



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media เพื่อประสิทธิภาพ
ในการปฏิบัติการกิจด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยใน
ต่างประเทศ ในยุค Digital Diplomacy :
กรณีศึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน

จัดทำโดย นางปิยะพิน นิยมฤกษ์
รหัส 9010

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 9 ปี 2560
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล (Individual Study)

เรื่อง การใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media เพื่อประสิทธิภาพ
ในการปฏิบัติการกิจด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยใน
ต่างประเทศ ในยุค Digital Diplomacy :
กรณีศึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน

จัดทำโดย นางปิยะพิน นียมฤกษ์
รหัส 9010

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 9 ปี 2560
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรทัย ก๊กผล)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....
(เอกอัครราชทูต จริยวัฒน์ สันตะบุตร)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....
(ดร. กาญจนา วานิชกร)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การจัดทำรายงานการศึกษาส่วนบุคคลในหัวข้อ ‘การใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media เพื่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศ ในยุค Digital Diplomacy : กรณีศึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน’ นี้ สืบเนื่องจากประสบการณ์ในการทำงานของผู้วิจัยในระหว่างที่ประจำการ ณ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ระหว่างปี 2556–2560 โดยผู้วิจัยได้รับมอบหมายให้กำกับดูแลงานด้านสารนิเทศและวัฒนธรรม และงานกงสุลและคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศ จึงได้มีส่วนร่วมโดยตรงในการพัฒนาสื่อดิจิทัลและ Social ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อเป็นช่องทางในการพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานภารกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์การทูตวัฒนธรรม และในงานกงสุลและคุ้มครองคนไทย ซึ่งในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา ผู้วิจัยได้เห็นถึงพัฒนาการและความสำเร็จในการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการให้บริการด้านกงสุลและการคุ้มครองคนไทยทั้งในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ โดยมีหลักฐานสถิติเชิงประจักษ์ที่สะท้อนถึงพลวัตของการติดตาม การสนทนา และการใช้ประโยชน์จากสื่อ Social Media โดยเฉพาะ Facebook Page ของสถานเอกอัครราชทูตฯ และแรงจูงใจที่ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาในเชิงลึกเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ Social Media คือ สถิติการเข้าถึงโพสต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ถึงเกือบ 470,000 ในเรื่องสถานการณ์การก่อการร้ายที่เกิดขึ้นที่บริเวณ Westminster ใจกลางกรุงลอนดอน เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2560 ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นของสาธารณชนต่อการรายงานข้อมูลของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ถูกต้องและทันต่อสถานการณ์ และความคาดหวังของชุมชนไทยที่มีต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการเป็นที่พึ่งพาของคนไทยในยามที่เกิดวิกฤตการณ์ต่างๆ และเหตุการณ์ดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้วิจัยตระหนักว่า สื่อ Social Media ที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้พยายามพัฒนามาตลอด 4 ปี อยู่ในความสนใจของสาธารณชนอย่างกว้างขวาง ไม่จำกัดเฉพาะชุมชนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์เท่านั้น แต่รวมถึงคนไทยในประเทศไทยและในประเทศต่างๆ อีกเป็นจำนวนมาก ดังนั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงควรให้ความสำคัญอย่างจริงจังในการบริหารจัดการสื่อดิจิทัลและ Social Media เพื่อเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศต่อไป

อย่างไรก็ดี ในบริบทที่กลับกัน ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ก็ได้ทำให้ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงจุดอ่อน ข้อจำกัดและอุปสรรคในการในการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการให้บริการกงสุลและคุ้มครองคนไทยที่มีอยู่ในความรับผิดชอบไม่ต่ำกว่า 60,000–70,000 คน ทั้งในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องข้อจำกัดในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในเชิงป้องกัน (preventive warning) ให้เข้าถึงกลุ่มผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวในสหราชอาณาจักร การพัฒนาการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารกับชุมชนไทยที่กระจายตัวอยู่ในภูมิภาคต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เกิดสถานการณ์ฉุกเฉินหรือภัยในรูปแบบต่าง รวมทั้งข้อจำกัดในการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media อย่างเต็มศักยภาพ ซึ่งมีสาเหตุหลักจากการขาดประสบการณ์ ความชำนาญ และการฝึกอบรมที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน ในการนี้ ผู้วิจัยจึงได้ตั้งคำถามว่า การใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ที่ผ่านมาของสถานเอกอัครราชทูตฯ

เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย ในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ได้อย่างแท้จริงหรือไม่ และควรมีแนวทางในการพัฒนาการดำเนินการให้เป็นไปอย่างเต็มศักยภาพอย่างไร

ในการวิเคราะห์ศึกษาข้อมูลเพื่อตอบคำถามดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดรัฐบาลดิจิทัล ที่ย้ำถึงความสำคัญของการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการของรัฐเพื่อสร้างการบริการที่มีคุณค่าแก่ประชาชนโดยอาศัยข้อมูลดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับการบริการภาครัฐ ทฤษฎีการให้บริการ และการให้บริการสาธารณะ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความจำเป็น (Need Assessment) เพื่อประเมินถึงการบริการที่ควรจะเป็น และวิเคราะห์ถึงสิ่งที่เป็นอย่างอยู่ในปัจจุบัน (As Is) เพื่อสะท้อนถึงจุดอ่อนและปัญหา และนำไปสู่แนวทางในการแก้ไขและพัฒนาประสิทธิภาพต่อไป

ในกระบวนการวิเคราะห์ศึกษา Need Assessment และ As Is ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดวิจัย โดยประยุกต์จากทฤษฎีที่ได้ศึกษามากำหนดตัวแปร 4 ประการ ได้แก่ กลุ่มผู้บริการ (กลุ่มเป้าหมาย) ประเภทการบริการ ช่องทางการบริการผ่านสื่อดิจิทัลและ Social Media และปัจจัยสนับสนุนที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน ได้แก่ นโยบาย และ ทรัพยากร ซึ่งประกอบด้วย บุคลากร งบประมาณ และอุปกรณ์/เทคโนโลยี การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 4 ดังกล่าวนำไปสู่ข้อสรุปว่า การใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ทั้งในรูปแบบของเว็บไซต์ ไลน์ ไลน์อีเล็กทรอนิกส์ Facebook Page และ Twitter ซึ่งมีคุณสมบัติที่โดดเด่นและมีวัตถุประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกัน เป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถให้บริการประเภทต่างๆ ที่จำเป็นต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกในการบริการ อาทิ การจองคิวออนไลน์ การดาวน์โหลดแบบฟอร์ม การสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องก่อนเข้ารับบริการ ยังเป็นการลดภาระงานและช่วยให้การบริหารจัดการการให้บริการของสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ของบุคลากร สถานที่และเวลา ซึ่งเอื้อให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของสถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถให้ความสำคัญกับการกิจด้านอื่นๆ ที่มีความสำคัญและจำเป็นเร่งด่วนอย่างแท้จริง

สำหรับการศึกษาตัวแปรที่ 4 ได้แก่ นโยบายและความพร้อมของทรัพยากรนั้น เนื่องจากกระทรวงการต่างประเทศเป็นเสมือนสภาพแวดล้อมหลัก (environment) ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติการกิจต่างๆ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ผู้วิจัยเห็นถึงความจำเป็นในการศึกษาถึงนโยบายในระดับกระทรวง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความพร้อมของทรัพยากรที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน

ในการศึกษาถึงประสิทธิภาพในการให้บริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย โดยการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและ Social Media ผู้วิจัยเห็นถึงความจำเป็นในการใช้วิธีวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยการสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผลจากการศึกษาดังกล่าว สะท้อนถึงความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการของสถานเอกอัครราชทูตฯ แต่ในขณะเดียวกัน ก็ได้สะท้อนถึงความจำเป็นในการปรับระบบการทำงานเพื่อหาแนวทางในการบริหารความคาดหวังของผู้รับบริการที่เพิ่มสูงขึ้นต่อไป

นอกจากนี้ ในการหาคำตอบว่า การใช้สื่อ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในปัจจุบัน ซึ่งได้แก่ Facebook และ Twitter เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับชุมชนไทย

แล้วหรือไม่ นั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสถิติภูมิทัศน์การใช้สื่อ Social Media ซึ่งสะท้อนว่า ปัจจุบัน Facebook เป็นสื่อสังคมที่ได้รับความนิยมสูงสุดในโลก โดยทั้งในประเทศไทย และสหราชอาณาจักร มีจำนวนผู้ใช้ Facebook อยู่ในลำดับต้นๆ ของโลก (8 และ 10 ตามลำดับ) ในขณะที่ความนิยมใช้ Twitter ยังไม่แพร่หลายนัก และจากการศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อ Social Media ในการปฏิบัติภารกิจของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ที่มีปริมาณและภารกิจการคุ้มครองดูแลคนไทยที่ใกล้เคียงกับสถานเอกอัครราชทูตฯ สะท้อนว่า การใช้สื่อ Social Media ของสำนักงานในต่างประเทศในปัจจุบันเป็นไปในลักษณะ volunteer กล่าวคือ เป็นการปรับตัวที่ขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารรวมทั้งความพร้อมของข้าราชการผู้ปฏิบัติ ซึ่งทำให้ระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อ Social Media แตกต่างกัน อีกทั้งความสำเร็จของการดำเนินงานก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ อาทิ โครงการสร้างชุมชนไทยในประเทศนั้นๆ พฤติกรรมและความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสื่อสาร กระแสที่ดึงดูดการติดตาม อย่างไรก็ดี สำนักงานในต่างประเทศส่วนใหญ่ตระหนักถึงประโยชน์ของการใช้ Social Media เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกับชุมชนไทยในวงกว้าง และในการเชื่อมโยงสร้างความใกล้ชิดกับชุมชนไทย

การศึกษาวิจัยตามกระบวนการและกรอบความคิดในรายงานฉบับนี้ นับเป็นการเปิดโลกทัศน์ที่ทำให้ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงทั้งข้อจำกัด จุดอ่อน และแนวทางในการปรับปรุงการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างไรก็ดี การศึกษาตัวแปรที่ 4 ได้แก่ นโยบายและทรัพยากร ทำให้ผู้วิจัยตระหนักว่า การปรับปรุงการบริหารจัดการในระดับสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นเพียงการแก้ไขปัญหที่ปลายเหตุซึ่งไม่ยั่งยืน และหากคำนึงถึงพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ได้เปลี่ยนรูปแบบการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไปสู่การทูตในยุคดิจิทัล (Digital Diplomacy) ในปัจจุบัน ในขณะที่รัฐบาลของไทยทุกสมัยในช่วงเกือบ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ได้ให้ความสำคัญกับการผลักดันให้เกิดรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Government) และรัฐบาลดิจิทัล (Digital Government) ซึ่งมุ่งใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริการประชาชน ประกอบกับภาระงานของสำนักงานในต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในแง่ปริมาณ รูปแบบ ความคาดหวังจากสาธารณชน ตลอดจนความเร่งด่วนของปัญหาที่กระทรวงการต่างประเทศและสำนักงานในต่างประเทศเผชิญอยู่ในปัจจุบัน การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีการสื่อสารมาสนับสนุนการปฏิบัติงานในเชิงรุกจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในโลกปัจจุบัน และการดำเนินการดังกล่าวจำเป็นต้องเป็นการขับเคลื่อนในระดับนโยบายของกระทรวงฯ โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อวางแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนและเป็นเอกภาพ มีการกำหนดโครงสร้างการทำงานที่สอดคล้องกับภารกิจของกระทรวงฯ ทั้งในการวางระบบการสื่อสารในกระทรวงและในต่างประเทศ งานประชาสัมพันธ์ และงานบริการประชาชนที่ขยายตัวขึ้นอย่างมาก และจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมของบุคลากรโดยการฝึกอบรมข้าราชการในทุกระดับเพื่อเพิ่มสมรรถนะและทักษะในด้านการใช้ประโยชน์จากดิจิทัลและสื่อ Social Media ในรูปแบบต่างๆ และการเรียนรู้ Best Practices ของกระทรวงการต่างประเทศของประเทศอื่นๆ ทั้งในแง่อุปสรรคและความสำเร็จในการผลักดันวาระการพัฒนาดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติการกิจการทูต รวมทั้งมีระบบที่เหมาะสมในการสรรหาบุคลากรจากภายนอกที่มีความรู้ความสามารถพิเศษในด้านให้เข้าสู่ระบบของกระทรวงฯ และที่สำคัญที่สุด จำเป็นจะต้องมีการจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอเพื่อรองรับการพัฒนาดังกล่าว

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยได้รับแรงบันดาลใจในการดำเนินการศึกษานี้จากประสบการณ์จากการปฏิบัติงานที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน โดยได้รับมอบหมายให้กำกับดูแลงานในฝ่ายสารนิเทศและวัฒนธรรม และงานกงสุลและคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศ ซึ่งเป็นช่วงจังหวะที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เริ่มให้ความสำคัญยิ่งขึ้นในการใช้สื่อ Social Media ในรูปแบบของ Facebook Page เป็นเครื่องมือสนับสนุนการปฏิบัติการกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ รวมถึงการให้บริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้รับทราบถึงทั้งแง่มุมของทั้งความสำเร็จและทั้งจุดอ่อน ข้อจำกัดในการปฏิบัติงาน ซึ่งตลอดระยะเวลาการประจำการ 4 ปีที่ผ่านมา ผู้วิจัยและข้าราชการที่เกี่ยวข้องได้มีการติดตามกระแสการตอบรับและประเมินผลของการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด เพื่อหากกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดึงดูดความสนใจและสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ในการนี้ ผู้วิจัยจึงขอแสดงความขอบคุณเพื่อนร่วมงานที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ได้ร่วมกันขบคิดและระดมสมองเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการใช้สื่อ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอัครราชทูตที่ปรึกษา ชนสุด วุฒิมงคล ที่ได้กรุณาสันนิษฐานสถิติและข้อมูลต่างๆ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของของรายงานการศึกษานี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอแสดงความขอบพระคุณผู้บริหารสถานเอกอัครราชทูตฯ ทุกท่าน ทั้งในอดีตและในปัจจุบันที่มีวิสัยทัศน์และเห็นถึงความสำคัญของการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ในการปฏิบัติการกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยได้กำชับเสมอมาในเรื่องการนำเสนอข้อมูลที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน อีกทั้งได้ให้แนวทางในการบริหารสื่อ Social Media เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสาธารณชนและเพื่อประชาสัมพันธ์ดึงดูดความสนใจของผู้ติดตามอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้วิจัยได้เรียนรู้อย่างมากมาจากคำแนะนำและการบัญชาของผู้บริหารทุกท่านในช่วงเวลาที่ผ่านมา

ในการนี้ ผู้วิจัยขอแสดงความขอบพระคุณอย่างสูงในความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษาทั้งสามท่าน ได้แก่ เอกอัครราชทูต จริยวัฒน์ สันตะบุตร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรทัย กิกผล และ ดร. กาญจนา วานิชกร ที่ได้ตอบรับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการจัดทำรายงานการศึกษานี้ให้เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งการดำเนินการศึกษาวิเคราะห์และหาคำตอบตามแนวทางที่อาจารย์ที่ปรึกษาได้กรุณาชี้แนะนับเป็นการเปิดโลกทัศน์ของผู้วิจัยในการเรียนรู้ในเรื่องของการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติการกิจทางการทูต ซึ่งนับเป็นองค์ความรู้ที่จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการปฏิบัติราชการในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นในกระทรวงฯ หรือในต่างประเทศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณชุมชนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจและให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งทั้งในการจัดทำรายงานฉบับนี้และการปรับปรุงการทำงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ ต่อไป นอกจากนี้ ผู้วิจัยต้องขอแสดงความขอบคุณเป็นอย่างมากต่อผู้บริหารของกระทรวงฯ และเพื่อนข้าราชการทุกท่าน โดยเฉพาะ เอกอัครราชทูต จักร บัญ-หลง อัครราชทูต ธนิตา เตชะโชควิวัฒน์ (สำนักงานผู้ดูแลนักเรียนไทยในประเทศอังกฤษ) อัครราชทูต ศรีกานต์ พลมณี (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปารีส)

กงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส (นายธานี แสงรัตน์) รองอธิบดีกรมพิธีการทูต (นายโอสถ วรรธะพย์) ผู้อำนวยการสำนัก ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (นายจักรกฤติ กระจายวงศ์) ผู้อำนวยการกองคุ้มครองและดูแลผลประโยชน์คนไทยในต่างประเทศ (นายชาติรี เชาวชตา) ผู้อำนวยการกองตรวจลงตราและเอกสารคนต่างด้าว (นายมังกร ประทุมแก้ว) ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์การทูตสาธารณะ (นางชลธิ์ จันทรรัชกุล) อัครราชทูตที่ปรึกษา ออฟฟิศ สีสิตธรรม (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเบอร์ลิน) อัครราชทูตที่ปรึกษา สุเมธ จุลชาติ (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล) ที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ ตอบข้อซักถาม และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการจัดทำรายงานฉบับนี้ ถึงแม้จะมีข้อจำกัดของเวลาก็ตาม ซึ่งผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้อำนวยการสถาบันทเววงศ์วโรปการและเจ้าหน้าที่ประสานงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเพื่อนร่วมหลักสูตรนักบริหารการทูตระดับสูงรุ่นที่ 9 สำหรับน้ำใจ มิตรและกำลังใจที่มอบให้แก่กันตลอดมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของกรจัดทำรายงานการศึกษาส่วนบุคคล ซึ่งจำเป็นต้องใช้ความอดทนและการอุทิศเวลาเป็นอย่างมาก ในการนี้ ผู้วิจัยจึงขอแสดงความขอบคุณเป็นอย่างยิ่งต่อครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและมีความเข้าใจถึงความจำเป็นในการทุ่มเทเวลาในการจัดทำรายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้ตามเงื่อนไขและขั้นตอนที่จำเป็นให้แล้วเสร็จ ซึ่งทำให้ผู้วิจัยอาจมีความบกพร่องในการปฏิบัติหน้าที่ทั้งในฐานะบุตร ในฐานะมารดา และในฐานะภริยา ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยมีความหวังว่า รายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้จะเป็นประโยชน์บ้าง ไม่นานก็น้อย สำหรับผู้ที่มีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media เพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินภารกิจทางการทูตในยุค Digital Diplomacy

ปิยะพัฒน์ นิยมฤกษ์

สิงหาคม 2560

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ณ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา	5
1.4 สมมติฐานการศึกษา	5
1.5 ประโยชน์ของการศึกษา	6
1.6 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดทฤษฎี	10
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	13
2.3 สรุปกรอบแนวคิด	16
บทที่ 3 ผลการศึกษา	18
3.1 การปฏิบัติการกิจด้านกงสุลและคุ้มครองดูแลคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน	19
3.2 ชุมชนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์	19
3.3 กลุ่มเป้าหมาย (Client groups) ในการให้บริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์	20
3.4 ประสิทธิภาพการบริการด้านกงสุลและคุ้มครองไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ	21
3.5 การใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการงานกงสุลและคุ้มครองคนไทย	25
3.6 ปัจจัยส่งเสริมประสิทธิภาพการใช้ Social Media ในการปฏิบัติงานด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย	37
3.7 การสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการ	43
3.8 การศึกษาแนวปฏิบัติในการใช้ประโยชน์จาก Social Media ของสถานเอกอัครราชทูต และสถานกงสุลใหญ่อื่นๆ ที่มีลักษณะงานกงสุลและคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศที่ใกล้เคียงกัน	45
3.9 การศึกษาแนวปฏิบัติที่ดี	48

บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	50
4.1 สรุปผลการศึกษา	50
4.2 ข้อจำกัดและอุปสรรค	54
4.3 ข้อเสนอแนะ	55
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	
ก มาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ	63
ข หลักการในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของภาครัฐ	
กรณีศึกษาของ Queensland Government (ธันวาคม 2558)	66
ประวัติผู้เขียน	69

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ความสัมพันธ์ระหว่างงานบริการกงสุลและคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์กับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการให้บริการผ่านสื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน	32
ตารางที่ 2	การเลือกใช้สื่อ Social Media ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์	35
ตารางที่ 3	ผลการสำรวจความพึงพอใจในการบริการกงสุลและคุ้มครองคนไทยของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ผ่านช่องทางดิจิทัลและ Social Media	44
ตารางที่ 4	การใช้สื่อ Social Media (Facebook) ของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ในต่างประเทศ	46

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	17
ภาพที่ 2	ภาพเว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ	27
ภาพที่ 3	ภาพ Facebook Page ของสถานเอกอัครราชทูตฯ	29
ภาพที่ 4	กราฟแสดงการติดตาม (followers) Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ	29
ภาพที่ 5	กราฟแสดงการเข้าถึง (reach) Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ	30
ภาพที่ 6	สถิติจำนวนผู้เข้าถึง (reach) Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ใน เรื่องเหตุก่อการร้าย	30
ภาพที่ 7	Twitter ของสถานเอกอัครราชทูตฯ	31
ภาพที่ 8	สถิติรูปแบบของสื่อ Social Media ที่มีการใช้มากที่สุดในโลก	36
ภาพที่ 9	สถิติลำดับประเทศที่มีการใช้ Facebook มากที่สุดในโลก	36
ภาพที่ 10	ตัวอย่าง Facebook Page ของกระทรวงฯ และกรม/กองต่างๆ	41

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงกว่าสองทศวรรษที่ผ่านมา การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศได้ส่งผลให้รูปแบบการติดต่อสื่อสารและวิถีชีวิตของผู้คนได้เปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตเป็นอย่างมาก ทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคสังคม ภาคธุรกิจ ประชาชนทั่วไป ตระหนักถึงความจำเป็นในการปรับตัวให้ทันต่อพัฒนาการดังกล่าว ในขณะที่ภาครัฐของไทยจำเป็นต้องมีการปฏิรูปนโยบายเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงนี้ด้วยเช่นกัน การตอบสนองต่อพัฒนาการดังกล่าวได้สะท้อนอยู่ในนโยบายของรัฐบาลทุกสมัยในช่วงเกือบ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยในปี 2545 ได้มีแนวคิดการผลักดันให้เกิดระบบ รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Government เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) ซึ่งเน้นการให้ความสำคัญกับประชาชนผู้รับบริการ โดยนำเอาเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือ และล่าสุด เมื่อเดือนกันยายน 2559 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเปลี่ยนชื่อกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม¹ ซึ่งสะท้อนถึงการให้ความสำคัญในการปรับโครงสร้างและการบริหารงานของส่วนราชการเพื่อรองรับพัฒนาการทางดิจิทัลที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพื่อตอบสนองนโยบาย Thailand 4.0 อันเป็นวาระสำคัญแห่งชาติ และได้มีการกำหนดแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Government) ระยะ 5 ปี (2560–2564) ซึ่งให้ความสำคัญกับการปฏิสัมพันธ์ของประชาชนกับภาครัฐผ่านระบบเทคโนโลยีและอุปกรณ์ดิจิทัล และการที่ภาครัฐจำเป็นต้องยกระดับบริการของภาครัฐให้ตรงกับความต้องการของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ พัฒนาการของเทคโนโลยีและสารสนเทศได้ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินนโยบายต่างประเทศและการดำเนินความสัมพันธ์ทางการทูต โดยมีการกล่าวถึง Digital Diplomacy หรือการทูตดิจิทัล ที่เข้ามาแทนที่การทูตในรูปแบบดั้งเดิม (conventional diplomacy) ซึ่งนักวิชาการและนักการทูตที่มีชื่อเสียงหลายท่านได้ให้นิยามของ Digital Diplomacy ไปในทิศทางเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันว่า เป็นการดำเนินการกิจการทางการทูตที่ใช้อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีการสื่อสารในรูปแบบใหม่เพื่อช่วยให้บรรลุเป้าหมาย และในการประชุมเอกอัครราชทูตและกงสุลใหญ่ทั่วโลกของไทย ประจำปี 2558 นายสุทธิชัย หยุ่น² ให้นิยามของปรากฏการณ์นี้อย่างน่าสนใจว่า ‘Digital Diplomacy คือ Real Time Diplomacy อันเป็นสถานะที่นักการทูตของไทยต้องปรับตัวให้เข้ากับโลก Social Media ที่มีความสำคัญต่อการปกป้องประเทศชาติในทุกมิติ’ ซึ่งในการประชุมดังกล่าว เอกอัครราชทูตท่านหนึ่งได้เสริมว่า ‘บทบาทของนักการทูตในปัจจุบันไม่สามารถ

¹ พระราชบัญญัติ ปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม (ฉบับที่ 17) พ.ศ.2559 โดยมีสาระสำคัญ คือ ให้ยกเลิกกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และให้จัดตั้งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมขึ้นมาแทน

² นายสุทธิชัย หยุ่น ประธานกรรมการบริษัทเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

จำกัดอยู่เพียงในกรอบของการเป็นนักเจรจาเท่านั้น แต่ในโลกปัจจุบัน นักการทูตจำเป็นต้องเป็นนักสื่อสารที่ดีด้วย'

ในการตอบสนองต่อนโยบาย Thailand 4.0 กระทรวงการต่างประเทศได้กำหนดยุทธศาสตร์และพันธกิจ ระยะ 4 ปี (2558–2561) ซึ่งนอกเหนือจากการให้ความสำคัญในการส่งเสริมความสัมพันธ์ทวิภาคีและพหุภาคี การมีบทบาทที่สร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับของประชาคมโลก และการยกระดับความสามารถทางเศรษฐกิจของประเทศแล้ว กระทรวงการต่างประเทศยังได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน กล่าวคือ ยุทธศาสตร์ที่ 7 : การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชน และยุทธศาสตร์ที่ 8 : การพัฒนาขีดความสามารถองค์กร³

ในความเป็นจริงแล้ว กระทรวงการต่างประเทศได้ตระหนักถึงภารกิจที่สำคัญในการดำเนินนโยบายต่างประเทศเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนที่เป็นรูปธรรมและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนมาโดยตลอด และได้มีการดำเนินนโยบาย 'การทูตเพื่อประชาชน' โดยระบุถึงวิสัยทัศน์และพันธกิจไว้อย่างชัดเจนว่า 'กระทรวงการต่างประเทศจะต้องดำรงไว้ซึ่งการเป็นหน่วยงานหลักในการให้ความช่วยเหลือคนไทยตกทุกข์ได้ยากในต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนไทยทั้งในและนอกประเทศ และกระจ่ายงานบริการด้านกงสุลไปทุกภูมิภาคด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ประชาชน' ในการนี้ กระทรวงการต่างประเทศ โดยกรมการกงสุล จึงได้มีการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการแก่ประชาชนเรื่อยมา โดยได้ตั้งเป้าหมายเพื่อก้าวไปสู่การให้บริการแบบ E-Consular เพื่อให้ทันต่อกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลกในยุค Digital Diplomacy ดังเห็นได้จากความสำเร็จในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการด้านกงสุลของกรมการกงสุล ไม่ว่าจะเป็นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการอำนวยความสะดวกการทำหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E Passport) การให้ข้อมูลแก่ประชาชนในเชิงรุกผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Application) ภายใต้อีชื่อ Thaiconsular และได้มีการปรับปรุงเว็บไซต์ รวมทั้งใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เพื่อเพิ่มพลวัตในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงสาธารณชนได้ไววงกว้าง นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดริเริ่มโครงการศูนย์ข้อมูลการตรวจลงตรา เพื่อปูทางไปสู่การรับคำร้องการตรวจลงตราอิเล็กทรอนิกส์ (E-Visa) ในอนาคต

ในการปรับตัวให้เท่าทันต่อเทคโนโลยีและสารสนเทศที่พัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้ง และโดยตระหนักถึงหัวใจหลักประการหนึ่งของยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชน สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ซึ่งมีภารกิจสำคัญประการหนึ่งในการคุ้มครองดูแลชุมชนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ทั้งผู้ที่พำนักถาวร นักเรียนและนักศึกษา จำนวนเกือบ 70,000 คน และมีนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรปีละไม่ต่ำกว่า 146,000 คน จึงได้มีการปรับตัวให้ทันต่อกระแสความเปลี่ยนแปลงในยุค Digital Diplomacy เรื่อยมา โดยได้ปรับระบบการให้บริการกงสุลด้วยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ อาทิ ระบบการจองคิวทำหนังสือเดินทางและบัตรประชาชนออนไลน์ การจองคิวเพื่อรับบริการกงสุลสัญจรในภูมิภาคต่างๆ การดาวน์โหลด

³ เว็บไซต์กระทรวงการต่างประเทศ mfa.go.th/strategy

ฟอร์มเอกสารออนไลน์ การใช้เทคโนโลยีระบบบัตรคิวสำหรับผู้รับบริการ นอกจากนี้ ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและ Social Media ในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงเว็บไซต์หลักของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างสม่ำเสมอให้ทันสมัย มีความน่าสนใจ ง่ายต่อการใช้งาน และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และเมื่อต้นปี 2556 ได้มีการจัดตั้ง บัญชี Facebook Page โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับสาธารณชนทั้งชาวบริติช และคนไทยที่พำนักอยู่ในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ต่อมาในปี 2558 ได้เริ่มการใช้ Twitter เนื่องจากเห็นว่า การติดตามข่าวสารทาง Twitter เป็นที่นิยมของสาธารณชนใน สหราชอาณาจักร และไอร์แลนด์โดยทั่วไป โดยคาดหวังว่าจะเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการติดต่อกับทั้ง สาธารณชนและชุมชนไทยในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน

นอกจากนี้ แรงจูงใจสำคัญที่มีผลให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการวิเคราะห์ศึกษาในหัวข้อ ‘การใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media เพื่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย ในต่างประเทศในยุค Digital Diplomacy’ โดยมีสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน เป็นกรณีศึกษานั้น มีจุดเริ่มต้นจากการตอบรับของสาธารณชนในการใช้ Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการติดต่อกับชุมชนไทย ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประสบผลสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ โดยปัจจุบันมีผู้ติดตาม Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ถึงเกือบ 25,000 และในการโพสต์ข้อความแจ้งเตือนภัยการก่อการร้ายที่ บริเวณ Westminster ในกลางกรุงลอนดอนเมื่อเดือนมีนาคม 2560 มีสถิติการเข้าถึง (reach) ถึงเกือบ 470,00 ในขณะที่การโพสต์ปกติของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีจำนวนผู้เข้าถึง (reach) ที่ค่อนข้างผันผวน ระหว่าง 1,000–20,000 นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์และการตอบสนองต่อโพสต์ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ และพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างกัน (two-way communication) ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วงกว่า 2 ปีที่ผ่านมา สะท้อนถึงจุดเปลี่ยนที่สำคัญ ของการใช้ Social Media ในการดำเนินการกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ

อย่างไรก็ตาม ในฐานะที่ผู้วิจัยได้รับมอบหมายให้กำกับดูแลงานด้านสารนิเทศ และด้าน กงสุลของสถานเอกอัครราชทูตฯ ตลอดช่วงเวลาที่ประจำการระหว่างปี 2556–2560 และเป็นผู้ร่วม ระดมสมองในการสร้างช่องทางติดต่อผ่านเครือข่าย Social Media ในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งหากลยุทธ์ เพื่อประชาสัมพันธ์และดึงดูดความสนใจอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยและข้าราชการที่เกี่ยวข้องจึงได้ตระหนัก และรับทราบทั้งแง่มุมของทั้งความสำเร็จและอุปสรรคปัญหาต่างๆ ที่น่าจะสามารรถปรับปรุงเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการใช้ Social Media เพื่อการดำเนินการกิจด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยใน สหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ในด้านต่างๆ ได้ ดังนี้

1) ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในภาวะฉุกเฉิน

เหตุการณ์ความไม่สงบในสหราชอาณาจักรในช่วงที่ผ่านมา ทั้งภัยจากการก่อการร้ายที่ เกิดขึ้นบ่อยครั้งยิ่งขึ้นในปี (2560) ไม่ว่าจะเป็นที่บริเวณ Westminster⁴ ที่สนามกีฬาในร่มในเมือง

⁴ เหตุการณ์รถพุ่งเข้าชนคนและการทำร้ายเจ้าหน้าที่ที่บริเวณ Westminster ในกรุงลอนดอน เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2560 มีผู้เสียชีวิต 6 ราย บาดเจ็บ 50 ราย

แมนเชสเตอร์⁵ ที่บริเวณ London Bridge⁶ และภัยจากเพลิงไหม้อาคารที่พัก Grenfell Tower⁷ ซึ่งสะท้อนถึงพลวัตของภัยอันตรายที่อยู่ใกล้ตัวที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นบ่อยครั้งยิ่งขึ้นในสังคมโลกปัจจุบัน โดยแต่ละเหตุการณ์ล้วนมีความเป็นไปได้ที่จะมีคนไทยในสหราชอาณาจักรอาจได้รับผลกระทบ ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้ได้กระตุ้นให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่า สถานเอกอัครราชทูตฯ จะสามารถใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีอยู่ในปัจจุบันในการกระจายข่าวสารและให้ความช่วยเหลือคนไทยที่อาจได้รับผลกระทบได้อย่างทันการณ์ได้อย่างไร และจะสามารถพัฒนาช่องทางการสื่อสารกับชุมชนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ได้อย่างไรบ้าง

2) การเตือนภัยเชิงป้องกัน (preventive warning) ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง

จากประสบการณ์ในการกำกับดูแลงานฝ่ายกงสุลและคุ้มครองคนไทยที่ผ่านมา ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่า ความพยายามทั้งในระดับกระทรวง โดยกรมการกงสุล และระดับสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการประกาศแจ้งเตือนภัยเพื่อให้ผู้ที่เดินทางไปสหราชอาณาจักรเพิ่มความระมัดระวังภัยอันตราย โดยเฉพาะภัยจากมิจฉาชีพที่เพิ่มขึ้นอาจไม่ได้มีการรับรู้ในวงกว้าง ดังเห็นได้จากการสอบถามผู้ที่ตกเป็นเหยื่อมิจฉาชีพและติดต่อขอความช่วยเหลือจากสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 8-10 รายต่อสัปดาห์ โดยในช่วงฤดูกาลที่คนไทยนิยมไปท่องเที่ยวในสหราชอาณาจักร มีจำนวนสูงถึง 3-4 รายต่อวัน ซึ่งเกือบทุกรายให้ข้อมูลว่า มิได้ระมัดระวังตัวหรือเก็บของมีค่าอย่างมิดชิด เนื่องจากมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนมาโดยตลอดว่า การท่องเที่ยวในกรุงลอนดอนมีความปลอดภัยโดยเปรียบเทียบกับประเทศในยุโรปอื่นๆ ซึ่งสภาพปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่า ความพยายามของของสถานเอกอัครราชทูตฯ และกระทรวงฯ ในการสื่อสารแจ้งเตือนในเรื่องการระวังภัยในการท่องเที่ยวในต่างประเทศสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ และสถานเอกอัครราชทูตฯ ควรหาแนวทางร่วมกับกระทรวงการต่างประเทศหรือหน่วยงานอื่นใด ในการปรับปรุงหรือเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นมาตรการในการคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศในเชิงป้องกัน (preventive warning) ได้ต่อไป

3) การเพิ่มทักษะและความเชี่ยวชาญของบุคลากรของกระทรวงการต่างประเทศในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและ Social Media เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานทางการทูต

ในยุคของ Digital Diplomacy ซึ่งการติดต่อสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสามารถกระทำได้อย่างรวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมง ความคาดหวังต่อรัฐในการให้บริการประชาชนก็เพิ่มขึ้นตามลำดับ ดังนั้น การใช้ Social Media ในการสื่อสารและให้บริการประชาชนก็เป็นเสมือนดาบสองคมถ้าหากไม่มีการตอบสนองอย่างรวดเร็วตามที่ผู้รับบริการคาดหวัง หรือขาดทักษะหรือการกลั่นกรองอย่างรอบคอบในการให้ข้อมูล หรือแก้ไขปัญห

⁵ เหตุการณ์ระเบิดที่สนามกีฬาในร่มที่เมืองแมนเชสเตอร์ เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2560 มีผู้เสียชีวิต 22 ราย บาดเจ็บ 59 ราย

⁶ เหตุการณ์รถพุ่งเข้าชนคนที่บริเวณ London Bridge และการทำร้ายร่างกายที่ Borough Market ในกรุงลอนดอน เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2560 มีผู้เสียชีวิต 11 ราย (รวมผู้ก่อการร้าย 3 ราย) และบาดเจ็บ 48 ราย

⁷ เหตุเพลิงไหม้อาคารที่พักอาศัย Grenfell Tower เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560 มีผู้เสียชีวิตอย่างน้อย 80 ราย บาดเจ็บกว่า 70 ราย และในเหตุการณ์ดังกล่าวมีครอบครัวชาวไทย 2 ครอบครัวพำนักอยู่ในอาคาร ซึ่งจากข้อมูลที่ได้รับในชั้นนี้ ทั้งสองครอบครัวสามารถหนีออกจากอาคารได้โดยปลอดภัย

ถึงแม้การใช้สื่อ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ผ่านมา มิได้ปรากฏปัญหาที่มีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยตระหนักว่า การริเริ่มการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นการปรับตัวในยุค Digital Diplomacy ตามนโยบายของผู้บริหาร แต่ต้องยอมรับว่า บุคลากรของสถานเอกอัครราชทูตฯ รวมทั้งผู้วิจัยเอง เป็นเพียง ‘มือสมัครเล่น’ หรือ ‘อาสาสมัคร’ ที่สามารถใช้สื่อ Social Media เพื่อติดต่อเครือข่ายสังคมส่วนตัวเท่านั้น แต่ไม่เคยผ่านการอบรมเพื่อเพิ่มสมรรถนะในการสื่อสารและการใช้สื่อ Social Media อย่างมืออาชีพ ดังนั้น จึงอาจมีข้อจำกัดในด้านทักษะและความชำนาญในการใช้ประโยชน์จากสื่อที่มีอยู่ได้อย่างเต็มศักยภาพ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงประสิทธิภาพในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อ Social Media ในการปฏิบัติงานกงสุลและคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ

1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ไขข้อจำกัดและจุดอ่อน และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อ Social Media ให้เป็นไปอย่างเต็มศักยภาพและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในการปฏิบัติการกิจในมิติต่างๆ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ไม่จำกัดเฉพาะภารกิจด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย

1.3 ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1.1 ขอบเขตเวลา

ระยะเวลา 4 ปี (2556–2560) เป็นช่วงที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เริ่มให้ความสำคัญกับการใช้สื่อ Social Media ในการปฏิบัติการกิจทั้งด้านการทูตวัฒนธรรม งานกงสุลและคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ และเป็นช่วงเวลาที่ผู้วิจัยประจำการที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน (2556–2560) โดยได้รับมอบหมายให้กำกับดูแลงานกงสุลและงานด้านสารนิเทศของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งเป็นฝ่ายที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับงานในการประชาสัมพันธ์ งานกงสุลและคุ้มครองคนไทย

1.3.1.2 ขอบเขตการปฏิบัติงาน

กรณีศึกษาของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ในการปฏิบัติการกิจกงสุลและคุ้มครองคนไทย ทั้งนี้ รายงานฉบับนี้จำกัดขอบเขตเฉพาะการบริการคนไทย โดยไม่ครอบคลุมถึงการบริการกงสุลสำหรับคนต่างชาติ ซึ่งเป็นประเภทการบริการที่แตกต่างกัน

1.3.1.3 ขอบเขตกลุ่มเป้าหมาย

ชุมชนไทยที่พำนักในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ และผู้ที่เดินทางไปสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์

1.3.2 วิธีการดำเนินการศึกษาและระเบียบวิธีการศึกษา

1.3.2.1 การวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ

1) การศึกษาสถิติการติดตามข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ดำเนินการผ่านสื่อดิจิทัลและ Social Media

2) การศึกษาสถิติการติดตามและความสนใจติดตาม Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตของไทยและสถานกงสุลใหญ่อื่นๆ ที่มีลักษณะและปริมาณงานในการบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

3) การศึกษาภูมิทัศน์การใช้สื่อ Social Media ทั้งในสหราชอาณาจักรและในประเทศไทย ที่สามารถสะท้อนพฤติกรรมการใช้งาน Social Media ของชุมชนไทยที่พำนักในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์

1.3.2.2 การวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพ

1) การประเมินถึงความแตกต่างระหว่างการบริการที่ควรจะเป็น (Need Assessment) และสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน (As Is) ซึ่งจะสะท้อนถึงปัญหาและแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพ เพื่อตรวจสอบว่าการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีรูปแบบที่เหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ การดำเนินงานที่ผ่านมา เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

2) การใช้แบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในการใช้ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย

3) การสัมภาษณ์ผู้บริหารกระทรวงฯ ซึ่งมีส่วนในการกำหนดนโยบายของกระทรวงฯ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และข้าราชการผู้มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานทั้งในกระทรวงฯ และในต่างประเทศ

4) การใช้ประสบการณ์ตรงของผู้วิจัย ซึ่งมีหน้าที่ในการกำกับดูแลงานกงสุล และงานสารนิเทศของสถานเอกอัครราชทูตฯ ตลอดระยะเวลาที่ประจำการ และได้รับทราบข้อเท็จจริงทั้งในแง่ของความสำเร็จและอุปสรรคปัญหาอย่างต่อเนื่อง

1.3.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 1) วิสัยทัศน์เรื่องรัฐบาลดิจิทัล (Digital Government)
- 2) แนวคิดการให้บริการภาครัฐ
- 3) แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของ Social Network เพื่อการบริการของภาครัฐ
- 4) ทฤษฎีระบบการให้บริการ
- 5) ทฤษฎีการให้บริการสาธารณะ
- 6) แนวคิดการประเมินความต้องการจำเป็น (Need Assessment)

1.4 สมมติฐานการศึกษา

1.4.1 การปรับตัวของสถานเอกอัครราชทูตฯ ให้ทันต่อกระแสการทูตดิจิทัล (Digital Diplomacy) ด้วยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและ Social Media ในการดำเนินภารกิจด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ในช่วงเวลา 4 ปีที่ผ่านมา มีพัฒนาการในเชิงบวกและประสบผลสำเร็จในการเป็นช่องทางในการให้บริการและสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างยิ่งขึ้น สามารถบรรเทาหรือแก้ไขปัญหที่ชุมชนไทยประสบได้อย่างทันการณ์ ส่งผลให้ชุมชนไทยมีความพึงพอใจกับงานบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย และมีส่วนร่วมมากขึ้นในกิจกรรมของ

สถานเอกอัครราชทูตฯ นอกจากนี้ ช่องทางดังกล่าวยังช่วยลดความห่างเหินอันเนื่องมาจากการเป็นทางการ ทำให้ประชาชนมีความรู้สึกเชื่อมั่นและไว้วางใจในสถานเอกอัครราชทูตฯ ยิ่งขึ้น

1.4.2 ถึงแม้จะมีข้อมูลและสถิติที่บ่งชี้ความสำเร็จในการดำเนินการที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี ยังคงมีจุดอ่อนและข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัล Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ควรหาแนวทางในการปรับปรุงและใช้ประโยชน์จากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีและสารสนเทศในปัจจุบันให้เป็นไปอย่างเต็มศักยภาพ อย่างไรก็ตาม การแก้ไขปัญหาในระดับสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นเพียงการแก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุเท่านั้น การปรับปรุงประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัล และ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ จำเป็นต้องขึ้นกับนโยบายและความมุ่งมั่นของกระทรวงการต่างประเทศ ในการเตรียมความพร้อมในด้านบุคลากร งบประมาณ และอุปกรณ์/เทคโนโลยี สำหรับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในระดับกระทรวงฯ

1.5 ประโยชน์ของการศึกษา

1.5.1 ระดับการบริหารและการปฏิบัติงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ

1) การทบทวนการดำเนินการที่ผ่านมา และการสำรวจข้อจำกัด อุปสรรค และความท้าทาย จะนำไปสู่การปรับปรุงกลยุทธ์และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ให้เป็นไปอย่างเต็มศักยภาพยิ่งขึ้น

2) แนวทางการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ และสถานเอกอัครราชทูตสถานกงสุลใหญ่อื่นๆ ที่ได้ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และข้อเสนอแนะที่เกิดขึ้นจากการทำรายงานส่วนบุคคลในหัวข้อนี้ อาจสามารถเป็นแนวทางในการบริหารจัดการสื่อดิจิทัลและ Social Media ของสำนักงานในต่างประเทศอื่นๆ ต่อไป

1.5.2 ระดับนโยบายของกระทรวงการต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของกระทรวงการต่างประเทศเพื่อปรับตัวให้ทันกับการทูตในยุคดิจิทัล (Digital Diplomacy) และตอบสนองต่อวาระแห่งชาติในการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (Digital Government) เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินภารกิจทางการทูตในมิติต่างๆ ซึ่งความสำเร็จในการดำเนินนโยบายระดับกระทรวง จะเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญต่อการพัฒนาประสิทธิภาพในการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ในระดับสถานเอกอัครราชทูตต่อไป

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์

รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Government) เป็นแนวคิดในการพัฒนาการบริหารงานภาครัฐแบบรูปแบบเดิมไปสู่รูปแบบการบริหารภาครัฐแบบใหม่ ด้วยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานและให้บริการประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดการพัฒนาระบบข้อมูลของหน่วยงานของรัฐต่างๆ ทุกระดับให้เชื่อมโยงกัน ทำให้สามารถบริหารจัดการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล และที่สำคัญ สามารถขยายขีดความสามารถของรัฐในการ

ให้บริการประชาชน ทำให้สามารถบริการประชาชนได้อย่างรวดเร็ว ประชาชนเกิดความพึงพอใจ ก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานของรัฐ⁸

1.6.2 รัฐบาลดิจิทัล

รัฐบาลดิจิทัล (Digital Government) หมายถึงการออกแบบและปรับเปลี่ยนรูปแบบบริการของรัฐให้มีความทันสมัย เพื่อสร้างบริการที่มีคุณค่าแก่ประชาชน โดยอาศัยข้อมูลดิจิทัลเพื่อสร้างบริการของรัฐในรูปแบบใหม่ ผ่านเทคโนโลยี Mobile Social Cloud Technology ทั้งนี้ ดร. ศักดิ์ เสกขุนทด ผู้อำนวยการสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ได้กล่าวว่า “โดยเนื้อแท้และเจตนารมณ์ ‘รัฐบาลดิจิทัล’ ไม่ได้แตกต่างจาก ‘รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์’ เพียงแต่นิยามของรัฐบาลดิจิทัลได้ขยายขอบเขตให้กว้างขึ้น โดยครอบคลุมถึงความพยายามของรัฐบาลในการส่งเสริมให้ประชาชนใช้อุปกรณ์ดิจิทัลที่มีอยู่ในการมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์กับภาครัฐด้วยตนเอง โดยปลดล็อกข้อจำกัดที่ว่า ข้อมูลข่าวสารภาครัฐในอดีตยากต่อการเข้าถึง ให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น และสามารถนำไปต่อยอดใช้งานได้ทันที รัฐบาลดิจิทัลไม่มองประชาชนเป็นเพียงผู้ใช้งาน แต่เป็นส่วนหนึ่งของระบบและเป็นการทำงานร่วมกัน”⁹

1.6.3 การทูตดิจิทัล

Antono Deruda ผู้ประพันธ์หนังสือ Digital Diplomacy Handbook ให้คำนิยามของการทูตดิจิทัล (Digital Diplomacy) ว่าเป็นการดำเนินการทางการทูตโดยใช้ประโยชน์จากเครื่องมือทางดิจิทัล รวมถึงเครือข่ายสังคมที่มีผู้ใช้เพิ่มมากขึ้นในหลายๆ ประเทศ และเป็นกระบวนการสำคัญอันเป็นประโยชน์ต่อการบริการ รวมถึงการใช้ Social Media ในการสร้างบทสนทนา กับสาธารณชนที่เป็นชาวต่างชาติ¹⁰ และ Marcus Holmes กล่าวว่า เป็นกลยุทธ์ในการบริหารความเปลี่ยนแปลงโดยใช้เครื่องมือดิจิทัลและความร่วมมือผ่านเทคโนโลยี¹¹

1.6.4 ประเทศไทย 4.0

ดร. สุวิทย์ เมษินทรีย์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ได้อธิบายความหมายของ ประเทศไทย 4.0 หรือ Thailand 4.0 ว่าเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล เพื่อนำประเทศไปสู่ความ ‘มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน’ โดยมีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่างๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และพัฒนาประเทศให้เจริญ มีความพร้อมที่จะสามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้ โดยปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่

⁸ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, การบริหารจัดการภาครัฐ : รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government), เอกสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ (เมษายน 2558)

⁹ ศักดิ์ เสกขุนทด, ผู้อำนวยการสำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์, “รัฐบาลดิจิทัล ... ก้าวสำคัญของประเทศไทย 4.0,” โพสต์ทูเดย์ (5 มกราคม 2560): คอลัมน์ e-Government หมวดเศรษฐกิจดิจิทัล หน้า C7

¹⁰ Antonio Deruda, *The Digital Diplomacy Handbook: How to use social media to engage with global audiences*, (CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015).

¹¹ Marcus Holmes, *Digital Diplomacy and International Change Management in Digital Diplomacy*, 1st Edition (Theory and Practice : Routledge New Diplomacy Studies, 2015).

เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่ภาคบริการมากขึ้น

1.6.5 Web 1.0

หมายถึง การใช้งานอินเทอร์เน็ต (Internet) ในรูปแบบเดิม เป็นการให้ข้อมูลด้านเดียว (one-way Communication) ระหว่างเว็บ 1 เว็บจะมีผู้ใช้ 1 คนคือ webmaster หรือผู้สร้างเว็บ เป็นผู้ให้ข้อมูล และ ผู้เข้าชมเว็บเป็นผู้รับข้อมูล ในรูปแบบของ E-Mail, Chat Room, Download, Search Engine, Web board

1.6.6 Web 2.0

หมายถึง เครือข่ายทางสังคม (Social network) ที่เน้นการแบ่งปันข้อมูลระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มเครือข่ายสังคม เป็นการติดต่อสองทาง (two-way Communication) โดยผู้เข้าชมเว็บสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ (Co-Creation) และนำเสนอเนื้อหาและข้อมูล

1.6.7 สื่อสังคม (Social Media)

สื่อสังคม หรือที่คนทั่วไปเรียกว่า สื่อออนไลน์ เป็นสื่อชนิดหนึ่งที่ใช้ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ โดยใช้พื้นฐานเทคโนโลยีของเว็บตั้งแต่รุ่น 2.0 เช่น Facebook Twitter Wikipedia HiFive และบล็อกต่างๆ สำหรับกลุ่มบุคคลผู้ติดต่อสื่อสารกันโดยผ่านสื่อสังคม ซึ่งนอกจากจะส่งข่าวสารข้อมูลแลกเปลี่ยนกันแล้ว ยังอาจทำกิจกรรมที่สนใจร่วมกัน

1.6.8 Facebook

Facebook เป็นรูปแบบหนึ่งของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง หรือหลายกิจกรรมกับผู้ใช้ Facebook รายอื่นๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ คลิปวิดีโอ เขียนบทความ เล่นเกมส์เป็นกลุ่ม และยังสามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา)

Facebook ก่อตั้งขึ้นและพัฒนาโดย Mark Zuckerberg และเพื่อนอีก 2 คน คือ Chris Hughes และ Dustin Moskovitz นักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เมื่อปี 2547 โดยมีจุดประสงค์เพื่อใช้เป็นสมุดบันทึกรายชื่อของนักศึกษาทั้งหมดในมหาวิทยาลัย เว็บไซต์ www.facebook.com นี้ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน (Wikipedia)

1.6.9 Twitter

ทวิตเตอร์เป็นเว็บไซต์ซึ่งบริษัทอเมริกันที่ชื่อว่า Twitter เป็นผู้ให้บริการ ถือได้ว่าเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมเว็บไซต์แห่งหนึ่ง โดยเริ่มให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตในเดือนมีนาคม 2549 ผู้ใช้สามารถส่งและอ่านข้อความที่เรียกว่าทวิต (Tweet) ซึ่งมีความยาวไม่เกิน 140 ตัวอักษร (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา)

ทวิตเตอร์ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม 2549 โดย Jack Dorsey, Biz Stone, Noah Glass และ Evan Williams เจ้าของบริษัท Obvious Corporation และในเดือนกรกฎาคมได้เปิดเว็บไซต์สังคมออนไลน์ที่ต่อมาได้รับความนิยมทั่วโลก (Wikipedia)

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎี

2.1.1 รัฐบาลดิจิทัล (Digital Government)

รัฐบาลภายใต้การนำของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยีเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เนื่องจากในปัจจุบันระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้าไปมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานของทุกภาคส่วน รวมถึงมิติการบริหารจัดการภาครัฐ มิติการให้บริการประชาชน และมิติการกำหนดนโยบาย โดยได้ประกาศวิสัยทัศน์ของประเทศไทยโดยการมุ่งสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลว่า ‘ในอีก 5 ปีข้างหน้า ภาครัฐไทยจะยกระดับสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน มีการทำงานแบบอัจฉริยะ ให้บริการโดยมีประชาชนเป็นศูนย์กลาง และขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้อย่างแท้จริง’

หากคำนึงถึงเจตนารมณ์ของรัฐบาลดิจิทัลแล้ว อาจไม่แตกต่างนักจากแนวคิดรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government) ซึ่งเป็นหนึ่งในนโยบายของรัฐบาลไทยในทุกสมัยในช่วงกว่าทศวรรษที่ผ่านมา แต่แนวคิดของรัฐบาลดิจิทัล ให้ความสำคัญที่เพิ่มมากขึ้นกับการให้บริการประชาชนเป็นหลัก (citizen centric) โดยมุ่งปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการของรัฐ เพื่อสร้างบริการที่มีคุณค่าแก่ประชาชน โดยอาศัยข้อมูลดิจิทัลเพื่อสร้างบริการของรัฐในรูปแบบใหม่ผ่านเทคโนโลยีต่างๆ อาทิ Mobile Social Cloud Technology และส่งเสริมให้ประชาชนใช้อุปกรณ์ดิจิทัลที่มีอยู่ในการมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์กับภาครัฐด้วยตนเอง เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารภาครัฐได้ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น กล่าวคือ รัฐบาลดิจิทัลไม่มองประชาชนเป็นเพียงผู้ใช้งาน แต่เป็นส่วนหนึ่งของระบบและเป็นการทำงานร่วมกัน

สืบเนื่องจากการตระหนักถึงความสำคัญในการให้บริการประชาชนเป็นหลักในการวางยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาลดิจิทัล สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) จึงได้กำหนด 4 เป้าหมายหลักในการพัฒนาแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2560–2564 ได้แก่ (1) การยกระดับตัวชี้วัดสากลที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (2) การบริการภาครัฐที่ตอบสนองประชาชนและผู้ประกอบการทุกภาคส่วนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว แม่นยำ โดยมีเป้าหมายไม่ต้องใช้สำเนาเอกสาร (3) การที่ประชาชนเข้าถึงข้อมูลภาครัฐได้สะดวก และเหมาะสมเพื่อส่งเสริมความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของประชาชน (4) การวางโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลภาครัฐ การจัดเก็บและบริหารข้อมูลที่บูรณาการ ไม่ซ้ำซ้อน สามารถรองรับการเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและให้บริการประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านกลไกการขับเคลื่อน 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับความมั่นคงและเพิ่มความ

ปลอดภัยของประชาชน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การยกระดับประสิทธิภาพของภาครัฐ และยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการและยกระดับโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการภาครัฐ

ในการปฏิบัติภารกิจของกระทรวงการต่างประเทศ การบริการประชาชนนับเป็นหน้าที่หลักสำคัญประการหนึ่ง โดยมีกรมการกงสุล และสถานเอกอัครราชทูตในประเทศต่างๆ เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการดำเนินนโยบาย ‘การทูตเพื่อประชาชน’ ซึ่งงานลักษณะ ‘การบริการ’ นี้จะต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชนโดยตรง โดยมีเป้าหมายในการสร้างความพึงพอใจให้เกิดแก่ผู้บริการ ดังนั้น การที่จะวัดความสำเร็จวิธีหนึ่ง คือ การวัดความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ เพื่อเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงาน

หนังสือ Management in the Public Service; the Quest for Effective Performance โดย John D. Millett (1954)¹² ได้กล่าวถึงความสำเร็จในการบริหารรัฐกิจ คือ การบริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งมีลักษณะสำคัญ 5 ประการ

1) การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Service) คือ ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคิดว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยก กีดกันการให้บริการ โดยประชาชนจะได้รับการบริการในมาตรฐานเดียวกัน

2) การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา (Timely Service) คือ การให้บริการที่ทันต่อเวลา ซึ่งหากไม่ทันต่อเวลา ก็ถือว่า ไม่มีผลงาน

3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ มีจำนวนการให้บริการที่เหมาะสม ทั้งในแง่จำนวนและสถานที่

4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ ยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก มิใช่ยึดความพึงพอใจของหน่วยงานผู้ให้บริการ

5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน หรืออีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพเท่าที่จะสามารถทำได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

นอกจากนี้ Parasuman, Zeithaml & Berry ได้กำหนดคุณสมบัติหลักของการบริการที่ประสบความสำเร็จไว้ในบทความ A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research (1985)¹³ ดังนี้

- 1) ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย
 - ความสม่ำเสมอ (Consistency)
 - ความพึ่งพาได้ (Dependability)

¹² Millett John, D., Management in the Public Service; the Quest for Effective Performance, (New York: McGraw-Hill, 1954).

¹³ A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml and Leonard L. Berry, A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing 49, 4 (Autumn, 1985): 41–50.

2) การตอบสนอง (Responsiveness) ประกอบด้วย

- ความเต็มใจที่จะบริการ
- ความพร้อมที่จะให้บริการและอุทิศเวลา
- มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
- ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี

3) ความสามารถ (Competency) ประกอบด้วย

- สามารถในการให้บริการ
- สามารถในการสื่อสาร
- สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ

2.1.3 แนวคิดการใช้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ในหน่วยงาน

ภาครัฐ

สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ (สบทร.) ได้กำหนดการใช้ประโยชน์ของ Social Network ในหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งสามารถยึดถือเป็นหลักสำหรับหน่วยราชการที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการบริการประชาชน ดังนี้

- 1) การให้ข้อมูลที่ได้รับการปรับปรุงให้ทันต่อเหตุการณ์อย่างกว้างขวางและทั่วถึง
- 2) การดึงให้ประชาชนมาพูดคุยถึงปัญหาและสามารถถ่ายทอดแนวทางในการแก้ไข
- 3) การรวมศูนย์ของข้อมูล ปัญหา ข้อซักถาม เพื่อสามารถจัดการปัญหาอย่าง

ครอบคลุม

4) การเป็นช่องทางหนึ่งในการเตรียมการล่วงหน้าก่อนวิกฤติปัญหาจะเกิดขึ้น ทั้งในแง่ของบุคลากร และช่องทางการสื่อสารกับประชาชน เพราะหากวิกฤติหรือปัญหาเร่งด่วนเกิดขึ้นแล้ว การพัฒนาช่องทางการสื่อสารจะใช้เวลาอย่างมาก ทำให้ปัญหามานปลายหากไม่สามารถแก้ไขได้ทันการณ์

5) การเข้าถึงประชาชน กลุ่มเป้าหมาย อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยไม่เป็นภาระงบประมาณ หรือใช้ต้นทุนที่ถูกกลง โดยเฉพาะหากเปรียบเทียบกับผลที่จะได้รับ (Return on Investment)

2.1.4 ทฤษฎีระบบการให้บริการ

In Jung Wang ได้ให้ทัศนะว่า การให้บริการเป็นการเคลื่อนย้ายเรื่องที่ให้บริการ จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อให้เป็นไปตามที่ต้องการ¹⁴ โดยมีปัจจัยที่สำคัญคือ

- 1) ตัวบริการ (Service)
- 2) แหล่งหรือสถานที่ที่ให้บริการ (Sources)
- 3) ช่องทางการให้บริการ (Channels) และ
- 4) ผู้รับบริการ (Client groups)

¹⁴ Wang, In-Jung, Delivery of Public Services in Asian Countries : Cases in Development Administration, (Bangkok: Thammasart University Press, 1986).

จากปัจจัยข้างต้น In-Jung Wang ได้ให้ความหมายของระบบการให้บริการว่าเป็นการเคลื่อนย้ายบริการอย่างคล่องตัว ผ่านช่องทางที่เหมาะสม มาจากแหล่งให้บริการที่มีคุณภาพไปยังผู้รับบริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้

2.1.5 ทฤษฎีการให้บริการสาธารณะ

ในทฤษฎีของ Gilbert and Birkhead¹⁵ การให้บริการสาธารณะมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

- 1) ปัจจัยนำเข้า (Input) หรือทรัพยากร ได้แก่ บุคลากร ค่าใช้จ่าย อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก
- 2) กิจกรรม (Activities) หรือกระบวนการ (Process)
- 3) ผล (Results) หรือผลผลิต (Outputs)
- 4) ความคิดเห็น (Opinions) ต่อผลกระทบ (Impacts) ซึ่งหมายถึงความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับ

แนวคิดของ Gilbert and Birkhead นี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ B M Verma¹⁶ ซึ่งมีทัศนะว่า หน่วยงานมีหน้าที่ให้บริการโดยนำปัจจัยเข้าสู่กระบวนการผลิตและออกมาเป็นผลผลิตหรือการบริการ ซึ่งผลกระทบของการบริการสามารถวัดได้จากความคิดเห็นหรือทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อระบบการให้บริการ

2.1.6 แนวคิดการประเมินความต้องการจำเป็น (Need Assessment)

สุวิมล ว่องวาณิช¹⁷ ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประเมินความต้องการจำเป็นเป็นกระบวนการประเมินเพื่อกำหนดความแตกต่างของสภาพที่เกิดขึ้นกับสภาพที่ควรจะเป็น โดยระบุสิ่งที่ต้องการให้เกิดว่ามีลักษณะเช่นใด และประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นจริงว่ามีลักษณะเช่นใด จากนั้นนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นจริงว่าสมควรเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง การประเมินความต้องการจำเป็นทำให้ได้ข้อมูลที่น่าไปสู่การเปลี่ยนแปลงกระบวนการจัดการศึกษาหรือการเปลี่ยนแปลงผลที่เกิดขึ้นปลายทาง การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการประเมินความต้องการจำเป็นจึงเป็นการเปลี่ยนแปลงในเชิงสร้างสรรค์และเป็นการเปลี่ยนแปลงทางบวก

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมและบทความทางวิชาการเกี่ยวกับพัฒนาการของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และรูปแบบการทูตที่เปลี่ยนไปในยุคดิจิทัลที่น่าสนใจ และมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับหัวข้อรายงานนี้ สรุปได้ดังนี้

¹⁵ Dennis Gilbert , and Guthrie S. Birkhead, "Equity in Local Service Distribution," Public Administration Review 37 (November/December 1977): 687–697.

