



บทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์*

ROLE OF GOVERNMENT SECTORS FOR USING OF SOCIAL MEDIA

¹อิทธิพล จันทรรัตน์กุล Itthipol Chunratanakul,

²กมลพร กัลยาณมิตร Kamolporn Kalyanamitra,

³สถิตย์ นิยมญาติ Satit Niyomyaht, ⁴ทัศนีย์ ลักขณาภิชนชัช Tassanee Lakkanapichonchat

^{1,2,3,4}มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี Bangkokthonburi University, Thailand

E-mail: chunratanakul@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคบทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารในหน่วยงานระดับกระทรวง ผู้บริหารภาครัฐ ระดับสูง ระดับกลาง และอาจารย์มหาวิทยาลัย จำนวน 18 คน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบบรรยายเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) บทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย (1) การประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางที่เพิ่มความสะดวกในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งใช้ชี้แจงแก้ไขความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์กร (2) บทบาทตามที่กำหนด ช่วยให้การปฏิบัติงานและการติดต่อราชการนั้นง่ายขึ้น (easier) รวดเร็วขึ้น (faster) และลดภาระค่าใช้จ่าย (cheaper) ช่วยในการติดต่อสื่อสาร การประสานงานระหว่างบุคคล หน่วยงาน และประชาชน เผยแพร่ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน (3) การส่งเสริมภาพลักษณ์ ได้แก่ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านบริการของหน่วยงานภาครัฐ เพราะทำให้ประชาชนได้รับบริการของรัฐเร็วขึ้น (4) การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่กับประชาชน ช่วยทำให้หน่วยงานภาครัฐสามารถทราบข้อมูล (5) การให้บริการประชาชน ช่วยให้หน่วยงานภาครัฐสามารถให้บริการประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็วขึ้น ลดขั้นตอนการดำเนินการ ลดค่าใช้จ่าย และภาระด้านเอกสาร (6) การช่วยเหลือ/สนับสนุน การประกอบอาชีพ โดยช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการและประชาชนในด้านการขออนุมัติขออนุญาตในการประกอบธุรกิจ และ 2) ปัญหาและอุปสรรค คือ (1) กฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ระบบการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานภาครัฐยังไม่เอื้ออำนวยให้เกิดการใช้สื่อออนไลน์ (2) บุคลากรขาดความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสาร (3) งบประมาณและบุคลากรไม่เพียงพอ (4) หน่วยงานภาครัฐยังขาดความพร้อมในด้านข้อมูลและประชาชนขาดความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัย

คำสำคัญ: บทบาท, หน่วยงานภาครัฐ, การใช้สื่อสังคมออนไลน์



Abstract

The purpose of this research were 1) to study the role of government sectors for using of social media, and 2) to study problems and obstacles on the role of government sectors for using of social media. It is a qualitative research by in-depth interviews with 18 key informants included the executives, senior level, middle level in government sectors and the instructors, and they were selected by purposive sampling. Data was collected by in-depth interview and analyzed by descriptive analysis. Research results found that the role of government sectors for using of social media consisted of 1) the public relations was a channel that increases the convenience of disseminating information of government sectors as well as to clarify misunderstandings about the organization. 2) The role appointment included helping to promote and connect easily with government sectors' services including faster, and cheaper that help to communicate coordination between individuals, agencies and the public, disseminate information about the public relations of the organization. (3) Image enhancement is to help promote the image of government agencies' services because it allows people to receive government services faster. (4) The public participation side increased communication channels and practice relations between officials and people to help government sectors to know various information. (5) The service of people side helped organization of the government sector served people more easily and quickly, to reduce operational procedures, to reduce costs and burden on paperwork. (6) The help/support occupation side helped to facilitate entrepreneurs and the public in obtaining approval requesting permission to operate various businesses. 2) Problems and obstacles are (1) role and regulations, work systems and corporate culture of government agencies that do not support the use of online media, (2) personnel lack of knowledge, skills and skills in the use of technology, (3) Inadequate budget and personnel, and (4) Government agencies lack information and people lack confidence in safety.

Keywords: Role, Government Sectors, Using of Social Media.

บทนำ

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของการสร้างและการเผยแพร่ข้อมูล ปัจจุบันกระแสการใช้งานอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ประเภทสมาร์ทโฟน และอุปกรณ์พกพา เช่น แท็บเล็ต ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน องค์กร หรือกลุ่มบุคคลได้นำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ประโยชน์ทั้งในการสื่อสารติดต่อกันภายในหน่วยงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการติดต่อสื่อสารกับประชาชนมากขึ้น โดยสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีที่เรียกว่า เว็บ 2.0 (Web 2.0) คือ เครื่องมือต่างๆ ที่ทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อนุญาตให้แต่ละบุคคลเข้าถึง แลกเปลี่ยน สร้างเนื้อหา และสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ และการเข้าร่วมเครือข่ายออนไลน์ต่างๆ ซึ่งปัจจุบันบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการนำมาใช้ในการสื่อสารระหว่าง บุคคล เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ หรือการสื่อสารของหน่วยงานราชการ ตลอดจนองค์กรต่างๆ มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ที่มีรูปแบบการทำงานในลักษณะออนไลน์และสามารถที่จะใช้สร้างและเพิ่มเติมเนื้อหาได้สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นช่องทางการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่หน่วยงานราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานของเอกชนในทุกหน่วยงาน สามารถจะนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่างๆ ได้ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลการให้ความรู้ รวมทั้งเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และใช้ติดต่อสื่อสารกับสาธารณะซึ่งกล่าวโดยทั่วไปแล้ว สื่อสังคมออนไลน์จึงมีทั้งข้อดีและข้อด้อย (แสงเดือน ผ่องพุ่ม, 2556)

