนินงาน และมีผลการดำเนินงานที่ดีมาก ยิ่งขึ้น และอย่างยั่งยืนตลอดไป

3) ด้านเครื่องมือ และช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย (Diversified and Modernized Communication Tools and Channels) เป็นการสร้างสรรค์ เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ ให้หลากหลาย และมีความทันสมัยที่สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายที่ครอบคลุม และมีการสร้างสัมพันธ์ภายในองค์กร และหน่วยงานภายนอก ให้มากขึ้นโดยอาศัยช่องทางของสื่อในทุกระบบ ดังนั้น เครื่องมือ และช่องทาง การประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ทันสมัย และมีการบูรณาการ ทั้งการใช้เครื่องมือสื่อสาร ที่ทันสมัย และการผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถช่วยให้มีการ สื่อสาร และนำข่าวสาร และเรื่องราวจากองค์กรไปสู่ผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ โดยครอบคลุมทั้งสื่อดั้งเดิม และสื่อสมัยใหม่ ประกอบด้วยการจัดงาน ข่าวแจก การสัมภาษณ์ สื่อสิ่งพิมพ์ วิดิทัศน์ และภาพยนตร์ การระดมทุน และการประชุม ซึ่งสามารถ ช่วยให้สื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี (สิทธิ ชีรสรณ์, 2552) ด้วยเหตุนี้ การประยุกต์ใช้เครื่องมือ และช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย และทันสมัยในการ

ประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด สามารถช่วยให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดี และประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในระยะยาว

4) ด้านเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (Networks of Public Relations Connection, Coordination and Dissemination) เป็นการเชื่อมโยงกับหน่วยงานทั้งภายใน และภายนอกไปยังกลุ่มมวลชนสัมพันธ์ ซึ่งอาจหมายถึงสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากเครื่องมือสื่อสารขององค์กรที่ผลิตขึ้น เพื่อเผยแพร่ข่าวสารไปสู่สาธารณชนให้กว้างขวาง และมีเครือข่ายในการดำเนินการวางแผนใช้ช่องทางเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 255; สุโร พงษ์ทองเจริญ, 2551) นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ผ่านการมีเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชน และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงาน การดำเนินงาน และการปฏิบัติการขององค์กรทั้งทางตรง และทางอ้อม ส่งผลต่อการสร้างความนิยม ชื่นชม และชื่นชอบ และสร้าง รักษา และปกป้องชื่อเสียงขององค์กรให้อยู่นาน และอย่างยั่งยืนตลอดไป (สุภาวดี พรหมมา, 2549) ดังนั้น การสร้างเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดี การจัดตั้งเครือข่ายกลุ่มมวลชนสัมพันธ์กับสื่อมวลชนภายนอก การสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างสถาบันกับกลุ่มมวลชนสัมพันธ์เป็นระบบ การเผยแพร่ข่าวสารไปสู่สาธารณชนวงกว้างผ่านกลุ่มมวลชนสัมพันธ์ และการนำเสนอข่าวสาร และเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นจริงผ่านเครือข่ายประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ สามารถช่วยให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และชื่อเสียงอย่างโดดเด่น และส่งผลให้องค์กรได้รับ และมีผลการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

5) ด้านความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่าง และโดดเด่น (Different and Outstanding Public Relations Creativity) เป็นการสร้างสรรค์ชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์หรือวิธีการดำเนินงานสื่อประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ขึ้นมาใหม่ โดยที่ยังไม่เคยมีการทำมาก่อน โดยมีจุดมุ่งหมายเป้าหมาย และวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงขององค์กร และสร้างการยอมรับจากบุคคล และบุคคลทั่วไป ซึ่งเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการสร้างความเป็นเลิศ และสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักองค์กรได้ดีมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกสามารถริเริ่มสร้างสรรค์วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สื่อ และสร้างสรรค์ และพัฒนานักกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ขึ้นมาใหม่ และแตกต่าง (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2549) ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่มุ่งเน้นการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ พัฒนา และปรับปรุงเทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่าง และโดดเด่น และเป็นเทคนิคใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเรียนรู้ และการประยุกต์ใช้

เทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องในการบริหารงาน และการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ และมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่องและอย่างยั่งยืนในระยะยาว

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมจากการประชาสัมพันธ์เชิงลึกโดยใช้สื่อออนไลน์ เป็นส่วนสำคัญให้เกิดการใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ผลการศึกษา และการอภิปรายผลให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร

ภาพลักษณ์เป็นความประทับใจที่บุคคลมีต่อองค์กรหรือสถาบันโดยมีการสั่งสม และพัฒนาปรับเปลี่ยนตามประสบการณ์ที่ได้พบเห็น ภาพลักษณ์เป็นได้ทั้งบวกและลบ ซึ่งสะท้อนให้เห็นจุดดี และจุดด้อยขององค์กรหรือสถาบันนั้น ๆ ภาพลักษณ์ที่สะท้อนออกมาในด้านดีแสดงว่าองค์กรหรือสถาบันนั้นมีความแข็งแกร่ง และเป็นที่ยอมรับจากชุมชน ในขณะที่ภาพลักษณ์สะท้อนออกมาในด้านลบก็จำเป็นต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้องค์กรหรือสถาบันนั้นมีคุณภาพ และพัฒนาภาพลักษณ์ให้สอดคล้องตามที่ชุมชนต้องการ (พรทิพย์ พิมลสินธุ์ , 2540)

Kenneth E. Boulding (1975) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ความรู้สึกที่สร้างหรือเกิดขึ้นมาเฉพาะบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ประกอบไปด้วย ข้อเท็จจริง ซึ่งบุคคลจะเก็บความรู้ในเชิงอัตวิสัยที่ได้มาจากประสบการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ ที่พบเจอ และมีความเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากธรรมชาติของแต่ละบุคคลไม่สามารถที่จะทำความเข้าใจกับสิ่งที่พบเจอได้ทุกอย่าง

วิรัช ลภีรัตนกุล (2549) ได้ให้ความหมายภาพลักษณ์ไว้ว่าภาพที่เกิดขึ้นในใจ (mental picture) ของคนเรา อาจจะเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (person) องค์กร (Organization) สถาบัน (Institution) และภาพที่เกิดขึ้นในใจดังกล่าวอาจเป็นภาพที่เรานึกสร้างเองก็ได้ หรืออาจเป็นภาพที่ บุคคล องค์กร สถาบัน หรือ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง สร้างให้เกิดแก่จิตใจเราก็ได้ โดยภาพลักษณ์ของปัจเจกบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ได้ประกอบไปด้วยข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ต้องมีจินตนาการประกอบอีกด้วย

จากการรวบรวมของกุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ (2542) ภาพลักษณ์สามารถแบ่งได้ทั้งหมด 8 ประเภท คือ

- 1) ภาพลักษณ์ของผู้บริหาร (CEO/Management)
- 2) ภาพลักษณ์ของพนักงาน (Staff)
- 3) ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ (Product/ Service)
- 4) ภาพลักษณ์ของวิธีการดำเนินงาน (Management/ Style)
- 5) ภาพลักษณ์ของบรรยากาศขององค์กร (Atmosphere)
- 6) ภาพลักษณ์ของเครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์ในสำนักงาน (Material)

7) ภาพลักษณ์ของวัฒนธรรมองค์กร (Culture)

8) ภาพลักษณ์ทางด้านสังคม (Social)

เมื่อกล่าวถึงประเภทของภาพลักษณ์ พบว่า สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) ภาพลักษณ์องค์กร (corporate image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรหรือหน่วยงาน ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นครอบคลุมถึงการบริหารจัดการ ผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรนั้นจัดจำหน่าย 2) ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการขององค์กร (brand image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ โดยเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขาย แม้สินค้าหรือบริการแต่ละตราผลิตภัณฑ์จะมาจากองค์กรเดียวกัน แต่ก็ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่เหมือนกัน เนื่องจาก ภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัว โดยขึ้นอยู่กับข้อกำหนดตำแหน่งของตราผลิตภัณฑ์ที่องค์กรต้องการให้มีความแตกต่าง (สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม, 2548)

ในส่วนของภาพลักษณ์องค์กร Van Riel (1995) กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กรเป็นแนวคิดเกี่ยวกับภาพที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรมีต่อองค์กร และสะท้อนความเป็นองค์กรออกมา ซึ่ง Keller (2003) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์องค์กร คือ การเชื่อมโยงคุณสมบัติต่าง ๆ ขององค์กรกับประสบการณ์ของผู้บริโภค โดยมีการเชื่อมโยง 4 มิติ ได้แก่ 1) คุณสมบัติ คุณประโยชน์หรือทัศนคติต่อสินค้า 2) พนักงานและการสร้างความสัมพันธ์ 3) คุณค่าและโปรแกรม 4) ความน่าเชื่อถือขององค์กร ดังนั้นภาพลักษณ์องค์กรในสายตาของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์กรสามารถสร้างให้ผู้บริโภครับรู้ และเกิดการเชื่อมโยงภาพลักษณ์องค์กรที่แข็งแกร่ง ทั้ง 4 ประการเสียก่อน ซึ่งจะส่งผลต่อความชื่นชอบต่อองค์กร และการรับรู้คุณค่าตราผลิตภัณฑ์องค์กรในที่สุด

ภาพลักษณ์องค์กรที่ดีนั้นจะช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมั่นคง จากการได้รับความไว้วางใจจากประชาชน การเกิดความศรัทธาต่อองค์กร ในทางธุรกิจอาจตีค่าภาพลักษณ์องค์กรเหมือนทรัพย์สินมีค่า โดยภาพลักษณ์องค์กรที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างประโยชน์ให้เกิดแก่ธุรกิจ (ปภาวิบุญกลาง, 2560) ดังนี้

1) ช่วยสร้างบุคลิกและคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ

2) ช่วยนำเสนอความแตกต่างที่ชัดเจน ไม่สร้างความสับสนระหว่างคู่แข่ง

3) สร้างภาพในจิตใจก่อให้เกิดพลังทางอารมณ์ ความรู้สึก โดยถ่ายทอดผ่านการสื่อสารโดยความหมายของภาพลักษณ์ในการศึกษาครั้งนี้ จะหมายถึงภาพลักษณ์ที่เกิดจากการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้วยสื่อออนไลน์ จากงานครุสภา สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา เป็นการทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้สามารถวิเคราะห์ผลการศึกษา และนำไปสู่การอภิปรายผลในประเด็นดังกล่าวต่อไป

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ได้เรียบเรียงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา สามารถเรียบเรียงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

บุหลัน กุลวิจิตร (2564) ศึกษาการนำสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์และเฟซบุ๊ก มาใช้ในการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ พบว่าแม้ช่องทางเหล่านี้จะเปิดโอกาสให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง แต่ผู้ปฏิบัติงานมักมุ่งเผยแพร่เนื้อหาเชิงข้อมูลเพียงด้านเดียว ขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์ และกระบวนการฟีดแบ็ก (feedback loop) เพื่อปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานจริง ทั้งยังมีข้อควรระวังด้านจรรยาบรรณในการเผยแพร่เอกสารสำคัญ ซึ่งชี้ให้เห็นความจำเป็นในการออกแบบกลไกการสื่อสารสองทางที่ยืดหยุ่น และโปร่งใสยิ่งขึ้น

การศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์” ผู้เขียนชี้ว่าการประชาสัมพันธ์ภาครัฐจำเป็นต้องปรับจากการสื่อสารแบบหนึ่งทาง (one-way) มาเป็นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) อย่างต่อเนื่อง เน้นการตรวจสอบข่าวสารในสื่อออนไลน์ และจัดตั้งทีมติดตาม (monitoring) ตลอดเวลา เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่สาธารณชนได้ทันทั่วทั้งที่ งานวิจัยดังกล่าวเน้นย้ำถึงบทบาทของระบบตรวจสอบ และตอบโต้การสื่อสาร (crisis communication) ซึ่งสอดคล้องกับหลักการ Two-Way Symmetrical

อรปริยา เสาศิลา (2567) ศึกษาประสิทธิภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองลำพูน ผลการศึกษาชี้ว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ การจัดสรรทรัพยากรบุคคล และการเลือกใช้เครื่องมือวัดผล (KPI) อย่างเป็นระบบ ทั้งในด้านปริมาณ (engagement, reach) และคุณภาพ (sentiment analysis) ซึ่งช่วยให้หน่วยงานสามารถปรับปรุงเนื้อหา และกลยุทธ์ได้อย่างต่อเนื่อง งานนี้จึงเป็นตัวอย่างการนำกระบวนการประเมินผลมาประยุกต์ใช้กับการประชาสัมพันธ์ภาครัฐในระดับพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม

ฐานข้อมูลงานวิจัย มหาวิทยาลัยสยาม นอกจากนั้น การศึกษาเรื่อง “รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล” พบว่าการสร้าง “community engagement” ผ่านการจัดกิจกรรมออนไลน์ เช่น กิจกรรมเวิร์กช็อปเสมือนจริง (virtual workshop) และการเล่นเกมสั้น (gamification) ช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมได้

