



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล  
(Individual Study)

เรื่อง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต  
ณ กรุงปราก ในการสนับสนุนงานคุ้มครองและรักษา  
ผลประโยชน์คนไทยในต่างประเทศ : กรณีศึกษา  
การเสริมสร้างความเข้มแข็งของแรงงานไทย  
ในสาธารณรัฐเช็ก

จัดทำโดย นายณัฐพล ทรัพย์สินสุนทร  
รหัส 14029

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม  
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 14 ปี 2565  
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ  
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล  
(Individual Study)

เรื่อง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปารีส  
ในการสนับสนุนงานคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์คนไทย  
ในต่างประเทศ : กรณีศึกษาการเสริมสร้างความเข้มแข็ง  
ของแรงงานไทย ในสาธารณรัฐเช็ก

จัดทำโดย นายณัฐพล ทรัพย์สินสุนทร  
รหัส 14029

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 14 ปี 2565  
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ  
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม  
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ พันธ์พรประสิทธิ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(เอกอัครราชทูต อุ่ม เมาลานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.พลอย สืบวิเศษ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

รายงานการศึกษาส่วนบุคคลเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก ในการสนับสนุนงานคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์คนไทยในต่างประเทศ : กรณีศึกษา การเสริมสร้างความเข้มแข็งของแรงงานไทยในสาธารณรัฐเช็ก เป็นประเด็นที่สืบเนื่องมาจาก ประสบการณ์การทำงานของผู้ศึกษาที่ประจำการอยู่ที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก ในภารกิจ ด้านกงสุล ซึ่งรวมถึงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในต่างประเทศภายใต้ภารกิจ การคุ้มครองและดูแลผลประโยชน์ของคนไทยในต่างประเทศตามยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในต่างประเทศ (5H) ของกรมการกงสุล กระทรวงการต่างประเทศ โดยผู้ศึกษาพบว่า ในช่วงที่ผ่านมาชุมชนไทยในสาธารณรัฐเช็กได้ขยายตัวมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับคำร้องขอรับความช่วยเหลือจากแรงงานไทยเป็นจำนวนมากซึ่งเพิ่มขึ้นตามมาด้วย โดยเฉพาะในช่วง สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่มีความรุนแรง ในกรณีนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าว จึงได้ริเริ่มดำเนินการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์และการเรียนรู้ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนไทยในเช็ก อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีปัญหาที่น่าน่าสังเกตว่า แรงงานไทยยังติดตามสื่อดิจิทัลฯ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ไม่มากเท่าที่ควร ซึ่งอาจเกิดจากการที่แรงงานไทยในเช็กยังขาดความสนใจหรือไม่สามารถเข้าถึง สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้อย่างทั่วถึง

รายงานการศึกษานี้จึงเป็นการศึกษาว่า เพราะเหตุใดแรงงานไทยในเช็กยังขาดความสนใจหรือไม่สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้อย่างทั่วถึง เพื่อศึกษาปัจจัยความหลากหลายของคนไทยในเช็กที่มีอิทธิพลต่อความสนใจและความสามารถในการ เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ รวมถึงข้อจำกัดหรืออุปสรรคของแรงงานไทย ในเช็กต่อการเข้าถึง สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ และเพื่อนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการปรับปรุง พัฒนา และต่อยอดรูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อการ ประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับแรงงานไทยในเช็กให้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ครอบคลุม และสอดคล้องกับความสนใจของแรงงานไทยในเช็กมากยิ่งขึ้น

รายงานการศึกษานี้ได้นำแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) แนวคิดเรื่องความสามารถ ในการเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (2) แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร และ (3) ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล มาเป็นกรอบในการจัดทำแบบสอบถามสัมภาษณ์ เพื่อเรียนรู้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดรับข่าวสารและเข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของแรงงานไทยในเช็กที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ประมวลมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ SWOT เพื่อ

แสวงหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค และการวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์ใหม่ ในเชิงรุก (SO) เชิงแก้ไข (WO) เชิงป้องกัน (ST) และเชิงรับ (WT) ต่อไป

ผลการศึกษาปรากฏว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเปิดรับและ/หรือความสามารถเข้าถึง สื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้แก่ (1) การขาดทักษะ ความเข้าใจ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) (2) ข้อจำกัดในด้านทักษะการอ่านและการทำความเข้าใจ (3) เป้าหมายและรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน และ (4) เนื้อหาของสื่อดิจิทัลฯ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในบางส่วนยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของแรงงานไทยส่วนหนึ่ง นอกจากนี้ ยังพบอีกด้วยว่า มีปัจจัยส่งเสริมพฤติกรรมแรงงานไทยในการเปิดรับสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ สถานเอกอัครราชทูตฯ ณ กรุงปราก ได้แก่ (1) ทักษะและประสบการณ์ในการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคม ออนไลน์ (2) เนื้อหาสอดคล้องกับบริบทและสภาพแวดล้อมในขณะนั้น (3) ความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีต่อ สถานเอกอัครราชทูตฯ และ (4) รูปแบบในการสื่อสาร

จากผลการศึกษาข้างต้น ผู้ศึกษาได้สรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่สำคัญ เช่น การพัฒนา ข้าราชการให้มีทักษะในการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์และเรียนรู้ฯ รวมทั้ง การส่งเสริมความร่วมมือและสร้างพันธมิตรกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ และข้อเสนอแนะในการ ดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่สำคัญ เช่น การจัดทำสื่อดิจิทัลฯ โดยคำนึงถึงประโยชน์ ความน่าสนใจ และความสอดคล้องกับความต้องการและบริบทในขณะนั้น การนำเสนอสื่อดิจิทัลเพื่อ การเรียนรู้เพิ่มเติมในรูปแบบใหม่ ๆ โดยใช้ประโยชน์จากเทคนิคการนำเสนอใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ การสนับสนุนให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นได้เรียนรู้และส่งเสริมความร่วมมือกับสื่อการเรียนรู้ ออนไลน์ต่าง ๆ รวมทั้งข้อเสนอในการการผลิตสื่อดิจิทัลฯ ที่มีประโยชน์และมีเนื้อหาที่เป็นกระแสและ มีการแชร์ต่อกันเป็นทอด ๆ ให้มากขึ้น และฝึกทักษะในการใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มของสื่อสังคม ออนไลน์ใหม่ ๆ เป็นต้น

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำรายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้จะไม่สำเร็จได้ลุล่วงไปได้ หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาทั้งสามท่าน กล่าวคือ รศ.ดร.ชูเกียรติ พันธ์พรประสิทธิ์ เอกอัครราชทูต อุ่ม เมลาณนท์ และ รศ.ดร.พลอย สืบวิเศษ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและข้อวิจารณ์ที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่าเป็นอย่างยิ่งในการจัดทำรายงานการศึกษาฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ เอกอัครราชทูต ภาสพร สังข์สุบรรณ ซึ่งได้กรุณาสับสนุนและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการดำเนินการกิจกรรมคุ้มครองและดูแลผลประโยชน์ของคนไทยในต่างประเทศ โดยเฉพาะแนวทางการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในสาธารณรัฐเช็กด้วยดีเสมอมา

นอกจากนี้ รายงานฉบับนี้จะไม่สามารถเสร็จสมบูรณ์ได้หากมิได้รับข้อมูลอันเป็นประโยชน์จากการแรงงานไทยที่พำนักในเช็กที่กรุณาเข้าร่วมการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล ซึ่งทุกท่านได้ให้ความร่วมมือและสละเวลาให้สัมภาษณ์และตอบข้อซักถาม แม้ในหลายโอกาสจะมีข้อจำกัดด้านเวลาก็ตาม ผู้ศึกษาจึงขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ ที่นี้

ท้ายที่สุดนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้อำนวยการสถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ และเจ้าหน้าที่ทุกท่านของสถาบันฯ รวมทั้งเพื่อนร่วมรุ่นหลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 14 สำหรับการสนับสนุน มิตรภาพ และกำลังใจ ตลอดช่วงระยะเวลาการอบรมแม้ว่าจะมีข้อจำกัดในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ก็ตาม