ดังนั้น ในการนำมาใช้ควรที่จะกำหนดเงื่อนไขการใช้และข้อกำหนดความรับผิดชอบให้ชัดเจน นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นสื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเป็นสื่อที่มีการปรับปรุงแก้ไขข้อมูลได้ตลอดเวลา จำเป็นที่จะต้องติดตามความเคลื่อนไหวของเนื้อหาสาระอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนตอบข้อสงสัยอย่างสม่ำเสมอ และรวมทั้งต้องรักษาความเป็นกลาง และต้องไม่สร้างความแตกแยกในสังคม (สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2561) มีความเป็นทางการ และควบคุมการทำงานได้น้อย ขาดความยืดหยุ่น แต่เปิดกว้าง ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ ขาดการเคารพกฎเกณฑ์ของสังคม การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลมีการเคลื่อนไหวรวดเร็วของสื่อสังคมออนไลน์มีมากกว่าสื่อในรูปแบบเดิม ทำให้สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างกระแสต่อสังคมในด้านต่างๆ ทั้งกระแสที่ดีและไม่ดี การละเมิดลิขสิทธิ์และสิทธิส่วนบุคคล อาญากรรมคอมพิวเตอร์ รวมทั้งอาจเป็นภัยคุกคามทางความมั่นคง (พิรงรอง รามสูต ธรรมะนันท์ และ นิธิมา คณานินันท์, 2553) แต่เป็นความท้าทายของหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานที่เป็นทางการ เช่น รัฐสภา รัฐบาล ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ เป็นต้น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐอาจมีข้อจำกัด เพราะหน่วยงานราชการจะต้องกำหนดว่า หน่วยงานภาครัฐจะต้องกำหนดบทบาทของตนว่าหน่วยงานของตนอยู่ในตำแหน่งใดของสังคมออนไลน์ โดยหากกำหนดระดับความเป็นทางการในการสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์ไว้สูง โอกาสที่จะมีการเข้าถึงของผู้ใช้น้อยลง ด้วย แต่หากกำหนดระดับความเป็นทางการในการสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์ไว้ในระดับที่ต่ำ ความน่าเชื่อถือของหน่วยงานก็จะลดลงตามไปด้วย ในการนำสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้ในหน่วยงานรัฐ จะต้องรักษาระดับระหว่างการใช้ประโยชน์ การให้ข้อมูล และความเป็นกลางทางการเมือง ในกรณีที่มีข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นประเด็นร้อน บางครั้งจะต้องอธิบาย หรือแก้ไขความถูกต้องเพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้ง (Williamson Andy, 2013)



ในยุคหลอมรวมเทคโนโลยีมีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรับผลิต และใช้ข้อมูลของผู้รับสาร และสื่อกระแสหลักทำให้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) กลายเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร เกิดการ ปฏิสัมพันธ์ ในชุมชนออนไลน์ เชื่อมโยงเรื่องราวจากกลุ่มหนึ่งสู่อีกกลุ่มหนึ่ง ผู้รับสารบนสื่อออนไลน์สามารถผลิตสื่อได้เอง ในหลายรูปแบบและมีจำนวนมาก มีผลให้เกิดกระบวนการสื่อสารในลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) คือ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตสื่อและผู้รับสารบนสื่อสังคม มีการใช้สื่อสังคมเป็น เครื่องมือรวบรวมข้อมูล ติดตามแหล่งข่าวและประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติมจาก สิ่งที่ผู้ใช้สื่อออนไลน์นำมา เผยแพร่และ เกิดการสนทนา แลกเปลี่ยนข่าวสารกัน ประโยชน์ของ กระบวนการหาข้อมูลจากสื่อสังคม ออนไลน์คือเปิดโอกาสให้ผู้สื่อข่าว สำนักข่าว และผู้ผลิตสื่อรูปแบบต่างๆ สามารถเข้าถึงข้อมูลจำนวนมาก และ กว้างมากขึ้น เข้าถึงกลุ่มคนที่แตกต่าง หลากหลาย และกลุ่มคนใหม่ๆ ที่อาจไม่เคยเป็นแหล่งข้อมูลของสื่อมา ก่อน ดังนั้น สื่อสังคมออนไลน์จึงมีตัวเลือกของผู้เชี่ยวชาญ ผู้เกี่ยวข้องกับเรื่องราว และแหล่งข่าวที่หลากหลาย รวมถึงมีโอกาสในการพัฒนาขยายเครือข่ายการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่แตกต่างได้ความท้าทายที่เกิดขึ้นท่ามกลาง การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี อีกทั้งบทบาทของข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ต่อการนำเสนอ ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานภาครัฐที่สามารถกำหนดวาระข่าวสารความสนใจของสังคมมาใช้ในการ ประชาสัมพันธ์และการรับรู้ของประชาชนจากการรายงานข่าวของสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นความท้าทาย บทบาทของภาครัฐต่อการใช้อสื่อสังคมออนไลน์เพื่อพัฒนาคุณภาพในการรายงานข่าวและควบคุมมาตรฐานใน การใช้อสื่อสังคมออนไลน์ในการรับข้อมูล ใช้ข้อมูล และผลิตจากสื่อสังคมออนไลน์ต่อประชาชนในทุกระดับตั้งแต่ ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับชาติ เพื่อยกระดับบทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้อสื่อสังคมออนไลน์ใน สังคมไทยให้มีคุณภาพและเป็นการพัฒนาคนจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอีกทางหนึ่ง (สุภารักษ์ จูตระกูล, 2557)