เกินกว่า 60% ของกลุ่มนักศึกษาและบุคลากร อีกทั้งเมื่อผสานเทคนิคการสร้างเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ (content creativity) และการตอบโต้ทันที (real-time response) จะช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของหน่วยงานในระยะยาว

ปฏฐวัจจน์ เฟื่องเพชร และสำเนา หมิ่นแจ่ม (2568) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการบริหารงานประชาสัมพันธ์เชิงรุกในยุคพลิกผันด้วยดิจิทัล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการสื่อสาร และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียนบ้านต้นสำน อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่” การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลกระทบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในยุคพลิกผันด้วยดิจิทัล (Digital Disruption) 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการสื่อสาร และสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนบ้านต้นสำน อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่ และ 3) พัฒนาแนวทางประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนดังกล่าว กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 10 คน ผู้บริหารและบุคลากรที่มีแนวปฏิบัติที่ดีด้านงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 6 คน และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 21 คน คัดเลือกด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบบันทึกการวิเคราะห์เอกสาร แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แบบบันทึกการประชุมเชิงปฏิบัติการ และแบบประเมินแนวทางประชาสัมพันธ์ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การพรรณนาวิเคราะห์ ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณใช้ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) ผลกระทบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกประกอบด้วย (1) การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (2) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (3) การพัฒนาศักยภาพการสื่อสาร และ (4) การเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร 2) ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ (1) การพัฒนาทักษะบุคลากรด้านดิจิทัล (2) การปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัย และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค (3) การออกแบบระบบการประชาสัมพันธ์ที่ผสมผสานสื่อดั้งเดิมและดิจิทัล และ (4) การคำนึงถึงการเข้าถึง และความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย และ 3) แนวทางที่พัฒนาขึ้นใช้กระบวนการบริหารงานประชาสัมพันธ์ RACE บูรณาการกับปัจจัย SMCR และกลยุทธ์ที่พัฒนามีความถูกต้อง และความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

ชลนัฐชา เรืองฉาย และมาริษา สุจิตวนิช (2566) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ กรณีศึกษา สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี” การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา 1) บริบทการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี 2) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี และ 3) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบมีโครงสร้างกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน ได้แก่ นักประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี, นักประชาสัมพันธ์ผู้ชำนาญการ,

นักประชาสัมพันธ์ และนักวิชาการโสตทัศนศึกษา และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดย การแสดงข้อมูล การลดทอนข้อมูล และการสร้างข้อสรุป และยืนยันผลสรุป ผลการวิจัยพบว่า 1) บริบท การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหน่วยงานราชการในส่วนภูมิภาค มีภารกิจตามกฎหมายกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ และความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นหลัก โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ และเครือข่าย เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต 2) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี มีแผนเพจเฟซบุ๊ก สื่อ อินโฟกราฟิก เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่ง โดยเป็นการนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุป เป็นสารสนเทศในลักษณะของข้อมูล และกราฟิกที่เป็นลายเส้น สัญลักษณ์ ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว ดูแล้ว เข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้ชมได้เข้าใจ ความหมายของข้อมูลทั้งหมด ด้วยจำนวนข้อมูลหรือสารสนเทศที่หลากหลาย ซึ่งการสื่อสารด้วย เรื่องราวสั้น ๆ และภาพที่ดูน่าสนใจ ทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลต่อผู้รับสารได้ดีกว่า เนื่องจากประชาชน ชอบ และจดจำภาพมากกว่าการอ่านจึงทำให้เกิดการใช้สื่อในรูปแบบอินโฟกราฟิก มาใช้ในการบ่งชี้ถึง ข้อมูล จึงทำให้สื่อดังกล่าวได้รับความนิยมจากประชาชนมากที่สุด และ3) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ผ่านเฟซบุ๊กเพจของ สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี สื่อที่ใช้เผยแพร่มีความ หลากหลายทั้งวิทยุ โทรทัศน์ กิจกรรม และโซเชียลมีเดีย การจัดทำเนื้อหาให้โดดเด่นใช้ข้อความสั้น กระชับได้ใจความ การออกแบบมีสีสันสะดุดตา และสร้างความน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา

อิทธิพล จันทรรัตน์กุล และคณะ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า บทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่

ด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางที่เพิ่มความสะดวกในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งใช้ชี้แจงแก้ไขความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์กร เพราะมีความสะดวก สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง และครอบคลุมทุกกลุ่มอายุในระยะเวลาที่รวดเร็ว ปรากฏให้เห็นได้ทั้งข้อความ เสียง ภาพ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และสามารถสร้างได้ฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย ได้แก่ การรณรงค์เกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา การแจ้งข้อมูลความเคลื่อนไหว ขององค์กรเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

ด้านบทบาทตามที่กำหนด ได้แก่ 1) ช่วยให้การปฏิบัติงาน และการติดต่อราชการนั้นง่ายขึ้น (easier) รวดเร็วขึ้น (faster) และลดภาระค่าใช้จ่าย (cheaper) ได้แก่ การยกเลิกสำเนา เอกสารต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็นลดการใช้กระดาษ 2) ช่วยในการติดต่อสื่อสาร การประสานงานระหว่าง บุคคล หน่วยงาน และประชาชน ได้แก่ การใช้ Chatbot ในการตอบคำถามต่าง ๆ ประชาชน

ใช้สำหรับแจ้งเตือนภัยพิบัติต่าง ๆ ใช้ตอบคำถามประชาชน และส่งข้อมูลงานให้เพื่อนร่วมงาน 3) ช่วยเผยแพร่ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของหน่วยงาน ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ การให้บริการประชาชน การบริหารงบประมาณ การแต่งตั้ง โยกย้าย สับเปลี่ยนตำแหน่ง 4) ใช้เพื่อการสืบค้นข้อมูลประกอบการปฏิบัติงาน และเพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการหาคำตอบเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ ได้แก่ 1) ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านบริการของหน่วยงานภาครัฐ เพราะทำให้ประชาชนได้รับการบริการของรัฐเร็วขึ้น สะดวกขึ้นง่ายขึ้น 2) ช่วยเป็นช่องทางในการเผยแพร่นโยบาย ภารกิจ และกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐให้ประชาชนได้รับรู้ เพื่อความเข้าใจอันดีของประชาชน และป้องกันการเกิดความเข้าใจผิด 3) สร้างภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพทันสมัยให้กับข้าราชการ และหน่วยงานภาครัฐ 4) สร้างความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ในระบบการทำงานของภาครัฐ เนื่องจากประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของภาครัฐได้ เช่น การจัดซื้อจัดจ้าง การใช้จ่ายเงินภาษี เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะนำไปสู่ความไว้วางใจของประชาชน และสังคมต่อหน่วยงานภาครัฐ

ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการเพิ่มช่องการสื่อสาร และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่กับประชาชน ช่วยทำให้หน่วยงานภาครัฐสามารถทราบข้อมูลต่าง ๆ เช่น ความต้องการ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ปัญหาและอุปสรรค ฯลฯ ของประชาชน จากการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นผ่านทางสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ เช่น Facebook, Twitter, YouTube, Line เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นช่องทางให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการทำงานของภาครัฐได้สะดวกขึ้น จากข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ภาครัฐเปิดเผยให้สาธารณชนทราบตามสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ของหน่วยงาน

ด้านการให้บริการประชาชน ช่วยให้หน่วยงานภาครัฐสามารถให้บริการประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็วขึ้น ลดขั้นตอนการดำเนินการ ลดค่าใช้จ่าย และภาระด้านเอกสาร จากกระบวนการทำงานของหน่วยงานของรัฐที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลถึงกัน เช่น การนำ Mobile Application มาใช้สำหรับให้บริการข้อมูลภาครัฐในด้านการติดต่อกับภาครัฐ ด้านการติดต่อทำธุรกรรมของหน่วยงาน ด้านการจองคิวออนไลน์ ติดตามสถานะบริการ การปิกมุดจุดสำหรับให้บริการสถานที่ราชการ รวมถึงแสดงความคิดเห็นร้องเรียนต่าง ๆ เป็นต้น

ด้านการช่วยเหลือ/สนับสนุนการประกอบอาชีพ ได้แก่ 1) ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการ และประชาชนในด้านการขออนุมัติ ขออนุญาตในการประกอบธุรกิจต่าง ๆ 2) เป็นช่องทางเปิดเผยข้อมูล และข่าวสารอันเกี่ยวเนื่องกับการประกอบอาชีพทำให้ประชาชนได้รับทราบ และช่วยส่งเสริมกิจการพาณิชย์ในด้านต่าง ๆ 3) เป็นช่องทางในการประสานงาน และการให้ความรู้พัฒนาอาชีพ พัฒนาฝีมือแรงงานให้กับประชาชน เช่น การอบรมด้านอาชีพออนไลน์ การใช้ YouTube สร้างการเป็นแหล่งเรียนรู้ในเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงในภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ เป็นต้น

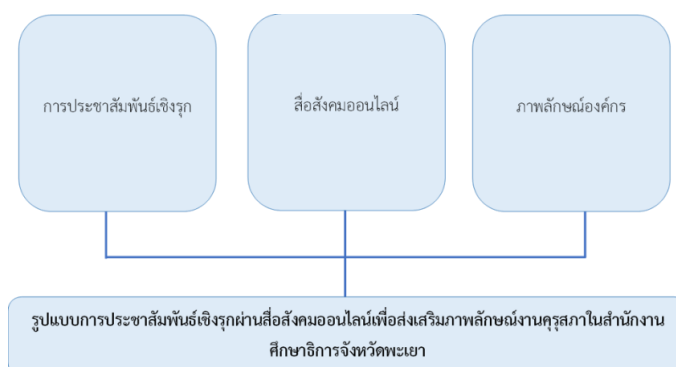
ปัญหาและอุปสรรคพบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์

- 1) กฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ระบบการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานภาครัฐยังไม่เอื้ออำนวยให้เกิดการใช้สื่อออนไลน์
- 2) บุคลากรขาดความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสาร
- 3) งบประมาณและบุคลากรไม่เพียงพอ ทำให้ขาดเทคโนโลยีที่จำเป็นและบุคลากรในการปฏิบัติงาน
- 4) ปัญหาด้านข้อมูล คือหน่วยงานภาครัฐยังขาดความพร้อมในด้านข้อมูล ในขณะที่ด้านประชาชนก็ขาดความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัย
- 5) ก่อให้เกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงาน หรือสร้างประเด็นขัดแย้งทางสังคมได้ง่าย หากผู้ปฏิบัติงานไม่ระมัดระวัง และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอย่างรอบคอบ
- 6) ประชาชนบางกลุ่มยังเข้าไม่ถึงเทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ต ทั้งขาดความรู้ และทักษะในการใช้อุปกรณ์ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย

งานวิจัยเหล่านี้ชี้ให้เห็นกรอบแนวทางสำคัญที่สอดคล้องกับโครงการศึกษาการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ทั้งในมิติการสร้างกระบวนการสื่อสารสองทางที่สมดุล การวางระบบติดตามและประเมินผล ตลอดจนการออกแบบเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วม และสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก ข้อค้นพบจึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาโมเดลการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เหมาะสมกับบริบทของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยาต่อไป

2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา สามารถอธิบายกรอบแนวคิดการวิจัยได้ตามภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2-3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ คือ **วัตถุประสงค์ข้อที่หนึ่ง** เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา **วัตถุประสงค์ข้อที่สอง** เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา **วัตถุประสงค์ข้อที่สาม** เพื่อเสนอแนวทางเชิงปฏิบัติในการนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้จริง และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา โดยในส่วนนี้จะนำเสนอระเบียบวิธีวิจัย สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

3.3 วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.1.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาที่ใช้ประชากรที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา ประเภทครู ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา และศึกษานิเทศก์ ได้แก่ ประเภทครู จำนวน 8,443 คน ประเภทผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 740 คน ผู้บริหารการศึกษา จำนวน 81 คน ศึกษานิเทศก์ จำนวน 129 คน รวมทั้งสิ้น 9,393 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 23 พฤษภาคม 2568) กลุ่มตัวอย่าง คือ ครู ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา ศึกษานิเทศก์ โดยวิธีสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple random sampling) จำนวน 400 คน

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

แบบสอบถาม (Questionnaire)

เก็บข้อมูลโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น

3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สถานะผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ ตำแหน่ง สังกัด และรายละเอียดการใช้บริการระบบการประชาสัมพันธ์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ได้แก่ ด้านสภาพปัญหา ด้านความต้องการ

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต ได้แก่

- 1) ข้อเสนอแนะแนวทางการประชาสัมพันธ์ในอนาคต
- 2) การประชาสัมพันธ์ที่เน้นใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก
- 3) การสร้างคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับพื้นที่
- 4) การมีเจ้าหน้าที่เฉพาะด้านประชาสัมพันธ์
- 5) การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อรับฟังความคิดเห็นประชาชน
- 6) การจัดทำคู่มือหรือแนวปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์

ในส่วนท้ายของแบบสัมภาษณ์ เป็นการเพิ่มเติมข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

มาตรฐานจากแบบสอบถามซึ่งใช้มาตราส่วน (Rating scale) ตามแบบไลเกิร์ต (Likert's scale) จะแบ่งมาตราส่วนออกเป็น 5 ลำดับ คือ