ณัฐพล ทรัพย์สินสุนทร

กันยายน 2565

## สารบัญ

|  |    |
|--|----|
| บทสรุปสำหรับผู้บริหาร  | ง  |
| กิตติกรรมประกาศ  | ฉ  |
| สารบัญ   | ช  |
| สารบัญตาราง  | ฌ  |
| สารบัญภาพ  | ญ  |
| บทที่ 1 บทนำ   | 1  |
| 1.1 ภูมิหลังและความสำคัญของปัญหา   | 1  |
| 1.2 คำถามการศึกษา  | 3  |
| 1.3 สมมติฐานการศึกษา   | 3  |
| 1.4 ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา  | 3  |
| 1.5 วัตถุประสงค์ของการศึกษา  | 4  |
| 1.6 ประโยชน์ของการศึกษา  | 4  |
| 1.7 นิยามศัพท์   | 5  |
| บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง  | 6  |
| 2.1 แนวคิดทฤษฎี  | 6  |
| 2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง  | 10 |
| 2.3 สรุปกรอบแนวคิด   | 12 |
| บทที่ 3 ผลการศึกษา   | 13 |
| 3.1 ผลการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล   | 18 |
| 3.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน   | 23 |
| 3.3 การวิเคราะห์ SWOT ต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ<br>ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในเซ็ก | 24 |
| 3.4 การวิเคราะห์ TOWS Matrix ต่อยอดจากการวิเคราะห์ SWOT  | 37 |
| บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ  | 42 |
| 4.1 สรุปผลการศึกษา   | 42 |
| 4.2 ข้อเสนอแนะ   | 43 |

|   |    |
|---|----|
|   | ๗  |
| บรรณานุกรม  | 47 |
| ภาคผนวก   | 49 |
| ก. กฎหมาย พันธกิจหลัก และแผนยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครอง<br>และรักษาผลประโยชน์คนไทยในต่างประเทศ                         | 50 |
| ข. รายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล  | 52 |
| ค. ชุดคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก   | 56 |
| ง. ตัวอย่างสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ที่สำคัญของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปารีส  | 58 |
| จ. โปรแกรมที่ใช้งานดูแลและจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์และเพื่อการเรียนรู้<br>ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปารีส | 61 |
| ประวัติผู้เขียน   | 63 |



## สารบัญตาราง

|            |  |    |
|------------|--|----|
| ตารางที่ 1 | ตารางการจับคู่จุดแข็งและโอกาสของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก                   | 38 |
| ตารางที่ 2 | ตารางจับคู่จุดอ่อนและโอกาสของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก                      | 39 |
| ตารางที่ 3 | ตารางการจับคู่จุดแข็งและอุปสรรคหรือภัยคุกคามของสถานเอกอัครราชทูต<br>ณ กรุงปราก | 40 |
| ตารางที่ 4 | ตารางการจับคู่จุดอ่อนและอุปสรรคหรือภัยคุกคามของสถานเอกอัครราชทูต<br>ณ กรุงปราก | 41 |

## สารบัญภาพ

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| ภาพที่ 1  | สถิติคนไทยที่พำนักในเช็ก  | 14 |
| ภาพที่ 2  | สถิติคนไทยที่พำนักในเช็ก จำแนกตามเมือง  | 14 |
| ภาพที่ 3  | สถิติคนไทยที่พำนักในเช็ก จำแนกตามอาชีพ  | 15 |
| ภาพที่ 4  | ภาพ Facebook Page ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก                                     | 16 |
| ภาพที่ 5  | สถิติจำนวนผู้ติดตาม Facebook Page ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก ตั้งแต่ปี 2563-2565 | 17 |
| ภาพที่ 6  | กราฟจำนวนผู้ติดตามจาก Facebook Page ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก                   | 18 |
| ภาพที่ 7  | แผนภูมิสถิติการให้ความช่วยเหลือคนไทยในเช็กของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก             | 26 |
| ภาพที่ 8  | ภาพแนวคิดเรื่องวุฒิภาวะทางดิจิทัล   | 30 |
| ภาพที่ 9  | แผนผังการแบ่งภารกิจของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก                                    | 31 |
| ภาพที่ 10 | แบบสำรวจข้อมูลคนไทยที่พำนักในเช็ก ประจำปี 2564-24565 ผ่าน Facebook Page               | 32 |
| ภาพที่ 11 | การจัดสัมมนาออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก                                    | 34 |

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ภูมิหลังและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ชุมชนไทยในสาธารณรัฐเช็ก (เช็ก) ได้ขยายตัวมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อเทียบสถิติระหว่างปี 2555 ถึงปี 2565 มีจำนวนคนไทยเพิ่มขึ้นกว่าสองเท่าตัว<sup>1</sup> โดยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่มีความรุนแรงในช่วงปี 2563-2564 ทางกรมการเช็กได้ออกมาตรการสาธารณสุขที่เข้มงวดกำหนดให้ปิดสถานประกอบการต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อแรงงานไทย โดยแรงงานไทยส่วนหนึ่งต้องเดินทางกลับประเทศไทยเนื่องจากไม่มีงานทำ การขยายตัวของจำนวนคนไทยในเช็กก็ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีอัตราชะลอตัวลงก็ตาม ปัจจุบันทางการเช็กได้ยกเลิกมาตรการดังกล่าวและสถานประกอบการต่าง ๆ กลับมาเปิดให้บริการตามปกติแล้ว ทำให้มีการจ้างงานแรงงานไทยเพิ่มขึ้นตามลำดับ

ปัจจุบัน คนไทยที่พำนักในเช็ก มีจำนวนประมาณ 1,500 คน คนไทยส่วนใหญ่ที่พำนักในเช็กกว่าร้อยละ 70 ประกอบอาชีพเป็นแรงงานในสาขาขนาดแผนไทย ส่วนที่เหลือทำงานในร้านอาหารไทย (พ่อครัว/ แม่ครัว) ประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นแม่บ้าน และนักศึกษา<sup>2</sup>

จากจำนวนคนไทยในเช็กที่เพิ่มขึ้น สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงได้รับคำร้องขอรับความช่วยเหลือจากคนไทยในเช็กโดยเฉพาะแรงงานไทยเป็นจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่มีความรุนแรง<sup>3</sup> ประเด็นการขอรับความช่วยเหลือหรือขอคำปรึกษาส่วนใหญ่จะเป็น

---

<sup>1</sup> สถิติคนไทยที่พำนักในเช็ก (คนอยู่ชั่วคราวและคนอยู่ถาวร) ปี 2555: 731 คน ปี 2556: 790 คน ปี 2557: 856 คน ปี 2558: 905 คน ปี 2559: 1,059 คน ปี 2560: 1,168 คน ปี 2561: 1,309 คน ปี 2562: 1,318 คน ปี 2563: 1,407 คน ปี 2564: 1,452 คน และ ปี 2565 (30 มิถุนายน 2565): 1,507 คน แหล่งที่มา:

<https://www.mvcr.cz/clanek/cizinci-s-povolenym-pobytem.aspx>

<sup>2</sup> สถิติคนไทยที่พำนักในเช็ก แบ่งตามอาชีพ 1. พนักงานนวด ร้อยละ 69.6 2. แม่บ้าน ร้อยละ 7.5 3. ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 5.9 4. พ่อครัวหรือแม่ครัว ร้อยละ 3.9 5. พนักงานบริษัท ร้อยละ 2.6 6. อื่น ๆ ร้อยละ 10.5 แหล่งที่มา: ข้อมูลการลงทะเบียนคนไทยที่พำนักในเช็กของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก สถานะ ณ วันที่ 9 พฤษภาคม 2565

<sup>3</sup> สถิติการให้ความช่วยเหลือคนไทยในเช็กของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก ปี 2563: 802 ราย ปี 2564: 932 ราย และปี 2565 (มกราคม-กรกฎาคม 2565): 481 ราย แหล่งที่มา: สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก

ในด้านการขอความรู้เกี่ยวกับเงื่อนไขสัญญาจ้างของแรงงานไทย การมีปัญหาค่าการสื่อสารและความไม่เข้าใจกันระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง ปัญหาสุขภาพ การเดินทางกลับประเทศไทยในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 เป็นต้น โดยสภาพปัญหาเหล่านี้มีสาเหตุหลัก ๆ ได้แก่ การไม่มีความรู้ความเข้าใจด้านกฎหมายท้องถิ่น และภาษาท้องถิ่นที่จำเป็นในชีวิตประจำวันของคนไทยในเช็ก กอปรกับการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 อย่างรุนแรงในเช็กได้ส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยในเช็กเป็นอย่างมาก โดยแรงงานไทยจำนวนมากต้องออกจากงานและจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญของแก้ปัญหาข้างต้น เพื่อคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์ของแรงงานไทยในเช็ก โดยการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยเหล่านี้ “ให้อยู่ดีมีสุขพึ่งพาตนเองได้ ช่วยเหลือผู้อื่น และพัฒนาผลประโยชน์ไทย”<sup>4</sup> รวมทั้งส่งเสริมให้แรงงานไทยได้พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของตนเองได้อย่างเต็มที่ อีกทั้งยังเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้คนไทยสามารถรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ ได้ในอนาคต

นับตั้งแต่ปี 2564 ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่มีความรุนแรง สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ดำเนินโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในเช็ก โดยเน้นกลุ่มแรงงานไทยในเช็ก โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมให้คนไทยได้เสริมสร้างจิตใจให้เข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพของตนเองให้มีภูมิต้านทานต่อการเผชิญอุปสรรคและปัญหาต่าง ๆ ในอนาคต พร้อมสนับสนุนงานด้านการคุ้มครองและดูแลผลประโยชน์ของคนไทยให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ภายใต้ข้อจำกัดของมาตรการทางสาธารณสุขของทางการเช็กที่กำหนดให้งดเว้นการรวมตัวของผู้คนจำนวนมาก สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงเห็นความจำเป็นในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อดำเนินโครงการดังกล่าว ซึ่งที่ผ่านมาสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดสัมมนาออนไลน์เพื่อเผยแพร่ความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับคนไทยในหัวข้อต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างจิตใจและพัฒนาศักยภาพของชุมชนไทยให้เข้มแข็งให้สามารถทำงานและใช้ชีวิตในเช็กได้อย่างราบรื่น โดยเฉพาะหากต้องเผชิญกับอุปสรรคและปัญหาต่าง ๆ ในอนาคต เช่น สัมมนาออนไลน์ภายใต้หัวข้อ “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงานเช็ก” และการตอบคำถามจากผู้เข้าร่วมสัมมนา การสัมมนาเชิงปฏิบัติการออนไลน์ในหลากหลายหัวข้อ เช่น ในหัวข้อเทคนิคการจัดการความเครียดในยุค New normal ในหัวข้อ “วิธีสร้างสุข ในยุค New normal” ในหัวข้อวิธีการวางแผนไทยด้วยตนเองที่บ้าน และในหัวข้อวิธีการฝึกสมาธิโดยศาสตร์ของทิเบต พร้อมทั้งได้จัดทำสื่อดิจิทัลนำมาเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ อีกด้วย

<sup>4</sup> แนวทางการดำเนินงานของกระทรวงการต่างประเทศเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและบทบาทชุมชนไทยในต่างประเทศ.

อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมา แรงงานไทยในเช็กยังขาดความสนใจหรือไม่สามารถเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้อย่างทั่วถึง สังเกตได้จากมีผู้เข้าร่วมและรับชมย้อนหลังยังมีจำนวนไม่มากนัก ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการแสวงหาแนวทางการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับคนไทยในเช็กให้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพครอบคลุม และสอดคล้องกับความสนใจของแรงงานไทยในเช็กมากยิ่งขึ้น เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและบทบาทของชุมชนไทยในเช็ก ตามแนวทางการดำเนินงานของกระทรวงการต่างประเทศ

## 1.2 คำถามการศึกษา

เพราะเหตุใดแรงงานไทยในเช็กยังขาดความสนใจหรือไม่สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้อย่างทั่วถึง

## 1.3 สมมติฐานการศึกษา

การขาดความสนใจในเนื้อหาของสื่อ ความกดดัน ประสบการณ์และทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของแรงงานไทยต่อการเปิดรับและ/หรือความสามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา

### 1.4.1 ขอบเขตการศึกษา

#### 1) ขอบเขตเวลา

ระยะเวลา 1 ปี 10 เดือน (พฤศจิกายน 2563-สิงหาคม 2565) เป็นช่วงเวลา que ผู้ศึกษาประจำการที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 อย่างหนักในทวีปยุโรปและในเช็ก ทำให้การจัดกิจกรรมของชุมชนไทยต่าง ๆ ไม่สามารถจัดขึ้นได้ด้วยข้อจำกัดตามมาตรการด้านสาธารณสุขของทางการเช็กที่ไม่อนุญาตให้มีการรวมตัวของคนจำนวนมาก สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงได้ริเริ่มดำเนินโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในเช็ก โดยได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อดิจิทัลมาใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อส่งเสริมภารกิจด้านการคุ้มครองและดูแลรักษาผลประโยชน์ของคนไทยในเช็ก

#### 2) ขอบเขตการปฏิบัติงาน

กรณีศึกษาสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก ภารกิจงานกงสุลและการคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์ของคนไทยในต่างประเทศ โดยจำกัดขอบเขตเฉพาะการบริการกลุ่มแรงงานไทยในเช็ก

### 3) ขอบเขตกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มแรงงานไทยที่พำนักในเช็ก โดยใช้วิธีสุ่มสำรวจคนไทยในสาขาวิชาชีพ เพศ อายุ และที่พำนักในเมืองต่าง ๆ ในเช็ก

#### 1.4.2 วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา

การวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพ

1) การใช้แบบสอบถามโดยวิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทักษะและความชอบ รวมทั้งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและต่อยอดรูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับแรงงานไทยในเช็ก

2) การใช้ประสบการณ์ตรงของผู้ศึกษา ซึ่งปฏิบัติหน้าที่กงสุลที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ตลอดช่วงเวลาขอบเขตการศึกษา ซึ่งมีประสบการณ์พูดคุยกับแรงงานไทยในโอกาสต่าง ๆ อยู่เสมอ เช่น การเยี่ยมเยียนแรงงานไทยและการจัดกิจกรรมกงสุลสัญจรไปยังเมืองต่าง ๆ

#### 1.4.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 1) แนวคิดเรื่องความสามารถในการเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (empathy)
- 2) แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร
- 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล
- 4) ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

### 1.5 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.5.1 เพื่อศึกษาปัจจัยความหลากหลายของคนไทยในเช็กที่มีอิทธิพลต่อความสนใจและความสามารถในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ รวมถึงข้อจำกัดหรืออุปสรรคของแรงงานไทยในเช็กต่อการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ

1.5.2 เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการปรับปรุง พัฒนา และต่อยอดรูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับแรงงานไทยในเช็กให้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ครอบคลุม และสอดคล้องกับความสนใจของแรงงานไทยในเช็กได้มากยิ่งขึ้น

### 1.6 ประโยชน์ของการศึกษา

1.6.1 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา และต่อยอดรูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อประโยชน์ต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการวางกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

และการส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับแรงงานไทยในเช็กได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ครอบคลุมและสอดคล้องกับความสนใจของแรงงานไทยในเช็กได้มากยิ่งขึ้นต่อไป

1.6.2 เพื่อเป็นแนวทางหรือกรณีศึกษาแก่ภาครัฐอื่น ๆ ในการปรับใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับคนไทยในต่างประเทศต่อไป

## 1.7 นิยามศัพท์

1.7.1 เทคโนโลยีดิจิทัล (digital technology) หมายถึง อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และการประยุกต์ใช้ระบบที่สร้างขึ้นเพื่อจัดเก็บ วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล ตัวอย่างเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์

1.7.2 ทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) หมายถึง ทักษะในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้อย่างสร้างสรรค์และเต็มศักยภาพ เพื่อใช้ในการสื่อสาร การเรียนรู้ การปฏิบัติงาน ฯลฯ โดยทักษะดังกล่าวประกอบด้วยความสามารถ 4 มิติ ได้แก่ การใช้ (use) ความเข้าใจ (understand) การสร้าง (create) และการเข้าถึง (access) เทคโนโลยีดิจิทัล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ<sup>5</sup>

1.7.3 สื่อสังคมออนไลน์ (social media) หมายถึง สื่อที่เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายทางสังคมผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์หรือแอปพลิเคชันบนสื่ออื่น ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต<sup>6</sup> เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) อินสตาแกรม (Instagram) ติกต็อก (Tik Tok) เป็นต้น

1.7.4 สื่อดิจิทัล (digital media) หมายถึง วัตรกรรมที่สร้างขึ้นมาทดแทนสื่อแอนะล็อก (analog media) แบบดั้งเดิม โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยให้ข้อมูลที่เป็นสื่อต่าง ๆ เหล่านี้มาแปลงสภาพ และเชื่อมโยงเข้าด้วยกันเพื่อประโยชน์ในการใช้งาน สื่อดิจิทัลประกอบด้วย (1) ข้อความ (text) (2) เสียง (audio) (3) ภาพนิ่ง (still image) (4) ภาพเคลื่อนไหว (animation) (5) ภาพวีดีโอ (video)<sup>7</sup>

<sup>5</sup> สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, โครงการพัฒนาทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.ocsc.go.th/DLProject/mean-dlp>.

<sup>6</sup> สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook), [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.senate.go.th/view/49/KMBookshelf62/TH-TH>.

<sup>7</sup> ไพฑูรย์ มະณ, สื่อดิจิทัล (Digital Media), [ออนไลน์], 2559, .แหล่งที่มา: <http://paitoon.esdc.go.th/sux-dicithal>.