ด้วยความสำคัญของที่มาและปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องบทบาทของ หน่วยงานภาครัฐต่อการใช้อสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมบทบาทของ หน่วยงานภาครัฐต่อการใช้อสื่อสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้อสื่อสังคมออนไลน์
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคบทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้อสื่อสังคมออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งเป็นวิธีการที่สามารถหาข้อมูลเชิงลึก ทำให้มีน้ำหนัก ความน่าเชื่อถือ จากแหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารในหน่วยงานระดับกระทรวง ผู้บริหารภาครัฐ ระดับสูง ระดับกลาง และอาจารย์มหาวิทยาลัย จำนวน 18 คน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) เพื่อนำมายังข้อมูลที่มีคุณค่าและประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้



2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือ

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า ตำรา เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์

2.2 พัฒนาเครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2.3 นำร่างแบบสัมภาษณ์เสนออาจารย์ที่ปรึกษาฯ อนุมัติ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม

2.4 นำร่างแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นแล้วนำคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไข

2.5 พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ จึงนำไปจัดพิมพ์เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ติดต่อกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษา เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลโดยการนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่วิจัยได้เตรียมคำถามไว้ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant interview) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้หรือมีข้อมูลในเรื่องที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาดีที่สุดหรือมีความเกี่ยวข้องมากที่สุด โดยดำเนินการตามขั้นตอนสำคัญ ดังต่อไปนี้

3.1 การนัดหมายและกำหนดวันสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการประสานกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและกำหนดสัมภาษณ์

3.2 การแนะนำตัวและการสร้างความสัมพันธ์ ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยแนะนำตัว ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ และชี้แจงก่อนสัมภาษณ์ถึงข้อมูลที่ได้จากผู้ให้สัมภาษณ์จะเป็นความลับ ไม่เปิดเผยรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ โดยขออนุญาตในการจดบันทึกระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้ทำการวิจัยได้สร้างความสัมพันธ์ (Rapport) กับผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และมีการทดสอบคำถามและคำตอบเพื่อเป็นแนวทางในการถามคำถามต่อไป โดยจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30-60 นาที

3.3 การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะถามคำถามที่ละข้อตามแบบสัมภาษณ์ครบทุกด้าน และผู้วิจัยจะใช้คำถามเพิ่มเติมในประเด็นที่ยังขาดอยู่

3.4 การยุติสัมภาษณ์ ผู้วิจัยกล่าวขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ และอาจนัดหมายสัมภาษณ์เพิ่มเติมทางโทรศัพท์เพื่อให้ครอบคลุมตามประเด็นที่ศึกษา

4. การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยให้ความสำคัญมากในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยไม่เปิดเผยรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ตามความประสงค์ของผู้ให้ข้อมูล การสัมภาษณ์นี้ผู้วิจัยต้องเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูลอย่างใกล้ชิด ตั้งแต่ขั้นตอนการสร้างสัมพันธภาพ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลเกิดความไว้วางใจทำให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด จะเห็นได้ว่าตลอดกระบวนการวิจัยมีทั้งการสัมภาษณ์เจาะลึกเข้าไปในเรื่องราวส่วนตัว ความรู้สึกนึกคิด และการสังเกตซึ่งบางครั้งอาจจะเกิดความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณของนักวิจัยอย่างเคร่งครัดเพื่อเป็นการเก็บรักษาความลับ ความปลอดภัย คำถามที่ใช้ต้องไม่คุกคามอารมณ์ความรู้สึก และเคารพสิทธิของผู้ให้ ผู้วิจัยจึงทำการพิทักษ์สิทธิของผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้



4.1 ผู้วิจัยแนะนำตัวเอง อธิบายวัตถุประสงค์ รวมทั้งขั้นตอน และรายละเอียดในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์และขออนุญาตฉบับที่กเทบไว้ เพื่อความถูกต้องในการบันทึกข้อมูล

4.2 ผู้วิจัยอธิบายให้ทราบว่าผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิในการตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยหรือไม่ก็ได้และถ้าหากตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยสามารถออกจากกรวิจัยได้ตลอดเวลา โดยไม่มีผลต่อผู้ให้ข้อมูลแต่อย่างใด

4.3 เมื่อผู้ให้ข้อมูลสมัครใจเข้าร่วมการวิจัย ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูล

4.4 ตลอดการวิจัยผู้ให้ข้อมูลสามารถซักถามข้อมูลเกี่ยวกับการทำวิจัยครั้งนี้ได้

4.5 ในระหว่างการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิที่จะปกปิดข้อมูลที่ไม่ต้องการเปิดเผย

4.6 ขณะที่สัมภาษณ์หากผู้ให้ข้อมูลเกิดการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ เช่น สะเทือนใจ คับข้องใจจนไม่สามารถพูดคุยต่อไปได้ ผู้วิจัยจะยุติการสนทนาและอยู่เป็นเพื่อน ให้กำลังใจ โดยการสัมผัสจับมือผู้ให้ข้อมูล โอบไหล่ด้วยความสำรวม และรอนกว่าผู้ให้ข้อมูลพร้อมที่จะพูดคุยต่อ ถ้าผู้ให้ข้อมูลไม่พร้อมหรือประสงค์ที่จะยุติการสนทนา ผู้วิจัยจะยุติการสนทนาและสอบถามผู้ให้ข้อมูลเพื่อเลือกเวลานัดหมายในครั้งต่อไป