มาตราส่วน	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

แบบสอบถามเป็นแบบมาตรประเมินค่า หรือมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ตามแบบของลิเคิร์ต สเกล โดยกำหนดให้มีน้ำหนักเปรียบเทียบกันและเป็นการแบ่งมาตราส่วนประเมินค่าของการตีความหมายออกเป็น 5 ระดับ (Likert, 1961) ดังนี้

$$\text{ระยะของช่วงคะแนน} = \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}$$

ระดับการวัด

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ได้กำหนดคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนน = 5 ระดับมากที่สุด มีช่วงคะแนนระหว่าง 4.21 - 5.00 คะแนน

คะแนน = 4 ระดับมาก มีช่วงคะแนนระหว่าง 3.41 - 4.20 คะแนน

คะแนน = 3 ระดับปานกลาง มีช่วงคะแนนระหว่าง 2.61 - 3.40 คะแนน

คะแนน = 2 ระดับน้อย มีช่วงคะแนนระหว่าง 1.81 - 2.60 คะแนน

คะแนน = 1 ระดับน้อยที่สุด มีช่วงคะแนนระหว่าง 1.00 - 1.80 คะแนน

3.1.3 การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

นำแบบสอบถามที่ร่างไว้ไปตรวจสอบเพื่อหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมานำเสนอให้นักวิชาการที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาและตรวจสอบความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในการวิจัย ประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ด้วยการตรวจสอบหาค่าความสอดคล้อง (Item-Objective Congruency: IOC) แต่ละข้อสามารถวัดได้ตรงกับจุดประสงค์ที่กำหนดหรือไม่ โดยให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

+ 1 หมายถึง ข้อคำถามนั้น วัดได้มีความสอดคล้อง ตรงจุดประสงค์ สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในการวิจัย

0 หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ว่าข้อคำถามนั้นวัดตรงจุดประสงค์หรือไม่

- 1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สอดคล้องวัดได้ไม่ตรงจุดประสงค์

นำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทุกคนที่ประเมินมารอกลงในแบบวิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์เพื่อหาค่าเฉลี่ยสำหรับข้อคำถามแต่ละข้อโดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{สูตร } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์มีค่าระหว่าง -1 ถึง 1

R แทน ผลรวมคะแนนของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนในข้อคำถาม

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

การพิจารณาความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถามนั้น เมื่อวิเคราะห์แล้ว ถ้ามีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 จะคัดเลือกเอาไว้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 จะพิจารณาปรับปรุงแก้ไขหรืออาจยกเลิกข้อมูลดังกล่าว

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Statistical Package) ได้แก่ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS การวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ โดยแบ่งเป็น

- 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ใช้การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยแบ่งออกเป็น สถานะผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ ตำแหน่ง สังกัด และรายละเอียดการให้บริการระบบการประชาสัมพันธ์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา โดยแสดงผลเป็นค่าเฉลี่ยเป็นร้อยละ และความถี่ และการระบุนายข้อที่ถูกเลือกจากกลุ่มตัวอย่าง
- 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ใช้การวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูล และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้รวมกับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงการกระจายของข้อมูล
- 3) แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต ใช้การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูล และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้รวมกับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงการกระจายของข้อมูล

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2.1 ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants)

การศึกษานี้ใช้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยการใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากเกณฑ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา ประเภทครู ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา และศึกษานิเทศก์ ที่ใช้งานระบบสารสนเทศประชาสัมพันธ์จากงานครูสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา จำนวนทั้งหมด 13 คน ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา 2 คน, ผู้บริหารการศึกษา 2 คน, ศึกษานิเทศก์ 1 คน และครู 8

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

1) เอกสาร (Documents) เป็นการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด และ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ข้อมูลบริบทงานครุสภา ของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นวิธีสัมภาษณ์ที่มีการ จัดเตรียมข้อคำถามไว้เป็นชุดคำถามที่สมบูรณ์ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการ และทำการ สัมภาษณ์หรือซักถามตามประเด็นข้อคำถามที่จัดไว้ แบบการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เหมาะกับการสัมภาษณ์ทั่วไป (สุภัททา ปิณฑะแพทย์, 2564) โดยในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการ สัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 13 คน

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมทั้งจากข้อมูลที่ได้มาจากเอกสาร และบุคคล นำมา วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่ออธิบายสภาพปัญหา และความต้องการรูปแบบ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการ จังหวัดพะเยา ประเด็นพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อ เสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา และแนวทาง เชิงปฏิบัติ ในการนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้จริง รวมถึง ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภา ในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

3.2.4 การตรวจสอบความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของข้อมูล

จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ นำไปสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาเรื่อง “รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครุสภา ในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา” ได้มีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้อง และความ น่าเชื่อถือของข้อมูล โดยใช้การตรวจสอบสามเส้าของข้อมูล (Data Triangulation) เป็น แนวคิดการตรวจสอบสามเส้าได้รับการสนับสนุนอย่างกว้างขวางจากนักวิจัย เพราะสามารถ ช่วยยืนยันผลลัพธ์ของการวิจัย (Research Findings) ได้อย่างมีนัยสำคัญ เมื่อมีการใช้ข้อมูล หลายแหล่ง หลายวิธีการ หรือหลายทฤษฎีในการศึกษา และเปรียบเทียบ นักวิจัยจะสามารถ มั่นใจได้มากขึ้นว่าผลการวิจัยที่ได้รับนั้นมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ (นันทะ บุตรน้อย และ คณะ, 2567) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้เป็นการใช้ข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกันเป็นการ ตรวจสอบสามเส้าของข้อมูล (Data Triangulation)

3.3 วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยขั้นตอนที่ 1

ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา มีวิธีการวิจัย ดังนี้

การใช้เครื่องมือวิจัยจากเอกสาร (Documents) โดยทำการศึกษาจากข้อมูลจากเอกสารระบบสารสนเทศ ผลงานวิจัย ข้อมูลทุติยภูมิ รายงานประจำปี และรายงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหา และความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหา และความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

วิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพเกี่ยวกับสภาพปัญหา และความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

การดำเนินการวิจัยขั้นตอนที่ 2

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา มีวิธีการวิจัย ดังนี้

ศึกษาข้อมูลเชิงลึกโดยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ประกอบด้วย ครู ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา และศึกษานิเทศก์ ที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดพะเยา นำไปวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

การดำเนินการวิจัยขั้นตอนที่ 3

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ เพื่อเสนอแนวทางในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

หลังจากการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากข้อมูลทุติยภูมิ และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแล้วนั้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากทั้ง 2 ส่วนมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ว่ารูปแบบแนวทางในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยาเป็นอย่างไร โดยผู้วิจัยก็นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการศึกษาข้างต้นมาจัดทำ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปตรวจสอบ และปรับปรุงการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยาต่อไป

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา และเพื่อเสนอแนวทางเชิงปฏิบัติในการนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้จริง รวมถึงข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ในส่วนของผลการศึกษาสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

4.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหา ความต้องการ และรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

4.2 แนวทางการพัฒนาเชิงปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์
ในอนาคต

4.3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภา
ในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

4.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหา ความต้องการ และรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ในส่วนของผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหา ความต้องการ และรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เป็นการอธิบายผลการศึกษาจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จากเครื่องมือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อตอบวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา และเพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ในส่วนของเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ สามารถอธิบายผลการศึกษาได้ดังนี้

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 400)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	93	23.25
หญิง	301	75.25
ไม่ระบุ	6	1.50
รวม	400	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 21 ปี	0	0.00
21 – 30 ปี	34	8.50
31 – 40 ปี	103	25.75
41 – 50 ปี	156	39.00
51 – 60 ปี	96	24.00
61 ปี ขึ้นไป	11	2.75
รวม	400	100
3. ตำแหน่ง		
ครู	342	85.50
ผู้บริหารสถานศึกษา	28	7.00
ผู้บริหารการศึกษา	5	1.25
ศึกษานิเทศก์	10	2.50
อื่นๆ	15	3.75
รวม	400	100
4. สังกัด		
สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา	13	3.25
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพะเยา เขต 1	84	21.00
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพะเยา เขต 2	56	14.00
สำนักงานเขตพื้นที่ศึกษามัธยมศึกษาพะเยา	103	25.75
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน	74	18.50
สำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ	5	1.25

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
กรมส่งเสริมการเรียนรู้	12	3.00
สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา	12	3.00
กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น	26	6.50
สำนักงานตำรวจแห่งชาติ	2	0.50
สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ	7	1.75
โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยพะเยา	6	1.50
อื่นๆ	0	0
รวม	400	100
5. การใช้บริการหรือติดต่อกับงานคุรุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ผ่านช่องทางโทรศัพท์ / ไลน์ / เพจเฟซบุ๊ค		
ใช่	303	75.75
ไม่ใช่	97	24.25
รวม	400	100
6. การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานของคุรุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา จากช่องทางใดบ้าง กรุณาเลือกทุกช่องทางที่ท่านเคยใช้/ได้รับรู้ข่าวสาร (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)		
เว็บไซต์ของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด/คุรุสภา	181	24.66
Facebook / LINE / โซเชียลมีเดียของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด	162	22.07
หนังสือราชการ/ประกาศทางราชการ	131	17.85
การประชุม/อบรม/สัมมนา	66	8.99
เพื่อนร่วมงาน/ครูในพื้นที่	107	14.58
สื่อสาธารณะ (เช่น ข่าวช่องทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์)	20	2.72
กลุ่ม/แชทใน LINE หรือแพลตฟอร์มอื่นๆ	59	8.04
อื่น ๆ	8	1.09
รวม	734	100
7. เพื่อให้คุรุสภาสามารถพัฒนาการสื่อสารและการให้บริการได้ตรงกับความต้องการของครูและบุคลากรทางการศึกษา โปรดเลือกด้านข้อมูลที่ท่านสนใจหรือมีความต้องการรับทราบมากที่สุด		

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเลือกคำตอบ (เลือกได้ 1 ข้อ) เว็บไซต์ของสำนักงาน ศึกษาธิการจังหวัด/ครุสภา		
การขอและต่ออายุใบอนุญาตประกอบวิชาชีพครู (เช่น ขั้นตอน เอกสารที่ใช้ ระยะเวลา และค่าธรรมเนียม)	207	51.75
มาตรฐานวิชาชีพและจรรยาบรรณของวิชาชีพครู (เช่น ข้อกำหนด แนวปฏิบัติ และกรณีตัวอย่าง)	28	7.00
การพัฒนาวิชาชีพและการอบรม/สัมมนา (เช่น หลักสูตรอบรม การนับชั่วโมงพัฒนา และช่องทางการสมัคร)	49	12.25
สิทธิประโยชน์และสวัสดิการที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพครู (เช่น สิทธิที่พึงได้รับ โครงการสนับสนุนต่าง ๆ)	82	20.50
ข่าวสาร ประกาศ และนโยบายครุสภา (เช่น ประกาศใหม่ การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ หรือแนวทางปฏิบัติล่าสุด)	33	8.25
อื่น ๆ	1	0.25
รวม	400	100
8. การมีความพร้อมในการติดตามข้อมูลข่าวสารของงานครุสภา ในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Line		
ใช่	385	96.25
ไม่ใช่	15	3.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4-1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 75.25 มีอายุระหว่าง 41–50 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.00 ดำรงตำแหน่งครู คิดเป็นร้อยละ 85.50 และสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพะเยา คิดเป็นร้อยละ 25.75 ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการหรือติดต่อกับงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ผ่านช่องทางโทรศัพท์ โน้ตบุ๊ก หรือเพจเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 75.75 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานของครุสภาผ่านเว็บไซต์ของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด/ครุสภา คิดเป็นร้อยละ 24.66 และมีความต้องการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด/ครุสภาในเรื่องการขอ และต่ออายุใบอนุญาตประกอบวิชาชีพครู (เช่น ขั้นตอน เอกสารที่ใช้ ระยะเวลา และค่าธรรมเนียม) คิดเป็นร้อยละ 51.75 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่

มีความพร้อมในการติดตามข้อมูลข่าวสารของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook และ LINE คิดเป็นร้อยละ 96.25

4.1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหา ความต้องการ และรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ตารางที่ 4 – 2 ค่าเฉลี่ยด้านสภาพปัญหา

ด้านสภาพปัญหา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.1 การรับรู้ข่าวสารการดำเนินงานตามนโยบายของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ยังไม่ทั่วถึง	3.47	1.19	มาก
1.2 การประชาสัมพันธ์ของงานครุสภาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงผู้รับสาร	3.46	0.89	มาก
1.3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการระบบออนไลน์ KSP E-Service ยังไม่ครอบคลุมผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม	3.45	1.12	มาก
1.4 การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านกฎหมาย ประกาศ และข้อบังคับของครุสหายังไม่สะดวกหรือไม่ชัดเจน	3.43	1.15	มาก
1.5 การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพยังไม่ทั่วถึงและเข้าใจง่าย	3.43	1.19	มาก
1.6 การประชาสัมพันธ์การเผยแพร่องค์ความรู้เพื่อพัฒนาวิชาชีพครู ยังมีช่องทางจำกัด	3.49	1.15	มาก
1.7 การประชาสัมพันธ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.50	1.16	มาก
1.8 การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของงานครุสภาผ่านช่องทางออนไลน์	3.44	1.17	มาก
ยังไม่สะดวกเพียงพอ	3.48	0.72	มาก
1.9 การสื่อสารแบบโต้ตอบ เช่น การตอบความคิดเห็น หรือการให้ข้อมูลในรูปแบบ Q&A ยังมีไม่เพียงพอ			
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46	1.08	มาก