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดทฤษฎี

##### 2.1.1 แนวคิดเรื่องความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (empathy) ของ Daniel Goleman<sup>8</sup>

ความสามารถในการเห็นอกเห็นใจผู้อื่น และตระหนักและเข้าใจ ถึงความรู้สึก ความต้องการและความห่วงกังวลที่เป็นที่มาของการตอบสนองที่เกิดขึ้นของผู้อื่น ซึ่งถือเป็นหนึ่งในทักษะทางสังคมในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับคนในสังคม โดย Goleman ระบุองค์ประกอบของ empathy ไว้ ดังนี้

1) การเข้าใจผู้อื่น (understanding others) คือ การรับรู้และเข้าใจความรู้สึก มุมมอง และให้ความสนใจประเด็นที่เป็นข้อห่วงกังวลของผู้อื่น รวมทั้งเข้าใจว่าผู้อื่นต้องการอะไร ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

2) การส่งเสริมการพัฒนาผู้อื่น (developing others) คือ การรับรู้และเข้าใจ ความจำเป็นในการพัฒนาตนเองของผู้อื่น รวมทั้งความต้องการที่จะสนับสนุนการส่งเสริมพัฒนา ศักยภาพและความสามารถของผู้อื่นให้มากยิ่งขึ้น

3) การมีจิตใจช่วยเหลือและบริการ (service orientation) คือ การคาดคะเนและตระหนักถึงความต้องการของผู้อื่น รวมทั้งความพยายามในการตอบสนองความต้องการเหล่านั้น โดยมีได้หวังสิ่งอื่นใดตอบแทน

4) การใช้ประโยชน์จากความหลากหลาย (leveraging diversity) คือ การตระหนักถึง ความหลากหลายของบุคคลต่าง ๆ และเข้าใจผู้อื่นที่มีโอกาสต่อยกว่าเรา จึงเป็นความต้องการที่จะสร้างโอกาสจากความหลากหลายนั้นให้ผู้อื่นสามารถกระทำในสิ่งที่ทัดเทียมผู้อื่นได้

5) การตระหนักถึงความคิดเห็นของกลุ่มต่าง ๆ (political awareness) คือ การเข้าใจถึงอารมณ์ความรู้สึกของกลุ่มและความสัมพันธ์ของคนในกลุ่มในสถานการณ์ต่าง ๆ

---

<sup>8</sup> Goleman, D., *Working with Emotional Intelligence*, (New York: Bantam Books, 1998), p.21. อ้างถึงใน จิตราภรณ์ ทองกวอด, *การศึกษาและพัฒนาความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น*, (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาจิตวิทยาการแนะแนว, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2555), หน้า10.



## 2.1.2 ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งจากสภาพบุคคลหรือสภาพจิตใจ จึงมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลได้

2.1.2.1 ทฤษฎีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (selective exposure) ของ Joseph T. Klapper<sup>9</sup> ได้กล่าวว่า กระบวนการเลือกสรรข่าวสารเปรียบเสมือนการกรองข่าวสารในการรับรู้ของแต่ละบุคคล โดยจะเปิดรับ รับรู้และจดจำสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น และความสนใจของตนเอง กระบวนการดังกล่าว ประกอบด้วยการกั้นกรอง 4 ชั้นตามลำดับ ดังนี้

1) การเลือกเปิดรับ (selective exposure) ถือเป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ขึ้นอยู่กับความสนใจ ทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของแต่ละบุคคลที่ต่างกัน เช่น บางคนอาจจะถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่านจากสื่อ เป็นต้น

2) การเลือกให้ความสนใจ (selective attention) ผู้รับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น และทัศนคติที่มีอยู่เดิม และหลีกเลี่ยงที่จะไม่เปิดรับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็นและทัศนคติของตน เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ

3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (selective perception and interpretation) แต่ละบุคคลมักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ แรงจูงใจ สภาวะจิตใจในขณะนั้น ฯลฯ ฉะนั้น จึงมีแนวโน้มที่แต่ละบุคคลอาจตีความสารเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะของตน ทำให้ข่าวสารบางส่วนอาจถูกตัดทิ้งหรือบิดเบือนให้เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของแต่ละบุคคลได้

4) การเลือกจดจำ (selective retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่สอดคล้องกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ความเชื่อ ฯลฯ ของตนเอง โดยมักจะลืมหรือไม่นำข่าวสารในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยไปถ่ายทอด ส่วนข่าวสารที่บุคคลจะเลือก

<sup>9</sup> Klapper, J., *The Effect of Mass Communication*, (New York: The Free Press, 1960), pp.19-25, อ้างถึงใน ขติหทัย นพวงศ์, การติดตามข่าวสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงานของพนักงานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไทยในช่วงการปรับโครงสร้างธุรกิจ, (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), หน้า 15-16; และศรีรัตน์ ยี่หลั่นสุวรรณ, การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อโครงการส่งเสริมสังคมของผู้นำเยาวชนประเทศอาเซียน และญี่ปุ่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook), (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558), หน้า 18-19.

จดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่ส่งเสริมหรือสอดคล้องกับความคิดเห็น ความเชื่อ ทศนคติ หรือค่านิยมของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น

2.1.2.2 แนวคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลของ Todd Hunt และ Brent D. Ruben<sup>10</sup> สรุปได้ดังนี้

1) ความต้องการ (need) ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์เป็นทั้งความต้องการทางกายและทางใจ ซึ่งย่อมกำหนดการเลือกเปิดรับข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม ฯลฯ

2) ทศนคติและค่านิยม (attitude and values) ทศนคติ คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง (preference and predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่บุคคลยึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและบุคคลอื่น ซึ่งทศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3) เป้าหมาย (goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย กำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม เป้าหมายของการเข้าร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4) ความสามารถ (capability) ความสามารถของบุคคลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น ความสามารถด้านภาษา ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อดิจิทัล มีอิทธิพลต่อบุคคลที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5) การใช้ประโยชน์ (utility) บุคคลจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6) สไตล์ในการสื่อสาร (communication style) การเป็นผู้รับสารของบุคคลนั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสาร คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภทของแต่ละบุคคล ดังนั้น บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ บางคนชอบสื่อสังคมออนไลน์ ฯลฯ

7) บริบท (context) หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารใดๆ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่า

---

<sup>10</sup> Hunt and Ruben, *Mass Communication: Producers and Consumers*, (New York: Harpercollins College, 1993), p.65, อ้างถึงใน ศรันถ์ ยี่หลั่นสุวรรณ, *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อโครงการส่งเสริมสังคมของผู้นำเยาวชนประเทศไทยอาเซียน และญี่ปุ่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)*, หน้า 58-59.

เป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเราทั้งสิ้น

8) ประสบการณ์และอุปนิสัย (experience and habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนาอุปนิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของตน แต่ละบุคคลพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง การนำเสนอประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้น จึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจประเด็นใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายและเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

### 2.1.3 ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)<sup>11</sup>

คิดค้นขึ้นโดยศาสตราจารย์ Albert S. Humphrey เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพเพื่อประเมินสถานการณ์และวิเคราะห์หาข้อดีและข้อเสียขององค์กร ในการกำหนดจุดอ่อนและจุดแข็งจากสภาพแวดล้อมภายใน และมองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินการตามกลยุทธ์ขององค์กรที่เหมาะสมต่อไป

การวิเคราะห์ SWOT ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ส่วน คือ

1) จุดแข็ง (strengths) เป็นผลมาจากปัจจัยภายในเป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร เช่น จุดแข็งด้านการเงิน และข้อได้เปรียบด้านการผลิต และด้านทรัพยากรบุคคล โดยองค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

2) จุดอ่อน (weaknesses) เป็นผลมาจากปัจจัยภายในเป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ขององค์กร เช่น การขาดเงินทุน หรือบุคลากรที่ไม่มีคุณภาพ ซึ่งองค์กรจะต้องหาวิธีในการปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดจุดอ่อนให้หมดไป

3) โอกาสที่จะดำเนินการได้ (opportunities) เกิดจากปัจจัยภายนอกเป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกเอื้อประโยชน์ องค์กรต้องแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น

4) ภัยคุกคามหรืออุปสรรค (threats) เกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลเสียต่อองค์กร องค์กรจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้อง และพยายามขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้

<sup>11</sup> มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis), [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.stou.ac.th/Offices/rdec/headquarter/upload/การวิเคราะห์%20SWOT.pdf>.

### 2.1.4 การวิเคราะห์ TOWS Matrix<sup>12</sup>

การวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นการต่อยอดจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อสร้างกลยุทธ์ใหม่ด้วยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายใน (จุดแข็งและจุดอ่อน) และปัจจัยภายนอกขององค์กร (โอกาสและภัยคุกคามหรืออุปสรรค) เพื่อช่วยองค์กรกำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางการดำเนินการที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งจะประกอบด้วยกลยุทธ์เชิงรุก (SO) เป็นการจับคู่ระหว่างจุดแข็งและโอกาส กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เป็นการจับคู่ระหว่างจุดอ่อนและโอกาส กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เป็นการจับคู่ระหว่างจุดแข็งและอุปสรรคหรือภัยคุกคาม และกลยุทธ์เชิงรับ (WT) เป็นการจับคู่ระหว่างจุดอ่อนและอุปสรรคหรือภัยคุกคาม

## 2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ที่ผ่านมา โดยที่ยังไม่มีการศึกษาโดยตรงเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของแรงงานไทยในเซ็ก และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสนับสนุนการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในเซ็ก ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาเทียบเคียงจากบทความวิชาการและรายงานส่วนบุคคลของผู้เข้ารับอบรมหลักสูตรนักรับราชการทูตที่มีเนื้อหาที่ใกล้เคียงและสามารถนำมาปรับใช้กับรายงานของผู้ศึกษาได้

### 2.2.1 บทความเรื่อง “พฤติกรรมของคนกับสื่อสังคมออนไลน์” โดย รศ.ดร.พสุ เดชะรินทร์ (2560)<sup>13</sup>

โดยได้ระบุถึงงานวิจัยของนักวิชาการต่างๆ หลังจากที่เริ่มทดลองเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปเนื่องจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยผลการวิจัยค้นพบว่า สาเหตุที่คนชอบสื่อสารผ่านเทคโนโลยี (สื่อสังคมออนไลน์) มากกว่าพูดคุยแบบเห็นหน้ากันนั้น เพราะการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีนั้นง่ายกว่าและเหนื่อย น้อยกว่าการพูดคุยแบบเห็นหน้า และคนส่วนใหญ่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้เพื่อเชื่อมต่อกับผู้อื่น และทำให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

<sup>12</sup> Bluebik, สร้างกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://bluebik.com/th/blogs/2676>.