4.7 ผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิที่จะรับรู้ข้อมูลตลอดจนสามารถตรวจสอบข้อมูลของตนเองได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

4.8 ในการนำเสนอข้อมูลและเขียนรายงานการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ข้อความและลำดับหมายเลขของผู้ให้ข้อมูลเพื่อเป็นการรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลโดยไม่เปิดเผยชื่อและนำเสนอในภาพรวมโดยไม่เฉพาะเจาะจงชื่อผู้ให้ข้อมูลตามความประสงค์ของผู้ให้ข้อมูล

5. การตรวจสอบข้อมูล สำหรับการตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) คือ การแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกัน (สุภางค์ จันทวนิช, 2547) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) โดยดำเนินการดังนี้

5.1 ด้านข้อมูล (Data) ได้แก่ 1) ด้านเอกสาร ใช้การรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันที่มาจากแหล่งต่างกัน 2) ด้านบุคคล ใช้การรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันจากบุคคลหลายคนที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งมีประสบการณ์เกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษาเป็นอย่างดี

5.2 ด้านทฤษฎี ได้ใช้ทฤษฎีตามที่กล่าวไว้ในบทที่ 2 เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบ

5.3 ด้านผู้วิจัย ใช้ข้อมูลจากผู้วิจัยหลายคนที่วิจัยเรื่องที่มีความเหมือนกันมาตรวจสอบว่า ข้อมูลผลการวิจัยตรงกันหรือไม่

6. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการแบบสร้างข้อสรุปในการการวิจัย ซึ่งส่วนใหญ่ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการจดบันทึกที่นำมาวิเคราะห์และนำเสนอรายงานในรูปแบบการบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การลดทอนข้อมูล การแสดงข้อมูล และการสร้างข้อสรุป ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

6.1 การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) นำข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปและการจดบันทึกมาอ่านหลายๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้ และพิจารณาประเด็นที่สำคัญ การตีความซึ่งใช้วิธีการแยกประเภทข้อมูล (Typological Analysis) โดยการดึงข้อความหรือประโยคที่สำคัญที่เกี่ยวข้องจากประเด็นการสัมภาษณ์

6.2 การแสดงข้อมูล (Data Display) หลังจากลดทอนข้อมูลตามประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์แล้ว ผู้วิจัยได้แสดงข้อมูลในลักษณะเชิงพรรณนา โดยเรียงตามประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

6.3 การสร้างข้อสรุป (Conclusion) ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยกำหนดรหัสข้อมูล (Code) กำกับทุกข้อความหรือทุกประโยค แล้วจึงตั้งชื่อคำสำคัญ ซึ่งจะจัดเป็นทั้งกลุ่มประเด็นหลัก (Themes) และ กลุ่มคำหลัก (Sub-theme) ที่อยู่ภายใต้ความหมายของกลุ่มใหญ่ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความเชื่อมโยง ความสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งเป็นการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) จากข้อสรุปย่อยไปหาข้อสรุปใหญ่ ซึ่งแสดงความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรและผล

สรุปผลการวิจัย

1. บทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้อีสื่อสังคมออนไลน์

1.1 ด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางที่เพิ่มความสะดวกในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งใช้ชี้แจงแก้ไขความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์กร เพราะมีความสะดวกสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง และครอบคลุมทุกกลุ่มอายุ ในระยะเวลาที่รวดเร็ว ปรากฏให้เห็นได้ทั้งข้อความเสียง ภาพ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และสามารถสร้างได้ฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย ได้แก่ การรณรงค์เกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา การแจ้งข้อมูลความเคลื่อนไหวขององค์กรเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

1.2 ด้านบทบาทตามที่กำหนด ได้แก่ 1) ช่วยให้การปฏิบัติงานและการติดต่อราชการนั้นง่ายขึ้น (easier) รวดเร็วขึ้น (faster) และลดภาระค่าใช้จ่าย (cheaper) ได้แก่ การยกเลิกสำเนาเอกสารต่างๆ ที่ไม่จำเป็น ลดการใช้กระดาษ 2) ช่วยในการติดต่อสื่อสาร การประสานงานระหว่างบุคคล หน่วยงาน และประชาชน ได้แก่ การใช้ Chatbot ในการตอบคำถามต่างๆ ประชาชน ใช้สำหรับแจ้งเตือนภัยพิบัติต่างๆ ใช้ตอบคำถามประชาชน และส่งข้อมูลงานให้เพื่อนร่วมงาน 3) ช่วยเผยแพร่ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของหน่วยงาน ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ การให้บริการประชาชน การบริหารงบประมาณ การแต่งตั้งโยกย้าย สับเปลี่ยนตำแหน่ง 4) ใช้เพื่อการสืบค้นข้อมูลประกอบการปฏิบัติงาน และเพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการหาคำตอบเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

1.3 ด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ ได้แก่ 1) ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านบริการของหน่วยงานภาครัฐ เพราะทำให้ประชาชนได้รับบริการของรัฐเร็วขึ้น สะดวกขึ้นง่ายขึ้น 2) ช่วยเป็นช่องทางในการเผยแพร่นโยบาย ภารกิจ และกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐให้ประชาชนได้รับรู้ เพื่อความเข้าใจอันดีของประชาชนและป้องกันการเกิดความเข้าใจผิด 3) สร้างภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพ ทันสมัย ให้กับข้าราชการและหน่วยงานภาครัฐ 4) สร้างความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ในระบบการทำงานของภาครัฐ เนื่องจากประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของภาครัฐได้ เช่น การจัดซื้อจัดจ้าง การใช้จ่ายเงินภาษี เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะนำไปสู่ความไว้วางใจของประชาชนและสังคมต่อหน่วยงานภาครัฐ