จากตารางที่ 4-2 พบว่า ด้านสภาพปัญหา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 1.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีปัญหาอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยายังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 1.16) รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์การเผยแพร่

องค์ความรู้เพื่อพัฒนาวิชาชีพครูยังมีช่องทางจำกัด ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 1.15) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านกฎหมาย ประกาศ และข้อบังคับของคุรุสภายังไม่สะดวกหรือไม่ชัดเจน และการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพยังไม่ทั่วถึงและเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.43$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4 – 3 ค่าเฉลี่ยด้านความต้องการ

ด้านความต้องการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
2.1 ต้องการรับข่าวสารการดำเนินงานตามนโยบายของงานคุรุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยาอย่างสม่ำเสมอและชัดเจน	4.44	0.64	มากที่สุด
2.2 ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของงานคุรุสภาผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น	4.42	0.68	มากที่สุด
2.3 ต้องการข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้บริการระบบออนไลน์ KSP E-Service ที่เข้าใจง่าย	4.45	0.65	มากที่สุด
2.4 ต้องการรับทราบข้อมูลด้านกฎหมาย ประกาศ และข้อบังคับของคุรุสภาอย่างถูกต้องและเป็นปัจจุบัน	4.47	0.64	มากที่สุด
2.5 ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพที่ชัดเจนและนำไปปฏิบัติได้จริง	4.49	0.62	มากที่สุด
2.6 ต้องการสื่อหรือช่องทางในการเผยแพร่องค์ความรู้เพื่อพัฒนาวิชาชีพครูอย่างต่อเนื่อง	4.44	0.65	มากที่สุด
2.7 ต้องการให้การประชาสัมพันธ์ของงานคุรุสภาเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง	4.48	0.65	มากที่สุด
2.8 ต้องการความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ผ่านช่องทางออนไลน์	4.51	0.63	มากที่สุด
2.9 ต้องการระบบการสื่อสารแบบโต้ตอบ เช่น การตอบคำถาม ข้อคิดเห็น หรือ Q&A ผ่านช่องทางออนไลน์	4.44	0.67	มากที่สุด
2.10 ต้องการความพร้อมของช่องทางติดตามข้อมูลข่าวสารของงานคุรุสภา เช่น Facebook และ Line	4.40	0.79	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.45	0.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-3 พบว่า ด้านความต้องการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ต้องการความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.63)

รองลงมา ได้แก่ ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพที่ชัดเจนและนำไปปฏิบัติได้จริง ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.62) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ต้องการความพร้อมของช่องทางติดตามข้อมูลข่าวสารของงานครุสภา เช่น Facebook และ Line ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.79) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

ทั้งนี้จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยการใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากเกณฑ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการวิชาชีพทางการศึกษา ประเภทครู ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา และศึกษานิเทศก์ ที่ใช้งานระบบสารสนเทศประชาสัมพันธ์จากงานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา จำนวนทั้งหมด 13 คน ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา 2 คน, ผู้บริหารการศึกษา 2 คน, ศึกษานิเทศก์ 1 คน และครู 8 ในประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหา ความต้องการ และรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สามารถอธิบายผลการศึกษาเชิงคุณภาพได้ดังนี้

1) ประเด็นสภาพปัญหาของการใช้ระบบการประชาสัมพันธ์งานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

ประเด็นสภาพปัญหาของการใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ของงานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา พบว่า โดยทั่วไปถ้าพิจารณาในระบบการทำงานยังไม่พบปัญหาในการใช้งานมากนัก ผู้รับบริการ หรือผู้ใช้ข้อมูล ส่วนใหญ่ใช้งานผ่านเว็บไซต์เป็นหลัก ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“ถ้าพูดถึงเรื่องการใช้งาน ไม่มีปัญหาอะไร สามารถใช้งานได้ปกติ การเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ก็สามารถเข้าถึงได้”

ทั้งนี้ในส่วนของปัญหาการเข้าใช้ระบบสารสนเทศของงานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา พบว่า จะมีปัญหาของความไม่เสถียรของระบบอยู่ในการเข้าใช้ในบางครั้ง อาจเป็นสาเหตุเนื่องจากปัญหาการเข้าใช้งานที่มีคนเข้าใช้ในขณะนั้นเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ระบบการประมวลผลอาจจะมีการสื่อสารที่ติดขัด ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“การเข้าใช้งาน (ระบบสารสนเทศงานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา) จะมีติดขัดบ้าง น่าจะเป็นช่วงที่มีคนใช้งานในระบบเยอะ ตอนที่ใช้ตรวจสอบใบประกอบวิชาชีพ”

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงถึงปัญหาการใช้งาน การเข้าถึงข้อมูลที่ไม่พบปัญหามากมายนัก แต่เป็นปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในบางช่วงเวลาที่มีย่านคนเข้าใช้งานเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อระบบการทำงานได้

ในประเด็นของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์งานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา พบว่า การเข้าใช้งานของผู้ใช้งาน โดยส่วนใหญ่จะเป็นการใช้งานผ่านเว็บไซต์ และการใช้งานผ่านสื่อออนไลน์ Facebook เป็นหลัก ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“เวลาที่ต้องการเข้าไปดูข้อมูลประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์ เพราะเป็นช่องทางที่มีมานาน และคุ้นเคยเมื่อจะเข้าไปใช้”

“บางทีเวลาเราใช้Facebook ก็จะมีข่าวสารของงานครุสภาเข้ามาประชาสัมพันธ์บ้าง ก็ติดตามไว้ก็สะดวกดี”

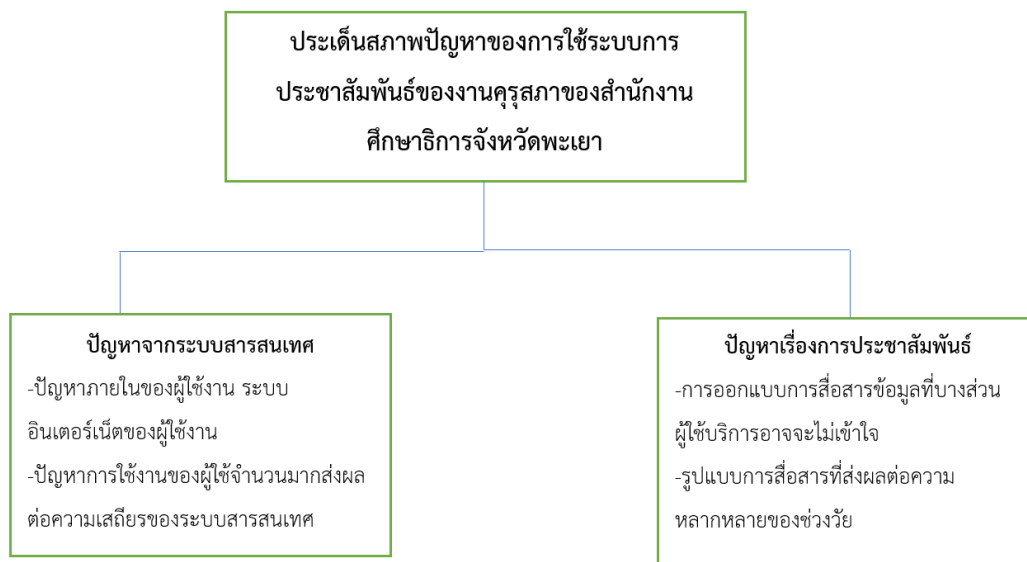
จากข้อมูลดังกล่าว อธิบายโดยสรุปได้ว่า ช่องทางการใช้งานการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์งานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา มีการใช้โซเชียลมีเดียช่องทาง Facebook ร่วมด้วยเนื่องจากเป็นแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมในการใช้งาน สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารงานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยาร่วมด้วยกันได้

ในส่วนของสภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกงานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา พบว่า การประชาสัมพันธ์งานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา เนื่องจากมีข้อมูลที่ต้องอำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้ อาทิ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบใบประกอบวิชาชีพครู อาจจะต้องพิจารณาการอธิบายขั้นตอนการเข้าใช้ ให้ชัดเจน เนื่องจากผู้ใช้งานมีความหลากหลายของช่วงวัย การประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล อาจจะต้องพิจารณาระบุขั้นตอนข้อมูลที่มีความเข้าใจง่าย สามารถอธิบายข้อความได้ชัดเจน ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“บางครั้งผู้ใช้ข้อมูลสารสนเทศจากการประชาสัมพันธ์ ต้องการขั้นตอนการเข้าระบบที่ชัดเจน หรือวิธีการที่ไม่ได้ยุ่งยากซับซ้อน เพราะความแตกต่างของคนใช้งาน ในช่วงวัย”

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงถึงการแสดงผลของการประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ งานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา มีข้อเสนอแนะจากผู้ให้ที่ประสบปัญหาเรื่องประสิทธิภาพในการใช้งานระบบสารสนเทศ ที่อาจจะมีการสื่อสารที่ยากและไม่ชัดเจนในขั้นตอนกระบวนการให้บริการต่าง ๆ

จากประเด็นสภาพปัญหาของการใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ของงานครูสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 4-1 ดังนี้



ภาพที่ 4-1 สภาพปัญหาของการใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ของงานครูสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

ที่มา: ผู้วิจัย

โดยสรุปจากประเด็นสภาพปัญหาของการใช้ระบบการประชาสัมพันธ์งานครูสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา พบว่า สภาพปัญหามีสองประเด็นหลัก ได้แก่ ปัญหาจากระบบสารสนเทศ ซึ่งเกี่ยวข้องกับต้นทางในการใช้งานของผู้ใช้งาน ได้แก่ ระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้งานที่อาจจะไม่สามารถใช้งานได้ดี รวมถึงการใช้งานของผู้ใช้งานจำนวนมากอาจจะส่งผลกระทบต่อระบบสารสนเทศ ในบางช่วงเวลาที่จะใช้งานไม่ได้ ประเด็นต่อมาได้แก่ ปัญหาเรื่องการประชาสัมพันธ์ การออกแบบการสื่อสารข้อมูลที่บางส่วนผู้ให้บริการอาจจะเข้าใจได้ยากเนื่องจากข้อจำกัดต่าง ๆ เช่น ความแตกต่างหลากหลายของช่วงวัย ทำให้ผู้สูงอายุอาจจะไม่สามารถทำความเข้าใจในระบบใหม่ที่ออกแบบได้ เป็นต้น

2) ประเด็นความต้องการ และรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกงานครูสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

จากที่มีผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ การประชาสัมพันธ์งานครูสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ได้แสดงความคิดเห็นในความต้องการ และรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกงานครูสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สามารถอธิบายรายประเด็นได้ดังนี้

2.1) รูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่มีความหลากหลาย เน้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

ในความต้องการและรูปแบบของการประชาสัมพันธ์เชิงรุกงานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ผู้ใช้งานที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แสดงความคิดเห็นในส่วนของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้มีความหลากหลายในรูปแบบ โดยพิจารณาตามประเภทของข้อมูล เพื่อนำไปออกแบบรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่หลากหลาย ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“รูปแบบที่จะประชาสัมพันธ์ ก็ควรขึ้นอยู่กับประเภทของข้อมูล ว่าเป็นข้อมูลแบบไหน ถ้าเป็นโปสเตอร์ ก็เหมาะกับการประกาศการแข่งขัน การประกวดอะไรแบบนี้ แต่ถ้าเป็นความรู้ น่าจะเป็นคลิป Reels (คลิปสั้น) ”

“คลิปสั้นเป็นสื่อที่น่าสนใจ มีความชัดเจน ตัวหนังสือดูน่าเบื่อ คนไม่ค่อยอยากอ่าน”

“คลิปสั้นอาจจะเป็นบทบาทสมมติ แสดงให้เข้าใจง่าย เข้าถึงง่าย”

“คลิปสั้น ก็ควรจะเป็นคลิปที่น่าสนใจ ใช้ระยะเวลาไม่นานในการสื่อสาร เข้าใจได้ดีกว่า ไม่น่าเบื่อ”

ในประเด็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์พิจารณาถึงความหลากหลายในบางข้อมูลเฉพาะ ได้แก่ การใช้คลิปสั้น เป็นรูปแบบที่ต้องการมากที่สุด เนื่องจากความเข้าใจที่ง่าย สะดวกในการเข้าถึง สามารถนำไปใช้ประโยชน์กับข้อมูลที่จะสื่อสารที่หลากหลาย เช่น ขั้นตอนกระบวนการ การประชาสัมพันธ์การประกวดแข่งขันต่าง ๆ อีกรูปแบบหนึ่งที่มีการให้ความสำคัญในรูปแบบประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การใช้โปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางออนไลน์ ซึ่งอาจจะระบุข้อมูลให้เรียบร้อยภายในหน้าเดียว เพื่อความสะดวก และมีเนื้อหาที่ครบถ้วนสามารถดูได้จากโปสเตอร์หน้าเดียว ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“อย่างเช่นเวลาเราอยากจะดูรายละเอียดการแข่งขัน การประกวด ถ้าโปสเตอร์หน้าเดียวบอกครบก็จะเข้าใจง่ายกว่า ”