¹⁶ B M Verma, Decentralisation in administration, 1st edition (Uppal Pub. House; 1990).

¹⁷ สุวิมล ว่องวาณิช, การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558).

2.2.1 การศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์จาก Social Media ในยุคการทูตดิจิทัล (Digital Diplomacy)

1) หนังสือ Digital Diplomacy, Theory and Practice โดย Corneliu Bjola และ Marcus Holmes (2015)¹⁸ เป็นการรวบรวมบทความทางวิชาการที่มุ่งหาคำตอบว่า ทฤษฎีการทูตดิจิทัล (ซึ่งในหนังสือเล่มนี้ Holmes ให้คำนิยามว่า เป็นเป็นกลยุทธ์ในการบริหารความเปลี่ยนแปลง โดยใช้เครื่องมือดิจิทัลและความร่วมมือผ่านเทคโนโลยี) ได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินความสัมพันธ์ทางการทูตทั้งในกรอบทวิภาคีและและพหุภาคีมากน้อยเพียงใด โดยมีข้อสรุปว่า ในโลกปัจจุบัน การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีความจำเป็นอย่างยิ่งทั้งในการบริหารจัดการงานประจำและเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินนโยบายทางการทูต ทั้งในกรอบทวิภาคีและพหุภาคี อย่างไรก็ดี ในการบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลง ซึ่งมี 2 รูปแบบ ได้แก่ exogenous shocks ซึ่งหมายถึง การเปลี่ยนแปลงจากภายนอก ในลักษณะ top down และ incremental shifts ซึ่งหมายถึง การเปลี่ยนแปลงในลักษณะ bottom up รัฐจำเป็นต้องเลือกใช้เครื่องมือทางการทูตอย่างเหมาะสม โดยตระหนักว่า การสร้างความสัมพันธ์โดยการพบปะสนทนาแบบตัวต่อตัว (face-to-face) ยังมีความจำเป็นในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงแบบ exogenous shocks เช่น ในกรณีที่เกิดวิกฤตการณ์ระหว่างประเทศ ซึ่ง personal diplomacy ยังเป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นยิ่งในการประสานความสัมพันธ์ระหว่างกัน

2) บทความ Digital Diplomacy in the Digital Age โดย Brian Hocking และ Jan Melissen (July, 2015)¹⁹ มีข้อสรุปที่มีนัยสำคัญว่า ‘Digital is here to stay—and so is diplomacy’ ดังนั้นกระทรวงการต่างประเทศใดที่ไม่มีการปรับตัวให้ทันกับยุคของดิจิทัล จะไม่สามารถอยู่รอดได้ เนื่องจากปัจจุบัน พันธุกรรม (DNA) ของการทูตในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปในยุคของการทูตดิจิทัล และความเปลี่ยนแปลงนี้มีผลและสร้างแรงกดดันที่ทำลายในแง่ของการปฏิบัติการด้านการต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานกงสุลคุ้มครองประชาชนในต่างประเทศ เนื่องจากประชาชนมีความต้องการและความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นจากการบริการของภาครัฐ ตามพัฒนาการของเทคโนโลยีในการสื่อสาร ในขณะเดียวกัน ประชาชนก็ยังมี ความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่มี human touch ดังนั้น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจึงเป็นคำตอบในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงและปริมาณงานกงสุลที่เพิ่มสูงขึ้น การมีเว็บไซต์ที่มีมาตรฐาน การบริการตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจเป็นแบบอัตโนมัติ และการใช้เครือข่ายของ Social Media ในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินหรือวิกฤตการณ์ จึงเป็นแนวทางแก้ไขปัญหางานกงสุลในยุคดิจิทัล

3) บทความ The Strategic Use of Digital and Public Diplomacy in Pursuit of National Objectives โดย Shaun Riordan (2016)²⁰ กล่าวว่า พัฒนาการของการทูตสาธารณะ

¹⁸ Corneliu Bjola and Marcus Holmes, *Digital Diplomacy*, 1st Edition (Theory and Practice: Routledge New Diplomacy Studies, 2015).

¹⁹ Brian Hocking and Jan Melissen, *Digital Diplomacy in the Digital Age*, (Netherland Institute of International Relations Clingendael, 2015).

²⁰ Shaun Riordan, *The Strategic Use of Digital and Public Diplomacy in Pursuit of National Objectives*, (Forcic pensament, 2016).

และการทูตดิจิทัลเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศในการใช้ประโยชน์จากการทูตสาธารณะ และการทูตดิจิทัล ควรคำนึงถึงการใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพ ดังเห็นได้จากการใช้ประโยชน์ของการทูตดิจิทัลที่ผ่านมาที่จำกัดอยู่เพียง ‘a presence in the social media’ โดยมีได้มีการใช้ประโยชน์ของ Social Media เพื่อบรรลุซึ่งวัตถุประสงค์ทางการทูต ได้แก่ การสร้างเครือข่าย การรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินความเห็นของประชาชน การรณรงค์ในเรื่องที่ให้ความสำคัญ ปัจจุบันนักการทูตยังไม่ได้ตระหนักถึงการใช้ประโยชน์อย่างแท้จริงจากเทคโนโลยีดิจิทัลและ Social Media อาทิ พัฒนาการของ Big Data และ crowd-sourcing จึงจำเป็นต้องมีการหารืออย่างจริงจังกับผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการออกแบบระบบคอมพิวเตอร์เป็นการเฉพาะที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์กับการใช้งานทางการทูต

2.2.2 เอกสารวิชาการส่วนบุคคลหลักสูตรนักบริหารการทูต (นบท.)

1) รายงานการศึกษาของนายสุเมธ จุลชาติ (2557) เรื่อง ‘สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) กับการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงการต่างประเทศ’ ศึกษาถึงการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงการต่างประเทศที่เน้นการใช้สื่อออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นกลไกในการดำเนินนโยบายการทูตเพื่อประชาชน และความพยายามเข้าถึงภาคประชาสังคม เพื่อลดระยะห่างและสร้างทัศนคติที่ดีต่อกระทรวงการต่างประเทศ

ถึงแม้รายงานการศึกษาตามหลักสูตรนักบริหารการทูตของนายสุเมธฯ มีวัตถุประสงค์และขอบเขตการศึกษาที่แตกต่างจากรายงานการศึกษานี้ อย่างไรก็ดี ข้อมูลจากรายงานของนายสุเมธฯ เกี่ยวกับการใช้สื่อประเภทต่างๆ ของกระทรวงการต่างประเทศในการประชาสัมพันธ์เป็นประโยชน์อย่างมากกับผู้วิจัยในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับพัฒนาการของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกระทรวงการต่างประเทศ นอกจากนี้ นายสุเมธฯ ในฐานะอัครราชทูตที่ปรึกษาสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล ยังได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อ Social Media ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล ซึ่งได้รับการตอบรับและติดตามโดยสาธารณชนจำนวนมาก²¹

2) รายงานการศึกษาของนายไพฑูรย์ มหาพัฒนาภรณ์ (2558) เรื่อง ‘การทูตดิจิทัล (Digital Diplomacy) การเสริมสร้างผลประโยชน์ของไทย ในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างไทย-โปแลนด์’

จากการทบทวนวรรณกรรมรายงานการศึกษาตามหลักสูตรนักบริหารการทูตของนายไพฑูรย์ฯ ซึ่งถึงแม้จะมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยที่ต่างกัน อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยได้เรียนรู้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในรายงานการศึกษาของนายไพฑูรย์ฯ ในเรื่องบทบาทของ Digital Diplomacy ในการดำเนินความสัมพันธ์ทวิภาคี

²¹ สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2560.

2.3 สรุปกรอบแนวคิด

ในการจัดทำรายงานฉบับนี้ ผู้วิจัยจะใช้วิธีวิเคราะห์ความจำเป็น (Need Assessment) ในการให้บริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ โดยมีเทคโนโลยีดิจิทัลและ Social Media เป็นช่องทางบริการ เพื่อประเมินถึงการบริการที่ควรจะเป็น และสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน (As Is) ซึ่งจะสะท้อนถึงปัญหาและแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพ และนำไปสู่การแก้ไขจุดอ่อน และปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการดำเนินการต่างๆ ทั้งในเชิงนโยบายและการปฏิบัติ

ในกระบวนการประเมินประสิทธิภาพของระบบการให้บริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยของสถานเอกอัครราชทูตฯ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของ In Jung Wang และ Gilbert and Birkhead ตามนัยข้อ 2.1.4 และ 2.1.5 ตามลำดับมาประยุกต์ใช้เป็นพื้นฐานในการกำหนดตัวแปร 4 ปัจจัย ได้แก่

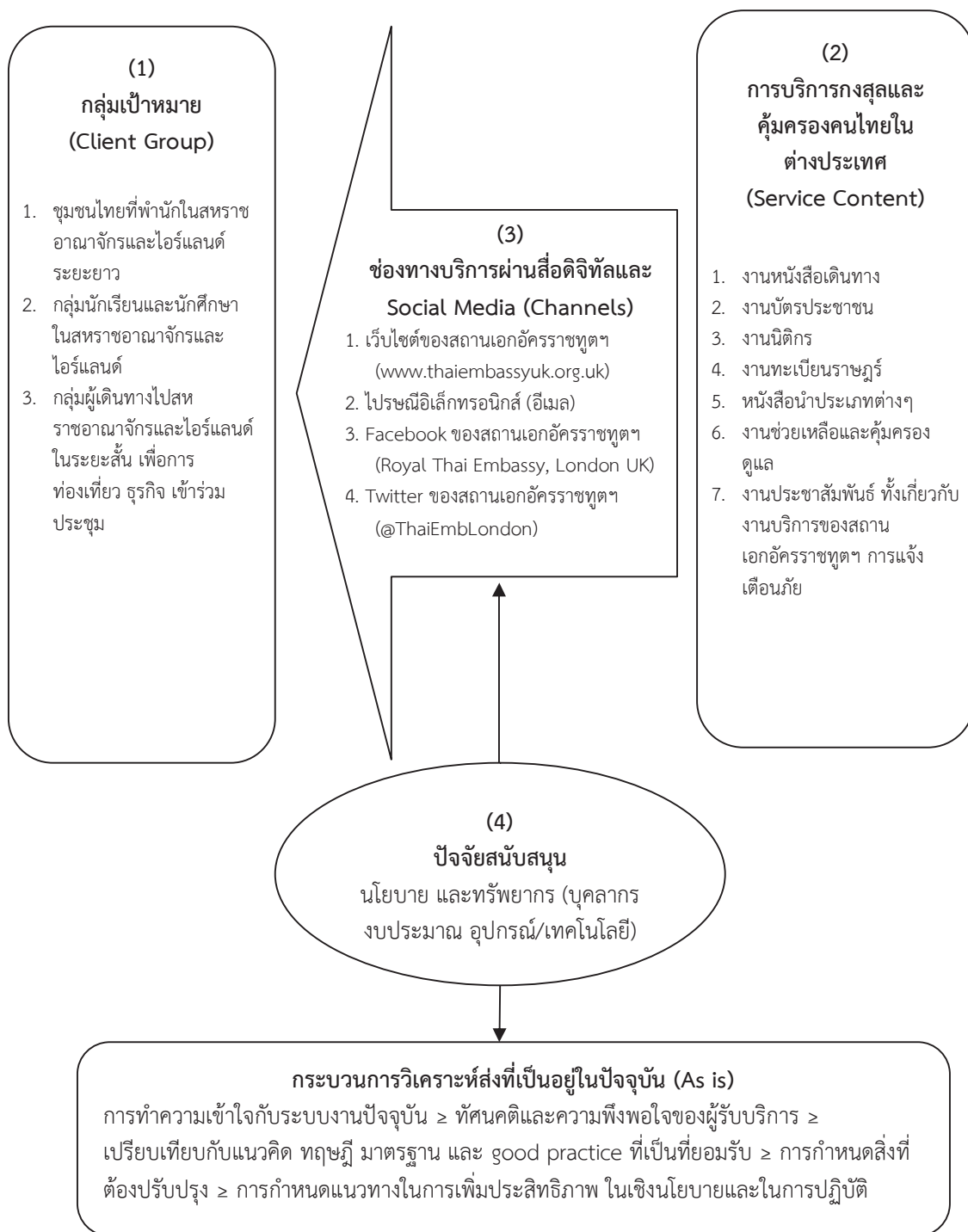
1) ผู้รับบริการ คือ กลุ่มเป้าหมาย (Client groups) ได้แก่ กลุ่มคนไทยผู้รับบริการซึ่งพำนักอยู่ในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ โดยเฉพาะผู้ที่มีถิ่นพำนักระยะยาว กลุ่มนักเรียนและนักศึกษา และกลุ่มคนไทยที่เดินทางไปสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ระยะสั้น เพื่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ธุรกิจ และเดินทางไปราชการ

2) ประเภทการบริการ (Service Content) ด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย

3) ช่องทางการบริการ (Channels) ผ่านรูปแบบสื่อดิจิทัลและ Social Media ซึ่งเป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างบริการ (Service Content) และผู้รับบริการ (Client groups)

4) องค์ประกอบสนับสนุน คือ นโยบาย และ ทรัพยากร ได้แก่ บุคลากร งบประมาณและอุปกรณ์/เทคโนโลยี เป็นปัจจัยสำคัญต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ

ในขั้นตอนการวิเคราะห์ ผู้วิจัยจะศึกษาถึงสภาพการให้บริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในปัจจุบัน (As is) ทั้งในแง่ของกระบวนการ รูปแบบกิจกรรม นโยบายของรัฐในปัจจุบัน และความพร้อมของทรัพยากร เพื่อประเมินความสำเร็จของการดำเนินการที่ผ่านมา โดยมีตัวชี้วัดตามแนวทฤษฎีของ Gilbert และ Birkhead และ Verma กล่าวคือ ทักษะคติและความพึงพอใจของผู้รับบริการ นอกจากนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เพื่อให้สามารถนำผลจากการวิเคราะห์ประเมินไปต่อยอดสู่การจัดทำข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน รายงานฉบับนี้จำเป็นต้องมีการเปรียบเทียบการดำเนินการในปัจจุบันกับแนวคิด ทฤษฎี และมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในเรื่องการบริการของภาครัฐ และการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและ Social Media ในการบริการของภาครัฐด้วย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

ผลการศึกษา

รายงานการศึกษานี้มีเป้าหมายให้เห็นถึงความพยายามของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ในการปรับตัวให้เท่าทันกับยุคการทูตดิจิทัล (Digital Diplomacy) โดยการใช้ประโยชน์จากช่องทางในการสื่อสารโดยผ่านสื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการให้บริการกงสุล และคุ้มครองคนไทยประเภทต่างๆ แก่กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มคนไทยที่มีถิ่นพำนักระยะยาวในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มผู้ที่เดินทางไปสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ระยะสั้น โดยจะเป็นการวิเคราะห์ว่า การใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ในรูปแบบต่างๆ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในปัจจุบันสามารถให้บริการที่จำเป็นแก่กลุ่มเป้าหมายได้หรือไม่ และการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ที่ผ่านมา เป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติการกิจด้านกงสุล และคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์หรือไม่ และมีแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างไร

ในการดำเนินการวิจัย รายงานฉบับนี้ได้ใช้การประเมินความจำเป็น (Need Assessment) ในการให้บริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ โดยมีเทคโนโลยีดิจิทัลและ Social Media เป็นช่องทางบริการ เพื่อประเมินถึงการบริการที่ควรจะเป็น และสิ่งที่อยู่ในปัจจุบัน (As Is) ซึ่งจะสะท้อนถึงปัญหาและแนวทางในการพัฒนา โดยในกระบวนการประเมินประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของ In-Jung Wang และ Gilbert and Birkhead ตามนัยข้อ 2.1.4 และ 2.1.5 ตามลำดับมาประยุกต์เป็นพื้นฐานในการกำหนดตัวแปร 4 ปัจจัย โดย ได้แก่ (1) ผู้รับบริการ คือ กลุ่มเป้าหมาย (Client groups) (2) ประเภทการบริการ (Service Content) (3) ช่องทางการบริการ (Channels) ผ่านรูปแบบสื่อดิจิทัลและ Social Media และ (4) องค์ประกอบสนับสนุนที่จำเป็นต่อกระบวนการในการให้บริการ คือ นโยบาย และ ทรัพยากร ซึ่งประกอบด้วยบุคลากร งบประมาณ และเทคโนโลยี ดังปรากฏตามแผนภูมิกรอบแนวคิดวิจัยตามนัยบทที่ 2

ในการศึกษาถึงหลักฐานเพื่อยืนยันผลการศึกษาในรายงานนี้ ผู้วิจัยจะใช้ทั้งการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้แก่ สถิติการติดตาม สถิติการมีส่วนร่วม การตอบสนองและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่ได้รับจากสื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยจะมีการศึกษาแนวทางในการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ของไทยในประเทศอื่นๆ ที่มีปริมาณและลักษณะงานคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศที่ใกล้เคียงกับสถานเอกอัครราชทูตฯ นอกจากนี้ จะมีการศึกษาสถิติภูมิทัศน์การใช้สื่อออนไลน์ในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ และในประเทศไทย ซึ่งจะสะท้อนพฤติกรรมในการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของกลุ่มเป้าหมาย

ในการวิเคราะห์เชิงประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามทัศนคติความพึงพอใจและความคาดหวังของชุมชนไทยต่อการให้บริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศโดยการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ และศึกษาถึงปัจจัยสนับสนุน

ที่สำคัญ คือ นโยบายในระดับกระทรวง ซึ่งเป็นตัวกำหนดความพร้อมของทรัพยากร ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ และเทคโนโลยี และเพื่อให้ผลของการจัดทำรายงานนี้สามารถนำไปต่อยอดสู่การกำหนดแนวทางและข้อเสนอแนะทั้งในเชิงการปฏิบัติและเชิงนโยบายในการเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการใช้ Social Media ผู้วิจัยได้ศึกษา Best Practices ของหน่วยงานภาครัฐของประเทศอื่น ซึ่งจะสะท้อนถึงแนวทางและความจำเป็นในการปรับตัวทั้งในระดับนโยบายและในระดับการปฏิบัติงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ ต่อไป

3.1 การปฏิบัติการกิจด้านกงสุลและคุ้มครองดูแลคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน

ไทยกับสหราชอาณาจักรมีความสัมพันธ์กันมากกว่า 400 ปี โดยมีการติดต่อกันเป็นครั้งแรกในปี 2155 ในสมัยพระเจ้าทรงธรรมแห่งกรุงศรีอยุธยาและสมเด็จพระเจ้าเจมส์ที่ 1 แต่ได้สถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตอย่างเป็นทางการ โดยการลงนามในสนธิสัญญาทางพระราชไมตรีและการพาณิชย์ระหว่างจักรวรรดิอังกฤษกับราชอาณาจักรสยาม (Treaty of Friendship and Commerce between the British Empire and the Kingdom of Siam) หรือสนธิสัญญาเบาว์ริง ที่กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2398 (ครบรอบ 162 ปี ในปี 2560) โดยสหราชอาณาจักรจัดตั้งสถานกงสุลขึ้นในประเทศไทยก่อน เมื่อปี 2399 ต่อมาเมื่อปี 2425 พระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าปฤษฎางค์ (พระยศขณะนั้น คือ หม่อมเจ้า) ราชทูตได้ทูลเกล้าฯ ถวายพระราชสาส์นตราตั้งแด่สมเด็จพระราชินีนาถวิกตอเรีย (Queen Victoria) และเปิดสถานราชทูตไทย (Siamese Legation) แห่งแรกขึ้นที่กรุงลอนดอน ที่ผ่านมา ความสัมพันธ์ระหว่างกันดำเนินไปอย่างราบรื่นบนพื้นฐานของมิตรภาพ

สำหรับการดำเนินความสัมพันธ์กับไอร์แลนด์ นั้น ไทยได้สถาปนาความสัมพันธ์ทางกงสุลกับไอร์แลนด์เมื่อปี 2509 ต่อมาได้สถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2518 และในปี 2557 ไอร์แลนด์ได้เปิดสถานเอกอัครราชทูตไอร์แลนด์ประจำประเทศไทย ปัจจุบันไทยยังไม่ได้เปิดสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงดับลิน ดังนั้น เอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน เป็นเอกอัครราชทูต ณ กรุงดับลิน ด้วยอีกตำแหน่งหนึ่ง

3.2 ชุมชนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์

3.2.1 สถิติของ UK Visa Immigration Office ปี 2559 ระบุว่า มีบุคคลสัญชาติไทยเดินทางเข้าและพำนักในสหราชอาณาจักร ซึ่งได้แก่ อังกฤษ สกอตแลนด์ เวลส์ และไอร์แลนด์เหนือ ประมาณ 45,8000 คน ประกอบด้วยกลุ่มบุคคลที่หลากหลาย โดยสามารถจำแนกตามประเภทการตรวจลงตรา²² ดังนี้

- ผู้ได้รับการตรวจลงตราประเภทนักเรียนนักศึกษา ประมาณ 8,000 คน
- ผู้ที่ได้รับการตรวจลงตราเพื่ออนุญาตให้ทำงาน ประมาณ 2,000 คน
- ผู้ได้รับการตรวจลงตราประเภทคู่หมั้นและแต่งงาน ประมาณ 1,500 คน

²² เอกสารข้อมูลคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน โดยอ้างอิงข้อมูลจาก UK Visa Immigration Office

– ผู้ที่ได้รับอนุญาตให้พำนักอยู่ในสหราชอาณาจักรระยะยาวทั้งแบบชั่วคราวและถาวร ประมาณ 40,000 คน

นอกจากนี้ ยังมีคนไทยที่อยู่ในสหราชอาณาจักรที่อาจไม่ได้อยู่ในระบบฐานข้อมูลของทางการอีกจำนวนหนึ่ง ดังนั้น จึงอนุมานได้ว่า ปัจจุบันมีจำนวนคนไทยที่พำนักอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ของสหราชอาณาจักร รวมเป็นจำนวนประมาณ 60,000–70,000 คน นอกจากนี้ ยังมีผู้ที่เดินทางไปสหราชอาณาจักรระยะสั้น ซึ่งส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว จำนวนประมาณ 146,000 คนต่อปี

การรวมตัวของชุมชนไทยในสหราชอาณาจักรโดยส่วนใหญ่จะรวมตัวกันในโอกาสวันสำคัญทางศาสนาที่วัดและสำนักสงฆ์ไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ซึ่งมีอยู่ประมาณ 27 แห่ง มีพระธรรมทูตไทยประมาณ 60 รูป (ข้อมูลปี 2558–2559) และนอกจากการรวมตัวกันเป็นชมรมเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรมของวัดแล้ว ชุมชนไทยในภูมิภาคต่างๆ ยังมีการรวมตัวกันอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน ซึ่งสมาคม/ชมรมคนไทยเหล่านี้ นับเป็นเครือข่ายสำคัญที่ช่วยสนับสนุนภารกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในพื้นที่ต่างๆ และเป็นจุดประสานงานที่สำคัญของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและขอรับความร่วมมือในเรื่องต่างๆ

3.2.2 สำหรับจำนวนคนไทยในไอร์แลนด์ประมาณการว่า มีประมาณ 3,000 คน ส่วนใหญ่สมรสกับชาวไอริช ประกอบอาชีพลูกจ้างในร้านอาหารไทย ภาคเกษตร และภาคบริการทั่วไป และมีวัดไทยในไอร์แลนด์ มี 2 แห่ง ได้แก่ วัดพุทธมหาธาตุ ไอร์แลนด์ (เมืองคอร์ก) และวัดไทยไอร์แลนด์ (กรุงดับลิน) ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปยังไอร์แลนด์จำนวนไม่มาก โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่ได้รับการตรวจลงตราของสหราชอาณาจักร ซึ่งตามเงื่อนไขวีซ่าระยะสั้นของไอร์แลนด์ สามารถเดินทางเข้าไอร์แลนด์โดยไม่ต้องขอรับการตรวจลงตรา หากเป็นการเดินทางเข้าหลังจากที่ประทับตราเดินทางเข้าสหราชอาณาจักรแล้ว ดังนั้น ทางการของไอร์แลนด์จึงไม่มีสถิตินักท่องเที่ยวจากประเทศไทยอย่างเป็นทางการ

3.3 กลุ่มเป้าหมาย (Client groups) ในการให้บริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์

จากข้อมูลชุมชนไทยตามย่อ 3.2 ข้างต้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายสำหรับการทำรายงานนี้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

3.3.1 กลุ่มที่ 1 ผู้ที่มีถิ่นพำนักระยะยาว ทั้งแบบชั่วคราวและถาวร

จากข้อมูลสถิติคนไทยในสหราชอาณาจักรตามย่อข้างต้น ประมาณการว่า มีอยู่ประมาณ 50,000 คน ประกอบด้วย

1) ผู้ที่พำนักอยู่ในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์มาเป็นเวลานาน โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไปเรียนหนังสือ ทำงาน และสมรสกับชาวบริติชและชาวไอริชในสมัยกว่า 20–40 ปีมาแล้ว และปัจจุบันมีครอบครัวบุตรหลานตั้งรกรากถาวรในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์

2) กลุ่มผู้ที่ได้รับการตรวจลงตราอนุญาตให้ทำงานในสหราชอาณาจักร ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพ่อครัว แม่ครัว และพนักงานในร้านอาหารไทย ที่มีอยู่กว่า 1,200 ร้านทั่วสหราชอาณาจักร ซึ่งในจำนวนดังกล่าวมี 500–600 ร้านที่ตั้งอยู่ในกรุงลอนดอน

- 3) กลุ่มผู้ได้รับการตรวจลงตราประเภทคู่หมั้นและแต่งงาน
- 4) กลุ่มผู้ที่อาศัยอยู่ในสหราชอาณาจักรอย่างไม่ถูกกฎหมาย เนื่องจากวีซ่าขาดอายุ หรือ หลบเลี่ยงทำงานที่ผิดกฎหมาย

3.3.2 กลุ่มที่ 2 นักเรียนและนักศึกษา

จากสถิติของสำนักงานผู้ดูแลนักเรียนไทยในประเทศอังกฤษ (สนร.) ในปีการศึกษา 2558–2559 ระบุว่า มีนักศึกษาไทยที่ลงทะเบียนเข้าศึกษาในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาขึ้นไป (ปริญญาตรี–ปริญญาเอก) จำนวน 6,567 คน (ในจำนวนนี้ ศึกษาอยู่ในไอร์แลนด์ 3 ราย) และมีนักเรียนที่อยู่ในความดูแลของ สนร. ตั้งแต่ระดับ prep school จนถึงระดับเตรียมอุดมศึกษา และอื่นๆ อีก ประมาณกว่า 300 คน นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มนักเรียนทุนส่วนตัวอีกจำนวนหนึ่ง จึงสามารถประมาณการจำนวนนักเรียนและนักศึกษาไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ได้ 7,500–8,000 คน

จากสถิติของ สนร. มีนักศึกษาไทยที่ลงทะเบียนเรียนในเครือมหาวิทยาลัยในกรุงลอนดอนจำนวนมากที่สุด ประมาณเกือบ 1,000 คน นอกจากนั้นลงทะเบียนในมหาวิทยาลัยในภูมิภาคต่างๆ รวมทั้งสิ้น 138 มหาวิทยาลัย ซึ่งสะท้อนถึงการกระจายตัวของนักศึกษาไทยในทุกภูมิภาคของสหราชอาณาจักร โดยมี สนร. เป็นหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่ในการประสานงานและดูแลนักเรียนนักศึกษาทุนรัฐบาลและนักเรียนทุนส่วนตัวที่อยู่ในความดูแลของ สนร. จำนวนประมาณ 1,500 ราย นอกจากนี้ ยังมีสมาคมศิษย์ไทย ซึ่งเป็นสมาคมนักเรียนไทยในสหราชอาณาจักร ซึ่งจัดตั้งขึ้นในปี 2444 เป็นสมาคมหลักในการประสานงานกับชมรมนักเรียนไทยในมหาวิทยาลัยต่างๆ และเป็นเครือข่ายของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารในกลุ่มนักศึกษาไทยในสหราชอาณาจักร

3.3.3 กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เดินทางไปสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ระยะสั้น เพื่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ธุรกิจ และเข้าร่วมการประชุม

จากสถิติของ United Kingdom Visas and Immigration (UKVI) ในปี 2558 มีจำนวนคนไทยเดินทางไปสหราชอาณาจักรระยะสั้น จำนวน 146,251 คน โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 2 ต่อปี

สำหรับนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไอร์แลนด์ยังคงมีจำนวนน้อย ในขั้นนี้ไม่ปรากฏสถิติอย่างเป็นทางการ ด้วยเหตุผลที่กล่าวไว้ในข้อ 3.2.2

3.4 ประเภทงานบริการด้านกงสุลและคุ้มครองไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ

จำนวนคนไทยที่อยู่ภายใต้ความดูแลของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีจำนวนมากและมีความหลากหลาย ทั้งในแง่ประเภทการพำนักอยู่ทั้งระยะยาวและระยะสั้น การกระจายตัวในภูมิภาค ต่างๆ ทั้งในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ส่งผลให้การกิจการบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยของสถานเอกอัครราชทูตฯ ครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางและมีปริมาณมากอย่างต่อเนื่อง ทั้งในแง่จำนวนและประเภทของการบริการ ทั้งนี้ จากสถิติของกรมการกงสุล การกิจในด้านดังกล่าวของสถานเอกอัครราชทูตฯ นับว่าสูงเป็นอันดับต้นๆ ในจำนวนสำนักงานในต่างประเทศของไทยทั้งหมด และมีปริมาณมากที่สุดในยุโรป โดยสามารถสรุปประเภทของงานบริการหลักได้ดังนี้