1.4 ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่กับประชาชน ช่วยทำให้หน่วยงานภาครัฐสามารถทราบข้อมูลต่างๆ เช่น ความต้องการ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ปัญหาและอุปสรรค ฯลฯ ของประชาชน จากการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นผ่านทางสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ เช่น Facebook, Twitter, YouTube, Line เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นช่องทางให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการทำงานของภาครัฐได้สะดวกขึ้น จากข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ภาครัฐเปิดเผยให้สาธารณชนทราบตามสื่อออนไลน์ต่างๆ ของหน่วยงาน

1.5 ด้านการให้บริการประชาชน ช่วยให้หน่วยงาน ภาครัฐสามารถให้บริการประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็วขึ้น ลดขั้นตอนการดำเนินการ ลดค่าใช้จ่าย และภาระด้านเอกสาร จากกระบวนการ



ทำงานของหน่วยงานของรัฐที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลถึงกัน เช่น การนำ Mobile Application มาใช้สำหรับให้บริการข้อมูลภาครัฐในการติดต่อกับภาครัฐ ด้านการติดต่อทำธุรกรรมของหน่วยงาน ด้านการจูงใจออนไลน์ ติดตามสถานะบริการ การปักหมุดจุดสำหรับให้บริการสถานที่ราชการ รวมถึงแสดงความคิดเห็นร้องเรียนต่างๆ เป็นต้น

1.6 ด้านการช่วยเหลือ/สนับสนุนการประกอบอาชีพ ได้แก่ 1) ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการและประชาชน ในด้านการขออนุมัติ ขออนุญาตในการประกอบธุรกิจต่างๆ 2) เป็นช่องทางเปิดเผยข้อมูลและข่าวสารอันเนื่องมาจากการประกอบอาชีพทำให้ประชาชนได้รับทราบ และช่วยส่งเสริมกิจการพาณิชย์ในด้านต่างๆ 3) เป็นช่องทางในการประสานงานและการให้ความรู้พัฒนาอาชีพ พัฒนาฝีมือแรงงานให้กับประชาชน เช่น การอบรมด้านอาชีพออนไลน์ การใช้ YouTube สร้างการเป็นแหล่งเรียนรู้ในเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เป็นต้น

2. ปัญหาและอุปสรรคบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้อีสื่อสังคมออนไลน์

2.1 กฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ระบบการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานภาครัฐยังไม่เอื้ออำนวยให้เกิดการใช้อีสื่อออนไลน์

2.2 บุคลากรขาดความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสาร

2.3 งบประมาณและบุคลากรไม่เพียงพอ ทำให้ขาดเทคโนโลยีที่จำเป็นและบุคลากรในการปฏิบัติงาน

2.4 ปัญหาด้านข้อมูล คือหน่วยงานภาครัฐยังขาดความขาดความพร้อมในด้านข้อมูล ในขณะที่ด้านประชาชนก็ขาดความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัย

2.5 ก่อให้เกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงาน หรือสร้างประเด็นขัดแย้งทางสังคมได้ง่าย หากผู้ปฏิบัติงานไม่ระมัดระวังและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอย่างรอบคอบ

2.6 ประชาชนบางกลุ่มยังเข้าไม่ถึงเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต ทั้งขาดความรู้และทักษะในการใช้อุปกรณ์ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. บทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้อีสื่อสังคมออนไลน์ แยกเป็นแต่ละด้านดังนี้

1.1 ด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางที่เพิ่มความสะดวกในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งใช้ชี้แจงแก้ไขความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์กร เพราะมีความสะดวก สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง และครอบคลุมทุกกลุ่มอายุ ในระยะเวลาที่รวดเร็ว ปรากฏให้เห็นได้ทั้งข้อความเสียง ภาพ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และสามารถสร้างได้ฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย ได้แก่ การณรงค์เกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา การแจ้งข้อมูลความเคลื่อนไหวขององค์กรเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น สอดคล้องกับการวิจัยของภาวิณี น้อยช่างคิด (2560) ที่ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวผ่านทางเฟซบุ๊กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจะทำการเปิดรับจากเฟซบุ๊กแฟนเพจของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด โดยพบเห็นข่าวผ่านหน้า Feed ที่เพื่อนหรือคนรู้จัก ได้ทำการกดไลค์หรือแสดงความคิดเห็นประเภทข่าวที่เปิดรับได้แก่ข่าวสังคม โดยพิจารณาความน่าสนใจจากหัวข้อข่าวมากที่สุด จะมีการเปิดรับข่าวทุกวันในช่วงเวลา 18.00 – 24.00 น.