“บางข้อมูลมันยาวไป อ่านไม่ครบ อย่างการประชาสัมพันธ์พวกกำหนดการแข่งขัน ใช้โปสเตอร์ก็สรุปเข้าใจง่าย สื่อสารง่าย”

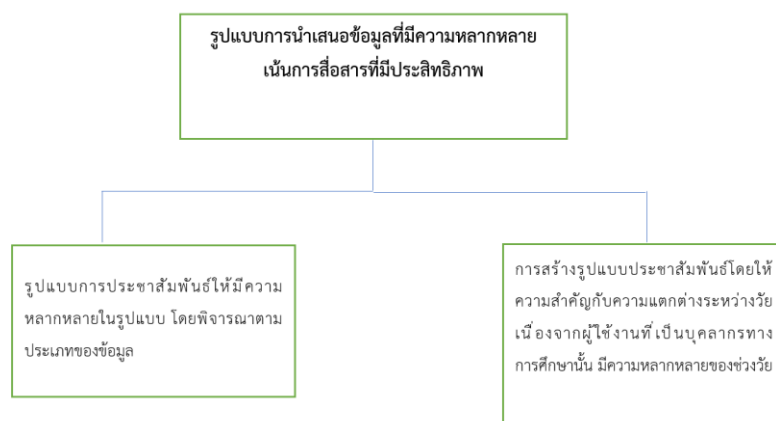
นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์ พิจารณาการออกแบบ หรือการสร้างรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยให้ความสำคัญกับความแตกต่างระหว่างวัย เนื่องจาก

ผู้ใช้งานที่เป็นบุคลากรทางการศึกษานั้น มีความหลากหลายของช่วงวัย ควรออกแบบการประชาสัมพันธ์ให้ทุกกลุ่มทุกช่วงวัย สามารถใช้งานได้ เข้าถึงได้ ดึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“บุคลากรครู มีความหลากหลายมาก บางคนอายุน้อย บางคนอายุเยอะ ต้องประชาสัมพันธ์การใช้งานที่เหมาะสมกับทุกคน ตัวหนังสือต้องเห็นชัด อ่านง่าย”

จากข้อมูลดังกล่าว แสดงถึง การสื่อสารการประชาสัมพันธ์พิจารณามุ่งเน้นการใช้งานที่เหมาะสม และสามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพที่ดี เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ

จากประเด็นความต้องการของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ ในรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่มีความหลากหลาย เน้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สามารถอธิบายสรุปได้ตามภาพที่ 4-2



ภาพที่ 4-2 รูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่มีความหลากหลาย เน้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ
ที่มา: ผู้วิจัย

ทั้งนี้สามารถสรุปประเด็นประโยชน์ของการใช้งานรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่มีความหลากหลาย เน้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ได้ตามตารางที่ 4-4 ดังนี้

ตารางที่ 4-4 ประโยชน์ของการใช้งานรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่มีความหลากหลาย เน้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

รูปแบบการประชาสัมพันธ์	ประโยชน์ในการสื่อสาร
การทำคลิปสั้น	การทำคลิปสั้น จะมีความเหมาะสมในข้อมูลที่ต้องการสื่อสารให้เกิดการเข้าใจง่าย เช่น ความรู้ต่าง ๆ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน กระบวนการที่เป็นวิธีการ มีประโยชน์ในการสร้างความเข้าใจได้ง่าย สามารถเข้าถึงง่าย ดูมีความน่าสนใจ
การทำโปสเตอร์แบบหน้าเดียว	การทำโปสเตอร์แบบหน้าเดียว สามารถสร้างความเข้าใจของข้อมูลได้ดี เป็นประโยชน์ในการสื่อสารข้อมูลประเภทประชาสัมพันธ์การประกวดการแข่งขันที่มีความจำเป็นต้องสื่อสารข้อมูลเงื่อนไขต่าง ๆ ที่สามารถสรุปไว้ในโปสเตอร์แผ่นเดียว สื่อสารได้ง่าย ข้อมูลไม่ตกหล่น

ที่มา: ผู้วิจัย

2.2) ความต้องการในรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัย น่าสนใจในสื่อออนไลน์

ในปัจจุบันการสื่อสารข้อมูลประชาสัมพันธ์มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในหลากหลายแพลตฟอร์ม ซึ่งในแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมในการใช้งาน ได้แก่ Facebook, TikTok, Youtube ซึ่งในความสนใจของผู้ใช้งานจะมีการใช้แพลตฟอร์มแตกต่างกันไป แต่ที่เป็นที่นิยมมากที่สุดจะเป็น ช่องทาง Facebook ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“สื่อออนไลน์ที่ใช้อยู่ตอนนี้มีความหลากหลายช่องทาง แต่ถ้าเป็นช่องทางที่เป็นที่นิยมในการใช้งาน ทุกวัย จะเป็น Facebook เพราะเป็นช่องทางที่มีการใช้งานกันเกือบทุกคน คนมีอายุบางคนก็เล่นแค่ Facebook”

“Tiktok ก็ดี แต่ว่า Facebook ดีกว่า เพราะถ้า TikTok ถ้าไม่เลือนดู ก็จะไม่ขึ้น ทำให้พลาดข้อมูลข่าวสารได้ง่าย”

“Facebook เข้าถึงง่าย ส่วนใหญ่เป็นเจน Y (Generation Y) ที่ใช้งาน เพราะเป็น ใช้งานง่าย และมีความแพร่หลาย”

“Facebook น่าจะดี เนื่องจากเราใช้ Facebook เป็นแพลตฟอร์มหลัก”

ในส่วนของแพลตฟอร์มอื่นที่เป็นที่นิยม และสามารถนำไปใช้งานได้ ในกรณี ที่ต้องการได้คลิปสั้น ที่อาจจะเป็นการใช้บทบาทสมมติหรือการอธิบายข้อมูลที่ต้อง เห็นภาพเคลื่อนไหวที่ชัดเจน กลุ่มผู้ใช้งานที่เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้นำเสนอ การใช้ แพลตฟอร์ม “TikTok” เพิ่มเติมเนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ง่าย และเป็นแพลตฟอร์มที่มีการ ใช้งานอย่างแพร่หลาย สามารถเข้าถึงได้ในหลากหลายช่วงวัย ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“TikTok เป็นช่องทางที่ดี เพราะมีความสะดวก จัดการสื่อสารข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สะดวกต่อการรับชม”

“ควรมีการใช้ TikTok ควบคู่กับ Facebook เพราะแต่ละอย่างจะมีประโยชน์ในการ ใช้งานที่แตกต่างกันไป ”

“TikTok เป็นแอป (แอปพลิเคชัน) ที่เข้าถึงได้ง่าย เนื้อหาไม่ยาวจนเกินไป มีความ น่าสนใจ”

โดยสรุปในการเลือกแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมจะประกอบด้วยหลัก ได้แก่ Facebook และ การใช้ TikTok ควบคู่กันไป โดยพิจารณาจากการใช้ข้อมูลที่น่าเสนอว่ามีความเหมาะสมกับการ สื่อสารแบบใด เพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการบริหารจัดการข้อมูลมากขึ้น ซึ่งสามารถสรุปประเด็น ดังกล่าวได้ตามตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 ความต้องการในรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัย น่าสนใจในสื่อออนไลน์

รูปแบบการประชาสัมพันธ์	ประโยชน์ในการสื่อสาร
การประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook	สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก เป็นที่แพร่หลาย มีรูปแบบการนำเสนอข้อมูล ประชาสัมพันธ์หลายรูปแบบ ทั้งรูปแบบโปสเตอร์ คลิปสั้น การนำเสนอข่าวสารผ่านรูปภาพ เป็นที่ นิยมในทุกช่วงวัย

รูปแบบการประชาสัมพันธ์	ประโยชน์ในการสื่อสาร
การประชาสัมพันธ์ผ่าน TikTok	สามารถสร้างคลิปสั้นได้หลากหลาย มิติในการสื่อสารเป็นประโยชน์ต่อผู้รับข้อมูล สร้างรูปแบบการสื่อสารได้หลายประเภท ส่งต่อให้ผู้อื่นได้เข้าใจรับชมข่าวสารได้ง่าย

ที่มา: ผู้วิจัย

2.3) การปรับเปลี่ยนการรูปแบบ และแพลตฟอร์มการประชาสัมพันธ์ โดยคำนึงถึงระบบการใช้งานเดิม

ถึงแม้ว่าผู้ใช้งานมีความต้องการปรับเปลี่ยนรูปแบบที่มีความทันสมัยมากขึ้น และต้องการให้ใช้แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมของสังคม ตอบสนองผู้ใช้งานที่หลากหลาย แต่ทั้งนี้ การใช้งานในระบบเดิม ที่เคยใช้งานมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ได้แก่ การใช้งานเว็บไซต์ ที่ยังคงต้องใช้งานตามปกติ แต่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงการนำเสนอให้ใช้งานง่าย ปรับเปลี่ยนหน้าเว็บไซต์ให้มีความสวยงาม น่าสนใจ สะดวกต่อการติดต่อเรียนรู้ข้อมูลมากขึ้น ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“เว็บไซต์ ก็เป็นช่องทางที่สะดวก ที่ครูเขาค้นเคย ได้เข้าไปดูข้อมูล ได้ไปใช้ระบบ”

“ส่วนใหญ่เขาอาจจะนึกถึงเว็บไซต์ก่อน เพราะเวลาเข้าระบบไปเช็คสถานะ เรื่องใบประกอบวิชาชีพครู ก็ใช้ช่องทางนี้เป็นหลัก”

“เว็บไซต์ อยากให้ใช้เหมือนเดิม แต่ปรับปรุงให้ใช้งานง่ายมากขึ้น สะดวกต่อผู้ใช้งานขึ้น”

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบของการประชาสัมพันธ์การใช้เว็บไซต์ยังเป็นช่องทางที่สำคัญ แต่ทั้งนี้ทางงานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา พิจารณาให้ ความสำคัญกับการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงระบบให้สามารถมีการใช้งานได้ดียิ่งขึ้น

4.2 แนวทางการพัฒนาเชิงปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ใน อนาคต

ในส่วนของผลการศึกษาค้นคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเชิงปฏิบัติในการ ประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต เป็นการอธิบายผลการศึกษาจากการเก็บข้อมูล เชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จากเครื่องมือ

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อตอบวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวทางเชิงปฏิบัติ ในการนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้จริง และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบาย เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ในส่วนของเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ สามารถอธิบายผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4 – 6 ค่าเฉลี่ยข้อเสนอแนะแนวทางการประชาสัมพันธ์ในอนาคต

ข้อเสนอแนะแนวทางการประชาสัมพันธ์ในอนาคต	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.1 การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายและทันสมัย	4.56	0.61	มากที่สุด
1.2 การสื่อสารข้อมูลให้เข้าใจง่าย กระชับ และตรงกลุ่มเป้าหมาย	4.54	0.65	มากที่สุด
1.3 การกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ	4.55	0.63	มากที่สุด
1.4 การประเมินผลการประชาสัมพันธ์และนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุง	4.50	0.66	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.53	0.63	มากที่สุด

จากตาราง 4-6 พบว่า ข้อเสนอแนะแนวทางการประชาสัมพันธ์ในอนาคต ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายและทันสมัย ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.61) รองลงมา ได้แก่ การกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.63) และการสื่อสารข้อมูลให้เข้าใจง่าย กระชับ และตรงกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.65) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การประเมินผลการประชาสัมพันธ์และนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุง ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.66) ทั้งนี้ ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4 – 7 ค่าเฉลี่ยการประชาสัมพันธ์ที่เน้นใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก

การประชาสัมพันธ์ที่เน้นใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
2.1 การใช้สื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร	4.39	0.74	มากที่สุด
2.2 การนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร	4.51	0.64	มากที่สุด
2.3 การใช้ระบบออนไลน์เพื่อลดขั้นตอนและเพิ่มความสะดวกแก่ผู้รับบริการ	4.53	0.66	มากที่สุด
2.4 การพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีทักษะด้านเทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล	4.51	0.64	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.48	0.67	มากที่สุด

จากตาราง 4-7 พบว่า การประชาสัมพันธ์ที่เน้นใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การใช้ระบบออนไลน์เพื่อลดขั้นตอนและเพิ่มความสะดวกแก่ผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.66) รองลงมา ได้แก่ การนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีทักษะด้านเทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.64) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การใช้สื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.74) ทั้งนี้ ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4 – 8 ค่าเฉลี่ยการสร้างคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับพื้นที่