<sup>13</sup> พสุ เดชะรินทร์, พฤติกรรมของคนกับสื่อสังคมออนไลน์, กรุงเทพฯธุรกิจ, [ออนไลน์], 2560, แหล่งที่มา: <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641565>.

## 2.2.2 รายงานการวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยภัทรา เรืองสวัสดิ์ (2553)<sup>14</sup>

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกเว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) มีการเข้าใช้บริการในช่วงบ่ายถึงค่ำ มีความถี่ในการเข้าใช้ 7 วันต่อสัปดาห์ ใช้เวลาในการเข้าเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละครั้งโดยเฉลี่ย 90 นาที เปิดเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จากที่บ้าน/หอพัก ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์มากที่สุด กิจกรรมที่คนทำงานทำเป็นประจำมากที่สุด 3 อันดับแรก เมื่อเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ สนทนากับเพื่อน อัปเดตสถานะ และข้อมูลส่วนตัว ฯลฯ

## 2.2.3 รายงานการศึกษาส่วนบุคคลหลักสูตรนักบริหารการทูต (นบท.)

1) รายงานการศึกษาส่วนบุคคลของนายศุภฯ อารยะกุล (2564) เรื่อง “การพัฒนางานด้านการกงสุลในการดูแลคุ้มครองนักศึกษาไทยมุสลิมในอียิปต์” ซึ่งได้ศึกษาและประเมินบทบาทและการดำเนินการในด้านการดูแลคุ้มครองนักศึกษาไทยมุสลิมในอียิปต์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงไคโร โดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT Analysis และการวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือเพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนางานด้านกงสุลในการดูแลคุ้มครองนักศึกษาโดยใช้ประโยชน์จากการสื่อสารทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น การประชุมผ่านระบบการประชุมทางไกล การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

2) รายงานการศึกษาส่วนบุคคลของนางณัฐฯ สุนทรภา (2563) เรื่องบทบาทของสถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองฮ่องกง ซึ่งได้ประเมินแนวทางการบริหารจัดการของสถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองฮ่องกง ในการช่วยเหลือคนไทยที่ตกอยู่ภายใต้สถานการณ์วิกฤตที่มีบริบทที่แตกต่างกันจากกรณีศึกษาเหตุการณ์การชุมนุมประท้วงยึดท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกงและการตักล้างของคนไทยในฮ่องกงในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์และเครือข่ายของสถานกงสุลใหญ่ฯ มาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับกลุ่มคนไทยฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนอกเหนือจากปัจจัยสำคัญอื่น ๆ เช่น ภาวะผู้นำขององค์กรและบุคลากร การดำเนินนโยบายการทูตเชิงรุกเพื่อประชาชน ความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศผู้รับ เป็นต้น

3) รายงานการศึกษาส่วนบุคคลของนางปิยะพิน นียมฤกษ์ (2560) เรื่อง “การใช้สื่อดิจิทัลและ Social Media เพื่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติการกิจด้านกงสุลและคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศในยุค Digital Diplomacy: กรณีศึกษาสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน” ซึ่งได้

<sup>14</sup> ภัทรา เรืองสวัสดิ์, รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร, รายงานการวิจัย วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, [ออนไลน์], 2553, แหล่งที่มา: [https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve\\_Doi=10.14457/TU.the.2010.299](https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/TU.the.2010.299).

ศึกษาประสิทธิภาพและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อ Social Media ในการสนับสนุนงานกงสุลและการคุ้มครองคนไทยในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ให้เป็นไปอย่างเต็มศักยภาพและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้ศึกษาได้ให้ความเห็นว่าการปรับปรุงการดำเนินการในระดับสถานเอกอัครราชทูตฯ ไม่อาจแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีความจำเป็นต้องเป็นการขับเคลื่อนในระดับกระทรวงการต่างประเทศด้วย

### 2.3 สรุปกรอบแนวคิด

ในรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ ผู้ศึกษาจะนำแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) แนวคิดเรื่องความสามารถในการเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (2) แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร และ (3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล มาเป็นกรอบในการจัดทำแบบสอบถามและบทสัมภาษณ์ เพื่อเรียนรู้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดรับข่าวสารและเข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของแรงงานไทยในเช็กที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ประมวลมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ SWOT เพื่อแสวงหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค และการวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์ใหม่ในเชิงรุก (SO) เชิงแก้ไข (WO) เชิงป้องกัน (ST) และเชิงรับ (WT) ในการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ให้แรงงานไทยได้อย่างเต็มศักยภาพและมีประสิทธิภาพสูงสุดโดยเป็นไปตามยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในต่างประเทศของกระทรวงการต่างประเทศต่อไป

### บทที่ 3

#### ผลการศึกษา

รายงานการศึกษานี้ ผู้ศึกษาต้องการอธิบายให้เห็นถึงการดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก เพื่อที่จะพัฒนาและต่อยอดแนวทางในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการรักษาผลประโยชน์คนไทยในต่างประเทศ โดยเฉพาะการส่งเสริมความเข้มแข็งชุมชนไทยในเช็ก ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มแรงงานไทยในสาขาวิชาชีพต่าง ๆ ที่มีถิ่นพำนักชั่วคราวและถาวรในเช็ก เนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรที่มีสัดส่วนจำนวนมากที่สุดและเป็นกลุ่มที่ได้รับคำร้องขอความช่วยเหลือจากคนไทยในเช็กโดยเฉพาะแรงงานไทยเป็นจำนวนที่มากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่มีความรุนแรง โดยการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มแรงงานไทยที่พำนักในเช็ก ระหว่างวันที่ 20-24 สิงหาคม 2565 โดยใช้วิธีสุ่มสำรวจคนไทยที่พำนักในเช็กในสาขาวิชาชีพ และที่พำนักในเมืองสำคัญต่าง ๆ ในเช็ก

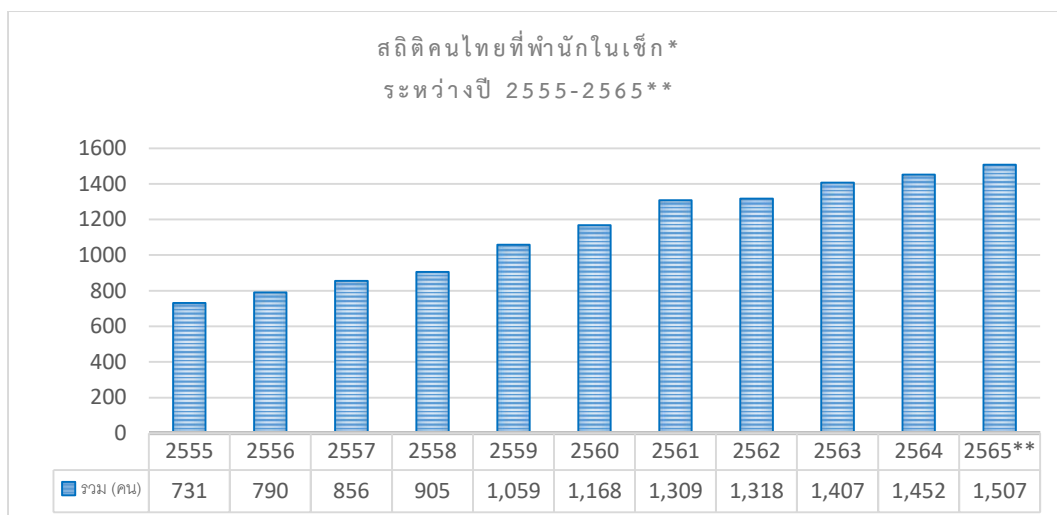
ภารกิจดังกล่าวเป็นไปตามยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในต่างประเทศ (5H) ของกรมการกงสุล กระทรวงการต่างประเทศ รวมทั้งกฎหมายพันธกิจหลัก และแผนยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์คนไทยในต่างประเทศ<sup>15</sup>

ในการดำเนินการศึกษารายงานฉบับนี้ ผู้ศึกษานำแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเรื่องความสามารถในการเห็นอกเห็นใจผู้อื่น แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล มาเป็นกรอบในการจัดทำแบบสอบถามประเภทบทสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเรียนรู้และเข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของแรงงานไทยในเช็ก ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลมาใช้ในการวิเคราะห์ SWOT และการวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์ใหม่ในการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ต่อไป