1.2 ด้านบทบาทตามที่กำหนด คือ 1) ช่วยให้การปฏิบัติงานและการติดต่อราชการนั้นง่ายขึ้น (easier) รวดเร็วขึ้น (faster) และลดภาระค่าใช้จ่าย (cheaper) ได้แก่ การยกเลิกสำเนาเอกสารต่างๆ ที่ไม่จำเป็น ลดการใช้กระดาษ 2) ช่วยในการติดต่อสื่อสาร การประสานงานระหว่างบุคคล หน่วยงาน และประชาชน ได้แก่ การใช้ Chatbot ในการตอบคำถามต่างๆ ประชาชน ใช้สำหรับแจ้งเตือนภัยพิบัติต่างๆ ใช้ตอบคำถามประชาชน และส่งข้อมูลงานให้เพื่อนร่วมงาน 3) ช่วยเผยแพร่ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของหน่วยงาน ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ การให้บริการประชาชน การบริหารงบประมาณ การแต่งตั้งโยกย้าย สับเปลี่ยนตำแหน่ง 4) ใช้เพื่อการสืบค้นข้อมูลประกอบการปฏิบัติงาน และเพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการหาคำตอบเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง สอดคล้องกับการวิจัยของเนติพัชญ์ ธาณิ (2562) ที่ผลการวิจัยพบว่าการบริหารงานด้านเทคโนโลยีของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินมีการนำเอาเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานในหลากหลายหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นงานคดี งานด้านการบริหารทรัพยากรสินในคดี งานกำกับและตรวจสอบงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และงานเพื่อการสนับสนุนอื่นๆ

1.3 ด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ ได้แก่ 1) ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านบริการของหน่วยงานภาครัฐ เพราะทำให้ประชาชนได้รับบริการของรัฐเร็วขึ้น สะดวกขึ้นง่ายขึ้น 2) ช่วยเป็นช่องทางในการเผยแพร่ นโยบาย ภารกิจ และกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐให้ประชาชนได้รับรู้ เพื่อความเข้าใจอันดีของประชาชนและป้องกันการเกิดความเข้าใจผิด 3) สร้างภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพ ทันสมัย ให้กับข้าราชการ และหน่วยงานภาครัฐ 4) สร้างความโปร่งใสตรวจสอบได้ในระบบการทำงานของภาครัฐ เนื่องจากประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของภาครัฐได้ เช่น การจัดซื้อจัดจ้าง การใช้จ่ายเงินภาษี เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่ความไว้วางใจของประชาชนและสังคมต่อหน่วยงานภาครัฐ สอดคล้องกับการวิจัยของสุวิมล สุวิสุทธิ (2561) ที่ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการปฏิบัติงานของบุคลากรอยู่ในระดับสูง ระดับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารในองค์กรและความทุ่มเทในการทำงานอยู่ในระดับมาก 2) การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารในองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) ความทุ่มเทในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.4 ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่กับประชาชน ช่วยทำให้หน่วยงานภาครัฐสามารถทราบข้อมูลต่างๆ เช่น ความต้องการ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ปัญหาและอุปสรรค ฯลฯ ของประชาชน จากการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นผ่านทางสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ เช่น Facebook, Twitter, YouTube, Line เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นช่องทางให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการทำงานของภาครัฐได้สะดวกขึ้น จากข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ภาครัฐเปิดเผยให้สาธารณชนทราบตามสื่อออนไลน์ต่างๆ ของหน่วยงาน สอดคล้องกับการวิจัยของอุดม ไพรเกษตร (2558) ที่ผลการวิจัยพบว่า หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ที่ใช้เฟซบุ๊ก มีจำนวนร้อยละ 81.25 เป็นหน่วยงานสนับสนุน ร้อยละ 47.92 ลักษณะการใช้เฟซบุ๊ก มีลักษณะเป็นเพจ (Page) ร้อยละ 73.08 โดยผ่านทาง Website ของหน่วยงานร้อยละ 64.10 ใช้หน่วยงานภายในเป็นผู้ดูแลเฟซบุ๊ก ร้อยละ 100.00 มีวัตถุประสงค์การใช้เพื่อเป็นช่องทางสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์กับประชาชน ร้อยละ 19.23 และระดับการใช้เฟซบุ๊กของหน่วยงานภาครัฐเพื่อการมีส่วนร่วมของประชาชน การให้ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยการใช้เฟซบุ๊กของหน่วยงานภาครัฐเพื่อการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การสนับสนุนของผู้นำวัตถุประสงค์ของนโยบายโดยความสัมพันธ์กับระดับการใช้เฟซบุ๊กของหน่วยงานภาครัฐเพื่อการมีส่วนร่วมของประชาชนมีระดับ



การปฏิบัติอยู่ในระดับสูงสุด และความร่วมมือของประชาชนมีความสัมพันธ์กับระดับการใช้เฟซบุ๊กของหน่วยงานภาครัฐเพื่อการมีส่วนร่วมของประชาชนมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับสูงสุด

1.5 ด้านการให้บริการประชาชน ช่วยให้หน่วยงานภาครัฐสามารถให้บริการประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็วขึ้น ลดขั้นตอนการดำเนินการ ลดค่าใช้จ่าย และภาระด้านเอกสาร จากกระบวนการทำงานของหน่วยงานของรัฐที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลถึงกัน เช่น การนำ Mobile Application มาใช้สำหรับให้บริการข้อมูลภาครัฐในการติดต่อกับภาครัฐ ด้านการติดต่อทำธุรกรรมของหน่วยงาน ด้านการจองคิวออนไลน์ ติดตามสถานะบริการ การปักหมุดจุดสำหรับให้บริการสถานที่ราชการ รวมถึงแสดงความคิดเห็นร้องเรียนต่างๆ เป็นต้น สอดคล้องกับการวิจัยของตุลภัทร บุญเดิม (2560) ที่ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรของวิทยาลัยการปกครองตั้งแต่ระดับผู้บริหารไปจนถึงเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการมีทักษะในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานภายใต้ยุทธศาสตร์กรมการปกครอง แบ่งผลการปฏิบัติงานออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) ด้านประสิทธิภาพในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศบุคลากรวิทยาลัยการปกครองมีทักษะและความรู้อยู่ในระดับขั้นปฏิบัติ สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทำงานได้ตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย 2) ด้านคุณภาพการให้บริการทางด้านเทคโนโลยีมีสมรรถนะอยู่ในระดับปฏิบัติ มีการให้บริการทาง เทคโนโลยีสารสนเทศผ่านทางบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ การสนับสนุนทางด้านวัสดุอุปกรณ์ 3) ด้านการพัฒนาองค์การมีสมรรถนะ มีการบูรณาการในการจัดการฝึกอบรมที่เกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ตลอดเวลา