การสร้างคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับพื้นที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
3.1 การนำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของพื้นที่จังหวัดพะเยา	4.45	0.66	มากที่สุด
3.2 การใช้ภาษา รูปแบบ และตัวอย่างที่ประชาชนในพื้นที่เข้าใจง่าย	4.44	0.70	มากที่สุด
3.3 การเลือกประเด็นข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับครูและบุคลากรทางการศึกษาในพื้นที่	4.45	0.68	มากที่สุด
3.4 การใช้สื่อภาพ อินโฟกราฟิก หรือวิดีโอ เพื่อเพิ่มการรับรู้ข้อมูล	4.36	0.80	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.42	0.71	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-8 พบว่า การสร้างคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การนำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของพื้นที่จังหวัดพะเยา ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.66) และการเลือกประเด็นข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับครูและบุคลากรทางการศึกษาในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.68) รองลงมา ได้แก่ การใช้ภาษา รูปแบบ และตัวอย่างที่ประชาชนในพื้นที่เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.70) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การใช้สื่อภาพ อินโฟกราฟิก หรือวิดีโอ เพื่อเพิ่มการรับรู้ข้อมูล ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.80) ทั้งนี้ ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4 – 9 ค่าเฉลี่ยการมีเจ้าหน้าที่เฉพาะด้านประชาสัมพันธ์

การมีเจ้าหน้าที่เฉพาะด้านประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
4.1 การแต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรง	4.36	0.82	มากที่สุด
4.2 การกำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน	4.42	0.73	มากที่สุด
4.3 การพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ด้านการสื่อสารและสื่อดิจิทัล	4.42	0.74	มากที่สุด
4.4 การเป็นศูนย์กลางในการประสานงานและตอบข้อซักถามประชาชน	4.45	0.73	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.41	0.75	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-9 พบว่า การมีเจ้าหน้าที่เฉพาะด้านประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การเป็นศูนย์กลางในการประสานงานและตอบข้อซักถามประชาชน ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.73) รองลงมา ได้แก่ การกำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.73) และการพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ด้านการสื่อสารและสื่อดิจิทัล ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.74) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การแต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรง ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.82) ทั้งนี้ ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4 – 10 ค่าเฉลี่ยการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อรับฟังความคิดเห็นประชาชน

การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อรับฟังความคิดเห็นประชาชน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
5.1 การเปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะผ่านโซเชียลมีเดีย	4.48	0.64	มากที่สุด
5.2 การตอบข้อคิดเห็นหรือคำถามของประชาชนอย่างเหมาะสมและทันท่วงที	4.49	0.65	มากที่สุด
5.3 การนำความคิดเห็นของประชาชนไปใช้ปรับปรุงการดำเนินงาน	4.46	0.67	มากที่สุด
5.4 การสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นระหว่างหน่วยงานกับประชาชน	4.45	0.68	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.47	0.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-10 พบว่า การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อรับฟังความคิดเห็นประชาชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การตอบข้อคิดเห็นหรือคำถามของประชาชนอย่างเหมาะสมและทันท่วงที ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.65) รองลงมา ได้แก่ การเปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะผ่านโซเชียลมีเดีย ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.64) และการนำความคิดเห็นของประชาชนไปใช้ปรับปรุงการดำเนินงาน ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.67) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นระหว่างหน่วยงานกับประชาชน ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.68) ทั้งนี้ ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4 – 11 ค่าเฉลี่ยการจัดทำคู่มือหรือแนวปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์

การจัดทำคู่มือหรือแนวปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
6.1 การกำหนดแนวทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างเป็นระบบ	4.42	0.68	มากที่สุด
6.2 การกำหนดมาตรฐานรูปแบบเนื้อหาและการเผยแพร่ข้อมูล	4.45	0.66	มากที่สุด
6.3 การกำหนดขั้นตอนการตอบข้อซักถามหรือข้อร้องเรียนออนไลน์	4.43	0.67	มากที่สุด
6.4 การติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	4.38	0.81	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.42	0.70	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-11 พบว่า การจัดทำคู่มือหรือแนวปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานรูปแบบเนื้อหาและการเผยแพร่ข้อมูล ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.66) รองลงมา ได้แก่ การกำหนดขั้นตอนการตอบข้อซักถามหรือข้อร้องเรียนออนไลน์ ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.67) และการกำหนดแนวทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.68) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.81) ทั้งนี้ ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด

ทั้งนี้จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากเกณฑ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา ประเภทครู ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา และศึกษานิเทศก์ ที่ใช้งานระบบสารสนเทศประชาสัมพันธ์จากงานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา จำนวนทั้งหมด 13 คน ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา 2 คน, ผู้บริหารการศึกษา 2 คน, ศึกษานิเทศก์ 1 คน และครู 8 คน ในประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเชิงปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคตสามารถอธิบายผลการศึกษาเชิงคุณภาพได้ดังนี้

1) การพัฒนาซอฟต์แวร์ และฮาร์ดแวร์ที่มีความเหมาะสมกับการใช้งาน และมีประสิทธิภาพสูง

ในแนวทางการพัฒนาเชิงปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในอนาคต สิ่งที่มีความสำคัญที่ผู้ใช้งานแสดงความคิดเห็นคือการเพิ่มเติมทรัพยากรในการบริหารสารสนเทศให้มีคุณภาพ ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการพัฒนาเรื่องประชาสัมพันธ์ ซึ่งการมีทรัพยากรที่ดีจะนำไปสู่การพัฒนาเรื่องอื่น ๆ ได้มากขึ้น ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่

“การพัฒนาให้การประชาสัมพันธ์มีความทันสมัยมากขึ้นต้องใช้ทั้งเครื่องมือ อุปกรณ์ที่มีความทันสมัย และต้องใช้โปรแกรมที่ทันสมัยการณปัจจุบันจะช่วยให้สามารถใช้งานได้ดี และประชาสัมพันธ์ในรูปแบบหลากหลายได้”

“ความสำคัญในการพัฒนาก็ต้องมีทั้ง ซอฟต์แวร์ และฮาร์ดแวร์ ที่ดี”

“อุปกรณ์ที่ใหม่ ทันสมัยน่าจะเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบน่าสนใจ”

จากข้อมูลดังกล่าว แสดงถึงแนวทางเชิงปฏิบัติในการพัฒนาระบบสารสนเทศ เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ และโปรแกรมที่ใช้ออกแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ

2) การเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรในองค์ความรู้ใหม่ทางเทคโนโลยีดิจิทัล

เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบันถือว่าเป็นสิ่งที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอยู่อย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และส่วนหนึ่งเป็นกลไกที่ช่วยให้การทำงานมีความรวดเร็วมากขึ้น อาทิ การใช้ AI ในการสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพราะฉะนั้นการสนับสนุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้องจึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาการประชาสัมพันธ์งานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“ประเด็นใหม่ คนทำงานก็น่าจะต้องเรียนรู้ อย่างตอนนี้มี AI ส่งเสริมให้เรียนรู้สิ่งใหม่ นำมาใช้ในงานที่ต้องทำได้”

“เทคโนโลยีไปไกลมาก ไปไว ต้องส่งเสริมให้บุคลากรเรียนรู้ตลอดบ่อย ๆ ต่อเนื่องจะช่วยให้ทันต่อสถานการณ์ได้”

“ควรมีการอบรมทางด้านดิจิทัล ให้ทันต่อสถานการณ์มากขึ้น”

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ความคิดเห็นในการสร้างแนวทางการพัฒนาประเด็นหนึ่งมุ่งเน้นให้บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ ผ่านการอบรมเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว

3) มุ่งเน้นการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์โดยการสื่อสารสองทาง

การสื่อสาร หรือการประชาสัมพันธ์ไม่ได้เป็นเพียงแค่การบอกกล่าวให้ผู้รับสารรับทราบแต่เพียงอย่างเดียว แต่แนวทางหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยาจะต้องใช้การสื่อสารสองทางที่เปิดให้มีส่วนร่วมของผู้ใช้งานในการซักถามในรูปแบบถามตอบ Q&A ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“ระบบการประชาสัมพันธ์อยากให้มีการเพิ่มเติมคนที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลประชาสัมพันธ์ ช่วยถามตอบแบบทันที (Real Time) เพื่อตอบข้อซักถามให้คนใช้บริการ”

“ระบบถามตอบน่าจะดี เพราะเวลาเราสงสัย หรือไม่เข้าใจในเว็บไซต์จะได้มีคนคอยช่วยได้”

“การสื่อสารสองทางช่วยได้มากในการแก้ปัญหาให้ได้ทันเวลา”

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงถึงความต้องการของผู้ใช้งานที่อยากให้พัฒนาระบบโดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วม การสื่อสารสองทาง ทั้งผู้ให้ข้อมูล และผู้รับข้อมูล ไปพร้อมกัน โดยการพิจารณาเพิ่มเติมผู้ที่มีบทบาทหน้าที่ในการถามตอบกับผู้ใช้งานโดยตรง เพื่อการสื่อสารที่เป็นประโยชน์ และมีความรวดเร็ว

4) การสนับสนุนทักษะเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์

ดังที่ได้กล่าวถึงในข้างต้น ในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ผู้ใช้งานได้แสดงความคิดเห็น ได้ให้ข้อมูลแนะนำในเรื่องการออกแบบสื่อ การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารออนไลน์ ที่ควรมีลักษณะที่หลากหลาย เพราะฉะนั้นเพื่อให้ได้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ สื่อสารกับผู้รับสารได้ดี มีรูปแบบที่หลากหลาย และสามารถเข้าถึงและเข้าใจง่าย จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาทักษะให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อเพื่อสร้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“ทักษะการทำสื่อสมัยใหม่ ควรจะพัฒนาด้านนี้ ทำอย่างไรให้คนที่เข้ามาชม มีความสนใจ เข้าใจ ได้ความรู้ รับรู้ข้อมูลได้ดี”

“สื่อรูปแบบใหม่ ๆ ต้องเรียนรู้มาก ๆ เหมือนที่ได้กรุ๊ปใหม่ทำกัน คนติดตามเยอะ มีประโยชน์ด้วย เข้าใจง่ายด้วย น่าสนใจ”

“อยากให้เปลี่ยนมุมมองผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยมากขึ้น เป็นประโยชน์กับทุกคน”

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า แนวทางการผลิตสื่อที่ทันสมัยต้องมาจากการสนับสนุนของหน่วยงาน และให้ความสำคัญกับทักษะดังกล่าว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อตัวบุคคลผู้ปฏิบัติงานในระยะยาว ให้สามารถสร้างจุดเปลี่ยนแปลงปรับเปลี่ยนการประชาสัมพันธ์ให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบันได้

จากผลการศึกษาประเด็นเรื่องแนวทางการพัฒนาเชิงปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต สามารถสรุปได้ตามตารางที่ 4-12 ดังนี้

ตารางที่ 4-12 สรุปแนวทางการพัฒนาเชิงปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต

ประเด็น	แนวทางการพัฒนา
การพัฒนาซอฟต์แวร์ และฮาร์ดแวร์ที่มีความเหมาะสม กับการใช้งาน และมีประสิทธิภาพสูง	ส่งเสริมพัฒนา การสรรหา จัดหา เพิ่มเติม และทันสมัย ในทรัพยากรที่จำเป็น เริ่มต้นทั้งทรัพยากรสิ่งของอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีดิจิทัล

ประเด็น	แนวทางการพัฒนา
	และโปรแกรมที่มีประสิทธิภาพสูง ทันสมัย
การเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรในองค์ความรู้ใหม่ ทางเทคโนโลยีดิจิทัล	เทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นกลไกที่ช่วยให้การทำงานมีความรวดเร็วมากขึ้น เช่น การใช้ AI ซึ่งควรพัฒนาส่งเสริมให้บุคลากรได้เรียนรู้องค์ความรู้ใหม่
มุ่งเน้นการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์โดยการสื่อสารสองทาง	ใช้การสื่อสารสองทางที่เปิดให้มีส่วนร่วมของผู้ใช้งานในการซักถามในรูปแบบถามตอบ Q&A และมีบุคลากรที่ดูแลทำหน้าที่ส่วนนี้โดยตรง
การสนับสนุนทักษะเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อ รูปแบบการประชาสัมพันธ์	เพิ่มทักษะของบุคลากรในการสร้างสรรค์สื่อการผลิตรูปแบบที่หลากหลาย เทคนิคใหม่ เพื่อประสิทธิภาพในการสื่อสารประชาสัมพันธ์มากขึ้น

ที่มา: ผู้วิจัย

4.3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากเกณฑ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา ประเภทครู ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา และศึกษานิเทศก์ ที่ใช้งานระบบสารสนเทศประชาสัมพันธ์จากงานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา จำนวนทั้งหมด 13 คน ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา 2 คน, ผู้บริหารการศึกษา 2 คน, ศึกษานิเทศก์ 1 คน และครู 8 คน ในประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา สามารถอธิบายข้อมูลในเชิงคุณภาพได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา สามารถอธิบายแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการของผู้บริหาร, ด้านการบริหารนโยบายและการวางแผน และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในหน่วยงาน สามารถอธิบายผลการศึกษา ได้ดังนี้

1) ด้านการบริหารจัดการของผู้บริหาร

ข้อเสนอแนะต่อผู้บริหารคือ ผู้บริหารมีการพิจารณาเปรียบเทียบภารกิจของงานประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการอยู่นำไปวิเคราะห์กับภารกิจที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อ