3.4.1 การทำหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Passport)

การบริการทำหนังสือเดินทางแบบอิเล็กทรอนิกส์ตามข้อกำหนดขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organisation-ICAO) ซึ่งจำเป็นต้องมีการบันทึกข้อมูลชีวภาพ (Biometric Data) มีอายุใช้งาน 5 ปี และไม่สามารถต่ออายุในเล่มเดิมได้ เมื่อหนังสือเดินทางหมดอายุจะต้องยื่นคำร้องเพื่อทำเล่มใหม่ ข้อมูลส่วนตัวในหนังสือเดินทางจะอ้างอิงตามข้อมูลในทะเบียนราษฎรของผู้ขอหนังสือเดินทางที่ประเทศไทย

ในการดำเนินการเพื่อยื่นคำร้องในการขอหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ ทางสถานเอกอัครราชทูตฯ มีบริการนัดหมายเพื่อจองคิวล่วงหน้า และมีแบบฟอร์มที่สามารถดาวน์โหลดได้ทางเว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยผู้ยื่นคำร้องจำเป็นต้องเดินทางไปดำเนินการด้วยตนเอง ทั้งนี้ สถิติงานบริการหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เฉลี่ยประมาณ 5,000–5,500 รายต่อปี

การจัดทำ E-Passport นับเป็นความสำเร็จของกระทรวงการต่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรมในการดำเนินการตามนโยบายรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E Government) มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบบริการให้ทันสมัย สะดวก รวดเร็วมากขึ้น โดยการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมบริการอิเล็กทรอนิกส์

3.4.2 การออกหนังสือสำคัญประจำตัว (Certificate of Identity-CI) และหนังสือเดินทางชั่วคราว

สถานเอกอัครราชทูตฯ จะพิจารณาออกหนังสือสำคัญประจำตัว (CI) ซึ่งเป็นเอกสารเดินทางชั่วคราว ในกรณีที่ผู้ยื่นคำร้องทำหนังสือเดินทางสูญหาย หรือหนังสือเดินทางหมดอายุ และมีความจำเป็นต้องเดินทางกลับประเทศไทยโดยเร่งด่วน เอกสารดังกล่าวสามารถใช้สำหรับเดินทางกลับประเทศไทยเท่านั้น

ในการขอหนังสือ CI ผู้ร้องจำเป็นต้องติดต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ ด้วยตนเองในช่วงเวลาทำการ โดยไม่ต้องนัดหมายล่วงหน้า และสามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มได้จากเว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ

ที่ผ่านมา ผู้ที่มีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องรีบดำเนินการทำ CI เพื่อเดินทางกลับประเทศไทยโดยส่วนใหญ่มักติดต่อเจ้าหน้าที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ที่หมายเลขฉุกเฉินซึ่งเปิดตลอด 24 ชั่วโมง โดยเจ้าหน้าที่ของสถานเอกอัครราชทูตฯ จะพยายามอย่างสุดความสามารถที่จะดำเนินการให้อย่างทันการณ์ นอกจากนี้ ในกรณีที่ผู้ร้องมีภารกิจจำเป็นต้องเดินทางไปประเทศอื่นๆ สถานเอกอัครราชทูตฯ จะพิจารณาออกหนังสือเดินทางแบบชั่วคราวตามความจำเป็นในแต่ละกรณี ทั้งนี้ สถิติการออกหนังสือ CI และหนังสือเดินทางชั่วคราวของสถานเอกอัครราชทูตฯ ประมาณ 200–250 รายต่อปี และมีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นตามสถิติภัยจากมิถุนาซีฟในสหราชอาณาจักรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3.4.3 การทำบัตรประชาชน

ผู้ที่พำนักอยู่ในสหราชอาณาจักรระยะยาวสามารถทำบัตรประชาชนทดแทนบัตรเก่าได้ที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ในกรณีบัตรหมดอายุ บัตรหาย บัตรถูกทำลาย หรือบัตรชำรุด โดยผู้ร้องสามารถทำการนัดหมายเพื่อเข้ารับบริการล่วงหน้าผ่านระบบออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ทั้งนี้

สถิติการให้บริการทำบัตรประชาชนของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีจำนวนเฉลี่ยประมาณ 1,600–1,700 รายต่อปี

3.4.4 งานทะเบียนราษฎร

งานทะเบียนราษฎรครอบคลุมถึงการจดทะเบียนเกิดบุตร (ขอสูติบัตร) การจดทะเบียนสมรสและทะเบียนหย่า การขอรวมบัตร โดยสามารถนัดหมายล่วงหน้าผ่านระบบออนไลน์ รวมทั้งดาวน์โหลดแบบฟอร์มที่จำเป็นได้จากเว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ทั้งนี้ สถิติงานทะเบียนราษฎรของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีจำนวนประมาณ 600–700 รายต่อปี

3.4.5 การผ่อนผันการเกณฑ์ทหาร

ผู้ที่มีอายุครบเกณฑ์จะต้องเข้ารับการเกณฑ์ทหาร สามารถทำเรื่องผ่อนผันการเกณฑ์ทหารได้ โดยสามารถขอหนังสือรับรองจากสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อยืนยันว่าอยู่ระหว่างการศึกษานานาชาติ โดยสามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มคำร้องนิติกรณ์ และแบบฟอร์มการขอหนังสือรับรองได้ทางเว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ และสามารถยื่นเอกสารหลักฐานด้วยตนเองที่สถานเอกอัครราชทูตฯ โดยไม่ต้องนัดหมายล่วงหน้า หรือส่งหลักฐานให้สถานเอกอัครราชทูตฯ ทางไปรษณีย์ ทั้งนี้ สถิติการออกหนังสือแนะนำสำหรับการผ่อนผันการเกณฑ์ทหารมีจำนวนประมาณ 100 รายต่อปี

3.4.6 การรับรองนิติกรณ์

การให้บริการในการรับรองนิติกรณ์ คือการที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ประทับตราเพื่อรับรองลายมือชื่อ รับรองสำเนา รับรองการแปลเอกสารต่างๆ ทั้งเอกสารสำคัญที่ทางราชการออกให้ และนิติกรณ์ที่จัดทำขึ้นโดยเอกชน อาทิ การรับรองลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจ/ยินยอม รับรองลายมือชื่อในเอกสารของธนาคาร รับรองลายมือชื่อในหนังสือข้อตกลงการใช้นามสกุล รับรองลายมือชื่อในการซื้อที่ดิน รับรองสำเนาถูกต้อง รับรองคำแปล ฯลฯ โดยผู้ร้องสามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มที่เกี่ยวข้องได้จากเว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งในกรณีส่วนใหญ่ ผู้ร้องจำเป็นต้องมาติดต่อเพื่อดำเนินการด้วยตนเองที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ทั้งนี้ สถิติงานนิติกรณ์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีจำนวนประมาณ 4,500–5,000 รายต่อปี

3.4.7 การออกหนังสือแนะนำ

สถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถออกหนังสือแนะนำสำหรับผู้ถือหนังสือเดินทางทูตหรือหนังสือเดินทางราชการที่ประสงค์จะยื่นขอรับการตรวจลงตราที่สถานเอกอัครราชทูตต่างชาติในสหราชอาณาจักร เพื่อเดินทางไปประชุมทางวิชาการหรือทัศนศึกษาในต่างประเทศ โดยผู้ร้องสามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มที่เกี่ยวข้องได้จากเว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยสามารถดำเนินการด้วยตนเองที่สถานเอกอัครราชทูตฯ หรือส่งหลักฐานทางไปรษณีย์ ทั้งนี้ สถิติงานในการออกหนังสือแนะนำของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีจำนวนประมาณ 1,100 รายต่อปี

3.4.8 งานคุ้มครองและดูแลคนไทย

ภายใต้นโยบายการทูตเพื่อประชาชน กระทรวงการต่างประเทศได้กำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจในการดำรงไว้ซึ่งการเป็นหน่วยงานหลักในการให้ความช่วยเหลือคนไทยที่ตกทุกข์ได้ยากอย่างมีประสิทธิภาพ ที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้พยายามปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานมาโดยตลอด โดยการเพิ่มช่องทางการติดต่อเจ้าหน้าที่ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ทั้งใน

การเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉิน 2 สาย ซึ่งเปิดตลอด 24 ชั่วโมงตามนโยบายของรัฐบาลในการจัดตั้งศูนย์ดำรงธรรม และการใช้ประโยชน์จาก Social Media ในการรับฟังปัญหาและให้คำแนะนำปรึกษา ซึ่งในบางกรณีมีความจำเป็นต้องให้ความช่วยเหลือแบบตัวต่อตัว (face-to-face) ที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับความร่วมมือและสนับสนุนเป็นอย่างดีจากกรมการกงสุลโดยเฉพาะกองคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศ โดยใช้ประโยชน์จากไลน์กลุ่ม (Group Line) ในการให้คำปรึกษาและข้อมูล

สืบเนื่องจากจำนวนคนไทยที่พำนักอยู่ในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์มีจำนวนมาก (60,000–70,000) การกีดกันในการให้ความช่วยเหลือคนไทยที่ตกทุกข์ได้ยากจึงมีปริมาณที่มากอย่างสัมพันธ์กัน และมีการขอรับความช่วยเหลือในหลากหลายเรื่อง อาทิ การขาดความรู้เกี่ยวกับกฎหมายคนเข้าเมืองและการถือสัญชาติ กรณีหนังสือเดินทางสูญหาย ทรัพย์สินสูญหาย/ถูกขโมย ความเจ็บป่วยและได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ การถูกเจ้าหน้าที่ตำรวจจับกุม การถูกเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองกักตัวกรณีพิพาทส่วนบุคคล / ถูกเอารถเอาเปรียบ ถูกทำร้ายโดยสามี และบุคคลในครอบครัว ปัญหาจากความเครียดในการใช้ชีวิตในต่างประเทศและจากปัญหาครอบครัว การขอความช่วยเหลือในการติดต่อกับญาติพี่น้องที่ประเทศไทย การติดตามหาครอบครัวในสหราชอาณาจักร การตกเป็นเหยื่อจากการค้ามนุษย์/ถูกหลอกลวงบังคับให้ค้าประเวณี การหลอกลวงทาง Social Media ซึ่งในหลายกรณีสถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาได้ผ่านการพูดคุยทางโทรศัพท์ และการให้คำปรึกษาแนะนำผ่านทาง Facebook Messenger ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในขณะที่บางรายต้องมีการพูดคุยต่อเนื่องและให้ความช่วยเหลือแบบตัวต่อตัว (face-to-face) รวมแล้วมีสถิติเฉลี่ยประมาณ 350–400 รายต่อปี

3.4.9 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการปกป้องคุ้มครองคนไทย รวมถึงการแจ้งเตือนภัยในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินหรือการแจ้งเตือนเพื่อเพิ่มความระมัดระวัง

การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเตือนภัยในเชิงป้องกัน (preventive warning) เช่น การเตือนให้นักท่องเที่ยวเพิ่มความระมัดระวังในการดูแลรักษาทรัพย์สินจากภัยมิจฉาชีพและการโจรกรรม และการเตือนภัยในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉิน เช่น ภัยธรรมชาติ ภัยจากการก่อการร้าย การประชาสัมพันธ์ข้อมูลของทางการสหราชอาณาจักรในกรณีต่างๆ รวมทั้งแนวทางการเตรียมพร้อมและปฏิบัติตนในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เป็นอีกภารกิจในการปกป้องคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักร ซึ่งในช่วง 2–3 ที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูตฯ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับภารกิจดังกล่าวมากขึ้น สืบเนื่องจากแนวโน้มปัญหาอาชญากรรมและภัยจากมิจฉาชีพในสหราชอาณาจักรและการหลอกลวงออนไลน์ที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ จากการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ตำรวจท้องถิ่นเพื่อให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวไทยที่ประสบเหตุฉุกเฉินทรัพย์ สถานเอกอัครราชทูตฯ เคยได้รับการแนะนำให้มีการแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยให้เพิ่มความระมัดระวังเป็นพิเศษ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจากเอเชียรวมถึงจากประเทศไทย เป็นเป้าหมายในการก่อเหตุลักทรัพย์และล่วงละเมิดของกลุ่มมิจฉาชีพ

นอกจากนี้ ปรากฏการณ์จากภัยก่อการร้ายที่เกิดขึ้นในสหราชอาณาจักร นับตั้งแต่ต้นปี 2560 ไม่ว่าจะเป็นเหตุรถพุ่งชนกลุ่มคนที่บริเวณ Westminster เมื่อเดือนมีนาคม 2560 เหตุระเบิดที่สนามกีฬาในร่มในเมืองแมนเชสเตอร์ เมื่อเดือนพฤษภาคม 2560 และเหตุการณ์ทำร้ายร่างกายที่บริเวณ London Bridge เมื่อเดือนมิถุนายน 2560 และยังมีเหตุอัคคีภัยอย่างรุนแรง

ที่อาคาร Grenfell กรุงลอนดอน เมื่อเดือนมิถุนายน 2560²³ สะท้อนถึงภัยใกล้ตัวที่มีความเป็นไปได้ที่คนไทยอาจได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าว และเป็นหน้าที่ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการสืบหาข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยและผลกระทบที่อาจมีต่อคนไทยในพื้นที่ เพื่อให้ความช่วยเหลือสถานเอกอัครราชทูตฯ จึงจำเป็นต้องอาศัยเครือข่ายชุมชนไทยในเขตและภูมิภาคต่างๆ และสื่อสังคม Social Media ซึ่งเป็นช่องทางออนไลน์ที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้พัฒนามาโดยตลอด เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานในการดูแลและคุ้มครองคนไทยได้อย่างทันการณ์

อนึ่ง นอกเหนือจากการบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ ยังมีการปฏิบัติงานกงสุลที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการตรวจลงตรา (วีซ่า) ประเภทต่างๆ ให้ชาวบริติช ไอริช และคนต่างชาติที่มีถิ่นพำนักในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ซึ่งในแต่ละปีมีปริมาณงานการตรวจลงตราของทั้งสถานเอกอัครราชทูตฯ และกงสุลใหญ่รวมกว่า 20,000–25,000 ราย อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิจัยในรายงานฉบับนี้ จะจำกัดขอบเขตเฉพาะงานบริการที่เกี่ยวข้องกับงานกงสุลและคุ้มครองคนไทยเท่านั้น โดยไม่รวมถึงการบริการสำหรับชาวต่างชาติ

3.5 การใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการบริการงานกงสุลและคุ้มครองคนไทย

Brian Hocking และ Jan Melissen ได้กล่าวไว้ในบทความ Digital Diplomacy in the Digital Age (July, 2015)²⁴ อย่างน่าสนใจว่า Digital is here to stay—and so is diplomacy ซึ่งหมายความว่า ดิจิทัลจะยังคงมีบทบาทต่อไป เช่นเดียวกับการทูต ดังนั้น หากกระทรวงการต่างประเทศใดไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อพัฒนาการดังกล่าว ก็จะไม่สามารถอยู่รอดได้ นอกจากนี้ ปัจจุบันพันธุกรรม (DNA) ของการทูตได้เปลี่ยนแปลงไปในยุคการทูตดิจิทัล และได้สร้างแรงกดดันที่ท้าทายในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานกงสุลและคุ้มครองคนชาติในต่างประเทศ เนื่องจากประชาชนมีความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นต่อการบริการของภาครัฐ ตามพัฒนาการของเทคโนโลยีในการสื่อสาร ในขณะที่ประชาชนยังมีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่มี human touch ดังนั้น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจึงเป็นคำตอบในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงและงานกงสุลที่เพิ่มขึ้น การมีเว็บไซต์ที่ได้มาตรฐาน การบริการตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว การใช้เครือข่าย Social Media ในยามที่มีเหตุฉุกเฉินหรือวิกฤตการณ์ จึงเป็นแนวทางในการรับมือกับงานกงสุลในยุคดิจิทัล

บทความ ‘25 Points for Digital Diplomacy’ โดย Jovn Kurbalija นักวิชาการ DiploFoundation (2016)²⁵ ได้ย้ำถึงความสำคัญในการเลือกใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินนโยบายทางการทูต โดยได้กล่าวถึงสถิติการใช้ Digital Platform ของกระทรวงการต่างประเทศทั่วโลกว่า จากการรวบรวมข้อมูลในปี 2559 เว็บไซต์ เป็น

²³ รายละเอียดปรากฏตามเชิงอรรถที่ 4–6

²⁴ รายละเอียดปรากฏตามเชิงอรรถที่ 19

²⁵ Jovn Kurbalija, ‘25 Points for Digital Diplomacy’ DiploFoundation, [Online], November 2016, Available from: <https://www.diplomacy.edu/blog/25-points-digital-diplomacy>.

ดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ยังคงมีการใช้มากที่สุดโดยกระทรวงการต่างประเทศของ 170 ประเทศ รองลงมาคือ Twitter มีการใช้โดยกระทรวงการต่างประเทศ 114 แห่ง ตามมาด้วย Facebook จำนวน 89 แห่ง

3.5.1 ช่องทางการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการให้บริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย

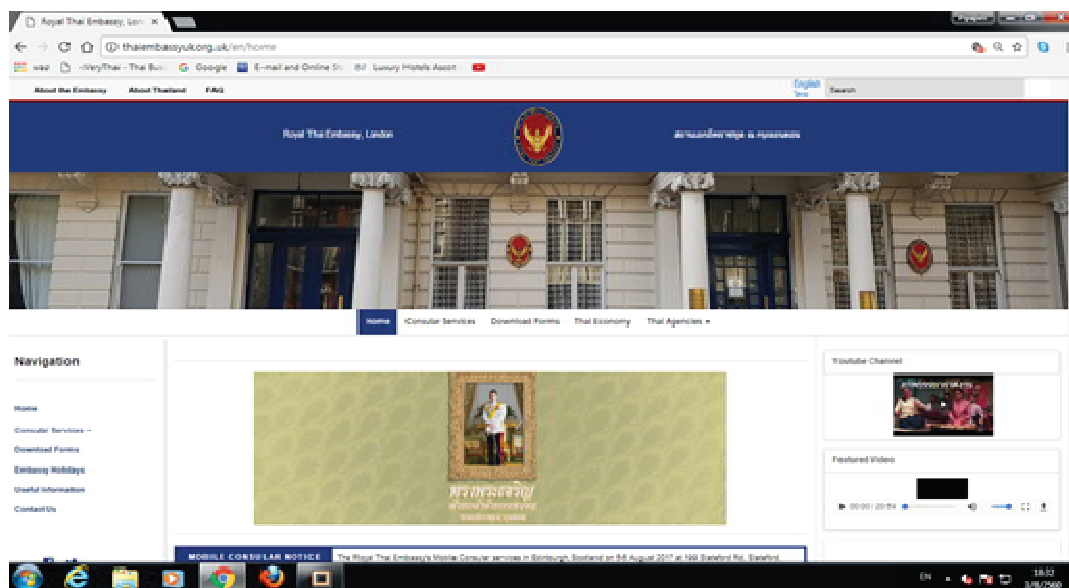
3.5.1.1 การใช้เว็บไซต์ (www.thaiembassy.org.uk) เป็นแพลตฟอร์มหลักในการให้ข้อมูลทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษเกี่ยวกับสถานเอกอัครราชทูตฯ กิจกรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ ข้อมูลการบริการด้านกงสุลในรายละเอียด ทั้งขั้นตอนและหลักฐานประกอบที่จำเป็นในการยื่นคำร้องเพื่อขอรับบริการของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการตรวจลงตราประเภทต่างๆ (สำหรับชาวต่างชาติ) และบริการกงสุลและงานดูแลคุ้มครองสำหรับคนไทย พร้อมแบบฟอร์มที่จำเป็นสำหรับการดาวน์โหลด และมีบริการจองคิวออนไลน์เพื่อรับบริการในการทำหนังสือเดินทาง และทำบัตรประชาชน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกก่อนการเข้ารับบริการ รวมทั้งการจองคิวออนไลน์เพื่อรับบริการกงสุลสัญจร²⁶ นอกจากนี้ ยังมีส่วนของคำถามที่พบบ่อย (Frequently Asked Question) เพื่อแสดงคำถามและคำตอบในเรื่องการบริการกงสุลที่มีผู้สอบถามเป็นประจำ และมีลิงค์เชื่อมต่อกับหน่วยงานต่างๆ ของไทย รวมถึงมีช่องทางในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการโดยสามารถเชื่อมกับสื่อ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งหากประเมินจากโครงสร้างและการใช้งานแล้ว เว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีมาตรฐานที่ค่อนข้างสอดคล้องกับมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ (Government Website Standard)²⁷ ของสำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) อย่างไรก็ดี การใช้เว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ยังเป็นการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ในรูปแบบ 1.0 ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารทางเดียว (one-way communication) โดยในอนาคต จำเป็นต้องมีการยกระดับเพื่อเพิ่มบริการบางประเภทในรูปแบบ E-Service ตามนโยบายรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ และเป็นไปตามพัฒนาการในการเพิ่มบริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ของกระทรวงการต่างประเทศโดยกรมการกงสุล ต่อไป

เว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับการปรับปรุงข้อมูลและรูปแบบเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งานเรื่อยมา และมีการเริ่มใช้แพลตฟอร์มเว็บไซต์ใหม่ ซึ่งมีการปรับปรุงโครงสร้างและรูปแบบให้ง่ายต่อการใช้งานยิ่งขึ้น รวมทั้งปรับปรุงลักษณะของเว็บไซต์ใหม่ให้ดูทันสมัย ตลอดจนปรับปรุงข้อมูลเกี่ยวกับการบริการของฝ่ายกงสุล และในส่วนของ Frequently Asked Question (FAQ) ให้ครอบคลุมและชัดเจนยิ่งขึ้น โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เริ่มเปิดใช้เว็บไซต์ใหม่ตั้งแต่วันที่ 31 กันยายน 2559 และปัจจุบันมีการเข้าชม (visit) รวมจำนวน 405,179 ครั้ง²⁸ สะท้อนถึงการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยสาธารณชนอย่างกว้างขวาง

²⁶ ในแต่ละปีงบประมาณ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินโครงการกงสุลสัญจรเฉลี่ย 600,000 บาท และมีการจัดโครงการกงสุลสัญจรในภูมิภาคต่างๆ 5-6 ครั้งต่อปี

²⁷ สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สรอ.). มาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ, 2555 (ภาคผนวก ก)

²⁸ ข้อมูล ณ วันที่ 2 สิงหาคม 2560



ภาพที่ 2 เว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ

3.5.1.2 ช่องทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางการติดต่อดั้งเดิมมาเป็นเวลานาน และสืบเนื่องจากความต้องการในการรับบริการและการสอบถามข้อมูลมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงได้เพิ่มบัญชีอีเมลเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อโดยตรงกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานแต่ละฝ่ายของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้แก่ งานกงสุล (csinfo@thaiembassyuk.org.uk) งานหนังสือเดินทาง (passport@thaiembassyuk.org.uk) การตรวจลงตรา (visa@thaiembassyuk.org.uk) งานสารนิเทศและประชาสัมพันธ์ (pressoffice@thaiembassyuk.org.uk) และการสอบถามข้อมูลทั่วไป (rtelondon@thaiembassyuk.org.uk)

ภายใต้เว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ จะมีช่องทางการเชื่อมโยงกับอีเมลของฝ่ายต่างๆ ข้างต้น ซึ่งเป็นช่องทางในการสอบถามข้อมูลและขั้นตอนการขอรับบริการด้านกงสุล และติดตามสถานะการดำเนินการต่างๆ ตามที่ได้ยื่นคำร้องไว้ และปัจจุบันสถานเอกอัครราชทูตฯ ยังใช้ประโยชน์อย่างต่อเนื่องจากช่องทางอีเมลในการติดต่อกับกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ หัวหน้าชุมชนไทยในภูมิภาคต่างๆ โดยเฉพาะในเรื่องการขอรับความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์กับเครือข่ายสมาคม/ชมรมต่างๆ รวมทั้งในการแจ้งข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจง

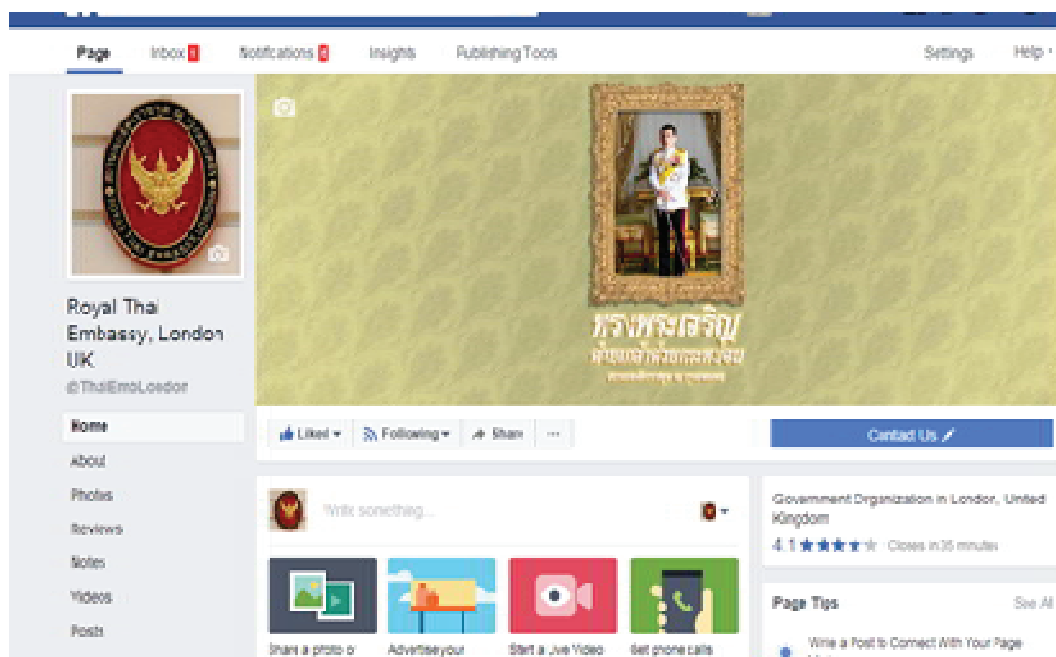
3.5.1.3 ช่องทาง Facebook (Royal Thai Embassy Page) บัญชี Facebook Page ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เริ่มจัดตั้งขึ้นเมื่อต้นปี 2556 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารสองทาง (two-way communication) ในการกระจายข้อมูลที่เป็นปัจจุบันได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งเป็นช่องทางที่สามารถสร้างความเข้าใจและให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่สาธารณชนได้อย่างทันการณ ทั้งนี้ วัตถุประสงค์เริ่มแรกในการจัดตั้ง Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีกลุ่มเป้าหมายที่ครอบคลุมทั้งสาธารณชนชาวบริติชและไอร์แลนด์ และชุมชนไทย แต่โดยที่ข้อมูลที่เผยแพร่ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของกิจกรรมชุมชนไทย และการให้บริการกงสุลและคุ้มครองคนไทย ดังนั้น ในปัจจุบัน

ผู้ติดตามส่วนใหญ่จึงเป็นคนไทย ซึ่งมีทั้งที่พำนักในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ในประเทศไทย และในประเทศอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก

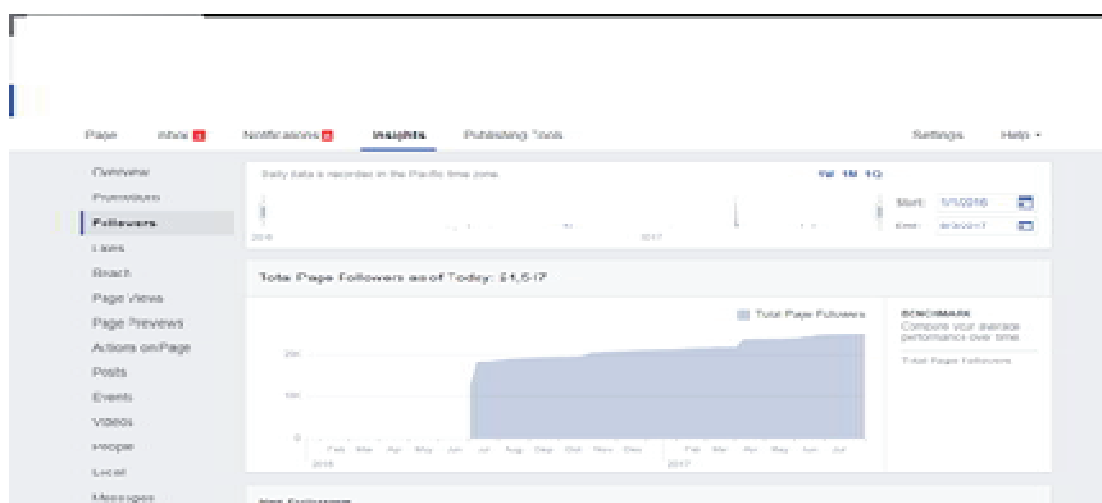
ที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้พยายามประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่หลากหลาย อาทิ กิจกรรมเพื่อเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ กิจกรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ และกิจกรรมที่ประสงค์จะเชิญชวนให้ชุมชนไทยมีส่วนร่วม การแจ้งเตือนภัย ไม่ว่าจะเป็นภัยธรรมชาติ ภัยจากการก่อการร้าย รวมทั้งภัยจากมิจฉาชีพ นอกจากนี้ ยังมีการลงบทความเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยของสถานเอกอัครราชทูตฯ บทความที่มีเนื้อหาสาระและคำแนะนำในการดำรงชีวิตในต่างประเทศ โดยสรรหาข้อมูลที่อยู่ในความสนใจและเป็นประโยชน์ต่อชุมชนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ เพื่อให้มีกระแสการติดตาม Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างต่อเนื่อง โดยตั้งแต่ช่วงกลางปี 2559 ผู้บริหารสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้มีกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์และดึงดูดการติดตาม Facebook Page โดยการโพสต์ข้อมูลที่มีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์และอยู่ในความสนใจของชุมชนไทยเป็นรายสัปดาห์ ส่งผลให้การติดตาม Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ปัจจุบันมีจำนวนผู้ติดตาม (Followers) จำนวน 24,573 มีสถิติผู้เข้าถึง (reach) โพสต์โดยปกติของสถานเอกอัครราชทูตฯ ประมาณ 1,000–20,000 และตัวอย่างที่สะท้อนถึงการเพิ่มตอบรับที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจน เช่น การประชาสัมพันธ์กิจกรรม Taste of Thailand in Dublin ในช่วงเดือนมิถุนายน 2559 มีสถิติการเข้าถึงเพียง 1,000 แต่ในการโพสต์กิจกรรมเดียวกันในเดือนมิถุนายน 2560 ปรากฏว่ามีสถิติการเข้าถึงสูงถึงกว่า 25,000²⁹