ในการนี้ เพื่อให้เห็นภาพรวมของแรงงานไทยที่พำนักในเช็ก ผู้ศึกษาจึงขอเสนอข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับแรงงานไทยในเช็กและพฤติกรรมการติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ดังนี้

---

<sup>15</sup> ภาคผนวก ก. กฎหมาย พันธกิจหลัก และแผนยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์คนไทยในต่างประเทศ

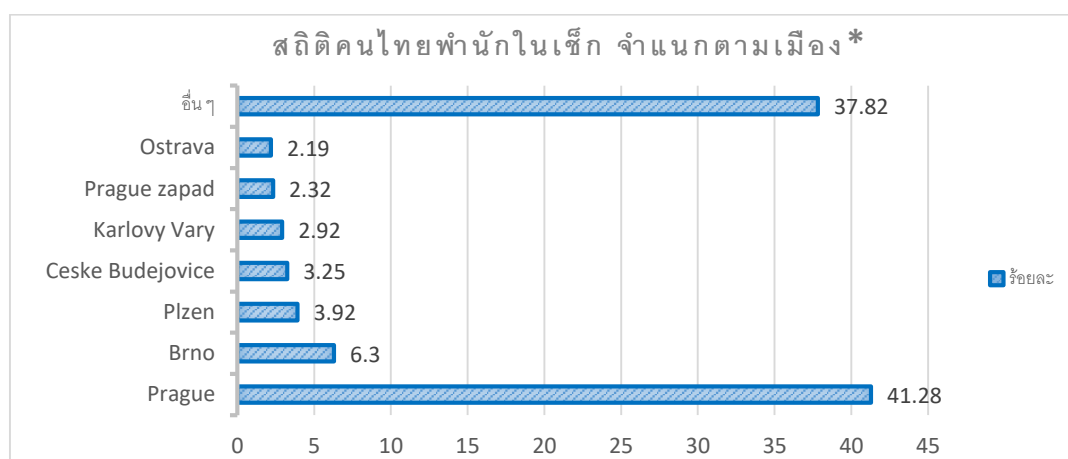


ภาพที่ 1 สถิติคนไทยที่พำนักในเช็ก

ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565<sup>16</sup>

\* คนอยู่ชั่วคราวและคนอยู่ถาวร \*\* ระหว่าง 1 มกราคม-30 มิถุนายน 2565

จากสถิติข้างต้น แสดงให้เห็นว่าจำนวนคนไทยที่พำนักในเช็กจนถึงปัจจุบันมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อเทียบสถิติระหว่างปี 2555 ถึงปี 2565 มีจำนวนคนไทยเพิ่มขึ้นกว่าสองเท่าตัว หรือร้อยละ 106.16 โดยสามารถจำแนกคนไทยตามที่พักในเมืองต่าง ๆ ในเช็กได้ ดังนี้



ภาพที่ 2 สถิติคนไทยที่พำนักในเช็ก จำแนกตามเมือง

\* ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565<sup>17</sup>

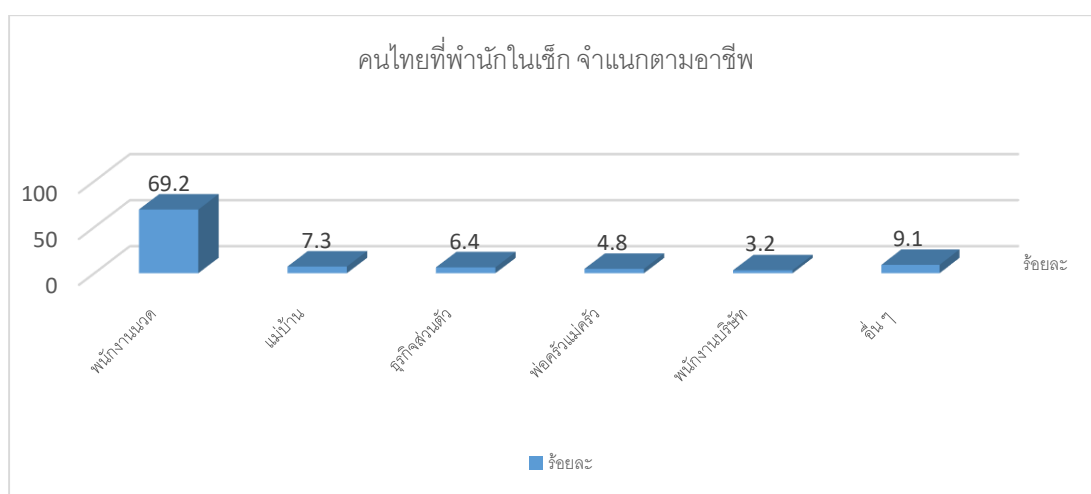
<sup>16</sup> Ministry of Interior of the Czech Republic, Statistics of temporary and permanent residence in the Czech Republic, [Online], 2022, Available from: <https://www.mvcr.cz/clanek/cizinci-s-povolenym-pobytem.aspx>.

<sup>17</sup> Ibid.



จากสถิติการจำแนกคนไทยตามเมืองต่างๆ จะเห็นได้ว่า คนไทยส่วนใหญ่อาศัยกระจุกอยู่ในกรุงปราก มากถึงร้อยละ 41.28 ในตอนกลางของประเทศและกระจายตัวพำนักอยู่ที่เมืองอื่น ๆ โดยเมือง Brno ซึ่งเป็นเมืองใหญ่อันดับสองของประเทศตั้งอยู่ทางทิศตะวันออก มีคนไทยพำนักอยู่ร้อยละ 6.3 นอกจากนี้ได้กระจายตัวอาศัยอยู่ตามเมืองอื่น ๆ

จากการสำรวจข้อมูลของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก เรื่องข้อมูลการลงทะเบียนคนไทยที่พำนักในเช็กปี 2564-2565 ผู้ศึกษาสามารถจำแนกอาชีพต่าง ๆ ของคนไทยในเช็ก แบ่งออกได้ดังนี้



ภาพที่ 3 สถิติคนไทยที่พำนักในเช็ก จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูล ณ วันที่ 22 สิงหาคม 2565<sup>18</sup>

จากสถิติข้างต้น จะเห็นได้ว่า อาชีพที่ได้ความนิยมมากที่สุด คือ พนักงานนวด คิดเป็นร้อยละ 69.2 จากจำนวนคนไทยทั้งหมดที่พำนักในเช็ก หรือประมาณได้ว่า ในจำนวนแรงงานไทยในเช็ก 10 คน จะมีผู้ประกอบอาชีพพนักงานนวด 7 คน โดยที่เหลือจะประกอบอาชีพอื่น ๆ ตามลำดับ

ในปัจจุบันเป็นยุคของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของทุกวัย มีการติดต่อสื่อสารกันผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเพชบุ๊กที่มีไว้สำหรับแชร์ โพสต์ข้อความ ข่าวสาร คลิปวิดีโอ ภาพ รวมถึงการสนทนาแบบแชท ยิ่งไปกว่านั้นสามารถแชทได้ตลอด มีความสะดวกและเข้าถึงข้อมูลมากยิ่งขึ้น สื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นเครือข่ายที่มีประโยชน์มากสำหรับชีวิตประจำวันและมีประสิทธิภาพอย่างมาก โดยเฉพาะสำหรับคนไทยในต่างประเทศ

<sup>18</sup> สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก, ข้อมูลการลงทะเบียนคนไทยที่พำนักในเช็กปี 2564-2565, 22 สิงหาคม 2565.

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญ และได้ริเริ่มโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในเช็ก โดยเน้นกลุ่มแรงงานไทยในเช็ก มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมให้คนไทยได้เสริมสร้างจิตใจให้เข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพของตนเอง ให้มีภูมิคุ้มกันต่อการเผชิญอุปสรรคและปัญหาต่าง ๆ ดังนั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มแรงงานไทยฯ จึงเป็นที่มาของการจัดทำสื่อการเรียนรู้และเนื้อหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ เช่น การสัมมนาออนไลน์ด้าน “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงานเช็ก” ความรู้ด้านภาษาท้องถิ่นเบื้องต้น การเผยแพร่ความรู้ที่เป็นประโยชน์สำหรับการประกอบอาชีพสำหรับคนไทยในต่างประเทศ และข้อมูลการประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เป็นต้น โดยได้จัดทำในรูปแบบสื่อดิจิทัล เพื่อนำมาเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก ภายใต้ชื่อ “Royal Thai Embassy, Prague สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก”