บริหารจัดการโครงสร้างของหน่วยงานให้รองรับกับภารกิจ การจัดองค์กรที่เหมาะสม เพื่อประสิทธิภาพในการปรับเปลี่ยนหน่วยงานให้มีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“ข้อเสนอแนะที่สำคัญคือ ผู้บริหารจะต้องบริหารหน่วยงานที่สามารถรองรับ การเปลี่ยนแปลงทางการประชาสัมพันธ์ และเทคโนโลยีดิจิทัลได้”

นอกจากนี้ผู้บริหารยังมีบทบาทที่สำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการ ประชาสัมพันธ์จากการเป็นตัวอย่างของผู้สื่อสารที่ดี หรือมีบทบาทสำคัญมีส่วนร่วมในเนื้อหา การประชาสัมพันธ์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ดังข้อมูลจากการ สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“ผู้บริหารเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ถ้ามีส่วนร่วมในคอนเทนต์ (เนื้อหาการประชาสัมพันธ์) ถ้าจะมีภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี แสดงถึงความใส่ใจกับผู้ปฏิบัติงาน”

รวมถึงการปรับเปลี่ยนสร้างโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บุคลากรทางการศึกษา ที่ต้องใช้ระบบสารสนเทศการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์ของงานครูสภา ในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ได้มีความคิดเห็นส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย ร่วมกันในแนวทางการพัฒนา

การแสดงออกถึงบทบาทของผู้บริหารจึงเป็นแนวทางที่สำคัญในการส่งเสริม การประชาสัมพันธ์เชิงรุก การมีส่วนร่วมต่อเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ และการเตรียม ความพร้อมในการบริหารองค์กรจะเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของงาน ครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

2) ด้านการบริหารนโยบายและการวางแผน

ในส่วน of ข้อเสนอแนะด้านการบริหารนโยบายและการวางแผน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แสดงความคิดเห็นเสนอให้มีการพิจารณาการวางแผนในประเด็นงบประมาณ เพื่อให้ สามารถจัดหาทรัพยากรที่สำคัญต่อการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล ขั้วเคลื่อนแพลตฟอร์ม และ รูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จได้ ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมี โครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“ข้อเสนอแนะหนึ่งคือ การจัดการงบประมาณนั้นละ ให้สามารถซื้ออุปกรณ์ ส่งเสริม คนทำงานได้ ก็จะช่วยทำให้พัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพได้”

“จัดสรรงบประมาณรองรับ จะได้ทำตามแผนที่วางไว้ได้”

นอกจากการวางแผนงบประมาณที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาสรรหาอุปกรณ์ต่าง ๆ แล้วนั้น การบริหารเงินนโยบายและการวางแผนด้านการบูรณาการสร้างความร่วมมือ

กับส่วนอื่นยังเป็นนโยบายที่สำคัญในการสร้างประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยาได้

3) ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในหน่วยงาน

กำลังคนถือปัจจัยที่สำคัญในการสร้างประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ซึ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในประเด็นดังกล่าว สามารถดำเนินการได้โดยการวางแผนอัตรากำลังคนที่ปฏิบัติหน้าที่ งานประชาสัมพันธ์ให้มีทักษะที่สอดคล้องกับภารกิจ และมีบทบาทหน้าที่เฉพาะทางในเรื่องดังกล่าว และมีกำลังคนที่เพียงพอต่อการดำเนินการกิจนี้ ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“คนที่ดูแลระบบงานประชาสัมพันธ์ ต้องมีคนดูแลหน้าที่เป็นหลัก ให้เขาทำหน้าที่นี้ โดยมีทักษะที่เกี่ยวข้องด้วย”

“ต้องมีการจัดสรรคนทำหน้าที่นี้ และต้องมีเพียงพอ คอยดูแลระบบ ดูแลผู้ใช้งาน”

นอกเหนือจากการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้วยกำลังคนแล้ว การบริหารจัดการเรื่องการอบรมให้ความรู้ เสริมทักษะในการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของการประชาสัมพันธ์เชิงรุกงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยาเช่นกัน ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวว่า

“ทักษะของคนทำงานด้านนี้ (การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์) มีความจำเป็นเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงตลอด ต้องเรียนรู้สิ่งใหม่ตลอดเวลา”

“ทักษะมีความสำคัญ ถ้ามีก็จะสื่อสารได้ดี ต้องให้คนทำงานพัฒนาตนเอง หน่วยงานก็ต้องสนับสนุนให้เขาสามารถทำได้”

จากข้อมูลดังกล่าวในข้อเสนอแนะเชิงนโยบายทั้งสามประเด็นเป็นการครอบคลุมหลักการบริหารโดยทั่วไป และมีความจำเป็นต้องผลักดันขับเคลื่อนนโยบายในทุกมิติเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา” เป็นการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา และเพื่อเสนอแนวทางเชิงปฏิบัติ ในการนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้จริง รวมถึงข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา สามารถสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหา ความต้องการ และรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกพบว่า ด้านสภาพปัญหา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 1.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีปัญหาอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยายังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 1.16) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านกฎหมาย ประกาศ และข้อบังคับของครุสหายังไม่สะดวกหรือไม่ชัดเจน และการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพยังไม่ทั่วถึงและเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.43$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก ในส่วนของความต้องการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ต้องการความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่าไม่พบปัญหาการใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยามากนัก โดยทั่วไปถ้าพิจารณาในระบบการทำงานยังไม่พบปัญหาในการใช้งานมากนัก ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้ข้อมูล ส่วนใหญ่ใช้งานผ่านเว็บไซต์เป็นหลัก ทั้งนี้ในส่วนของปัญหาการเข้าใช้ระบบ

สารสนเทศ ของงานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา พบว่า จะมีปัญหาของความไม่เสถียรของระบบอยู่ในการเข้าใช้ในบางครั้ง อาจเป็นสาเหตุเนื่องจากปัญหาการเข้าใช้งานที่มีคนเข้าใช้ในขณะนั้นเป็นจำนวนมาก และโดยสรุปในการเลือกแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมจะประกอบด้วยหลักๆ ได้แก่ Facebook และ การใช้ TikTok ควบคู่กันไป โดยพิจารณาจากการใช้ข้อมูลที่น่าเสนอว่ามีความเหมาะสมกับการสื่อสารแบบใด เพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการบริหารจัดการข้อมูลมากขึ้น

แนวทางการพัฒนาเชิงปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต ข้อเสนอแนะแนวทางการประชาสัมพันธ์ในอนาคต ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายและทันสมัย ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.61) รองลงมา ได้แก่ การกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.63) และการสื่อสารข้อมูลให้เข้าใจง่าย กระชับ และตรงกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.65) การประชาสัมพันธ์ที่เน้นใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การใช้ระบบออนไลน์เพื่อลดขั้นตอนและเพิ่มความสะดวกแก่ผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.66) รองลงมา ได้แก่ การนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีทักษะด้านเทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.64) พบว่า การสร้างคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การนำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของพื้นที่จังหวัดพะเยา ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.66) และการเลือกประเด็นข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับครู และบุคลากรทางการศึกษาในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.68) การมีเจ้าหน้าที่เฉพาะด้านประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การเป็นศูนย์กลางในการประสานงานและตอบข้อซักถามประชาชน ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.73) การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อรับฟังความคิดเห็นประชาชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การตอบข้อคิดเห็นหรือคำถามของประชาชนอย่างเหมาะสม และทันท่วงที ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.65) และการจัดทำคู่มือหรือแนวปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานรูปแบบเนื้อหาและการเผยแพร่ข้อมูล ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.66)

จากข้อมูลผลการศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่า แนวทางการพัฒนาเชิงปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต ได้แก่ การพัฒนาซอฟต์แวร์ และฮาร์ดแวร์ที่มี

ความเหมาะสม กับการใช้งาน และมีประสิทธิภาพสูง เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการพัฒนาเรื่อง ประชาสัมพันธ์ ซึ่งการมีทรัพยากรที่ดีจะนำไปสู่การพัฒนาเรื่องอื่น ๆ ได้มากขึ้น การเพิ่มประสิทธิภาพ ของบุคลากรในองค์ความรู้ใหม่ทางเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นการใช้ AI ในการสร้างรูปแบบ การประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพราะฉะนั้นการสนับสนุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาการประชาสัมพันธ์งานครุสภาของสำนักงานศึกษาธิการ จังหวัดพะเยา มุ่งเน้นการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์โดยการสื่อสารสองทาง ใช้การ สื่อสารสองทางที่เปิดให้มีส่วนร่วมของผู้ใช้งานในการซักถามในรูปแบบถามตอบ Q&A และการ สนับสนุนทักษะเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์การใช้สื่อเพื่อการ สื่อสารออนไลน์ที่ควรมีลักษณะที่หลากหลาย

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครุสภาใน สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา สามารถอธิบายแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ของผู้บริหาร ด้านการบริหารนโยบายและการวางแผน และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในหน่วยงาน ทั้งสามประเด็นเป็นการครอบคลุมหลักการบริหารโดยทั่วไป และมีความจำเป็นต้อง ผลักดันขับเคลื่อนนโยบายในทุกมิติเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อ ออนไลน์ของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์งานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา” สามารถอภิปรายผลการศึกษาราย ประเด็นได้ดังนี้

ประการที่หนึ่ง ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบ และการใช้แพลตฟอร์มที่สำคัญ ที่ผู้ใช้งาน มีความต้องการใช้มากที่สุดได้แก่ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่าน Facebook และ TikTok และควรมี การประชาสัมพันธ์ที่เป็นการสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งสอดคล้องกันผลการศึกษาของ บุหลัน กุลวิจิตร (2564) ศึกษาการนำสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์และเฟซบุ๊ก มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ หอจดหมายเหตุ พบว่าแม้ช่องทางเหล่านี้จะเปิดโอกาสให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง แต่ผู้ปฏิบัติงานมักมุ่งเผยแพร่เนื้อหาเชิงข้อมูลเพียงด้านเดียว ขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์ และ กระบวนการฟีดแบ็ก (feedback loop) เพื่อปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้ใช้งานจริง ผู้เขียนชี้ว่าการประชาสัมพันธ์ภาครัฐจำเป็นต้องปรับจากการสื่อสารแบบหนึ่งทาง (one-way) มาเป็นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) อย่างต่อเนื่อง เน้นการตรวจสอบ ข่าวสารในสื่อออนไลน์และจัดตั้งทีมติดตาม (monitoring) ตลอดเวลา เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด และ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่สาธารณชนได้ทันทั่วทั้งที่ งานวิจัยดังกล่าวเน้นย้ำถึงบทบาทของระบบ

ตรวจสอบและตอบโต้การสื่อสาร (crisis communication) ซึ่งสอดคล้องกับหลักการ Two-Way Symmetrical จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงถึงแนวทางการสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ควร มุ่งเน้นการสื่อสารแบบสองทาง

ประการที่สอง ผลการศึกษา พบว่า รูปแบบที่ต้องการของผู้ใช้งานมุ่งเน้นรูปแบบการนำเสนอ แบบคลิปสั้น หรือการใช้โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์แบบหน้าเดียวเนื่องจากสร้างความน่าสนใจ การเข้าใจที่ง่าย สามารถเรียนรู้ได้ดี รวมถึงค่อนข้างมีเนื้อหาที่กระชับ สรุปใจความสำคัญได้ดี ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชลณัฐชา เรืองฉาย และมาริษา สุจิตวนิช (2566) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ กรณีศึกษา สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัด สุพรรณบุรี” การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี มีแฟนเพจ เฟซบุ๊ก สื่ออินโฟกราฟิก เป็นสื่อที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างยิ่ง โดยเป็นการนำข้อมูลหรือความรู้ มาสรุป เป็นสารสนเทศในลักษณะของข้อมูลและกราฟิกที่เป็นลายเส้น สัญลักษณ์ ที่ออกแบบ เป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ดูแล้ว เข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้ชม ได้เข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมด ด้วยจำนวนข้อมูลหรือสารสนเทศที่หลากหลาย ซึ่งการสื่อสาร ด้วยเรื่องราวสั้น ๆ และภาพที่ดูน่าสนใจ ทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลต่อผู้รับสารได้ดีกว่า เนื่องจาก ประชาชนชอบ และจดจำภาพมากกว่าการอ่านจึงทำให้เกิดการใช้สื่อในรูปแบบอินโฟกราฟิก มาใช้ ในการบ่งชี้ถึงข้อมูล จึงทำให้สื่อดังกล่าวได้รับความสนใจจากประชาชนมากที่สุด และกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของ สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี สื่อที่ใช้ เผยแพร่มีความหลากหลายทั้งวิทยุ โทรทัศน์ กิจกรรม และโซเชียลมีเดีย การจัดทำเนื้อหาให้โดดเด่น ใช้ข้อความสั้น กระชับได้ใจความ การออกแบบมีสีสันสะดุดตา และสร้างความน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา

ประการที่สาม ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของ งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ผลการศึกษพบว่า การปรับเปลี่ยนสร้างโอกาส ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บุคลากรทางการศึกษาที่ต้องใช้ระบบสารสนเทศการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่าน สื่อออนไลน์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ได้มีความคิดเห็นส่วนร่วมในการ กำหนดนโยบายร่วมกันในแนวทางการพัฒนา แสดงถึงข้อเสนอที่ควรพัฒนาโดยมองเห็นความสำคัญ ของผู้ใช้งานเป็นผู้ร่วมออกแบบ สร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ร่วมกัน เมื่อพิจารณาร่วมกันกับ การบริหารจัดการทางเทคโนโลยีดิจิทัล สุกัญญา มิตรเมฆ และเทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์ (2565) กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารยุคดิจิทัล เป็นแนวคิดที่ประยุกต์เอาความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาใช้ ให้เกิดประโยชน์ในการบริหารจัดการ รวมทั้งเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งหมายถึง การรวมกันระหว่างเทคโนโลยี และสารสนเทศตั้งแต่กระบวนการจัดเก็บประมวลผล และการเผยแพร่ สารสนเทศเพื่อช่วยให้ได้สารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ และรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์โดยการนำอุปกรณ์ เครื่องมือ ได้กล่าวถึง แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารยุคดิจิทัลประการหนึ่ง ได้แก่ ความเป็นประชาธิปไตย

(Democracy) หมายถึง การบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐโดยเกี่ยวข้องกับความเป็นประชาธิปไตย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่หน่วยงานของรัฐ นำแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัล ด้านความเป็นประชาธิปไตยมาใช้ในการอำนวยความสะดวก และการให้บริการประชาชนโดยให้ความสำคัญกับแนวคิดความเป็นประชาธิปไตยซึ่งครอบคลุม ในเรื่องความรับผิดชอบและตรวจสอบได้ การเปิดเผยและโปร่งใส ความเสมอภาค การมีส่วนร่วมของประชาชน การกระจายอำนาจรวมตลอดไปถึงสภาพแวดล้อมทั้งภายใน เช่น นโยบาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และแนวทางปฏิบัติของหน่วยงาน และสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ระบบการบริหารจัดการ และกฎหมายที่สนับสนุนหรือเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานของหน่วยงานของรัฐ ซึ่งจากผลการศึกษาดังกล่าว แสดงถึงมีความสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารยุคดิจิทัล ในกระบวนการนี้ผู้บริหารขององค์กรสามารถนำไปพิจารณาเพื่อดำเนินการต่อไป

ประการที่สี่ ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ผลการศึกษาพบว่า กำลังคนถือปัจจัยที่สำคัญในการสร้างประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์เชิงรุกงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา ซึ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในประเด็นดังกล่าว สามารถดำเนินการได้โดยการวางแผนอัตราากำลังคนที่ปฏิบัติหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ให้มีทักษะที่สอดคล้องกับภารกิจ และมีบทบาทหน้าที่เฉพาะทางในเรื่องดังกล่าว และมีกำลังคนที่เพียงพอต่อการดำเนินการกิจนี้ จากข้อเสนอแนะเชิงนโยบายดังกล่าวถือได้ว่า เป็นทักษะที่มีความจำเป็นของบุคลากรภาครัฐ เพื่อรองรับการให้บริการสาธารณะที่ระบุไว้ในหมวด 2 ทักษะด้านดิจิทัลที่จำเป็นสำหรับข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถ ความรู้ ประสบการณ์ (สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน (สพข.), 2561) ในลักษณะที่จำเป็นของข้าราชการในการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัล มีความสอดคล้องกันในเชิงการเพิ่มทักษะที่มีความจำเป็นดังเช่น ความรู้พื้นฐานที่ข้าราชการและบุคลากรภาครัฐทุกกลุ่มควรมี เพื่อการทำงานในบริบทการเป็นรัฐบาลดิจิทัล จำนวน 5 หน่วยความรู้ ดังนี้ 1) เทคนิคการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่สนับสนุนการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และการทำงานร่วมกัน 2) ความรู้ด้านการใช้งานเทคโนโลยีอย่างปลอดภัย รวมถึงประเด็นทางสังคมความเป็นส่วนตัว และจริยธรรม 3) ความรู้เกี่ยวกับหลักการสำคัญเกี่ยวกับข้อมูล การเลือกใช้และการตีความข้อมูล (Data Literacy) 4) ความรู้ด้านกรอบธรรมาภิบาล มาตรฐาน หลัก แนวปฏิบัติที่ดี กฎหมายดิจิทัล และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง 5) ความรู้เกี่ยวกับเป้าหมาย พันธกิจ กระบวนการทำงาน และการให้บริการของหน่วยงาน ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวในภาพรวมของการพัฒนาข้าราชการในยุคเทคโนโลยีดิจิทัลให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลเช่นเดียวกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอเชิงวิชาการ

1) การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา” เป็นการวิจัยแบบผสมทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เพื่อให้องค์ความรู้มีความหลากหลาย และสามารถอธิบายประเด็นตามวัตถุประสงค์ได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น ผู้วิจัยเสนอให้การวิจัยครั้งต่อไปควรมุ่งเน้นการใช้เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ มีความจำเป็นต้องได้ข้อมูลเชิงลึกประกอบการอธิบาย เพื่อนำมาวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2) การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา” เป็นการศึกษาวิจัยเฉพาะกรณีศึกษา ซึ่งเกี่ยวข้องกับบุคลากรทางการศึกษานำการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศนำไปใช้ประโยชน์ เพราะฉะนั้น การอธิบายผลการการศึกษาที่เกิดขึ้น ในแต่ละหน่วยงานจะมีการกิจ และจุดมุ่งหมายในการใช้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่มีความแตกต่างกัน จึงควรพิจารณาประเด็นในการศึกษาในกรณีศึกษาอื่น ๆ โดยมุ่งเน้นบริบทความเข้าใจในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้น ๆ เป็นหลัก

3) การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา” เป็นการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศ การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคของข้อมูลข่าวสารที่มีความหลากหลายมากขึ้นในปัจจุบัน เพราะฉะนั้นปัจจัยที่สำคัญในการนำมาวิเคราะห์จึงควรอยู่บนพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศในช่วงเวลานั้นประกอบการออกแบบการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงการพัฒนาและการใช้ประโยชน์

1) การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา” หน่วยงานที่สามารถนำไปใช้โดยหลักการ คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการศึกษา บุคลากรครู ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา และศึกษานิเทศก์ ซึ่งจะมีความสอดคล้องในบริบทผลการศึกษาในการวิจัยในครั้งนี้

2) การนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่มีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ศึกษา สามารถนำประเด็นการวิเคราะห์เชิงลึกจากข้อมูลเชิงคุณภาพนำไป

ศึกษาเปรียบเทียบหรือเป็นแนวทางในการออกนโยบายเพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์

3) การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์งานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา” เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องที่มีหน้าที่ในบริการสาธารณะ ในหน่วยงานที่จะออกแบบการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการวิเคราะห์ความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่หลากหลายในช่วงวัย หน้าที่ภารกิจ เพื่อให้การดำเนินการงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมีประสิทธิภาพสูงสุด

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรมสรรพากร. (2562). *สรรพากรประกาศยุทธศาสตร์ D²RIVE ยุทธศาสตร์การเก็บภาษีและบริการประชาชนให้ทันสมัย รวดเร็ว และเป็นธรรม*. กรมสรรพากร
- กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์. (2542). *ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- จินห์นิภา แสงสุข. (2567). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง ฉบับเทคโนโลยีการศึกษา*, 8(2), 12–26.
- จินณวัตร ปะโคทั้ง, & ภูมิไพรัตน์ อนุพันธ์. (2562). การสื่อสารในสถานศึกษายุคดิจิทัล. *วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย*, 1(1), 125–132.
- ชลัญฐา เรืองฉาย, & มาริษา สุจิตวนิช. (2566). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจกรณีศึกษาสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี. ใน *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม* (น. 1102–1111). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ฐิติพรรณ ธนानันต์วาณิช. (2568). การจัดการภาครัฐในยุคดิจิทัล: แนวทางและความท้าทาย. *วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ*, 8(4), 293–305.
- เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์. (2568). รัฐบาลดิจิทัลต้นแบบ: บทเรียนความสำเร็จของเอสโตเนียและเกาหลีใต้. *วารสารนโยบายและกิจการสาธารณะ*, 4(1), 1–23.
- นันทะ บุตรน้อย, วิวัฒน์ หมั่นการ, พรชนก ทองลาด, & สุธีรา ทิพย์วิวัฒน์พจนา. (2567). การตรวจสอบสามเ้าในการวิจัยทางสังคมศาสตร์. *วารสารมณีเชษฐาราม วัดจอมมณี*, 7(6), 1184–1198.
- ปภาวี บุญกลาง. (2560). *ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กรณีศึกษาสาขาในเขตอำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา* [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน].

- ปริญญ์วันน์ เพ็ญเพ็ชร, & สำเนา หมื่นแจ่ม. (2568). แนวทางการบริหารงานประชาสัมพันธ์เชิงรุกในยุค พลิกผันด้วยดิจิทัลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการสื่อสารและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียน บ้านต้นสำน อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสันติยาวิวัฒน์*, 3(3), 186–201.
- ปรียวรรณ สุวรรณสุนย์. (2562). *ระบบราชการไทย 4.0*. สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภา ผู้แทนราษฎร.
- พงษ์จันทร์ ไกรสิทธิ์. (2556). *การจัดการความรู้ของสำนักงานเลขาธิการกรม ประจำปีงบประมาณ 2556 ครั้งที่ 3: หลักการและแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์*. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กรมสรรพสามิต.
- สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม. (2548). กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 5*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุภัททา ปิณฑะแพทย์. (2564). การสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารพัฒนารัฐกิจและ อุตสาหกรรม*, 1(3), 1–3.
- สุกัญญา มิตรเมฆ, & เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์. (2565). การปรับตัวของการบริหารงานขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นในจังหวัดชุมพรภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0. *รายงานสืบเนื่องจากการประชุม หาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 13*.
- สมศักดิ์ วานิชยาภรณ์, & นิสรา ใจซื่อ. (2562). การขับเคลื่อนองค์การดิจิทัลเพื่อก้าวสู่การพัฒนาประเทศ ไทย 4.0. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 38(3), 78–91.
- สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน. (2561). *ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อการ ปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล*. สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.
- สุธัญญา กฤตาคม. (2564). กรอบแนวคิดการศึกษาการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. *Journal of Modern Learning Development*, 6(5), 261–273.
- อรปรียา เสาศิลา. (2567). ประสิทธิผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น: กรณีศึกษาเทศบาลเมืองลำพูน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 12(2), 45–55.

อิทธิพล จันทรรัตน์กุล, กมลพร กัลยาณมิตร, สลิตย์ นิยมญาติ, & ทศนีย์ ลักษณะวิชช. (2564). บทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้อีสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์*, 8(1), 222–234.

เบญจจรรยา วัฒนกุล, & ณรงค์ธร อินชมภู. (2568). การนำแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัลเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน*, 1(1), 51–61.

บุหลัน กุลวิจิตร. (2564). สื่อสังคมออนไลน์กับการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 41(1), 13–26. <https://doi.org/10.14456/sujthai.2021.2>

บุญยง ธรรมสอาด. (2551). *คู่มือปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เรื่องหลักการประชาสัมพันธ์*. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 5, สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2549). *การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์* (พิมพ์ครั้งที่ 11). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2553). *การประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 12). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิจิตา จันทรวาริเลขา. (2563). แนวทางในการสนับสนุนการพัฒนาทักษะบุคลากรในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Savvy) ตามแผนงาน Digital Competency: กรณีสืบศึกษา การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) [สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].

APAC Business Standard. (ม.ป.ป.). *เทคโนโลยีดิจิทัลคืออะไร: คำจำกัดความ ประเภท และประโยชน์*. <https://apacbusinessstandard.com/digital-technology/>

Jobsdb. (2566, 7 กรกฎาคม). *Digital Transformation คืออะไร เข้าใจเรื่องสำคัญที่องค์กรต้องรู้*.

ภาษาอังกฤษ

Boulding, K. E. (1975). *The image: Knowledge in life and society*. University of Michigan Press.

Keller, K. L. (2003). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (2nd ed.). Prentice Hall.

Likert, R. (1961). *New patterns of management*. McGraw-Hill.

Van Riel, C. B. M. (1995). *Principles of corporate communication*. Prentice-Hall.

ภาคผนวก

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาวฐริตา สุทธิแก้ว
วัน เดือน ปี เกิด	4 กรกฎาคม 2524
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไปปฏิบัติการ ปฏิบัติหน้าที่ในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา
สังกัด	สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา
ประวัติการศึกษา	
2555	ประกาศนียบัตรบัณฑิต (วิชาชีพครู) มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จังหวัดเชียงใหม่
2548	วิทยาศาสตรบัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย
ประวัติการทำงาน	
1 ตุลาคม 2560	เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไปปฏิบัติการ ปฏิบัติงานในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดพะเยา
1 ตุลาคม 2558	เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไปปฏิบัติการ ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพะเยา เขต 2
14 กันยายน 2555	เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไปปฏิบัติการ ปฏิบัติงานในคุรุสภาเขตพื้นที่การศึกษาลำปาง เขต 3