นอกจากนี้ ปรากฏการณ์ที่สะท้อนว่า Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับการติดตามจากสาธารณชนและมีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลอย่างกว้างขวาง ทั้งโดยผู้ที่พำนักอยู่ในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ในประเทศไทยและประเทศอื่นๆ ได้แก่ การโพสต์ในเรื่องการประกาศรับสมัครบุคลากรของสถานเอกอัครราชทูตฯ เมื่อปลายปี 2559 ซึ่งมีสถิติการเข้าถึง 450,000 และการโพสต์เตือนภัยในเรื่องการก่อการร้ายที่บริเวณ Westminster Bridge ใจกลางกรุงลอนดอน เมื่อเดือนมีนาคม 2560 มีจำนวนการ reach ถึงเกือบ 470,000 นอกจากนี้ ในการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ อาทิ การจัดกงสุลสัญจรไปยังเมืองต่างๆ จะมีผู้ลงทะเบียนนัดหมายเพื่อใช้บริการเต็มภายในเวลาอันรวดเร็ว นับเป็นหลักฐานที่สะท้อนให้เห็นว่า การใช้ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ประสบความสำเร็จในการเข้าถึงเครือข่ายชุมชนชาวไทยในวงกว้างและมีการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ต่อการขอรับความร่วมมือของสถานเอกอัครราชทูตฯ นับเป็นการตอบรับเป็นที่น่าพอใจจากกลุ่มเป้าหมาย

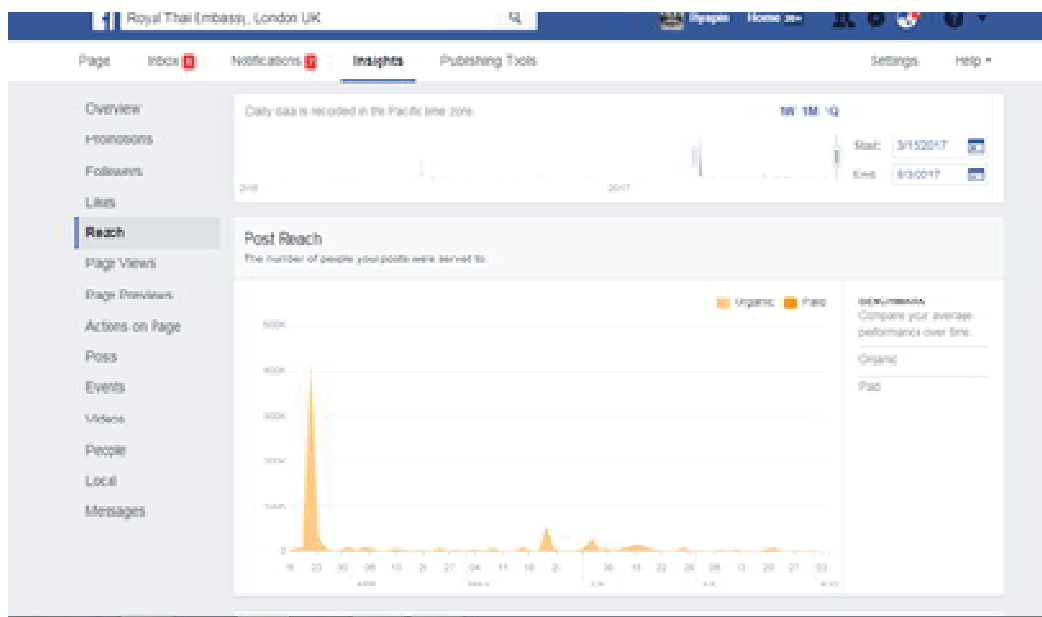
²⁹ ข้อมูล ณ วันที่ 28 กรกฎาคม 2560



ภาพที่ 3 Facebook Page ของสถานเอกอัครราชทูตฯ

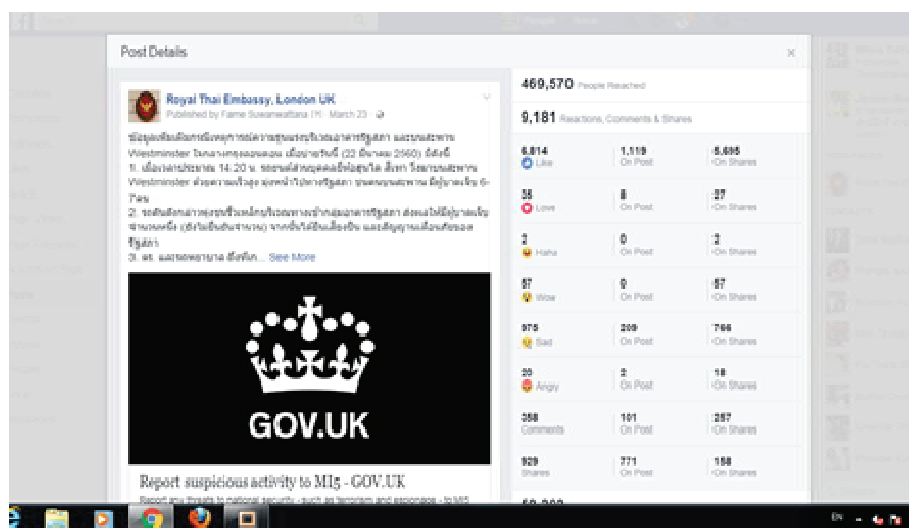


ภาพที่ 4 กราฟแสดงการติดตาม Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ



ภาพที่ 5 กราฟแสดงการเข้าถึง (reach) Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ

ในช่วงเกิดเหตุก่อการร้ายที่บริเวณ Westminster เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2560 สะท้อนถึงการ engage ของสาธารณชนกับสื่อ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่สูงกว่าในช่วงปกติหลายเท่า



ภาพที่ 6 สถิติจำนวนผู้เข้าถึง (reach) ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในเรื่องเหตุก่อการร้าย

โพสต์แจ้งสถานการณ์ล่าสุดและการเตือนภัยในกรณีการก่อการร้าย บริเวณ Westminster ใจกลางกรุงลอนดอน เมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2560 ซึ่งมีสถิติถึง 469,570

3.5.1.4 ช่องทาง Twitter (@ThaiEmbLondon) สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ตั้งบัญชี Twitter ในปี 2558 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับทั้งสาธารณชนในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ รวมถึงชุมชนไทย และด้วยเห็นว่า การใช้ Twitter เป็นรูปแบบ Social Media ที่เป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางในประเทศตะวันตกในปัจจุบัน และเป็นสื่อที่ผู้สื่อข่าวนิยมติดตาม นอกจากนี้ Twitter ยังได้รับการยอมรับว่า เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในกรณีการแจ้งเตือนภัยเกี่ยวกับสถานการณ์ฉุกเฉินและภัยอันตรายได้อย่างทันท่วงที อย่างไรก็ตาม การใช้ Twitter ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น และด้วยข้อจำกัดของระบบไมโครบล็อกโดยผู้ใช้งานไม่สามารถส่งข้อความยาวไม่เกิน 140 ตัวอักษร ส่งผลให้การใช้ประโยชน์จาก Twitter ยังไม่ได้รับการตอบรับที่ตึกในขณะนี้ ถึงแม้จะมีการเชื่อมโยงกับ Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ก็ตาม ปัจจุบันมีจำนวนผู้ติดตาม Twitter ของสถานเอกอัครราชทูตฯ 572 ซึ่งจำเป็นต้องมีการศึกษาถึงวิธีการใช้ประโยชน์จาก Twitter ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป



ภาพที่ 7 Twitter ของสถานเอกอัครราชทูตฯ

นอกจากช่องทางดิจิทัลและ Social Media ที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ใช้ประโยชน์ในปัจจุบันตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้ Social Network ในรูปแบบ Line Application ซึ่งเป็นที่นิยมมากในประเทศไทย เพื่อเพิ่มช่องทางการเชื่อมโยงกับชุมชนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ อย่างไรก็ตาม Line Application ไม่เป็นที่นิยมในภูมิภาคยุโรป รวมถึงในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ซึ่งนิยมการใช้ WhatsApps อย่างกว้างขวางมากกว่า ดังนั้น ในขั้นนี้ Line Application จึงอาจไม่ใช่ทางเลือกในการ outreach ชุมชนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ยกเว้นในกรณีที่มีการประสานงานต่อเนื่องเป็นการส่วนตัว

อนึ่ง ในขณะที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้พัฒนาการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติภารกิจในด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยใน

สหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารแบบดั้งเดิมผ่านทางระบบโทรศัพท์ก็ยังดำเนินอยู่ และสถานเอกอัครราชทูตฯ มีหมายเลขฉุกเฉินที่เปิดบริการ 24 ชั่วโมง ซึ่งเป็นการดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลในเรื่องการจัดตั้งศูนย์ดำรงธรรม เพื่อการคุ้มครองดูแลให้ความเป็นธรรมแก่คนไทยในต่างประเทศ

3.5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างงานบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย กับ กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการให้บริการผ่านสื่อดิจิทัลและ Social Media

ในกระบวนการประเมิน Need Assessment ตามกรอบแนวคิดวิจัยตามนัยข้อ 3.3–3.5.1 ข้างต้น ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า การใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ทั้งในรูปแบบของ เว็บไซต์ ไลน์ อีเมล อิเล็กทรอนิกส์ Facebook และ Twitter ซึ่งมีคุณลักษณะโดดเด่นและมีวัตถุประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกัน เป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย และช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติการกิจด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ดังรายละเอียดความสัมพันธ์ระหว่างงานบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย กับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการให้บริการผ่านสื่อดิจิทัลและ Social Media ปรากฏตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างงานบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์กับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการให้บริการผ่านสื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน

ประเภทงาน	กลุ่มผู้มีถิ่นพำนักระยะยาว	กลุ่มนักเรียนนักศึกษา	กลุ่มผู้เดินทางไประยะสั้น (ท่องเที่ยว/ประชุม)	ช่องทางการให้บริการ/ติดต่อ			
				เว็บไซต์	Twitter	Facebook	อีเมล
งานหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์	✓	✓	–	ให้ข้อมูลการดำเนินการ/นัดหมายออนไลน์/ดาวน์โหลดแบบฟอร์ม	–	ให้ข้อมูลตามที่ได้รับ การสอบถาม	ให้ข้อมูลตามที่ได้รับ การสอบถาม/ติดตามสถานะ
งานเอกสารเดินทางชั่วคราว (Emergency Travel Document)	✓	✓	✓	ให้ข้อมูลการดำเนินการ / ดาวน์โหลดแบบฟอร์ม	–	รับแจ้งเหตุความจำเป็นเร่งด่วน / ให้คำแนะนำช่วยเหลือ	–
งานบัตรประชาชน	✓	✓	–	ให้ข้อมูลการดำเนินการ/นัดหมายออนไลน์/ดาวน์โหลดฟอร์ม	–	ให้ข้อมูลตามที่ได้รับ การสอบถาม	ให้ข้อมูลตามที่ได้รับ การสอบถาม

ประเภทงาน	กลุ่มผู้มี ถิ่นพำนัก ระยะยาว	กลุ่ม นักเรียน นักศึกษา	กลุ่มผู้ เดินทางไป ระยะสั้น (ท่องเที่ยว /ประชุม)	ช่องทางการให้บริการ/ติดต่อ			
				เว็บไซต์	Twitter	Facebook	อีเมล
งานทะเบียน ราษฎร	✓	—	—	ให้ข้อมูลการ ดำเนินการ/ ดาวน์โหลดฟอร์ม	—	ให้ข้อมูลตาม ที่ได้รับการ สอบถาม	ให้ข้อมูล ตามที่ได้รับ การสอบถาม
ผ่อนผันการ เกณฑ์ทหาร	—	✓	—	ให้ข้อมูลการ ดำเนินการ/ ดาวน์โหลดฟอร์ม	—	ให้ข้อมูลตาม ที่ได้รับการ สอบถาม	ให้ข้อมูล ตามที่ได้รับ การสอบถาม
การรับรอง นิติกรณ์	✓	✓	—	ให้ข้อมูลการ ดำเนินการ/ ดาวน์โหลดฟอร์ม	—	ให้ข้อมูลตาม ที่ได้รับ การสอบถาม	ให้ข้อมูล ตามที่ได้รับ การสอบถาม
หนังสือนำเพื่อ การดำเนินการ ด้านธุรกรรม และอื่นๆ	✓	✓	—	ให้ข้อมูลการ ดำเนินการ/ ดาวน์โหลดฟอร์ม	—	ให้ข้อมูลตาม ที่ได้รับการ สอบถาม	ให้ข้อมูล ตามที่ได้รับ การสอบถาม
งานคุ้มครอง และดูแลคนไทย	✓	✓	✓	—	—	รับแจ้งเหตุความ จำเป็นเร่งด่วน / ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ	รับแจ้งเหตุ ความจำเป็น เร่งด่วน / ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ
การ ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารที่ เกี่ยวข้องกับ ชุมชนไทย	✓	✓	✓	ให้ข้อมูลระเบียบ ประกาศที่ เกี่ยวข้อง / / การจัดกิจกรรม / การแจ้งเตือน ภัย	ประชา สัมพันธ์ / เตือนภัย /	ให้ข้อมูล ระเบียบ ประกาศที่ เกี่ยวข้อง / ประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรม / เตือนภัย	—

อนึ่ง จากการสำรวจการทำงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา เพื่อหาคำตอบว่า การใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีผลต่อการลดขั้นตอนและการลดการใช้เอกสารหรือไม่ นั้น มีข้อสรุปว่า การใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการปฏิบัติงานรับ-ส่งเอกสารโดยเฉพาะในระบบโทรเลข นับเป็นการพัฒนาระบบการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ อาทิ การลดจำนวนการพิมพ์เอกสาร การถ่ายเอกสารสำหรับการใช้งาน ลดการส่งเอกสารผ่านระบบแฟกซ์ หรือการส่งบัตรเชิญตัวจริงโดยใช้บัตรเชิญอิเล็กทรอนิกส์แทน อย่างไรก็ตาม สำหรับภารกิจบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย นั้น ในขั้นนี้ ยังไม่ถึงขั้นการเปลี่ยนผ่านไปสู่การทำงานแบบไร้เอกสาร (transition to paperless) เนื่องจากขั้นตอนการทำงานส่วนใหญ่เป็นไป

ตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องของทางราชการ ซึ่งจำเป็นต้องใช้สำเนาเอกสารประกอบตามที่หน่วยงานกลางกำหนด อีกทั้งปัจจุบัน ระบบงานกงสุลยังไม่พัฒนาไปสู่ E-Service อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งผู้ร้องจะสามารถกรอกคำร้องในการรับบริการออนไลน์ได้ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การปรับปรุงการให้บริการโดยใช้ประโยชน์จากดิจิทัล อาทิ ระบบการจองคิวออนไลน์เพื่อรับบริการต่างๆ การดาวน์โหลดเอกสารแบบฟอร์มจากเว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ การมีช่องทางคำถามที่พบบ่อย (Frequently Asked Questions) เป็นการช่วยอำนวยความสะดวกให้กับทั้งผู้รับบริการ และยังเป็นประโยชน์กับสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการบริหารจัดการการให้บริการในแง่ของเวลาในการดำเนินการ สถานที่ และบุคลากร ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น แต่ยังไม่ถึงระดับการก้าวไปสู่การทำงานแบบไร้เอกสาร (transition to paperless) เนื่องจากข้อกำหนดในเรื่องเอกสารประกอบยังต้องเป็นไปตามระเบียบราชการที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยมีความเชื่อมั่นว่า การเปลี่ยนผ่านที่แท้จริงจะเกิดขึ้นได้ในอนาคตอันใกล้ เนื่องจากกระทรวงการต่างประเทศกำลังดำเนินโครงการในเรื่องฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเชื่อมโยงกับส่วนราชการอื่นๆ อีกหลายโครงการ ซึ่งความสำเร็จของโครงการดังกล่าวจะเป็นการลดขั้นตอนทางเอกสารอย่างได้มีนัยสำคัญ

3.5.3 รูปแบบของสื่อ Social Media ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การใช้งาน

ตามที่สถิติของ DiploFoundation (2016) ตามนัยข้อ 3.4 ข้างต้น ระบุว่าเว็บไซต์ ยังเป็นดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงสุดของกระทรวงการต่างประเทศทั่วโลกนั้น การศึกษาถึงประโยชน์ของเว็บไซต์ในการเป็นสื่อหลักในการให้ข้อมูลเชิงลึกในงานกงสุลของสถานเอกอัครราชทูตฯ ก็สะท้อนไปในทิศทางดังกล่าว อย่างไรก็ตาม สำหรับสถิติที่สะท้อนว่า Twitter ได้มีการใช้อย่างกว้างขวางกว่า Facebook นั้น ไม่สอดคล้องกับการใช้ประโยชน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งปัจจุบัน Facebook เป็นสื่อที่มีพลวัตและได้รับความนิยมโดยชุมชนไทยสูงกว่า Twitter เป็นอย่างมาก ในการนี้ ผู้วิจัยได้พยายามศึกษาถึงเหตุผลที่จะสามารถอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว และมีข้อคิดเห็นในเบื้องต้นว่า ข้อจำกัดของ Twitter ซึ่งเป็นระบบไมโครบล็อกที่จำกัดจำนวนการเขียนตัวอักษรเพียง 140 ตัว เหมาะสมสำหรับการแจ้งข่าวที่มีเนื้อความสั้น กระชับแบบเร่งด่วน เป็นที่นิยมในการติดตามของสื่อมวลชน แต่อาจไม่ถูกจริตและความนิยมในกลุ่มเป้าหมายชุมชนไทย ซึ่งประสงค์จะมีบทสนทนาสอบถามในเรื่องการบริการ ซึ่งข้อสรุปนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของรัฐบาลรัฐควีนส์แลนด์ที่สะท้อนว่า สื่อ Social Media แต่ละประเภทมีความเหมาะสมในการใช้งานที่แตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 2 การใช้สื่อ Social Media ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์³⁰

Selecting the right social media platform for the outcome required

	Self Promotion	Short Term Campaigns	Events	Community News	Customer Service
Facebook	2	4	5	3	4
Twitter	2	4	5	3	3
Blogs	5	4	3	1	2
Instagram	1	3	5	3	1
YouTube	4	4	3	2	1

3.5.4 ภูมิทัศน์การใช้สื่อ Social Media

ในการหาคำอธิบายในเรื่องของความนิยมรูปแบบของสื่อ Social Media ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การศึกษาถึงภูมิทัศน์การใช้สื่อสังคมออนไลน์จะสามารถให้คำตอบสนับสนุนที่มีน้ำหนักได้ โดยจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อ Social Media ทั้งในส่วนของสหราชอาณาจักร/ไอร์แลนด์ ซึ่งเป็นที่พำนักของกลุ่มเป้าหมาย และในส่วนของประเทศไทย เนื่องจากการติดต่อเครือข่ายและเพื่อนพ้องที่อยู่ห่างไกลกันเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการเลือกใช้รูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์

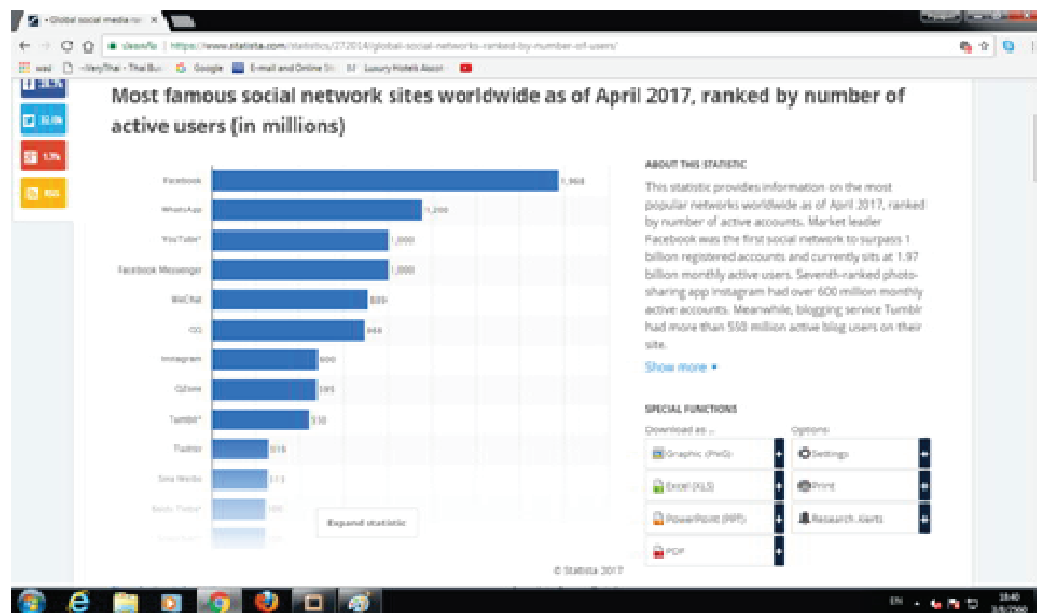
สถิติของบริษัท Statista³¹ เดือนเมษายน 2560 ระบุว่า Facebook เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีการใช้มากที่สุด จำนวน 1.97 พันล้านบัญชี ในขณะที่ Twitter มี 319 ล้านบัญชี และในกรณีของสหราชอาณาจักร ประชาชนจำนวน 2 ใน 3 มีการใช้ Social Media ทุกวัน โดยมีการใช้ You Tube เป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 85) อันดับสอง คือ Facebook (ร้อยละ 78) ในขณะที่ Twitter เป็นอันดับ 5 (ร้อยละ 45 รองจาก Google+ และ WhatsApp ตามลำดับ) โดยสถิติยังชี้ให้เห็นว่า ในหมู่ของประชากรที่มีอายุมากกว่า 18 ปี ร้อยละ 44 มีการใช้ Facebook วันละหลายครั้ง ในขณะที่ Twitter มีเพียงร้อยละ 11 สถิติล่าสุดเมื่อเดือนกรกฎาคม 2560 ของบริษัท Statista ระบุข้อมูลที่น่าจะสามารถอธิบายความนิยมในการติดตาม Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ว่า สหราชอาณาจักรมีผู้ใช้ Facebook จำนวน 44 ล้านบัญชี นับเป็นประเทศที่มีสถิติการใช้ Facebook เป็นอันดับ 10 ของโลก ในขณะที่ประเทศไทยเป็นอันดับที่ 8 ของโลก โดยมีจำนวนผู้ใช้ Facebook 57 ล้านบัญชี

ในกรณีของไอร์แลนด์ สถิติของบริษัท Statista ประเมินว่า ในปี 2560 มีประชาชนในไอร์แลนด์ใช้ Facebook จำนวน 2.56 ล้านบัญชี (จากจำนวนประชากร 4.6 ล้าน) โดย Facebook เป็นสื่อ Social Media ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในไอร์แลนด์ ซึ่งสถิติของไอร์แลนด์ก็สะท้อนไปใน

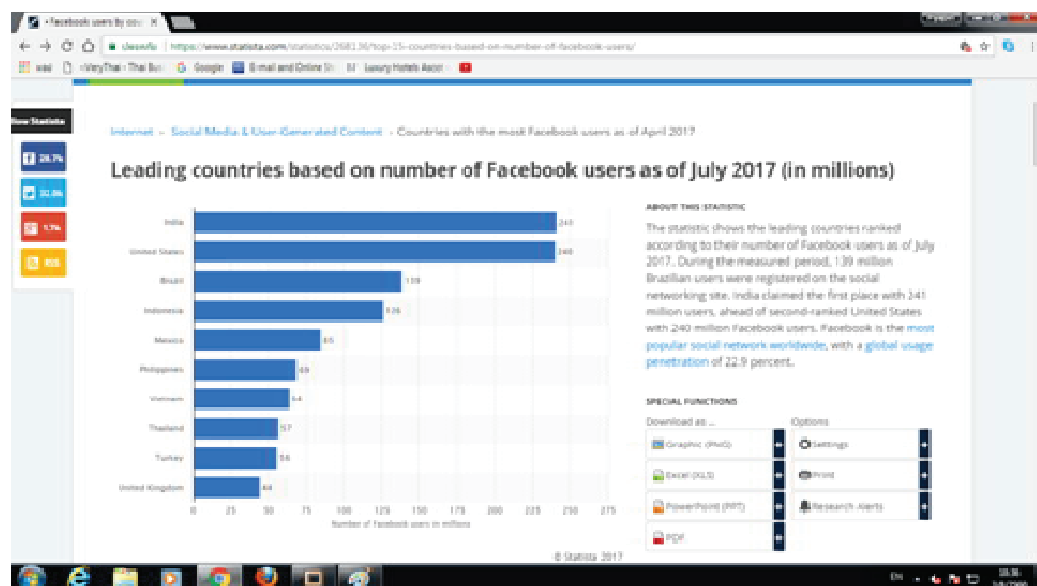
³⁰ Principles for the official use of social media networks and emerging social media, Queensland Government Enterprise Architecture Volume 1.0.0, 2015 (รายละเอียดปรากฏตามภาคผนวก ข)

³¹ สืบค้นจากข้อมูลออนไลน์ของ Statista ซึ่งบริษัทผู้ทำหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากประเทศเยอรมัน

ทิศทางเดียวกันว่า ปัจจุบัน การใช้ Facebook เป็นช่องทาง Social Media ในการติดต่อชุมชนไทยในไอร์แลนด์ที่มีประสิทธิภาพเช่นกัน



ภาพที่ 8 สถิติรูปแบบสื่อ Social Media ซึ่งมีการใช้มากที่สุดในโลก



ภาพที่ 9 สถิติลำดับประเทศที่มีการใช้ Social Media มากที่สุดในโลก

3.6 ปัจจัยส่งเสริมประสิทธิภาพการใช้ Social Media ในการปฏิบัติงานด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย

การที่หน่วยงานของรัฐจะประสบความสำเร็จในการดำเนินการใดๆ หรือไม่นั้น จำเป็นต้องพิจารณาถึงนโยบายของรัฐและของหน่วยงาน ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความพร้อมของทรัพยากร อันประกอบด้วย บุคลากร งบประมาณ และอุปกรณ์/เทคโนโลยี และโดยที่กระทรวงการต่างประเทศเป็นเสมือน Environment หรือสภาพแวดล้อมหลักที่กำหนดความสำเร็จในการดำเนินการกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ การวิเคราะห์ในส่วนนี้ จึงไม่สามารถจะจำกัดการศึกษาเฉพาะในขอบเขตของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ โดยมีความจำเป็นต้องศึกษาถึงการดำเนินการในระดับกระทรวงในการขับเคลื่อนการปฏิบัติงานตามเจตนารมณ์และนโยบายของรัฐบาลในเรื่อง รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Government) และรัฐบาลดิจิทัล (Digital Government) ที่มุ่งสร้างรูปแบบการบริหารงานภาครัฐแบบใหม่ (New Public Management) ด้วยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานและให้บริการประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ

3.6.1 นโยบาย

นโยบายของรัฐบาลในทุกสมัยในช่วงเกือบ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา สะท้อนถึงการตระหนักในความสำคัญในการปรับปรุงการบริหารภาครัฐให้ทันต่อพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในปี 2545 รัฐบาลได้มีนโยบายในเรื่องการจัดตั้งรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Government เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) ซึ่งเน้นการให้ความสำคัญกับประชาชนผู้รับบริการ โดยนำเอาเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือ และการที่รัฐบาลปัจจุบันได้มีมติให้เปลี่ยนชื่อกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ในเดือนกันยายน 2559 ยังสะท้อนถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการปรับโครงสร้างและการบริหารงานของส่วนราชการเพื่อรองรับพัฒนาการทางดิจิทัลที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพื่อตอบสนองนโยบาย Thailand 4.0 และได้มีการกำหนด แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Government) ระยะ 5 ปี (2560–2564) ที่สะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับแนวคิด Citizen centric ซึ่งย้ำถึงความจำเป็นของภาครัฐในการเร่งยกระดับบริการให้ตรงกับความต้องการของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของกระทรวงการต่างประเทศในปัจจุบันเป็นไปตามกฎกระทรวง ยุทธศาสตร์และพันธกิจที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ (1) แผนยุทธศาสตร์ที่ 7 และ 8 ของกระทรวงการต่างประเทศ 4 ปี (2558–2561) เรื่องการพัฒนาศักยภาพการบริการประชาชน และการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กร ตามลำดับ (2) กฎกระทรวง เรื่องการแบ่งส่วนราชการกรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ 2558 ข้อ 7 (1) กำหนดอำนาจหน้าที่กองประชาสัมพันธ์ การทูตสาธารณะ ให้ดำเนินการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเชิงรุกและข่าวสารของกระทรวง พร้อมทั้งพัฒนาการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวผ่านสื่อแขนงต่างๆ ภายในประเทศ โดยส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (3) พันธกิจกรมการกงสุล ข้อ 5 เรื่องการนำนวัตกรรมการให้บริการด้านกงสุลเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชน

นายจักรกฤติ กระจายวงศ์ ผู้อำนวยการสำนัก ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ได้กล่าวว่า กระทรวงการต่างประเทศได้มีการยกร่างแผนการพัฒนาระบบเทคโนโลยี

และการสื่อสาร รวมถึงแผนปฏิบัติการ 5 ปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการทำงานและการสื่อสารภายในกระทรวงฯ รวมถึงกับสำนักงานในต่างประเทศ และสอดคล้องกับแนวทาง 5S ได้แก่ (1) Synergy การเสริมสร้างความเป็นหุ้นส่วนที่เท่าเทียมระหว่างบุคลากรของศูนย์ฯ และข้าราชการ โดยเปลี่ยนบทบาทจากผู้ใช้งาน เป็นผู้ร่วมพัฒนา (co-creator) (2) Security เพิ่มขีดความสามารถด้านความมั่นคงให้แก่ระบบ รวมทั้งสร้างความตระหนักรู้ในเรื่อง cyber security แก่บุคลากรของกระทรวงฯ (3) Standard สร้างมาตรฐานด้าน ICT อาทิ การใช้งาน software และ application เหมือนกันทั่วโลก รวมทั้งการสร้างเว็บไซต์ของกระทรวงฯ และสำนักงานในต่างประเทศที่มีเอกลักษณ์เดียวกัน การสร้างมาตรฐานของอุปกรณ์และ software สำหรับสำนักงานขนาดต่างๆ (4) Status การยกระดับการทำงานและสร้างความเป็นเลิศให้ระบบ ICT ของกระทรวงฯ อาทิ การจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัย สนับสนุนการ Go Mobile และการพัฒนา Internet of Things (5) Sustainability การพัฒนาการใช้ระบบอย่างยั่งยืน³²