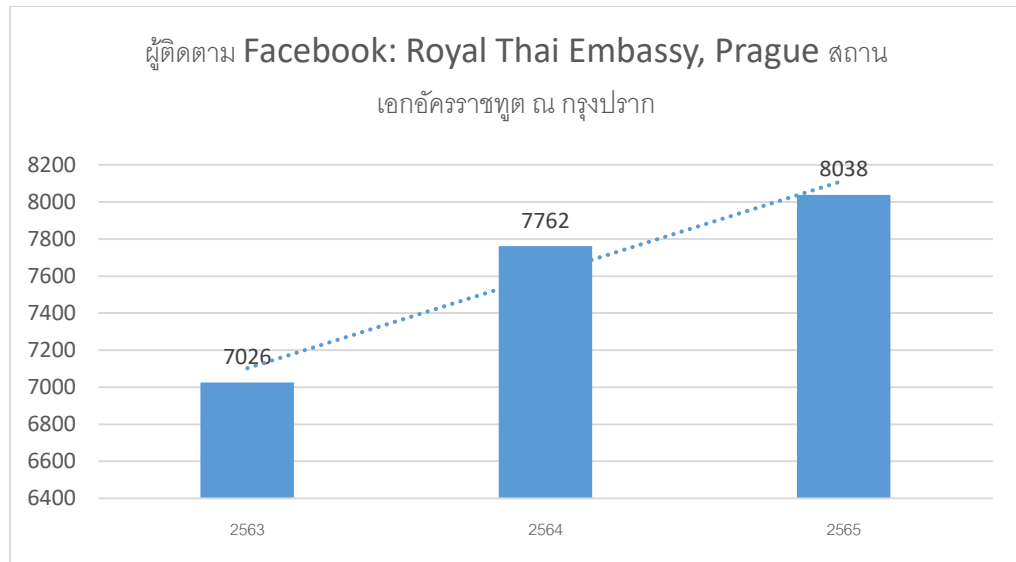
Facebook: Royal Thai Embassy, Prague สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก



**Royal Thai Embassy,  
Prague สถานเอกอัครราชทูต  
ณ กรุงปราก**  
หน่วยงานราชการ

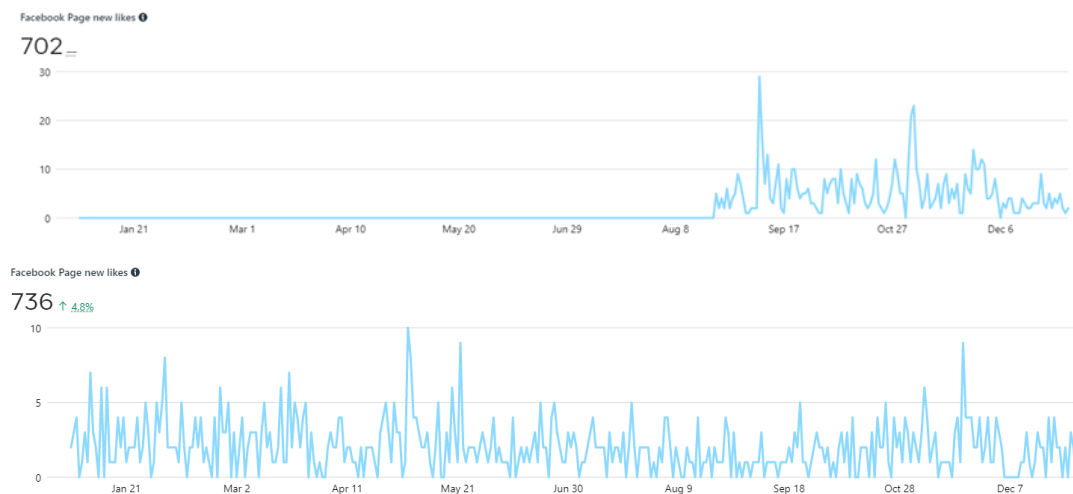


ภาพที่ 4 ภาพ Facebook Page ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก



ภาพที่ 5 สถิติจำนวนผู้ติดตาม Facebook Page ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก ตั้งแต่ปี 2563-2565

เฟซบุ๊กของสถานเอกอัครราชทูตฯ แม้จะมียอดผู้ติดตามตั้งแต่ปี 2563-2565 (มกราคม-สิงหาคม 2565) ค่อย ๆ เพิ่มขึ้นตามลำดับจาก 7,026 รายเป็น 8,038 ราย แต่อย่างไรก็ดี จำนวนยอดติดตามเฟซบุ๊กของสถานเอกอัครราชทูตฯ ถือว่า ยังไม่ได้รับความสนใจมากเท่าที่ควรจะเป็น ดูจากอัตราการเติบโตของยอดผู้ติดตามในแต่ละปี พบว่า ปี 2563-2564 เติบโตร้อยละ 10.5 ในขณะที่ปี 2564-2565 เติบโตเพียงร้อยละ 3.5 เท่านั้น



ภาพที่ 6 กราฟจำนวนผู้ติดตามจาก Facebook Page ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก



ภาพที่ 6 (ต่อ)

ข้อมูลจำนวนผู้ติดตามจากเฟซบุ๊ก Royal Thai Embassy, Prague สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก (ข้อมูล ณ วันที่ 26 สิงหาคม 2565) จากกราฟข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ในช่วงเดือน สิงหาคม 2563 ซึ่งเป็นช่วงเปิดใช้เฟซบุ๊กของสถานเอกอัครราชทูตฯ จนถึงสิ้นปี 2564 มียอดผู้ติดตาม เพิ่มขึ้นเป็นระยะ ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาที่การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ในเช็กและยุโรปมีความรุนแรง ทางกรเช็กได้ออกมาตรการสาธารณสุขที่เข้มงวด อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่ต้นปี 2565 จนถึงสิงหาคม 2565 ยอดผู้ติดตามมีจำนวนลดลงอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ เชื้อโควิด-19 เริ่มมีแนวโน้มที่ดีขึ้น และทางการเช็กได้ผ่อนคลายมาตรการสาธารณสุขต่าง ๆ มากขึ้น ทั้งนี้ ยกเว้นช่วงปลายเดือนกรกฎาคม 2565 ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ กิจกรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่เชิญชวนคนไทยเข้าร่วมกิจกรรมอย่างกว้างขวาง (ซึ่งไม่สามารถ จัดกิจกรรมได้เนื่องมามาตรการสาธารณสุขที่เข้มงวดของทางการเช็กก่อนหน้านี้)

### 3.1 ผลการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล

ศึกษาใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มแรงงานไทย ที่พำนักในเช็ก ระหว่างวันที่ 20-26 สิงหาคม 2565 โดยใช้วิธีสุ่มสำรวจคนไทยที่พำนักในเช็กใน หลากหลายสาขาวิชาชีพ ได้แก่ พนักงานนวด เจ้าของธุรกิจ พนักงานบริษัท เกษตรกร และพระภิกษุ ที่พำนักในเมืองต่าง ๆ ในเช็กที่มีแรงงานไทยพำนักอยู่อย่างหนาแน่น คือ กรุงปราก เมือง Brno เมือง Karlovy Vary และเมือง Ceske Budejovice โดยผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นกลุ่มแรงงานไทยมีจำนวน 10 คน เป็นเพศหญิง 8 คน และเพศชาย 2 คน โดยในการสุ่มกลุ่มตัวอย่างนี้ได้เป็นการรวมตัวแทนคนไทยในเช็ก ที่มีประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่การตลาด สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกรุงปราก และพระภิกษุชั้นผู้ใหญ่วัดธรรมกิตติวงศ์ กรุงปราก<sup>19</sup> ทั้งนี้ การสัมภาษณ์ใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) ชุดคำถาม เดียวกัน<sup>20</sup> สัมภาษณ์รายบุคคลแบบต่อหน้า และแบบผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (Line) และซูม (Zoom)

<sup>19</sup> ภาคผนวก ข. รายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล

<sup>20</sup> ภาคผนวก ค. ชุดคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก

ขึ้นอยู่กับความสะดวกและความถนัดของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยผู้ศึกษาได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลและการสรุปแยกแยะจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่ตอบคำถามการศึกษาและสอดคล้องกับแนวทางการศึกษา

จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึกทั้ง 10 คน สามารถนำผลมาไว้เพื่อตอบคำถามการศึกษาที่ว่า เพราะเหตุใดแรงงานไทยในเช็กยังขาดความสนใจหรือไม่สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้อย่างทั่วถึง โดยสามารถแบ่งคำตอบของการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์ 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1: ผลจากการสัมภาษณ์ที่บ่งชี้ถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของแรงงานไทยในเช็กต่อการเปิดรับและ/หรือความสามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ และส่วนที่ 2: ผลจากการสัมภาษณ์ที่บ่งชี้ถึงปัจจัยส่งเสริมให้แรงงานไทยเปิดรับสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ

### 3.1.1 ส่วนที่ 1 ผลจากการสัมภาษณ์ฯ ที่บ่งชี้ถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของแรงงานไทยในเช็กต่อการเปิดรับและ/หรือความสามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ

#### 3.1.1.1 การขาดทักษะ ความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy)

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดเป็นผู้มีประสบการณ์และทักษะในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊กและไลน์ ได้ในระดับที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ใช้งานมากกว่า 10 ปี และเพิ่งเริ่มใช้งาน โดยทั้งหมดเห็นพ้องกันว่าอุปสรรคสำคัญประการหนึ่งส่งผลต่อการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์และสื่อดิจิทัลของสถานเอกอัครราชทูตฯ คือ การขาดทักษะ ความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) รวมทั้งขาดประสบการณ์และความไม่ถนัดของผู้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล จึงทำให้ไม่สนใจที่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ แต่เลือกที่จะสอบถามบุคคลใกล้ชิดตัว วัดไทย<sup>21</sup> หรือสถานเอกอัครราชทูตฯ ทางวาจาหรือทางโทรศัพท์แทนการติดตามสื่อดิจิทัลฯ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในกรณีที่น่าจะเป็น นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่ง<sup>22</sup> ให้ความเห็นว่า แม้แรงงานไทยในเช็กจะเคยมีประสบการณ์การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์บ้าง แต่บางส่วนยังไม่มีควมคุ้นเคยและเห็นว่าการปรับเปลี่ยนระบบการใช้งาน รวมทั้งการนำเสนอฟังก์ชันใหม่ ๆ ของสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ผู้ใช้งานประสบความลำบาก และความไม่สะดวกในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้

#### 3.1.1.2 ข้อจำกัดในด้านทักษะการอ่านและการทำความเข้าใจ

ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่ง<sup>23</sup> ได้เล่าถึงประสบการณ์ที่ตนประสบโดยตรงกรณีแรงงานไทยบางคนมีข้อจำกัดในด้านทักษะการอ่านและการทำความเข้าใจข้อความข่าวประชาสัมพันธ์

<sup>21</sup> สัมภาษณ์พระภิกษุสงฆ์ (บุคคลหมายเลข 1) [20 สิงหาคม 2565].