1.6 ด้านการช่วยเหลือ/สนับสนุนการประกอบอาชีพ ได้แก่ 1) ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการและประชาชนในด้านการขออนุมัติ ขออนุญาตในการประกอบธุรกิจต่างๆ 2) เป็นช่องทางเปิดเผยข้อมูลและข่าวสารอันเกี่ยวเนื่องกับการประกอบอาชีพทำให้ประชาชนได้รับทราบ และช่วยส่งเสริมกิจการพาณิชย์ในด้านต่างๆ 3) เป็นช่องทางในการประสานงานและการให้ความรู้พัฒนาอาชีพ พัฒนาฝีมือแรงงานให้กับประชาชน เช่น การอบรมด้านอาชีพออนไลน์ การใช้ YouTube สร้างการเป็นแหล่งเรียนรู้ในเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เป็นต้น สอดคล้องกับการวิจัยของนภสร สุตทั่วม (2560) ที่ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการอัยการ สำนักงานอัยการสูงสุด คือ 1) ด้านคุณภาพของงาน ความพึงพอใจผลงานมีความถูกต้อง มาตรฐานและรวดเร็ว บุคลากรในสำนักงานคณะกรรมการอัยการได้มีทักษะในการนำเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น Computer, Tablet, Smart Phone, หรือโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ Application สื่อออนไลน์ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงาน การทำงานร่วมกันหรือเพื่อใช้ในการ พัฒนาระบบการทำงาน ระบบงานในสำนักงานให้มีความทันสมัยโดยครอบคลุมความสามารถในการใช้ ความเข้าใจ การสร้างสรรค์ และการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดประโยชน์ต่อบุคลากร ได้แก่ ทำงานได้รวดเร็ว ลดข้อผิดพลาด มีความมั่นใจในการทำงานมากขึ้น สามารถสร้างสรรค์ผลงานได้เอง เข้าถึงเรียกใช้ข้อมูล ได้ตรงความต้องการมากขึ้น แก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ หน่วยงานได้รับการยอมรับว่าทันสมัย ความเชื่อมั่นและไว้วางใจจากบุคคลภายนอกและหน่วยงานอื่นๆ กระบวนการทำงานและการสื่อสารกระชับขึ้น คล่องตัวขึ้น 2) ด้านปริมาณงานเป็นไปตามความคาดหวังของหน่วยงานเป็นไปตามแผนและเป้าหมายที่วางไว้ จากการนำเทคโนโลยี มาใช้ในการปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้ในปริมาณที่มากขึ้นและใช้เวลาน้อยลง การนำเทคโนโลยีมาใช้แก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถปฏิบัติงานได้มากขึ้น เช่น การตอบข้อซักถามผ่าน Group Application Line สามารถ ตอบข้อซักถามได้ถึง 70-80 คน/วัน เป็นต้น 3) ด้านเวลา เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานมีความถูกต้องตามหลักการ เหมาะสมกับ



งานและทันสมัย มีการพัฒนาเทคนิคการทำงานให้สะดวกรวดเร็วขึ้น มีการบริหารเวลา จากการปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีของบุคลากรในสำนักงานคณะกรรมการอัยการ นำมาช่วยในการตัดสินใจได้ดี สามารถบริหารจัดการเวลา ได้ดีมากยิ่งขึ้น กระบวนการทำงานของหน่วยงานกระชับขึ้น คล่องตัวขึ้น เช่น การใช้ Application QR Code มาช่วย ในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว หรือ การใช้โปรแกรม Google docs. มาช่วยในการถอดเทปการประชุม เป็นเทคนิคการทำงานที่สะดวกรวดเร็วประหยัดเวลายิ่งขึ้น 4) ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินการด้านเทคโนโลยีมีความเหมาะสมกับงานและวิธีการ การใช้ทรัพยากรด้านการเงิน คน วัสดุ ที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ประหยัด เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด หน่วยงาน สามารถประหยัดทรัพยากรในการดำเนินงานในแต่ละกระบวนการได้มากขึ้น

2. ปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จากการวิจัยพบว่า

1) ภาระเบียด ขอบคับต่างๆ ระบบการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานภาครัฐยังไม่เอื้ออำนวยให้เกิดการใช้สื่อออนไลน์ 2) บุคลากรขาดความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสาร 3) งบประมาณและบุคลากรไม่เพียงพอ ทำให้ขาดเทคโนโลยีที่จำเป็นและบุคลากรในการปฏิบัติงาน 4) ปัญหาด้านข้อมูล คือหน่วยงานภาครัฐยังขาดความขาดความพร้อมในด้านข้อมูล ในขณะที่ด้านประชาชนก็ขาดความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัย 5) ก่อให้เกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงาน หรือสร้างประเด็นขัดแย้งทางสังคมได้ง่าย หากผู้ปฏิบัติงานไม่ระมัดระวังและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอย่างรอบคอบ 6) ประชาชนบางกลุ่มยังเข้าไม่ถึงเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต ทั้งขาดความรู้และทักษะในการใช้อุปกรณ์ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย สอดคล้องกับการวิจัยของเนติพัญญ์ ธาณิน (2562) ที่ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของข้าราชการ ปปง. ที่ปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.) ภายใต้แผนนโยบายดิจิทัลไทยแลนด์ คือ 1) ปัญหาบุคลากร ขาดทักษะ ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยี ขาดความกระตือรือร้นในการหาความรู้เพิ่มเติมทางเทคโนโลยี ขาดการฝึกอบรมบุคลากรในเรื่องของเทคโนโลยี 2) อุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีมีจำนวนไม่พอจึงไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงานให้ประสบผลสำเร็จ 3) ปัญหาการการจัดสรรงบประมาณที่ไม่เพียงพอ

องค์ความรู้การวิจัย

องค์ความรู้การวิจัยครั้งนี้เป็นบทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการดำเนินการตามแนวทางที่กำหนดขึ้นสำหรับการปฏิบัติงานทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ ซึ่งมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อบทบาทของภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อพัฒนาคุณภาพในการรายงานข่าวและควบคุมมาตรฐานในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการรับข้อมูล ใช้ข้อมูล และผลิตจากสื่อสังคมออนไลน์ต่อประชาชนในทุกระดับตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับชาติ เพื่อยกระดับบทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในสังคมไทยให้มีคุณภาพและเป็นการพัฒนาคนจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารแนวคิด ข่าวสาร ข้อเท็จจริง ระหว่างหน่วยงาน ภาครัฐกับประชาชนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน และส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

2. บทบาทตามที่กำหนด การปฏิบัติงานตามบทบาทในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง

3. การส่งเสริมภาพลักษณ์ การส่งเสริมภาพรวมขององค์กร การบริหารองค์กร ผลิตภัณฑ์ การบริการและการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนความรู้สึกรักและความประทับใจของบุคคลที่มีต่อหน่วยงานภาครัฐ องค์กร

4. การมีส่วนร่วมของประชาชน การที่ประชาชนให้ความร่วมมือในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ

5. การให้บริการประชาชน การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามในการทำให้คนที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ

6. การสนับสนุนการประกอบอาชีพ การส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบกิจการงานเป็นอาชีพของประชาชนเพื่อให้ได้มาซึ่งเงินรายได้โดยหน่วยงานภาครัฐ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 องค์ความรู้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

หน่วยงานภาครัฐ ควรนำนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้ 1) ต้องทบทวนแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ให้เอื้ออำนวยต่อการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน 2) ต้องพัฒนาบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐ ให้มีความรู้ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ทันสมัย 3) ต้องสนับสนุนด้านงบประมาณให้เพียงพอต่อการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ 4) พัฒนาระบบเทคโนโลยีในหน่วยงานของภาครัฐให้ทันสมัย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาองค์กรที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการให้บริการแก่ประชาชนของหน่วยงานของภาครัฐ

2.2 ควรทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบรูปแบบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.3 ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรมการสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรภาครัฐ เพื่อรองรับประเทศไทยในอนาคต



เอกสารอ้างอิง

- ชูวิวรรณ สุวิสุทธิ. (2561). การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารในองค์กรและความทุ่มเทในการทำงานที่พยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในหน่วยงานสังกัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ตุลภัทร บุญเต็ม. (2560). การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยการปกครองภายใต้แผนยุทธศาสตร์กรมการปกครอง. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นภสร สุดท้วม. (2560). ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการอัยการ สำนักงานอัยการสูงสุด. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เนติพัชญ์ ธารมณี. (2562). การบริหารงานด้านเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล สำนักงานป้องกันกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.) ภายใต้แนวนโยบายดิจิทัลไทยแลนด์. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิรงรอง รามสูต รมะนันท์ และนิธิตา คณานิธินันท์. (2553). รายงานวิจัยเรื่อง การกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ต. แหล่งที่มา <https://thainetizen.org/docs/content-regulation-on-internet/> สืบค้นเมื่อ 30 ม.ค. 2564
- ภาวิณี น้อยช่างคิด. (2560). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวและความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอข่าวผ่านเฟซบุ๊กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2561). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (facebook). แหล่งที่มา <https://www.senate.go.th/assets/portals/49/files/handbook/km61/7.%20สำนักประชาสัมพันธ์.pdf> สืบค้นเมื่อ 30 ม.ค. 2564.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2547). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภารักษ์ จูตระกูล. (2557). 4 SCREEN กับการแสวงหาข่าวสารในยุคหลอมรวมสื่อ. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. 9(2). 28-43.
- แสงเดือน ผ่องพุฒ. (2556). สื่อสังคมออนไลน์ : แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้. แหล่งที่มา http://library.senate.go.th/document/Ext6685/6685991_0004.PDF สืบค้นเมื่อ 30 ม.ค. 2564
- อุดม ไพรเกษตร. (2558). การมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านทางสื่อสังคมเฟซบุ๊กของหน่วยงานภาครัฐไทย. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Williamson, Andy. (2013). Social Media Guidelines for Parliaments. From <http://www.ipu.org/PDF/publications/SMG2013EN.pdf> Retrieved December 27, 2020.