กรมสารนิเทศ ในฐานะหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบช่องทางการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงการต่างประเทศอย่างเป็นทางการ ตระหนักถึงความจำเป็นในการปรับตัวให้เท่าทันกับพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุค Digital Diplomacy และได้มีการศึกษาถึงการใช้อย่างใหม่ (New Media) ในการปฏิบัติการกิจการประชาสัมพันธ์บทบาทของกระทรวงฯ รวมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการประชาสัมพันธ์และเริ่มใช้ประโยชน์จาก Social Media ในหลายรูปแบบด้วยกัน โดยได้จัดตั้งบัญชี Facebook Page และ Twitter ในปี 2554 และมีการประชาสัมพันธ์ข่าวและกิจกรรมของกระทรวงฯ อย่างต่อเนื่องและมีพลวัต สามารถดึงดูดผู้ติดตาม Facebook ของกระทรวงการต่างประเทศได้ถึง 147,328 ในปัจจุบัน และเมื่อเดือนมีนาคม ยังได้เปิดใช้ IG เพื่อเป็นอีกช่องทางในการประชาสัมพันธ์และเข้าถึงสาธารณชน ทั้งนี้ ในการเชื่อมต่อกับหน่วยงานต่างๆ ของกระทรวงฯ และสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ของไทยในต่างประเทศ กรมสารนิเทศมีระบบ PRbank เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสำนักงานในต่างประเทศ

ในขณะเดียวกัน กรมการกงสุล ในฐานะหน่วยงานหลักของกระทรวงการต่างประเทศที่มีภารกิจในการขับเคลื่อนนโยบาย ‘การทูตเพื่อประชาชน’ ได้ให้ความสำคัญลำดับต้นกับการปรับปรุงการบริการประชาชนโดยใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและ Social Media มาตลอด ดังวิสัยทัศน์ของอธิบดีกรมการกงสุล นายชาติ อรรจนานันท์ ที่ได้มอบให้แก่ข้าราชการในการประชุมเจ้าหน้าที่กงสุลทั่วโลก เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2560 ว่า ‘กระทรวงฯ อยากเห็นการกงสุลของไทยมุ่งสู่การเป็น smart & best services เป็นผู้นำในภูมิภาค มีมาตรฐานสากล และมีประชาชนเป็นศูนย์กลางในการให้บริการ (citizen-centric service) ได้รับความเชื่อมั่นจากประชาชน ตามแผนยุทธศาสตร์และนโยบายการทูตเพื่อประชาชนของรัฐบาลและกระทรวงการต่างประเทศ’

ความสำเร็จที่ผ่านมา อาทิ การจัดทำหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ และปัจจุบันมีโครงการจัดทำวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้รับบริการและลดขั้นตอนการดำเนินการ และในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและพัฒนาช่องทางในการคุ้มครองดูแลคนไทย

³² สัมภาษณ์, 8 สิงหาคม 2560

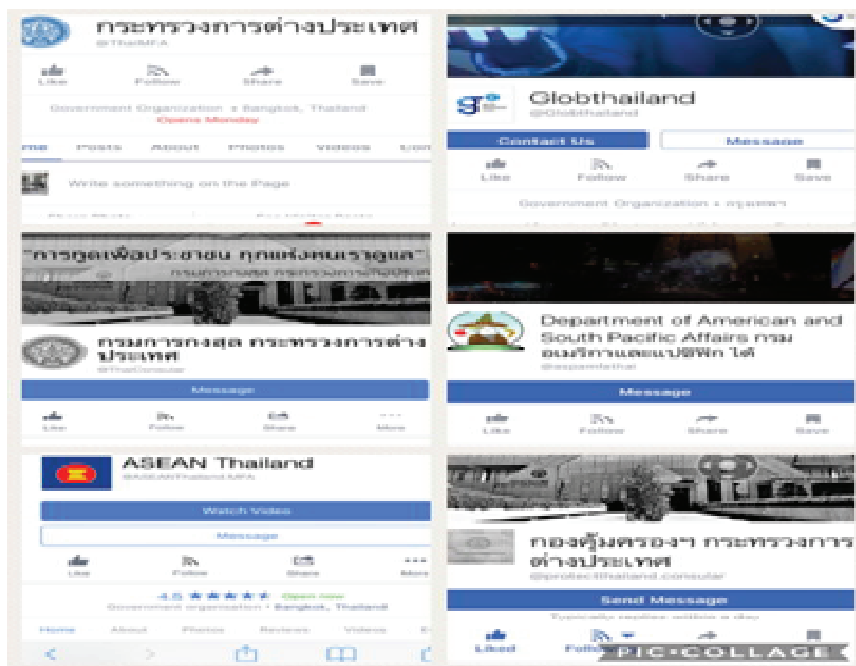
กรมพหุภาคี และระดับสำนักงานในต่างประเทศ ได้แก่ สถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ ได้ปรากฏผลเชิงประจักษ์ ดังเห็นได้จากผลการสำรวจระดับความพร้อมการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล ประจำปี 2559 ระดับกระทรวง (19 กระทรวง และ 1 สำนัก) ประจำปี 2558 และ 2559 ซึ่งกระทรวงการต่างประเทศได้รับการจัดให้อยู่ในกลุ่ม Rising Star หมายถึง กลุ่มกระทรวงที่มีพัฒนาการสู่รัฐบาลดิจิทัลจากปี 2558 ระดับการโตสูงมาก³⁵

ผลการสำรวจดังกล่าวอาจสะท้อนถึงพัฒนาการที่สำคัญของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารของกระทรวงฯ อย่างไรก็ดี หากพิจารณาว่า ภายใต้รัฐบาลดิจิทัล กระทรวงฯ ยังมีความจำเป็นที่จะต้องมุ่งเดินหน้าเพื่อยกระดับความพร้อมในการดำเนินงานเชิงดิจิทัล เพื่อก้าวไปให้เท่าทันกับส่วนราชการอื่นๆ ที่จัดอยู่ในกลุ่ม Developed (กลุ่มที่มีศักยภาพในการพัฒนาสู่รัฐบาลดิจิทัล อย่างต่อเนื่อง) หรือ กลุ่ม Maintainer (กลุ่มที่มีศักยภาพในการพัฒนาสู่รัฐบาลดิจิทัล ระดับสูง) ประกอบกับเมื่อคำนึงถึงความตื่นตัวของกระทรวงการต่างประเทศในหลายประเทศในการปรับตัวให้เท่าทันกับกระแส Digital Diplomacy ที่ได้เริ่มมาระยะหนึ่งแล้ว อาทิ Digital Strategy ของกระทรวงการต่างประเทศสหราชอาณาจักร (Foreign and Commonwealth Office–FCO)³⁶ Digital Media Strategy (2016–2018) ของกระทรวงการต่างประเทศและการค้าออสเตรเลีย (Department of Foreign Affairs and Trade–DFAT)³⁷ โดยกระทรวงการต่างประเทศทั้งสองได้ตั้งเป้าหมายหลักในการปฏิรูปโครงสร้างและการทำงานขององค์กรให้เป็น ‘การดำเนินงานบริการพื้นฐานเชิงดิจิทัล’ Digital by default’ ดังนั้นจึงอาจจะถึงเวลาแล้วที่กระทรวงการต่างประเทศจำเป็นต้องพิจารณาอย่างจริงจังถึงกำหนดนโยบายหรือยุทธศาสตร์ด้านดิจิทัลของกระทรวงฯ ที่จะทำให้เกิดการกำหนดแนวทางมาตรฐานในการดำเนินงานทั้งภายในหน่วยงาน รวมทั้งระหว่างหน่วยงาน รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรสนับสนุนที่จำเป็นได้แก่ บุคลากร งบประมาณ และอุปกรณ์เทคโนโลยี

³⁵ สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สรอ.), การสำรวจระดับความพร้อมการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล ประจำปี 2559 ระดับกระทรวง.

³⁶ Foreign and Commonwealth Office, United Kingdom, Digital Strategy (November 2012).

³⁷ Department of Foreign Affairs and Trade (DFAT), Digital Media Strategy (2016–2018) (November 2016).



ภาพที่ 10 ตัวอย่าง Facebook Page ของกระทรวงฯ และกรม/กองต่างๆ

3.6.2 งบประมาณ

จากการรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกระทรวงการต่างประเทศที่มีบทบาทในฐานะผู้กำกับดูแลและปฏิบัติงานในการประชาสัมพันธ์ และดำเนินนโยบายการทูตเพื่อประชาชน สามารถมีข้อสรุปได้ว่า การจัดสรรงบประมาณเพื่อวัตถุประสงค์ในการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารของกระทรวงการต่างประเทศในปัจจุบันมีลักษณะเป็นการจัดสรรงบประมาณตามคำขอของแต่ละหน่วยงาน (ระดับกรม) และในแต่ละพื้นที่ (ระดับสถานเอกอัครราชทูตและกงสุลใหญ่) ซึ่งภายใต้ข้อจำกัดของแต่ละแหล่งงบประมาณในแต่ละปี และการขาดการพิจารณาในแง่ของการบูรณาการการทำงานเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ในภาพรวม การจัดสรรงบประมาณสำหรับแต่ละหน่วยงานจึงยังคงเป็นไปอย่างกระจัดกระจาย ไม่มีเอกภาพ ซึ่งอาจเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงานที่ดำเนินอยู่แล้วเป็นประจำ แต่อาจไม่เพียงพอ สำหรับการปฏิรูปและปรับปรุงโครงสร้างเทคโนโลยีดิจิทัลของกระทรวง ทั้งในส่วนของ Hardware, Software และ Peopleware เพื่อให้ทันต่อพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและไม่หยุดยั้งในปัจจุบัน

เกี่ยวกับเรื่องนี้ นายจักรกฤติฯ ผู้อำนวยการสำนัก ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ได้ให้ทรรศนะว่า ปัญหาแรงจูงใจของภาคราชการในเรื่องค่าตอบแทน ประกอบกับความก้าวหน้า ซึ่งแตกต่างจากภาคเอกชนโดยสิ้นเชิง ทำให้กระทรวงฯ ไม่สามารถดึงดูดผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญอย่างแท้จริงให้เข้ามาทำงานในระบบการทำงานของกระทรวงฯ ได้ และปัญหาดังกล่าวเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของกระทรวงฯ³⁸

³⁸ สัมภาษณ์, 8 สิงหาคม 2560

3.6.3 บุคลากรและความรู้ความเข้าใจของบุคลากร

‘หากหน่วยงานของรัฐมีบุคลากรที่มีทักษะ มีความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เพียงพอ และช่วยพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้กับบุคลากรอื่นๆ ในหน่วยงาน รวมทั้งบุคลากรมีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรมองค์กร ยอมรับความเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรม มีการแบ่งปันข้อมูลสารสนเทศแก่กันแล้ว จะนำไปสู่ประโยชน์ในการปฏิบัติงานและให้บริการประชาชน ทั้งนี้ เนื่องจากบุคลากรของหน่วยงานของรัฐ ถือได้ว่าเป็นผู้ปฏิบัติ หากขาดความรู้ความเข้าใจ หรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงก็จะทำให้เกิดความล่าช้า และมีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติ ได้³⁹

ปัจจุบันข้าราชการของกระทรวงการต่างประเทศที่ได้รับการจัดสรรให้ปฏิบัติงานในกรม กอง ที่เกี่ยวข้องและในสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ เป็นบุคลากรที่เป็นผู้ปฏิบัติงานหลักในการบริหารจัดการสื่อดิจิทัล และ Social Media ของกระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานในต่างประเทศ และด้วยพื้นฐานความรู้ทางวิชาการและการปฏิบัติงาน ข้าราชการของกระทรวงฯ โดยส่วนใหญ่จึงมีความสามารถในการเขียน content ที่เกี่ยวเนื่องกับงานในหน้าที่ และมักจะมี ความคุ้นเคยกับสื่อออนไลน์ มีการใช้งานอยู่เป็นประจำในการอัปเดตข้อมูลส่วนตัวทางสื่อ Social Media อย่างไรก็ดี ข้าราชการโดยส่วนใหญ่ยังขาดประสบการณ์และทักษะในการใช้สื่อ Social Media ในระดับองค์กร ประกอบกับวิถีชีวิตของกระทรวงฯ ซึ่งมีการผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนข้าราชการตามวาระประจำการ อาจส่งผลกระทบต่อต่อเนื่องและเป็นข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์จากดิจิทัลแพลตฟอร์มของกระทรวงฯ อย่างเต็มศักยภาพ

ในส่วนของสถานเอกอัครราชทูตฯ ถึงแม้สถิติการตอบรับของสาธารณชนต่อสื่อดิจิทัลและ Social Media โดยเฉพาะ Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ สะท้อนถึงความสำเร็จในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ดี ในฐานะที่ผู้วิจัยได้รับมอบหมายให้กำกับดูแลงานสารนิเทศและงานกงสุลตลอดระยะเวลาที่ประจำการเป็นเวลา 4 ปี จึงสามารถให้ความเห็นในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพว่า ถึงแม้ผู้บริหารของสถานเอกอัครราชทูตฯ ทุกท่านได้ให้ความสำคัญกับการรักษาและปรับปรุงคุณภาพของดิจิทัลแพลตฟอร์มของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในขณะที่ข้าราชการที่เกี่ยวข้องของสถานเอกอัครราชทูตฯ ทั้งในฝ่ายสารนิเทศ และฝ่ายกงสุล ได้อุทิศเวลาอย่างเต็มที่ในการบริหารสื่อดิจิทัลและ Social Media อย่างไรก็ดี ต้องยอมรับว่า การดำเนินการที่ผ่านมา เป็นลักษณะของ ‘มือสมัครเล่น’ หรือ ‘อาสาสมัคร’ และมีข้อจำกัดเช่นเดียวกับข้าราชการในกระทรวงฯ ทั้งในเรื่องทักษะและประสบการณ์ และวาระการโยกย้ายประจำการ รวมถึงการหมุนเวียนงานภายในหน่วยงาน นอกจากนี้ มาตรฐานในการใช้สื่อ Social Media ยังขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารในแต่ละช่วง การมอบหมายงานให้ข้าราชการอย่างเหมาะสม ประกอบกับความสามารถ/ความสนใจส่วนบุคคลของข้าราชการผู้ปฏิบัติแต่ละรายที่แตกต่างกัน ซึ่งข้อจำกัดดังกล่าวนี้ ล้วนเป็นปัญหาที่สถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่หลายแห่งประสบเช่นเดียวกัน

ในการนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความจำเป็นของกระทรวงฯ ในการให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรของกระทรวงฯ ในทุกระดับ ในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล

³⁹ สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, การบริหารจัดการภาครัฐ : รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Government, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.parliament.go.th/library>, หน้า 6.

เพื่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติการกิจทางการทูต ทั้งในเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติ นอกจากนี้ กระทรวงฯ ควรหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการขาดแคลนในเรื่องค่าตอบแทนและความก้าวหน้า ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการดึงดูดบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญอย่างแท้จริงในด้านเทคโนโลยี ดิจิทัลเข้าสู่ระบบการทำงานของกระทรวงฯ

นายจักรกฤติฯ ผู้อำนวยการสำนัก ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับเรื่องการพัฒนาการพัฒนาและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลของ กระทรวงฯ ว่า กระทรวงฯ ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบด้าน Digital Diplomacy โดยเฉพาะ และมีการอบรมด้าน Strategic Communication ควบคู่ไปกับความรู้ด้านสื่อดิจิทัล ซึ่ง องค์ความรู้ในด้านดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อกระทรวงฯ อย่างมาก⁴⁰

3.7 การสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการ

ตามทฤษฎีการให้บริการสาธารณะของ Gilbert and Birkhead⁴¹ ได้ระบุว่า การให้บริการ สาธารณะมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ (1) ปัจจัยนำเข้า (Input) หรือทรัพยากร ได้แก่ บุคลากร ค่าใช้จ่าย อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (2) กิจกรรม (Activities) หรือกระบวนการ (Process) (3) ผล (Results) หรือผลผลิต (Outputs) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการประเมินวิเคราะห์ตามนัยข้อ 2.1.5 ข้างต้น

สำหรับองค์ประกอบที่ (4) คือ ความคิดเห็น (Opinions) ต่อผลกระทบ (Impacts) ซึ่ง หมายถึงความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับ นั้น ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ผ่านการจัดทำแบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมาย คือ ชุมชนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ได้แก่ กลุ่มผู้ที่มีถิ่นพำนักระยะยาว และกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในสถาบันในภูมิภาคต่างๆ ของ สหราชอาณาจักร (ทั้งนี้ การทำแบบสอบถามสำหรับคนไทยที่เดินทางไปทางเที่ยวในสหราชอาณาจักร ไม่สามารถกระทำได้ในทางปฏิบัติ)

ในการจัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยได้ประยุกต์พื้นฐานแนวคิด ทฤษฎีของ John D. Millett (1954)⁴² ในเรื่องความสำเร็จในการบริหารรัฐกิจ และแนวคิดเรื่อง คุณสมบัติหลักของการบริการที่ประสบความสำเร็จ โดย Parasuman, Zeithaml & Berry (1985)⁴³ โดยกำหนดตัวชี้วัดความพึงพอใจในการให้บริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยของ สถานเอกอัครราชทูตโดยใช้ช่องทางดิจิทัลและ Social Media 5 ประการด้วยกัน ได้แก่

- 1) การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service)
- 2) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) สามารถตอบคำถามหรือแก้ไขปัญหาได้
- 3) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) การเพิ่มประสิทธิภาพเท่าที่จะ สามารถทำได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

⁴⁰ สัมภาษณ์, 8 สิงหาคม 2560

⁴¹ อ้างอิงตามนัยเชิงอรรถที่ 15

⁴² อ้างอิงตามนัยเชิงอรรถที่ 12

⁴³ อ้างอิงตามนัยเชิงอรรถที่ 13

4) การตอบสนอง (Responsiveness) ความเต็มใจและความพร้อมที่จะให้บริการและอุทิศเวลา ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี และ

5) ความสามารถ (Competency) ของผู้ให้บริการ

ทั้งนี้ โดยได้ขอความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมายหลัก 2 กลุ่มๆ ละ 30 ราย รวม 60 รายในการตอบแบบสอบถาม และผู้วิจัยได้แบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ

ตารางที่ 3 ผลสำรวจความพึงพอใจในการบริการกงสุลและคุ้มครองคนไทยของสถานเอกอัครราชทูตฯ ผ่านช่องทางดิจิทัลและ Social Media

กลุ่มเป้าหมาย/ช่องทางที่ใช้ประจำ	ความทันต่อเวลา	การบริการพอเพียง	การบริการก้าวหน้า	การตอบสนอง	ความสามารถของผู้ให้บริการ
ผู้มีถิ่นพำนักระยะยาว (เว็บไซต์/อีเมล/Facebook)	3	4	5	4	3
นักศึกษา (เว็บไซต์/Facebook)	4	4	4	4	5
ร้อยละ	70	80	90	80	80

(1 = ความพึงพอใจระดับต่ำสุด 3 = ปานกลาง 5 = ความพึงพอใจสูงสุด)

ผลสำรวจความพึงพอใจข้างต้นสะท้อนว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจกับการบริการกงสุลและคุ้มครองคนไทยผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งครอบคลุมเว็บไซต์ (www.thaiembassyuk.gov.uk) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ Facebook (Royal Thai Embassy) และ Twitter (@ThaiEmbLon) ซึ่งสามารถสรุปและวิเคราะห์ได้ดังนี้

3.7.1 กลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่มมีความพึงพอใจกับการบริการของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในแง่การบริการที่พอเพียง การบริการก้าวหน้า การตอบสนอง และความสามารถของผู้ให้บริการ โดยมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องการบริการที่ก้าวหน้า ซึ่งน่าจะมีเหตุผลประการหนึ่งเนื่องจากการมีเว็บไซต์ที่สามารถให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน และยังช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ร้องก่อนการเข้ารับบริการที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ด้วยระบบการจองคิวออนไลน์เพื่อรับบริการ และช่องทางการดาวน์โหลดเอกสารเพื่อเตรียมการล่วงหน้า อีกทั้ง สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เพิ่มรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) ทาง Social Media ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสามารถให้คำแนะนำปรึกษาที่จำเป็นก่อนเข้ารับบริการ

3.7.2 กลุ่มผู้มีถิ่นพำนักระยะยาวให้คะแนนความรวดเร็วและความทันต่อเวลาในการให้บริการในระดับปานกลาง ซึ่งจากการประมวลข้อคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย สามารถประเมินได้ว่า ผู้รับบริการมีความคาดหวังในการตอบข้อซักถามที่รวดเร็วกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า คุณลักษณะความเป็นปัจจุบัน (instant) ของการสื่อสารผ่าน Social Media ทำให้ผู้รับบริการเกิดความคาดหวังว่า จะได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ

จำเป็นต้องหาแนวทางในการบริหารความคาดหวังของผู้รับบริการ อาทิ การกำหนดกติกาหรือเงื่อนไขเวลาในการตอบสนองต่อคำถาม ต่อไป

3.7.3 ในแง่ของความสามารถในการให้บริการ กลุ่มเป้าหมายที่มีถิ่นพำนักระยะยาว มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มนักศึกษาที่มีความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า มีสาเหตุจากการที่ข้อซักถามของกลุ่มนักศึกษาโดยส่วนใหญ่ เป็นลักษณะที่ไม่มีความซับซ้อน เจ้าหน้าที่ของสถานเอกอัครราชทูตฯ จึงสามารถให้คำแนะนำได้โดยเบ็ดเสร็จ อาทิ เรื่องหนังสือนำสำหรับการเกณฑ์ทหาร หนังสือนำสำหรับการขอตรวจลงตรา (เฉพาะกรณีของนักศึกษาที่ถือหนังสือเดินทางราชการ) ในขณะที่ข้อซักถามและปัญหาของการขอรับบริการของกลุ่มผู้มีถิ่นพำนักระยะยาว จะมีความซับซ้อนกว่า ทั้งในเรื่องของขั้นตอน และเอกสาร/หลักฐานประกอบ และจากการตรวจสอบสถิติข้อซักถามที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งผ่านช่องทาง Facebook คือ เรื่องการเปลี่ยนนามสกุลในหนังสือเดินทาง ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ ไม่สามารถดำเนินการเนื่องจากไม่มีอำนาจในการดำเนินการแก้ไขข้อมูลทะเบียนราษฎร และ เรื่องการนัดหมายจองคิวทำหนังสือเดินทางที่อาจไม่ตรงกับความสะดวกของผู้รับบริการประกอบกับขั้นตอนในการผลิตเล่มหนังสือเดินทางที่ต้องดำเนินการโดยกระทรวงฯ ซึ่งในการรับมือกับปัญหาดังกล่าว สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้พยายามประชาสัมพันธ์ข้อมูลเป็นระยะเพื่อให้ผู้รับบริการทราบถึงข้อจำกัดและอำนาจในการดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูตฯ รวมทั้งการเตือนให้ชุมชนไทยหมั่นตรวจสอบเอกสารสำคัญล่วงหน้าแต่เนิ่นๆ ก่อนการเดินทาง

3.8 การศึกษาแนวปฏิบัติในการใช้ประโยชน์จาก Social Media ของสถานเอกอัครราชทูต และสถานกงสุลใหญ่อื่นๆ ที่มีลักษณะงานกงสุลและคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศที่ใกล้เคียงกัน

หลังจากที่กระทรวงการต่างประเทศได้เริ่มการประชาสัมพันธ์โดย Social Media ในปี 2554 สถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ได้เริ่มปรับตัวตามกระแสประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อแนวใหม่ (New Media) ปัจจุบันสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ของไทยทั่วโลกทุกแห่งมีเว็บไซต์ และส่วนใหญ่มีการใช้ Facebook Page และบางแห่งมี Twitter ที่เชื่อมโยงกับ Facebook และโดยที่ Facebook เป็นสื่อ Social Media ที่มีการใช้อย่างแพร่หลายเพื่อสนับสนุนการดำเนินการกิจในต่างประเทศ ทั้งในภารกิจการทูตเชิงวัฒนธรรม และภารกิจกงสุลและคุ้มครองคนไทย ผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจรูปแบบการใช้งาน Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ซึ่งมีภารกิจในการดูแลชุมชนไทยในจำนวนที่ใกล้เคียงกับสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้บริหารและข้าราชการผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับแนวทางการใช้ประโยชน์จาก Social Media ของแต่ละหน่วยงาน

ตารางที่ 4 การใช้ Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ในต่างประเทศ

หน่วยงาน	จำนวนคนไทย	จำนวนผู้ติดตาม (Followers)	การเข้าถึงโพสต์ (Reach) สูงสุด	การใช้งานหลักของ สอท./สกง.
สอท. ณ กรุงปารีส	20,000	4,452	140,000 (กรณีเกิดเหตุก่อการร้าย)	ประชาสัมพันธ์นโยบาย ประกาศ และกิจกรรม/การทูตเชิงวัฒนธรรม/ข้อมูลเตือนภัย/ข้อมูลงานบริการกงสุล
สอท. ณ กรุงเบอร์ลิน	100,000	7,600	กิจกรรมของเอกอัครราชทูตในโอกาสต่างๆ	“ “
สอท. ณ กรุงโซล	100,000–150,000	34,000	กระแสดารานักร้องเกาหลี	“ “
สกง. ณ นครลอสแอนเจลิส	120,000	10,475	ข่าวอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกับคนไทย	“ “
สอท. ณ กรุงลอนดอน	60,000–70,000	25,000	470,000 (กรณีก่อการร้าย)	“ “

(ข้อมูล ณ เดือนสิงหาคม 2560)

จากการประเมินข้อมูลการใช้งาน Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ที่มีการกิจกรรมในการดูแลคุ้มครองคนไทยในลักษณะที่คล้ายคลึงกับสถานเอกอัครราชทูตฯ มีข้อสรุปในเบื้องต้น ดังนี้

3.8.1 สถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ของไทยโดยส่วนใหญ่เห็นถึงประโยชน์ของ Social Media เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติการกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในการประชาสัมพันธ์นโยบาย ประกาศ และกิจกรรม การเผยแพร่การทูตเชิงวัฒนธรรม การแจ้งเตือนภัยต่างๆ รวมทั้งการให้ข้อมูลการบริการกงสุล โดยสื่อ Social Media สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างอย่างทันการณ์ และเห็นว่า การสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) ได้ช่วยส่งเสริมความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของชุมชนไทย

3.8.2 ถึงแม้สถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ที่ได้ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ทุกแห่งมีการใช้ Facebook แต่สถิติการติดตามและการ engage ของชุมชนไทยสะท้อนถึงพลวัตที่แตกต่างกัน จำนวนคนไทยที่พำนักอยู่ในแต่ละประเทศไม่ได้บ่งชี้ถึงสัดส่วนผู้ติดตาม Facebook และความนิยม ดังเช่นในกรณีของสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส นายธานี แสงรัตน์ กงสุลใหญ่ มีความเห็นว่า การตอบรับ Facebook ของชุมชนไทย ยังไม่ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวัง มีการตอบสนองที่น้อยมาก ถึงแม้จะมีความพยายามในการถ่ายทอดข้อมูลและกิจกรรมที่มี

สาระซึ่งน่าจะอยู่ในความสนใจก็ตาม⁴⁴ ดังนั้น จึงต้องมีการศึกษาแนวทางในการประชาสัมพันธ์ Facebook ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและความสนใจต่อไป

3.8.3 อัครราชทูตศรีกานต์ พลมณี สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปารีส ได้ให้ข้อมูลว่าการโพสต์ที่ได้รับความสนใจและมีการเข้าถึง (reach) สูงสุดคือการอัปเดตสถานการณ์และแจ้งเตือนภัยในกรณีที่เกิดเหตุความไม่สงบและการก่อการร้าย⁴⁵ ซึ่งสอดคล้องกับกรณีของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ซึ่งโพสต์เกี่ยวกับสถานการณ์ภัยก่อการร้าย มีสถิติการเข้าถึง (Reach) สูงกว่าจำนวนผู้ติดตาม Facebook ประจำ และเป็นจำนวนที่มากกว่าชุมชนไทยในประเทศนั้นๆ ปรากฏการณ์ดังกล่าว นอกจากจะสะท้อนถึงการใช้ประโยชน์จากข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ มีการส่งต่อและแชร์ข้อมูลออกไปอย่างกว้างขวางแล้ว ยังสะท้อนว่า คนไทย ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะชุมชนไทยในประเทศนั้นๆ แต่รวมถึงคนไทยในประเทศไทยและประเทศอื่นๆ เห็นถึงความสำคัญของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ในต่างประเทศว่า เป็นที่พึ่งในยามที่เกิดเหตุการณ์วิกฤตฉุกเฉิน

3.8.4 ในแง่ข้อจำกัดของการใช้ Social Media อัครราชทูตที่ปรึกษา อรพินทร์ สีสัตธรรม สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเบอร์ลิน ให้ทัศนะว่า สื่อ Facebook สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับหนึ่ง ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีการใช้ Social Media เป็นประจำ เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ คนวัยทำงาน วัยกลางคน วัยก่อนเกษียณ แต่ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่ไม่มีความคุ้นเคยในการใช้เทคโนโลยี จึงจำเป็นต้องใช้ช่องทางอื่นในการสื่อสารเพิ่มเติม เช่น LINE ของฝ่ายกงสุล (Consular Berlin) ในการลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรมและยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านข้อมูลข่าวสารทาง Timeline ของสถานเอกอัครราชทูต⁴⁶

3.8.5 สถิติการติดตาม Facebook ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล สะท้อนถึงความสำเร็จในการใช้ Social Media โดยอัครราชทูตที่ปรึกษาสุเมธ จุลชาติ มีความเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ คือ โครงสร้างชุมชนไทยในสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มแรงงานจำนวนมาก (100,000–150,000) ในจำนวนนี้มีผู้ที่ทำงานอย่างไม่ถูกกฎหมายจำนวนมากที่มีความรู้สึกต้องพึ่งพาสถานเอกอัครราชทูตฯ ประกอบกับกลุ่มคนไทยในประเทศไทยจำนวนมากที่มีความชื่นชอบนิยมในกระแส K-Pop K-West และ K-Food อีกทั้งยังมีชาวที่สร้างกระแสการติดตามสื่อ Social Media โดยเฉพาะ Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตอย่างต่อเนื่องในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา อาทิ ความไม่สงบในคาบสมุทร การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสในระบบทางเดินหายใจ (Mers) การกวาดล้างคนไทยที่ผิดกฎหมาย ทั้งนี้ ปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญอีกประการ คือ นโยบายของผู้บริหารและความสามารถของข้าราชการผู้ปฏิบัติงานของสถานเอกอัครราชทูต ที่สามารถใช้ประโยชน์จากกระแสนิยมในช่วงต่างๆ ในการใช้สื่อ Social Media เพื่อดึงดูดความสนใจและการติดตามของสาธารณชน⁴⁷

⁴⁴ การสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2560

⁴⁵ การสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2560

⁴⁶ การสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2560

⁴⁷ การสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2560

3.9 การศึกษาแนวปฏิบัติที่ดี (Good Practices)

จากการวิเคราะห์และประเมินการดำเนินการที่ผ่านมาของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media เพื่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติภารกิจด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย ทั้งจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ซึ่งปรากฏข้อสรุปและหลักฐานที่สะท้อนถึงทั้งความสำเร็จ จุดอ่อน และอุปสรรคในการปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า รายงานฉบับนี้จะมีความสมบูรณ์และสามารถนำไปต่อยอดสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและบริหารได้ ก็ต่อเมื่อมีการเรียนรู้จากแนวปฏิบัติที่ดีและแนวคิดที่ได้รับการยอมรับเป็นสากล เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานต่อไป

3.9.1 กระทรวงการต่างประเทศ สหราชอาณาจักร (Foreign and Commonwealth Office–FCO)

เป็นหน่วยงานตัวอย่างที่มีความตื่นตัวในเรื่องการปรับตัวให้ทันต่อยุค Digital Diplomacy และในปี 2556 กระทรวงการต่างประเทศสหราชอาณาจักร ได้ประกาศยุทธศาสตร์ดิจิทัล (Digital Strategy) โดยมีวิสัยทัศน์ว่า ‘เราต้องการเห็นดิจิทัลอยู่ในทุกอนุของการกิจด้านการต่างประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่กระทรวงการต่างประเทศที่เปิดกว้างและมีประสิทธิภาพ โดยใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพจากโลกของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต’ ทั้งนี้ วิสัยทัศน์ Digital Strategy ประกอบด้วยหลัก 2 ประการ ได้แก่ (1) การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่แล้วให้มากและครอบคลุมยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดนโยบายที่เปิดกว้างและโปร่งใส (2) การพัฒนาให้เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานบริการพื้นฐานเชิงดิจิทัล (Digital by default) เพื่อสามารถให้บริการที่มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้ อย่างไรก็ดี การให้ความช่วยเหลือชาวบริติชที่ประสบปัญหาแบบตัวต่อตัวยังคงเป็นงานหลัก⁴⁸

3.9.2 กระทรวงการต่างประเทศและการค้าออสเตรเลีย (Department of Foreign Affairs and Trade–DFAT)

ได้จัดทำยุทธศาสตร์ Digital Media Strategy (2016–2018) ซึ่งมีเป้าหมายในการสร้าง Digital by Default ในทำนองเดียวกับสหราชอาณาจักร โดยมีหลักในการดำเนินยุทธศาสตร์ 5 ประการ ได้แก่

- 1) Equip การเตรียมความพร้อมของบุคลากรในทุกกระดับให้เข้าถึงอุปกรณ์และความสามารถในการสื่อสารด้วยระบบดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การฝึกอบรม digital literacy ให้แก่บุคลากร การสรรหาผู้มีความสามารถพิเศษด้านการสื่อสารดิจิทัล การมีคลังข้อมูล
- 2) Listen การรับฟังบทสนทนาที่เกิดขึ้นออนไลน์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อพัฒนาการของโลก โดยการติดตามวิเคราะห์กระแสเครือข่ายสังคมเชิงรุก เพื่อรับทราบถึงบทสนทนาและความสนใจแบบ real time และดำเนินการเพื่อให้ข้อมูลและข่าวสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- 3) Explain การใช้รูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มที่เหมาะสมเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายของรัฐ และเพื่อปกป้องคุ้มครองผลประโยชน์ของชาวออสเตรเลียในต่างประเทศ

⁴⁸ อ้างอิงตามเชิงอรรถที่ 36

4) Engage การส่งเสริมความสัมพันธ์โดยใช้การทูตดิจิทัล (Digital Diplomacy) ด้วยการสร้างเครือข่ายและมีบทบาทเชิงรุกในการสนทนาออนไลน์กับกลุ่มเป้าหมาย

5) Influence การส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งบทบาททางการทูตดิจิทัล โดยในปี 2561 มีเป้าหมายให้สถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ของออสเตรเลียทุกแห่ง (100%) มีการใช้ Social Media (ปัจจุบันมีอัตราการใช้ Social Media ร้อยละ 75)⁴⁹

⁴⁹ อ้างอิงตามเชิงอรรถที่ 37

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

รายงานการศึกษานี้ได้ตั้งสมมุติฐานไว้ 2 ประการ คือ (1) การปรับตัวของสถานเอกอัครราชทูตฯ ให้ทันต่อกระแสการทูตดิจิทัล (Digital Diplomacy) ด้วยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและ Social Media ในการดำเนินภารกิจด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ในช่วงเวลา 4 ปีที่ผ่านมา มีพัฒนาการในเชิงบวกและประสบผลสำเร็จในการเป็นช่องทางในการให้บริการและสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างยิ่งขึ้น สามารถบรรเทาหรือแก้ไขปัญหาที่ชุมชนไทยประสบได้อย่างทันการณ์ ส่งผลให้ชุมชนไทยมีความพึงพอใจกับงานบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทย และมีส่วนร่วมมากขึ้นในกิจกรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ นอกจากนี้ ช่องทางดังกล่าวยังช่วยลดความห่างเหินอันเนื่องมาจากการเป็นทางการ ทำให้ประชาชนมีความรู้สึกเชื่อมั่นและไว้วางใจในสถานเอกอัครราชทูตฯ ยิ่งขึ้น (2) ถึงแม้จะมีข้อมูลและสถิติที่บ่งชี้ถึงความสำเร็จในการดำเนินการที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ยังคงมีจุดอ่อนและข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์จากสื่อ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ควรหาแนวทางในการปรับปรุงและใช้ประโยชน์จากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีและสารสนเทศในปัจจุบันให้เป็นไปอย่างเต็มศักยภาพ ทั้งในระดับการปฏิบัติงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ และในระดับนโยบายของกระทรวงการต่างประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติภารกิจด้านกงสุลและความคุ้มครองคนไทย รวมถึงภารกิจทางการทูตอื่นๆ ของกระทรวงการต่างประเทศในภาพรวมต่อไป

ในการทดสอบสมมุติฐานข้างต้นตามกรอบแนวคิดวิจัยโดยการประเมินความจำเป็น (Need Assessment) และศึกษาถึงสิ่งที่เป็นอย่างอยู่ในปัจจุบัน (As Is) ตามนัยแผนภูมิกรอบแนวคิดวิจัยข้างต้น สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

4.1 สรุปผลการศึกษา

4.1.1 ผลสรุปจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

4.1.1.1 ในการปรับตัวให้เท่าทันกับพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และนโยบายของรัฐบาลในทุกสมัยในเรื่องการสร้างรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ และรัฐบาลดิจิทัล สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารและให้บริการแก่ประชาชนทาง Social Media โดยเริ่มใช้ Facebook Page ตั้งแต่ปี 2556 และบัญชี Twitter ในปี 2558 และถึงแม้ว่า Twitter จะมีการเชื่อมต่อกับ Facebook Page อย่างไรก็ดี สถิติการตอบรับสื่อ Social Media ทั้งสองรูปแบบ สะท้อนถึงผลสำเร็จที่แตกต่างกัน โดยมีจำนวนผู้ติดตาม (Followers) Facebook ในปัจจุบันจำนวน 24,573 ในขณะที่มีผู้ติดตาม Twitter จำนวน 572 ดังนั้น ในเบื้องต้น จึงสามารถสรุปได้ว่าสื่อ Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นช่องทางที่เหมาะสมและถูกจริตกับความสนใจและพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คนไทยในสหราชอาณาจักรและ

ไอร์แลนด์ และยังครอบคลุมถึงคนไทยในประเทศไทยและประเทศอื่นๆ ที่สนใจติดตามข่าวสารในสหราชอาณาจักร ทั้งเพื่อเตรียมการท่องเที่ยวและเพื่อรับทราบข่าวสารที่มีผลกับครอบครัวและบุตรหลานที่พำนักและศึกษาอยู่ใน สหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์

นอกจากนี้ การวิเคราะห์ภูมิทัศน์การใช้สื่อ Social Media ทั้งในสหราชอาณาจักรและในประเทศไทย ซึ่งสะท้อนว่า ปัจจุบันสื่อ Social Media ประเภท Facebook ได้รับความนิยมสูงสุดในโลก โดย Facebook เป็นที่นิยมลำดับ 2 ในสหราชอาณาจักร และเป็นลำดับ 1 ทั้งในไอร์แลนด์และประเทศไทย ปัจจุบัน สหราชอาณาจักรมีผู้ใช้ Facebook จำนวน 44 ล้านบัญชี นับเป็นอันดับ 10 ของโลก ในขณะที่ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 8 ของโลก โดยมีจำนวนผู้ใช้ Facebook 57 ล้านบัญชี ซึ่งสถิติดังกล่าวนี้ สามารถเป็นเครื่องบ่งชี้ประการหนึ่งที่สามารถอธิบายได้ว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อ Social Media ในรูปของ Facebook เป็นช่องทางที่เหมาะสมในการ outreach ชุมชนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ทั้งนี้ สำหรับบัญชี Twitter ซึ่งยังเป็นสื่อที่เหมาะสมกับการใช้งานในการประชาสัมพันธ์ในประเด็นเร่งด่วนในยามที่มีสถานการณ์ต่างๆ นั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ จะต้องศึกษากลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นความนิยมต่อไป

4.1.1.2 สถิติการติดตาม (Follows) หรือการกดไลค์ (Like) สามารถเป็นตัวชี้วัดเบื้องต้นถึงการรับรู้และการตอบรับการมีอยู่ของสื่อ Social Media แต่อาจไม่ได้เป็นตัวชี้วัดถึงประสิทธิภาพ ในการกำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพการใช้ Social Media ในการบริการของภาครัฐที่แท้จริง จำเป็นต้องพิจารณาถึงการมีส่วนร่วมที่มีผลวัด (active engagement) ได้แก่ การแสดงความคิดเห็น การตั้งคำถาม การแชร์ข้อมูล ดังนั้น สถิติจำนวนผู้เข้าถึงข้อมูล (Reach) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สามารถสะท้อนถึงการตอบสนองต่อข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นเชิงบวกหรือลบ การแชร์ข้อมูลที่เห็นว่ามีคุณค่าออกไปในวงกว้าง

ปรากฏการณ์ที่มีผู้เข้าถึง (Reach) การโพสต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ใน Facebook ในเรื่องเหตุก่อการร้ายที่บริเวณ Westminster ใจกลางกรุงลอนดอนเมื่อเดือนมีนาคม 2560 เป็นจำนวนถึงเกือบ 470,000 ซึ่งมากกว่าจำนวนคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์หลายเท่า นอกจากจะเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการใช้สื่อ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ แล้ว สถิติดังกล่าวยังสะท้อนว่า ในยามที่เกิดสถานการณ์ฉุกเฉินในสหราชอาณาจักร ชุมชนไทย ทั้งผู้ที่พำนักอยู่ในสหราชอาณาจักร ในประเทศไทยและประเทศอื่นๆ มีความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารที่ออกจากสถานเอกอัครราชทูตฯ ทั้งในแง่ความถูกต้องและความทันต่อสถานการณ์ และเห็นถึงความสำคัญของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในฐานะหน่วยงานซึ่งเป็นที่พึ่งพาของประชาชนในยามที่ประสบปัญหาความเดือดร้อน และในแง่มุมมองของสถานเอกอัครราชทูตฯ ปรากฏการณ์ดังกล่าวสะท้อนถึงความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ และเป็นแรงผลักดันที่ทำให้ต้องพยายามรักษามาตรฐานและปรับปรุงการใช้สื่อ Social Media อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

4.1.1.3 จากการวิเคราะห์กระแสความสนใจของเครือข่ายสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา การโพสต์ข้อมูลที่มีความนิยมและมีการตอบสนองอย่างดีในลำดับต้น นอกเหนือจากข่าวเหตุการณ์ความไม่สงบ และการประกาศรับสมัครงานแล้ว ผู้ติดตาม Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ยังมีความสนใจในการประชาสัมพันธ์การจัดตั้ง

สัญญาณในภูมิภาคต่างๆ อย่างใกล้ชิด มีการ share ข้อมูลเตือนภัยและแนวทางการปฏิบัติตนในกรณีฉุกเฉิน ชี้แนะเกี่ยวกับการบริการกงสุล รวมทั้งคำแนะนำในการใช้ชีวิตอย่างมีความสุขในต่างประเทศ ออกไปในวงกว้าง ซึ่งพฤติกรรมความสนใจของชุมชนไทยในประเด็นดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ปัจจุบันสื่อ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยเฉพาะ Facebook เป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการปฏิบัติภารกิจกงสุลและคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์

4.1.1.4 ถึงแม้ว่าปัจจุบัน สถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ของไทยโดยส่วนใหญ่มีการใช้สื่อ Social Media โดยเฉพาะ Facebook เพื่อสนับสนุนการดำเนินการกิจการทางการทูตอย่างไรก็ดี การใช้ Facebook ไม่ได้เหมาะสมสำหรับการใช้ประโยชน์ในทุกประเทศ ดังเห็นได้จากสถิติการตอบรับต่อสื่อดังกล่าวที่มีระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงหลายประการ อาทิ ความนิยมสื่อ Social Media ในรูปแบบที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ โครงสร้างของชุมชนไทย เหตุการณ์ที่สร้างกระแสการติดตาม ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์ความไม่สงบ การก่อการร้าย โรคระบาด กระแสนิยมวัฒนธรรม ข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีของบางกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการถูกจำกัดการใช้งานอินเทอร์เน็ตสำหรับเว็บไซต์ Social Network (ในกรณีของสาธารณรัฐประชาชนจีน) ซึ่งแต่ละหน่วยงานจำเป็นต้องศึกษาแนวทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์และดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างพลวัตของสื่อ Social Media ของตนเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับสาธารณชนต่อไป

4.1.2 ผลสรุปจากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

4.1.2.1 การศึกษากรอบแนวคิดวิจัยสำหรับรายงานการศึกษานี้สะท้อนว่า การใช้สื่อ Social Media ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ในรูปแบบ 2.0 ที่มีคุณลักษณะสำคัญในการเป็นช่องทางสื่อสารสองทาง (two-way communication) เป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุน แต่ยังมีได้เข้ามาทดแทนการให้บริการในรูปแบบ 1.0 กล่าวคือ เว็บไซต์ ซึ่งยังเป็นแพลตฟอร์มหลักที่เหมาะสมสำหรับการให้ข้อมูลการบริการด้านกงสุลในเชิงลึก ดังนั้น ส่วนราชการต่างๆ รวมทั้งสถานเอกอัครราชทูตฯ จึงยังควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานเว็บไซต์ของหน่วยงาน โดยพิจารณาถึงความสอดคล้องกับมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ ควบคู่ไปกับการใช้ประโยชน์จาก Social Media เพื่อให้การบริการกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ต่อไป

4.1.2.2 ถึงแม้ว่าระดับการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ยังไม่สามารถเทียบได้กับการใช้งานโดยหน่วยงานรัฐของประเทศตะวันตก อาทิ เพื่อวัตถุประสงค์ด้านการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) Agenda Setting อย่างไรก็ตาม สถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อ Social Media โดยเฉพาะ Facebook ในการปฏิบัติภารกิจด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยที่สอดคล้องตามแนวทางที่สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐกำหนดไว้สรุปได้ดังนี้

1) การให้ข้อมูลและข้อเท็จจริงที่มีการปรับปรุงให้ทันต่อเหตุการณ์

ในการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อ Social Media ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เว็บไซต์มีความเหมาะสมสำหรับการเป็นช่องทางให้บริการข้อมูลและประชาสัมพันธ์กิจกรรมโดยทั่วไป แต่โดยพฤติกรรมคนส่วนใหญ่จะไม่เข้าเว็บไซต์หากไม่มีปัญหาหรือต้องการข้อมูล ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงอาจไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ผ่านช่องทางเว็บไซต์

สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงใช้ประโยชน์จากสื่อ Social Media เพื่อสนับสนุนภารกิจที่จำเป็นต้องมีการกระจายข่าวสารข้อมูลที่ถูกต้องไปยังประชาชนอย่างรวดเร็ว

2) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนและการแก้ไขปัญหา

การเปิดช่องทางให้ผู้ใช้บริการสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับสถานเอกอัครราชทูตฯ นอกจากจะเปิดโอกาสให้ประชาชนให้ความเห็นที่เป็นประโยชน์ในเรื่องต่างๆ แล้วการมีช่องทางสนทนายังเป็นการดึงให้ผู้ที่มีปัญหาเข้ามาพูดคุย และสถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถถ่ายทอดแนวทางแก้ไข หรือระงับปัญหาได้อย่างทันการณ์ ดังเช่นกรณีการล่อกลวงผ่านระบบออนไลน์ ที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถให้คำแนะนำและป้องกันมิให้คนไทยตกเป็นเหยื่อการล่อกลวงได้อย่างทันการณ์ในหลายกรณี

3) การรวมศูนย์ของปัญหาและรับฟังข้อร้องเรียนในการใช้บริการ

การรับฟังข้อคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติในเชิงบวกหรือในเชิงลบเป็นโอกาสในการประมวลข้อมูลและสามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงจุดและครอบคลุมยิ่งขึ้น และนำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานกงสุลและคุ้มครองคนไทยต่อไป

4) การเป็นช่องทางในการเตรียมการสร้างเครือข่ายก่อนเกิดเหตุวิกฤตที่

จำเป็นต้องใช้เครือข่ายในการแก้ไขปัญหา

วัตถุประสงค์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการรักษามาตรฐานและความพยายามในการขยายฐานผู้ติดตาม Facebook มิได้จำกัดเพียงแค่การประชาสัมพันธ์กิจกรรมและเผยแพร่ภาพลักษณ์ของประเทศไทย หรือการเพิ่มยอดการกดไลค์-กดแชร์เท่านั้น แต่สถานเอกอัครราชทูตฯ คาดหวังจะใช้ประโยชน์จาก Social Media ในการสร้างและขยายเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งมีความจำเป็นในกรณีเกิดเหตุวิกฤต ไม่ว่าจะเป็นจากภัยธรรมชาติ ภัยจากการก่อการร้าย หรืออื่นๆ ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ จะสามารถอาศัยเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีอยู่เพื่อเชื่อมโยงกับชุมชนต่างๆ ได้ในวงกว้าง และเข้าไปให้ความช่วยเหลือหรือแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันท่วงที

5) การขยายบทบาทและการให้บริการอย่างทั่วถึงยิ่งขึ้น

ปัจจุบันภารกิจในการคุ้มครองดูแลคนไทยในต่างประเทศได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องจากจำนวนผู้ไปตั้งรกรากทำงานในต่างประเทศ จำนวนนักเรียนนักศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปสหราชอาณาจักรที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งการกระจายตัวของชุมชนไทยในภูมิภาคต่างๆ ทั้งในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ ในขณะที่การดำเนินการกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีข้อจำกัดในด้านงบประมาณ บุคลากรและเวลา จึงเป็นการยากที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จะสามารถเข้าไปให้บริการ ให้คำปรึกษาแนะนำและให้ความช่วยเหลือแบบตัวต่อตัวได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นสื่อดิจิทัลและ Social Media จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถสนับสนุนงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการ outreach และให้บริการกงสุลและคุ้มครองดูแลคนไทยได้อย่างทั่วถึงยิ่งขึ้น

4.2 ข้อจำกัดและอุปสรรค

4.2.1 คุณลักษณะความเป็นปัจจุบันที่สามารถสื่อสารในเวลาจริง (real time communication) และการสื่อสารแบบ 2 ทาง (two way communication) ซึ่งเป็นจุดเด่นของ Social Media สามารถกลายเป็นดาบสองคมได้ หากไม่มีการบริหารจัดการที่ดีพอ เนื่องจากผู้ใช้บริการที่ได้สอบถามข้อมูลหรือหยิบยกปัญหาผ่านสื่อ Social Media มีความคาดหวังว่า จะได้รับการตอบสนองโดยเร็ว แต่ในทางปฏิบัติ ยังไม่มีกฎกติกาหรือทฤษฎีใดที่จะหาข้อสรุปที่จะเป็นที่พึงพอใจกับทั้งผู้รับบริการและผู้ให้บริการในเรื่องของกรอบระยะเวลาที่ผู้ให้บริการพึงตอบสนองต่อคำถาม ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นสาเหตุประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการให้คะแนนความพึงพอใจในเรื่องความทันต่อเวลาในการให้บริการเพียงในระดับปานกลาง ในขณะที่สถานเอกอัครราชทูตฯ มีความเห็นว่า ข้าราชการผู้รับผิดชอบได้พยายามอย่างเต็มที่แล้วในการตอบข้อซักถามต่างๆ ทั้งที่ผ่านช่องทาง Social Media อีเมล รวมทั้งโทรศัพท์ไม่ว่าวันแม้แต่วันหยุดราชการ ดังนั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ จำเป็นต้องหาแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อรับมือกับความคาดหวังในลักษณะนี้ต่อไป

4.2.2 ปัจจุบันการบริหารสื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นการดำเนินการโดยข้าราชการที่ประจำการที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งไม่เคยผ่านการอบรมการใช้สื่อดิจิทัลสำหรับปฏิบัติงาน และอาจขาดประสบการณ์ในการใช้สื่อดังกล่าวสำหรับการปฏิบัติงาน แต่ความสำเร็จในการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ผ่านมามาจากการที่ผู้บริหารสถานเอกอัครราชทูตฯ ในทุกสมัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการบริการที่มีคุณภาพผ่านสื่อดิจิทัลและ Social Media ประกอบกับความสนใจและความสามารถเฉพาะตัวของข้าราชการผู้ปฏิบัติ และการสะสมความชำนาญจากประสบการณ์ในการทำงานที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม โดยธรรมชาติของกระทรวงการต่างประเทศซึ่งข้าราชการจำเป็นต้องมีการหมุนเวียนเปลี่ยนงานตามวาระประจำการ จึงมีความเป็นไปได้ที่การบริหารจัดการและการรักษามาตรฐานของการสื่อสารของสถานเอกอัครราชทูตฯ อาจขาดความต่อเนื่อง ซึ่งปัญหาการขาดบุคลากรที่มีความชำนาญในการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media เป็นปัญหาร่วมกันของทุกสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ที่ควรได้รับการแก้ไขในภาพรวมในระดับนโยบายต่อไป

4.2.3 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลในเชิงป้องกัน (preventive warning) ในเรื่องการเพิ่มความระมัดระวังจากภัยมิถุนาชีพที่มีสถิติเพิ่มสูงขึ้นในสหราชอาณาจักร ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ ผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวในสหราชอาณาจักร ถึงแม้ว่าสถานเอกอัครราชทูตฯ จะได้พยายามประชาสัมพันธ์การแจ้งเตือนภัยในช่องทาง Social Media เรื่อยมา ดังนั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ เห็นถึงความจำเป็นในการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันหาช่องทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เชิงป้องกัน (preventive warning) ก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยวในสหราชอาณาจักร

4.2.4 ในการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ถึงแม้ว่า กลุ่มเป้าหมายที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจะเป็นผู้ใช้บริการและผู้ติดตาม Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างไรก็ตาม บางท่านได้ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับข้อจำกัดของ Social Media ว่า ชุมชนไทยจำนวนหนึ่งเป็นผู้สูงอายุที่อาจไม่มีทักษะในการใช้สื่อ Social Media หรือเป็นผู้ที่ไม่นิยมใช้การสื่อสารออนไลน์เป็นกิจวัตร หรือที่เรียกว่า กลุ่มออฟไลน์ ดังนั้น ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่มี

ความจำเป็นต้องมีการรับทราบในวงกว้าง โดยเฉพาะในกลุ่มชุมชนไทย นักเรียน นักศึกษาที่อาจได้รับผลกระทบ การสื่อสารด้วยวิธีดั้งเดิม ได้แก่ การโทรศัพท์หรือ SMS ยังคงเป็นประโยชน์อยู่ (หากมีหมายเลขติดต่อที่เป็นปัจจุบัน) และการพึ่งพาหัวหน้าเครือข่ายชุมชนไทยในภูมิภาคและในชมรมต่างๆ สมาคมชมรมของนักเรียนนักศึกษา และสำนักงานที่มในประเทศไทย ในการกระจายข่าวสารข้อมูลจึงยังคงมีความจำเป็นต่อไป

4.2.5 ปัญหาหลักอีกประการที่อาจทำให้บางหน่วยงานไม่ประสงค์จะใช้ Social Media หรือจำกัดการสื่อสารกับประชาชน สืบเนื่องจากความหวงกัวลึงความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร อาทิ ปัญหาไวรัสที่อาจตามมาจากการใช้บริการ Social Media ปัญหาในเรื่องการควบคุมข้อมูล และในกรณีที่เปิดช่องทางการปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ อาจเป็นช่องทางที่ผู้ไม่ประสงค์ดีโพสต์ข้อความที่ไม่เหมาะสม นอกจากนี้ ในบางประเทศยังมีการควบคุมและจำกัดการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ Social Network ดังเช่นในกรณีของสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่มีการบล็อก YouTube, Twitter, Facebook และบริการของ Google

4.2.6 ถึงแม้ที่ผ่านมา กระทรวงการต่างประเทศ ทั้งในระดับกระทรวง ระดับกรม และสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่ ตระหนักถึงความสำคัญของการปรับตัวให้ทันต่อพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยได้ปฏิรูประบบการทำงานประจำโดยใช้ประโยชน์จากสื่อแนวใหม่แล้ว ปัจจุบันหลายกรม/กองของกระทรวงฯ และสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่แทบทุกแห่งมีเว็บไซต์และ Social Media เป็นเครื่องมือสนับสนุนภารกิจ โดยมีการบริหารจัดการอย่างเป็นเป็นอิสระ อย่างไรก็ตาม พัฒนาการดังกล่าวกลับสะท้อนถึงการขาดเอกภาพในการดำเนินการ หรือเป็นไปในลักษณะ volunteer กล่าวคือ ความสำเร็จจะขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์และนโยบายของผู้บริหารของแต่ละหน่วยงานในแต่ละยุค และยังเป็นไปตามความสนใจและความสามารถส่วนบุคคลของข้าราชการผู้ปฏิบัติ นอกจากนี้ การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญของแต่ละหน่วยงานในกระทรวงฯ ก็ไม่ได้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งข้อจำกัดเหล่านี้ อาจส่งผลให้มาตรฐานของดิจิทัลแพลตฟอร์มที่แต่ละแห่งใช้ประโยชน์มีคุณภาพที่แตกต่างกัน

4.3 ข้อเสนอแนะ

4.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับกระทรวงการต่างประเทศ

ถึงแม้รายงานการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงประสิทธิภาพในการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างไรก็ตาม ในส่วนของข้อเสนอแนะนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า ไม่สามารถจำกัดขอบเขตการให้ข้อเสนอแนะเฉพาะการปฏิบัติงานในระดับสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งเป็นเพียงการบรรเทาปัญหาที่ปลายเหตุ แต่ในการแก้ไขปัญหามีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดประสิทธิผลอย่างแท้จริง จำเป็นต้องเป็นการขับเคลื่อนของ Environment หลัก กล่าวคือ กระทรวงการต่างประเทศ ซึ่งเป็นผู้กำหนดปัจจัยสนับสนุนการปฏิบัติการกิจ ได้แก่ นโยบายและทรัพยากร โดยผู้วิจัยเชื่อมั่นว่า ความสำเร็จของการดำเนินการในระดับกระทรวงจะถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติงานในระดับสถานเอกอัครราชทูตต่อไป

4.3.1.1 ในการตอบสนองต่อนโยบายรัฐบาลดิจิทัลและต่อพัฒนาการของการทูตในยุคดิจิทัล (Digital Diplomacy) กระทรวงฯ ควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategy) ที่ชัดเจน

เพื่อวางแผนงานในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารให้เป็นไปอย่างมีทิศทาง ซึ่งจะนำไปสู่การจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นในการดำเนินการต่อไป

4.3.1.2 ในการกำกับดูแลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ดิจิทัล จำเป็นต้องมีการกำหนดโครงสร้างหลักในการผลักดันการขับเคลื่อนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของกระทรวงฯ อาทิ การจัดตั้งคณะกรรมการ ประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงที่มีความเป็นผู้นำ (Leadership) มีวิสัยทัศน์ที่จะสามารถนำกระทรวงก้าวผ่านช่วงของการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานไปสู่การทูตในยุคดิจิทัล การจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบด้าน Digital Diplomacy โดยเฉพาะ⁵⁰ เพื่อกำกับดูแลงานด้านดิจิทัลของทั้งกระทรวงฯ และสำนักงานในต่างประเทศให้เป็นไปอย่างเป็นเอกภาพ และเป็นมาตรฐานเดียวกัน

4.3.1.3 ในการขับเคลื่อนแผนงานและยุทธศาสตร์ดิจิทัล ทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในด้านนวัตกรรมและดิจิทัลจะเป็นกลไกหลักที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญในการเสริมสร้างสมรรถนะความเป็นมืออาชีพในด้านดิจิทัลของบุคลากร โดยการฝึกอบรมข้าราชการในทุกระดับ รวมถึงระดับบริหาร ทั้งในแง่ของทฤษฎี และในการปฏิบัติงานจริง อาทิ ในเรื่อง Strategic Communication, Engagement, Social Online Content รวมถึงการออกแบบ (Design) ทั้งนี้ การอบรมควรเป็นไปอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว หรืออย่างน้อยที่สุด ข้าราชการที่กำลังจะออกประจำการจำเป็นต้องผ่านการอบรมเรื่องการใช้ประโยชน์จากระบบดิจิทัลในการปฏิบัติการกิจทางการทูต ทั้งในการประชาสัมพันธ์และในงานกงสุลและคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศ

นอกจากนี้ ในส่วนของการพัฒนาอุปกรณ์และระบบเทคโนโลยี (Hardware & Software) ให้สอดคล้องกับการใช้งานตามวัตถุประสงค์ กระทรวงฯ ควรพิจารณาถึงความจำเป็นในการว่าจ้างบุคลากรจากภายนอกที่มีความรู้ และมีความสามารถพิเศษในด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้คำปรึกษา ออกแบบ วางระบบ (อาทิ ในส่วนของ Delivery อาทิ Front End, Full Stack Development การสร้าง Applications และ Mobile Development, Data Analytics) โดยกระทรวงฯ ควรต้องพิจารณาระบบการคัดเลือก-สรรหา และการให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม เพื่อสามารถดึงดูดผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านดิจิทัลอย่างแท้จริงให้เข้าสู่ระบบการทำงานของกระทรวงฯ ในระยะยาว

4.3.1.4 การเรียนรู้ Best Practice ของกระทรวงการต่างประเทศอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จในการใช้ประโยชน์จากพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารและนวัตกรรม ดังเช่นยุทธศาสตร์ Digital by Default (รายละเอียดปรากฏตามข้อ 3.9) ซึ่งเป็นนโยบายการบริหารภาครัฐที่กระทรวงการต่างประเทศ สหราชอาณาจักรและออสเตรเลียให้ความสำคัญและผลักดันจนเกิดความคืบหน้าอย่างเป็นรูปธรรม ไม่ว่าจะเป็นทิศทางในการปฏิรูป รูปแบบการฝึกอบรมสำหรับข้าราชการในแต่ละระดับที่สอดคล้องกับการใช้งาน การมีข้อมูลกลาง (library content และ centralized multimedia library) ที่จัดทำขึ้นเฉพาะสำหรับการใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลและ

⁵⁰ ข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสำนัก ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของกระทรวงฯ

Social Media รวมถึงการดำเนินการในช่วงการเปลี่ยนผ่าน (transition) ไปสู่ Digital by Default น่าจะสามารถเป็นตัวอย่างที่ดีในการกำหนดทิศทางการในการพัฒนาศักยภาพด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีการสื่อสารของกระทรวงการต่างประเทศในยุคการทูตดิจิทัลต่อไป

เกี่ยวกับเรื่องนี้ นางชลธิ์ จันทรรัชกุล ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์การทูตสาธารณะ⁵¹ มีความเห็นว่า ปัจจุบันกระทรวงการต่างประเทศเริ่มมีความตื่นตัวในเรื่องการทูตดิจิทัล (Digital Diplomacy) พอสมควร โดยกองประชาสัมพันธ์ฯ ได้มีการเสนอ concept paper เกี่ยวกับการเชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์ บทบาท และภารกิจของกระทรวง ซึ่งสถาบันเทวะวงศัวโรปกการได้ให้ความสำคัญต่อเรื่องดังกล่าว และเริ่มมีการอบรมข้าราชการในระดับต่างๆ รวมทั้งริเริ่มการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับกระทรวงการต่างประเทศอื่นๆ อาทิ สหราชอาณาจักร ในการพัฒนาบุคลากรในยุคการทูตดิจิทัล

4.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงบริหารสำหรับการปฏิบัติงานในระดับสถานเอกอัครราชทูต

การจัดทำรายงานการศึกษาส่วนบุคคลในหัวข้อนี้ นับเป็นโอกาสในการประเมินผลการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ที่ผ่านมาของสถานเอกอัครราชทูตฯ นอกจากนี้ การศึกษาแนวปฏิบัติที่ดีของทั้งสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่อื่นๆ และของกระทรวงการต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินภารกิจทางการทูต ยังเป็นการเปิดโลกทัศน์ของผู้วิจัยเป็นอย่างมาก ในการนี้ ผู้วิจัยจึงขอสรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการแก้ไขข้อบกพร่อง รักษามาตรฐาน และปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media ในการปฏิบัติงาน ซึ่งอาจเป็นประโยชน์หรือเป็นแนวทางในการบริหารสื่อ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่อื่นๆ ต่อไป

4.3.2.1 การใช้ประโยชน์จาก Social Media สำหรับบริการของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งเป็นบริการภาครัฐ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการเป็นหลัก เนื่องจากผู้รับบริการมีความคาดหวังที่สูงขึ้นที่จะได้รับการบริการที่มีคุณภาพในการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐผ่าน Social Media ดังนั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงควรให้ความสำคัญกับการมีปฏิสัมพันธ์ในการให้บริการ

4.3.2.2 สื่อ Social Media มีความเป็น ‘ปัจจุบัน’ (immediate) ผู้รับบริการที่ได้สอบถามข้อมูลผ่าน Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ จึงมีความคาดหวังที่จะได้รับการตอบกลับโดยเร็ว อย่างทันการณ์ และโดยที่ยังไม่มีกฎกติกาที่ชัดเจนเกี่ยวกับระยะเวลาที่หน่วยงานภาครัฐควรตอบสนองต่อข้อซักถามผ่านช่องทาง Social Media ในขณะที่สถานเอกอัครราชทูตฯ มีข้อจำกัดของบุคลากรและภารกิจที่ล้นมือ สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงจำเป็นต้องหาแนวทางในการรับมือกับความคาดหวัง โดยอาจมีการกำหนดกติกาในเรื่องช่วงเวลาในการตอบคำถามทาง Social Media และมีการจัดสรรเจ้าหน้าที่ในการตอบคำถามตามเงื่อนไขเวลาที่กำหนดไว้ สำหรับกรณีปัญหาที่มีความซับซ้อน ซึ่งต้องใช้เวลาในการหาคำตอบ ก็ควรมีการตอบรับข้อความในเบื้องต้น (acknowledge) รวมทั้งระบุข้อมูลช่องทางการติดต่ออื่นๆ ในกรณีที่ประชาชนต้องการติดต่อในกรณีฉุกเฉิน

4.3.2.3 นอกเหนือจากการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของหน่วยงานแล้ว สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรสรรหา content ที่น่าจะเป็นประโยชน์และอยู่ในกระแสความสนใจของ

⁵¹ สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2560

กลุ่มเป้าหมาย โดยอาจประเมินจากคำถามที่มีการสอบถามอยู่บ่อยครั้งผ่านช่องทางต่างๆ ข้อเสนอแนะในการใช้ชีวิตในต่างประเทศ การเตือนภัยจากมิชชันนารีในรูปแบบต่างๆ ชาวที่น่ายินดีเกี่ยวกับประเทศไทย และสามารถใช้ช่องทางนี้ในการให้ข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับขั้นตอนการบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ต้องเป็นไปตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยการโพสต์ข้อความในลักษณะนี้ควรดำเนินการอย่างต่อเนื่องเป็นประจำเพื่อรักษาพลวัตของการสื่อสาร และสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ อีกทั้งเป็นการเชื้อเชิญให้ผู้รับบริการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และหากผู้รับบริการเห็นถึงคุณค่าของบทความ ก็จะมีการ share ในเครือข่ายสังคมในวงกว้าง ซึ่งนับเป็นการใช้ประโยชน์จากสื่อ Social Media อย่างมีประสิทธิภาพ

4.3.2.4 สื่อ Social Media มีการรวบรวมสถิติการติดตามไว้อย่างแม่นยำ ดังนั้นสถานเอกอัครราชทูตฯ จึงควรใช้ประโยชน์จากข้อมูลดังกล่าวโดยการวิเคราะห์ ประเมินข้อมูลเป็นระยะ (Data Analysis) เพื่อหากลยุทธ์ที่เหมาะสมในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และทราบถึงที่มาของผู้ติดตามสื่อของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งอาจสามารถให้ความร่วมมือ ในการเป็นเครือข่ายการกระจายข่าวสารของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินต่อไป

4.4.2.5 ในกรณีเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ หรือในประเทศอื่นๆ สาธารณชนคาดหวังว่า สถานเอกอัครราชทูตฯ จะสามารถให้ข้อมูลล่าสุดที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ จึงมีการเข้าถึง Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นจำนวนมาก ทั้งโดยชุมชนไทยในประเทศนั้นๆ และโดยผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยว รวมทั้งคนไทยในประเทศไทยหรือประเทศอื่นๆ ที่มีความห่วงกังวลในความปลอดภัยของญาติมิตร ดังนั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ จำเป็นต้องปรับและอัปเดตเนื้อหาสาระใน Social Media ให้เป็นปัจจุบัน ทันกับพัฒนาการของสถานการณ์ ทั้งนี้ โดยตระหนักว่า Social Media ที่ไม่ได้รับการปรับข้อมูลให้ทันต่อสถานการณ์ ไม่มีความเคลื่อนไหว ขาดความต่อเนื่อง และไม่มีการตอบสนอง จะสะท้อนถึงการขาดประสิทธิภาพในการบริหารสื่อที่มีอยู่ และจะกลับกลายเป็นผลเสียต่อภาพลักษณ์ของเจ้าของเพจได้

4.3.2.6 การคำนึงถึงอุปสรรคในการเข้าถึง Social Media ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจไม่มีทักษะในการใช้เทคโนโลยี ผู้ที่อยู่ในกลุ่มออฟไลน์ กล่าวคือ ไม่ได้ใช้สื่อ Social Media เป็นประจำ ดังนั้น การใช้ช่องทางสื่อสารแบบดั้งเดิม อาทิ อีเมล โทรศัพท์ การส่งข้อความ SMS และการใช้เครือข่ายชุมชน สมาคมนักศึกษาในภูมิภาคต่างๆ และความร่วมมือของสำนักงานทีมประเทศไทย ยังคงมีความสำคัญ และอาจพิจารณาศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้ช่องทางสังคมออนไลน์อื่นๆ ที่เป็นที่ยอมรับและสอดคล้องกับพฤติกรรมของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย อาทิ Group Line/ Timeline

นอกจากนี้ หากพัฒนาการของระบบการบริการด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศได้ก้าวไปสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่สูงขึ้น หรือในขั้นของ E-Service อย่างเต็มรูปแบบ กระทั่งสถานเอกอัครราชทูตฯ ควรต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของกลุ่มออฟไลน์และกลุ่มผู้ที่ยังขาดความมั่นใจในระบบ (ซึ่งมักหลีกเลี่ยงที่จะใช้บริการผ่านระบบออนไลน์) โดยควรมีการจัดเตรียมช่องทางการบริการแบบเดิมควบคู่กันไปในช่วงแรกของการเปลี่ยนผ่าน (transition period)

4.3.2.7 การบริหารสื่อ Social Media ควรต้องดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญหรือมีประสบการณ์ในด้านดังกล่าว ซึ่งมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและตอบสนองต่อสถานการณ์ในเวลาอันควรและเป็นอย่างมีประสิทธิภาพ และการรับมือกับความเสี่ยงต่างๆ (risk

management) อีกทั้งมีกลยุทธ์ในการกำหนดเนื้อหาสาระของข้อมูลใน Social Media ได้อย่างน่าสนใจและน่าติดตามสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรสนับสนุนให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานได้รับการอบรมทั้งในด้านทฤษฎีและการปฏิบัติเป็นระยะ เพื่อเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อ Social Media อย่างเต็มศักยภาพต่อไป อย่างไรก็ดี สำหรับการอบรมหลัก ควรเป็นนโยบายในระดับกระทรวง ตามที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ในข้อ 4.3.1.3 ข้างต้น

4.3.2.8 สำหรับข้อจำกัดในเรื่องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เดินทางไปสหราชอาณาจักรในระยะสั้นนั้น ควรพิจารณาประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมสารนิเทศและกรมการกงสุล ซึ่งมีสื่อ Social Media หลายรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ และมีผู้ติดตามที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนมาก นอกจากนี้ อาจพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการขอความร่วมมือจากสถานเอกอัครราชทูตสหราชอาณาจักรประจำประเทศไทยในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ขอรับการตรวจลงตราทราบถึงช่องทางการติดต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ และติดตามสื่อ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นระยะ เพื่อประโยชน์ในการให้ความคุ้มครองในกรณีที่เกิดสถานการณ์ต่างๆ

4.3.2.9 การใช้ประโยชน์จากสื่อ Social Media เป็นการเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับสาธารณชน เป็นการเสริมสร้างการบริการตามรูปแบบเดิม แต่หาใช้เพื่อทดแทนการบริการแบบดั้งเดิม ดังนั้น การบริหารจัดการเว็บไซต์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ จึงควรดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ⁵² ทั้งในส่วนของโครงสร้างเว็บไซต์ ข้อมูลพื้นฐานที่ถูกต้อง การปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน โดยเฉพาะ การปรับข้อมูลในส่วนของคำถามที่มักพบบ่อย (Frequently asked questions) ซึ่งจะช่วยลดภาระในการตอบคำถามได้เป็นอย่างมาก

4.3.2.10 ในกรณีของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน วัตถุประสงค์เริ่มแรกในการใช้ Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวและกิจกรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีกลุ่มเป้าหมายทั้งสาธารณชนชาวบริติชและไอร์แลนด์ และทั้งชุมชนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ แต่ต่อมาโดยที่เนื้อหาสาระของข้อมูลที่โพสต์โดยส่วนใหญ่จัดทำเป็นภาษาไทยในเรื่องของการบริการด้านกงสุล และชุมชนไทย และกิจกรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งเป็นที่สนใจในหมู่ชุมชนไทย ปัจจุบันผู้ติดตาม Facebook โดยส่วนใหญ่จึงมีกลุ่มคนไทยเป็นหลัก และถึงแม้สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เพิ่มช่องทางการสื่อสารในภาษาอังกฤษโดยใช้ Twitter ซึ่งเชื่อมโยงกับ Facebook แล้วก็ตาม แต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จในการดึงดูดความสนใจของชาวบริติช/ไอร์แลนด์หรือชาวต่างชาติในสหราชอาณาจักรเท่าที่ควร ดังนั้น เพื่อให้สื่อ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีความสมบูรณ์โดยยังสามารถเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและติดต่อสื่อสารกับคนท้องถิ่น และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเป็นเครื่องมือสนับสนุนการดำเนินภารกิจทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) ได้ตามวัตถุประสงค์เริ่มแรกที่ตั้งไว้ สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงควรให้ความสำคัญกับการรักษาและขยายเครือข่ายผู้ติดตามซึ่งเป็นคนท้องถิ่น โดยเพิ่มการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในภาษาอังกฤษให้มาก

⁵² ปรากฏตามภาคผนวก ก

ยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องที่เป็นประโยชน์และอยู่ในความสนใจของคนท้องถิ่นและกลุ่มมิตรของประเทศไทย

4.3.2.11 สุดท้ายนี้ ความพยายามในการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ รวมทั้งการปรับปรุงช่องทางการสื่อสารของสถานเอกอัครราชทูตฯ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใด จะไม่ประสบความสำเร็จ หากกลุ่มเป้าหมายและสาธารณชนไม่ได้รับรู้ถึงการมีอยู่หรือยังคงขาดความเชื่อมั่นในระบบ และไม่ได้ใช้ประโยชน์จากช่องทางการบริการและการอำนวยความสะดวกที่จัดเตรียมไว้ให้ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกเพื่อให้สาธารณชนทราบถึงช่องทางต่างๆ ในการติดต่อและติดตามข่าวสารของสถานเอกอัครราชทูตฯ จึงเป็นภารกิจสำคัญอีกประการหนึ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้คุ้มครองดูแลคนไทยในต่างประเทศ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ศักดิ์ เสกขุนทด. “รัฐบาลดิจิทัล ... ก้าวสำคัญของประเทศไทย 4.0”. โพสต์ทูเดย์ (5 มกราคม 2560): คอลัมน์ e-Government หมวดเศรษฐกิจดิจิทัล
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. การบริหารจัดการภาครัฐ : รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government). เอกสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ (เมษายน 2558).
- สุวิมล ว่องวานิช. การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558.

ภาษาอังกฤษ

- Bjola, Corneliu and Holmes, Marcus. Digital Diplomacy: Theory and Practice. 1st Edition. Routledge New Diplomacy Studies, 2015.
- Deruda, Antonio. The Digital Diplomacy Handbook: How to use social media to engage with global audiences. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015.
- Gilbert, Dennis and Birkhead, Guthrie S. “Equity in Local Service Distribution”. Public Administration Review, 37 (November/December 1997).
- Hocking, Brian and Melissen, Jan. Digital Diplomacy in the Digital Age. Netherland Institute of International Relations Clingendael, 2015.
- Holmes, Marcus. Digital Diplomacy and International Change Management in Digital Diplomacy: Theory and Practice. London:Routledge, 2015.
- Millet John, D. Management in the Public Service: The Quest for Effective Performance. New York: McGraw-Hill, 1954.
- Parasuraman A., ZeithamValarie A. and Berry, Leonard L. “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, Journal of Marketing 49, 4 (Autumn, 1985), American Marketing Association.
- Riordan, Shaun. The Strategic Use of Digital and Public Diplomacy in Pursuit of National Objectives. Forcir pensament, 2016.
- Verma, B M. Decentralisation in administration. 1st edition, Uppal Pub. House, 1990.
- Wang, In-Jung. Delivery of Public Services in Asian Countries : Cases in Development Administration. Bangkok: Thammasart University Press, 1986

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
มาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ⁵³

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (เดิม) ได้กำหนดเป้าหมายสำคัญของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ โดยได้กำหนดให้ส่วนราชการต่างๆ ต้องมีเว็บไซต์เพื่อให้บริการตามภารกิจและนำเสนอข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน รวมทั้งการมีปฏิสัมพันธ์กับประชาชน และต่อมา สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ได้พัฒนา ‘มาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ’ (Government Website Standard) เพื่อเป็นมาตรฐานให้กับหน่วยงานภาครัฐได้นำไปปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการผ่านเว็บไซต์ของภาครัฐ ในส่วนของเนื้อหาเว็บไซต์ (Government Website Content) ไว้ ดังนี้

หมวดหมู่ของข้อมูล (Information Category)	ข้อมูลแนะนำ (Suggested Content)
(1) ข้อมูลพื้นฐาน	
เกี่ยวกับหน่วยงาน	ประวัติความเป็นมา วิสัยทัศน์ พันธกิจ โครงสร้างหน่วยงาน ผู้บริหาร อำนาจหน้าที่ ยุทธศาสตร์แผนปฏิบัติการ ข้อมูลการติดต่อ ที่อยู่ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลภายใน หน่วยงานที่รับผิดชอบข้อมูล เช่น ผู้ดูแลเว็บไซต์
ข้อมูลผู้บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศระดับสูง (Chief Information Officer : CIO)	รายละเอียดเกี่ยวกับ CIO อาทิ ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง ข้อมูลการติดต่อ วิสัยทัศน์ นโยบายด้าน ICT
ข่าวประชาสัมพันธ์	ข่าวสารประชาสัมพันธ์ทั่วไป ข่าวสารและประกาศของหน่วยงาน ปฏิทินกิจกรรมของหน่วยงาน
เว็บลิงค์	หน่วยงานภายใน หน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องโดยตรง เว็บไซต์อื่นๆ ที่น่าสนใจ
กฎระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน	กฎหมายพระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง ฯลฯ
ข้อมูลการบริการ	แสดงข้อมูลการบริการตามภารกิจหน่วยงาน

⁵³ ที่มา: ฝ่ายพัฒนามาตรฐานระบบรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ สำนักสถาปัตยกรรมรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)

หมวดหมู่ของข้อมูล (Information Category)	ข้อมูลแนะนำ (Suggested Content)
แบบฟอร์มที่ดาวน์โหลดได้ (Download Forms)	ส่วนที่ให้บริการประชาชนสำหรับดาวน์โหลดแบบฟอร์มต่างๆ
คลังความรู้	ผลงานวิจัย บทความ กรณศึกษา ข้อมูลสถิติ โดยอ้างอิงแหล่งที่มา
คำถามที่พบบ่อย (FAQ)	ส่วนที่แสดงคำถามและคำตอบที่มีผู้นิยมสอบถาม
ผังเว็บไซต์ (Site map)	ส่วนที่แสดงแผนผังเว็บไซต์ทั้งหมด
(2) การสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ	
ถาม-ตอบ (Q & A)	ส่วนที่ผู้ใช้บริการสามารถสอบถามข้อมูล หรือข้อสงสัยมายังหน่วยงาน
ระบบสืบค้นข้อมูล (Search Engine)	ส่วนที่เป็นบริการสืบค้นข้อมูลทั่วไป และข้อมูลภายในหน่วยงานได้
ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการ	ช่องทางแจ้งข่าว หรือแจ้งเตือนผู้ใช้ SMS, email เป็นต้น ช่องทางการติดต่อหน่วยงานในรูปแบบ Social Network เช่น Facebook, Twitter ช่องทางแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ ช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและติดตามสถานเรื่องร้องเรียน
แบบสำรวจออนไลน์ (Online Survey)	การสำรวจความพึงพอใจการใช้บริการเว็บไซต์ การสำรวจความเห็นของประชาชน การออกเสียงลงคะแนนต่างๆ
(3) การให้บริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-service) และเรียนรู้พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ	
การลงทะเบียนออนไลน์ (Register Online)	ส่วนที่เป็นแบบฟอร์มสำหรับบันทึกชื่อผู้ใช้บริการและรหัสผ่านก่อนเข้าใช้งานระบบ ระบบตรวจสอบและยืนยันตัวตนผู้ใช้งาน และสามารถแจ้งเตือน และการจัดการกรณีรหัสผ่าน
E-Forms / Online Forms	ส่วนที่ให้บริการบันทึกข้อมูลในแบบฟอร์มต่างๆ บนหน้าเว็บไซต์ โดยไม่ต้องดาวน์โหลดเอกสาร และสามารถพิมพ์เอกสาร หรือบันทึกข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้
ระบบให้บริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service)	ระบบให้บริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ตามภารกิจของหน่วยงาน
การให้บริการเฉพาะบุคคล (Personalised E-Services) ในลักษณะที่ผู้ใช้บริการสามารถกำหนดรูปแบบส่วนตัวในการใช้บริการเว็บไซต์ได้	มีบริการส่งข้อมูลให้ผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคลสำหรับผู้ลงทะเบียน ผู้ใช้สามารถกำหนดรูปแบบข้อมูลที่ต้องการและจัดอันดับเนื้อหาที่สนใจได้

หมวดหมู่ของข้อมูล (Information Category)	ข้อมูลแนะนำ (Suggested Content)
	มีการปรับปรุงเพิ่มข้อมูลของผู้ลงทะเบียนแบบ อัตโนมัติตามพฤติกรรมของผู้ลงทะเบียน สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

ภาคผนวก ข.

หลักการในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของภาครัฐ
กรณีศึกษาของ Queensland Government (ธันวาคม 2558)⁵⁴

รัฐบาลของรัฐควีนส์แลนด์ ออสเตรเลีย ได้กำหนดหลักการในการใช้ Social Media ของภาครัฐ (Principles for the official use of social media networks and emerging social media) ไว้อย่างครอบคลุมและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหา รวมทั้งปรับปรุงการแนวปฏิบัติในการใช้ Social Media ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการให้บริการชุมชนไทย ดังนี้

หลักการ	เหตุผล คำอธิบาย
1. ประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ	
1.1 การใช้ประโยชน์จาก Social Media สำหรับบริการภาครัฐ ต้องให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการเป็นหลัก (customer centric)	- ผู้รับบริการมีความคาดหวังที่สูงขึ้นที่จะได้รับการบริการที่มีคุณภาพในการติดต่อกับหน่วยงานของรัฐผ่าน Social Media หน่วยงานจึงควรให้ความสำคัญกับการมีปฏิสัมพันธ์ในการให้บริการ (customer service interactions) - การใช้ Social Media ควรจะเป็นการใช้เพื่อเสริมสร้างการบริการตามช่องทางในรูปแบบเดิม มิใช่เพื่อทดแทนการบริการแบบดั้งเดิม - การเลือกช่องทางการใช้ Social Media ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และคุณสมบัติเฉพาะของสื่ออื่นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการใช้งาน
1.2 Social Media มีความเป็น 'ปัจจุบัน' (immediate) ต้องมีการตอบสนองอย่างทันการณ์ (timely)	- ผู้รับบริการที่ได้สอบถามข้อมูลผ่าน Social Media ของรัฐมีความคาดหวังที่จะได้รับการตอบกลับโดยเร็ว และจากผลการสำรวจ ผู้รับบริการหวังว่าจะได้รับการตอบสนองภายในเวลา 30 นาที ถึง 24 ชั่วโมง ขึ้นกับความเร่งด่วนของคำถาม - ในการตอบรับทราบผู้สอบถาม ควรหลีกเลี่ยงการใช้แนวคำตอบแบบที่ซ้ำแบบเดิม ควรแสดงถึงการรับทราบที่สะท้อนความเป็นส่วนบุคคล (personalized) โดยควรมีการทวนข้อซักถามหรือควรเห็น และให้ความมั่นใจว่า จะมีการดำเนินการภายในกรอบเวลาที่เหมาะสม
1.3 การบริหารสื่อ Social Media จะต้องดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในด้านดังกล่าว	- ถึงแม้ปัจจุบันมีการใช้ Social Media ส่วนตัวอย่างกว้างขวาง แต่การบริหารจัดการ Social Media ของภาครัฐในบริบทของการบริการประชาชน จำเป็นต้องดำเนินการโดยบุคลากรที่ได้ผ่านการอบรมและมีประสบการณ์

⁵⁴ Queensland Government Enterprise Architecture Final December 2015

หลักการ	เหตุผล คำอธิบาย
	- ผู้ที่ผ่านการอบรมการใช้ Social Media อย่างเหมาะสม จะสามารถแก้ไขปัญหาและตอบสนองต่อสถานการณ์ในเวลาอันควรและเป็นอย่างมีประสิทธิภาพ - ผู้ที่มีประสบการณ์จะมีกลยุทธ์ในการกำหนดเนื้อหาสาระของข้อมูลใน Social Media ได้อย่างน่าสนใจและน่าติดตามสำหรับกลุ่มเป้าหมาย - ผู้ที่มีความชำนาญจะมีความรู้ที่เหมาะสมในเรื่องของการรักษาสิทธิส่วนบุคคล copy right และกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อ Social Media
1.4 การคำนึงถึงอุปสรรคในการเข้าถึง Social Media	- ปัจจัยที่อาจเป็นอุปสรรคในการเข้าถึง Social Media อาทิ การไม่มีอุปกรณ์มือถือหรือคอมพิวเตอร์ ความไม่ชำนาญในการใช้งานอุปกรณ์สื่อสาร สัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ไม่เสถียร - เพื่อมิให้ประชาชนบางส่วนไม่ได้รับข่าวสาร จึงควรมีช่องทางในการติดต่ออื่นๆ อาทิ การติดต่อทางโทรศัพท์ และการพบด้วยตนเอง
1.5 ความโปร่งใสในการใช้ Social Media	การปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องในเรื่องกฎหมายสิทธิส่วนบุคคลในเรื่องข้อมูล และข้อกำหนดมาตรฐานต่างๆ
1.6 การบริหารจัดการความคาดหวังของผู้รับบริการ	- ในทางปฏิบัติ ยังคงมีข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพได้ตามที่ประชาชนคาดหวัง ซึ่งความคาดหวังเหล่านี้ จำเป็นต้องได้รับการบริหารจัดการ - ควรมีการแจ้งช่วงเวลาในการตอบคำถามทาง Social Media ให้ผู้รับบริการได้รับทราบ เพื่อลดความคาดหวังในแง่ของเวลาในการตอบสนอง - ควรระบุข้อมูลช่องทางการติดต่ออื่นๆ ในกรณีที่ประชาชนต้องการติดต่อหากเกิดเหตุฉุกเฉิน ควรมีการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการผ่านช่องทาง Social Media เป็นระยะ โดยเฉพาะในประเด็นช่วงเวลาในการตอบสนองต่อข้อซักถาม และความรวดเร็วในการตอบกลับที่ผู้รับบริการคาดหวัง - ในกรณีเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน เนื้อหาสาระใน Social Media ต้องได้รับการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน ทันทันพัฒนาการของสถานการณ์
2. ธรรมชาติ และการบริหารจัดการ	
2.1 การใช้ Social Media ของภาครัฐต้องได้รับการกำกับดูแล	- การกำหนดเป้าประสงค์ และการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมประสิทธิภาพ

หลักการ	เหตุผล คำอธิบาย
ให้สอดคล้องกับเป้าประสงค์	- การเลือกใช้รูปแบบของ Social Media ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
2.2 การคำนึงว่าการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทาง Social Media ของรัฐเป็นการติดต่อสื่อสารทางการ	ในการตอบสนองต่อข้อความหรือการร้องเรียนผ่านช่องทาง Social Media ของทางการ ควรต้องคำนึงถึงแนวปฏิบัติในเรื่องการบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสม
2.3 การประเมินความเสี่ยง และการปฏิบัติตามขั้นตอนในเรื่องความปลอดภัยในการใช้ Social Media	- ผู้ที่สามารถเข้าใช้งาน Social Media ทางการได้ ควรจำกัดเฉพาะข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญ มีการกำหนดรหัสผ่านเพื่อป้องกันผู้ที่ไม่ได้รับอนุญาต - ควรคำนึงถึงการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น อาทิ การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เจ้าหน้าที่ใช้บัญชี Social Media ทางการอย่างไม่เหมาะสม การจงใจสร้างความเสียหายโดยบุคคลภายนอก และจะต้องมีมาตรการในการป้องกันและบรรเทาปัญหาดังกล่าว
2.4 เนื้อหาและบทความใน Social Media ของรัฐ ควรมีความเป็นกลาง และมีความเป็นมืออาชีพ	ควรหลีกเลี่ยงการลงบทความหรือเนื้อหาที่ชี้นำหรือวิพากษ์วิจารณ์นโยบายของพรรคการเมือง
3. การประเมินประสิทธิภาพ และการพัฒนา	
3.1 ประสิทธิภาพในการใช้งาน Social Media จะต้องมีการตรวจสอบ เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนา	- กิจกรรมต่างๆ ในช่องทาง Social Media ควรได้รับการทบทวนถึงความสำเร็จและความล้มเหลว - การติดตามความเคลื่อนไหวระบบนิเวศน์ของ Social Media จะทำให้เข้าใจถึงแนวโน้มความสนใจ และโอกาสในการสร้างบทสนทนากับชุมชน อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3.2 การสำรวจความสำเร็จของการใช้สื่อ Social Media ควรพิจารณาถึงการดำเนินงานตามเป้าประสงค์ และการการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ ในขณะที่ตัวชี้วัดแบบดั้งเดิม (traditional metrics) เป็นเพียงแนวทางเท่านั้น	การใช้สถิติ ‘Likes’ และจำนวน ‘Followers’ เป็นการวัดความสำเร็จแบบดั้งเดิม ซึ่งสามารถชี้วัดการมีส่วนร่วมอย่างมีพลวัต แต่อาจไม่สะท้อนภาพที่ชัดเจนของการใช้สื่อ Social Media อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่วัตถุประสงค์หลักของการใช้ Social Media ในการบริการของภาครัฐคือการส่งเสริมให้มีการติดต่อสื่อสารสองทาง (two-way communication) และการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนั้น การสอบถาม การบอกเล่าถึงปัญหา การขอรับคำแนะนำ การตอบสนองต่อการประกาศหรือการเรียกร้องให้ดำเนินการในเรื่องใดๆ การ share ข้อมูล รวมทั้งสถิติการ reach ซึ่งหมายถึงการ share และส่งต่อข้อมูลออกไปในวงกว้าง เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จที่สะท้อนความสำเร็จได้ดีกว่าตัวชี้วัดแบบดั้งเดิม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางปิยะพิน นิยมฤกษ์
ประวัติการศึกษา	– ปริญญาตรีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ University of Wales, Aberystwyth สหราชอาณาจักร (ทุนเล่าเรียนหลวง) – ปริญญาโทประวัติศาสตร์ระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัย London School of Economics สหราชอาณาจักร (ทุนกระทรวงการต่างประเทศ)
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2537–2538	เจ้าหน้าที่การทูต 4 กองแอฟริกา กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา
พ.ศ. 2539–2542	เจ้าหน้าที่การทูต 6 กองพาณิชย์และอุตสาหกรรม กรมอาเซียน
พ.ศ. 2543–2545	เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงฮานอย
พ.ศ. 2549–2553	เลขานุการเอก สำนักบริหารบุคคล สำนักงานปลัดกระทรวงฯ
พ.ศ. 2554–2556	เจ้าหน้าที่การทูต 7 กองยุโรป 3 กรมยุโรป
พ.ศ. 2556–2560	อัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน
พ.ศ. 2560–ปัจจุบัน	ผู้อำนวยการกองยุโรปตะวันตก กรมยุโรป
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้อำนวยการกองยุโรปตะวันตก กรมยุโรป