<sup>22</sup> สัมภาษณ์พระภิกษุสงฆ์ (บุคคลหมายเลข 1) [20 สิงหาคม 2565] พนักงานบริษัท (บุคคลหมายเลข 3) [22 สิงหาคม 2565] และแม่บ้าน (บุคคลหมายเลข 8) [24 สิงหาคม 2565].

<sup>23</sup> สัมภาษณ์แม่บ้าน (บุคคลหมายเลข 8) [24 สิงหาคม 2565].

ที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จึงอาจทำให้มีการส่งสารที่มีเนื้อหาที่คลาดเคลื่อนต่อไปยังบุคคลอื่นจนเกิดความสับสนในบรรดาชุมชนไทยด้วยกัน ทำให้คนไทยจำนวนหนึ่งต้องติดต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อความสารอีกครั้ง โดยล่าสุดแรงงานไทยส่วนหนึ่งเกิดความสับสนในข่าวประชาสัมพันธ์ในสื่อเฟซบุ๊กของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งระบุสถานที่จัดกิจกรรมพบปะชุมชนไทยที่กำหนดจัดขึ้นที่ทำเนียบเอกอัครราชทูตฯ โดยมีคนไทยที่มีความเข้าใจคลาดเคลื่อนว่า ทำเนียบเอกอัครราชทูตฯ คือ สถานเอกอัครราชทูตฯ

### 3.1.1.3 เป้าหมายและรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่ง<sup>24</sup> ระบุว่า ชีวิตการทำงาน ชีวิตครอบครัวที่ต้องเลี้ยงดูบุตรและเรียนออนไลน์ ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายมีเวลาเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้น้อยลง และไม่สามารถติดตามสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งรวมถึงของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากมีภารกิจมาก ไม่มีเวลาเพียงพอ แต่หากมีความจำเป็นต้องหาข้อมูลใดเป็นการเฉพาะ ก็จะเลือกหาข้อมูลโดยตรงจากแหล่งข้อมูลนั้น ๆ เช่น ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นพนักงานนวดรายหนึ่งให้ข้อมูลว่า ตนทำงานหนักถึงวันละเกือบ 12 ชั่วโมง เพื่อสร้างรายได้ให้กับตนและครอบครัว เวลาว่างที่มีอยู่จึงจะใช้สำหรับพักผ่อนเป็นหลัก ในขณะที่พนักงานบริษัทอีกรายทำงานพร้อมเลี้ยงดูบุตรไปด้วย ฉะนั้น ในช่วงที่มีเวลาว่างจะพยายามหาข้อมูลสำหรับการดูแลครอบครัว และโดยที่ตนไม่สามารถพูดภาษาเชิงได้ จึงพยายามเข้ากลุ่มเฟซบุ๊กเฉพาะสำหรับคนต่างชาติในกรุงเทพฯ ที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร โดยได้ยกตัวอย่างการหาทันตแพทย์สำหรับเด็กที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ เป็นต้น

3.1.1.4 เนื้อหาของสื่อดิจิทัลฯ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในบางส่วนยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของแรงงานไทยส่วนหนึ่ง

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่ง<sup>25</sup> แจ้งว่า ตนชอบเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ไม่มีปัญหาในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ จึงมักเลือกเข้าถึงสื่อฯ ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความต้องการของตนมากกว่า โดยปกติหาข้อมูลจากเว็บไซต์ทางการต่าง ๆ แต่หากไม่สามารถหาได้ก็จะหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นกลุ่มในเฟซบุ๊กที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของตน อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์รายนี้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า แต่หากต้องการข้อมูลใดเป็นพิเศษที่เกี่ยวกับมาตรการของประเทศไทย เช่น มาตรการเดินทางเข้าประเทศไทยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ก็จะเข้าไปหาข้อมูลโดยตรงจากเฟซบุ๊กของสถานเอกอัครราชทูตฯ

<sup>24</sup> สัมภาษณ์พนักงานบริษัท (บุคคลหมายเลข 3) [22 สิงหาคม 2565] พนักงานนวด (บุคคลหมายเลข 7) [24 สิงหาคม 2565] และแม่บ้าน (บุคคลหมายเลข 8) [24 สิงหาคม 2565].

<sup>25</sup> สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจส่วนตัว (บุคคลหมายเลข 2) [22 สิงหาคม 2565] และพนักงานบริษัท (บุคคลหมายเลข 3) [22 สิงหาคม 2565].

### 3.1.2 ส่วนที่ 2 ผลจากการสัมภาษณ์และประสบการณ์ตรงของผู้ศึกษาที่บ่งชี้ถึงปัจจัยส่งเสริมให้แรงงานไทยเปิดรับสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ

#### 3.1.2.1 ทักษะและประสบการณ์ในการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่<sup>26</sup> มีทักษะและประสบการณ์ในการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ได้มากกว่าหนึ่งรูปแบบ (เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม หรือไลน์) และสามารถติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้อย่างไม่มีข้อจำกัดใด ๆ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดนิยมใช้เฟซบุ๊กและไลน์เป็นสื่อสังคมออนไลน์หลัก โดยมีวัตถุประสงค์ต่างกัน โดยเฟซบุ๊กเพื่อติดตามข่าวสาร ในขณะที่ไลน์เพื่อสื่อสารกับกลุ่มญาติและเพื่อน ทั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนแจ้งว่า ติดตามเฟซบุ๊กของสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นระยะ ๆ นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์บางราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาดีและสามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษได้สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ<sup>27</sup> ด้วย เช่น การให้สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชัน “ซูม” (Zoom) รวมทั้งการใช้แอปพลิเคชัน “ติ๊กต็อก” ซึ่งเริ่มค่อย ๆ ได้รับความนิยมมากขึ้นในบรรดาแรงงานไทยที่เป็นคนรุ่นใหม่ กอปรกับบุคคลกลุ่มนี้ยังเป็นผู้มีอุปนิสัยชอบการเรียนรู้และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ

#### 3.1.2.2 การรับรู้ถึงประโยชน์จากการติดตามสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่<sup>28</sup> เห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีประโยชน์และทันต่อเหตุการณ์ จึงเลือกที่จะติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่พึงพอใจต่อการรับรู้เกี่ยวกับสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และประชาสัมพันธ์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ และได้กล่าวขอบคุณสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ได้จัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ ดังกล่าว โดยผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความสนใจและกล่าวชื่นชมการจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ ได้แก่ รายการเช็คก่อนเช็ค ซึ่งเป็นรายการสอนภาษาเช็คพื้นฐานสำหรับคนไทยในเช็ค และสัมมนาออนไลน์ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงานในเช็ค รวมทั้งสื่อดิจิทัลอื่น ๆ เช่น การนวดไทยและการใช้จิตวิทยาสร้างสุขในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่

<sup>26</sup> สัมภาษณ์พระภิกษุสงฆ์ (บุคคลหมายเลข 1) เจ้าของธุรกิจ (บุคคลหมายเลข 2 และ 5) พนักงานบริษัท (บุคคลหมายเลข 3, 4, 6 และ 9) พนักงานนวด (บุคคลหมายเลข 10) แม่บ้าน (บุคคลหมายเลข 8) มีเพียงพนักงานนวดหนึ่งราย (บุคคลหมายเลข 7) ที่ยังมีประสบการณ์การใช้งาน เฟซบุ๊กไม่มากเท่าบุคคลอื่น [20-26 สิงหาคม 2565].

<sup>27</sup> สัมภาษณ์พระภิกษุสงฆ์ (บุคคลหมายเลข 1) [20 สิงหาคม 2565] เจ้าของธุรกิจ (บุคคลหมายเลข 2) [22 สิงหาคม 2565] และพนักงานบริษัท (บุคคลหมายเลข 3, 6 และ 9) [22-24 สิงหาคม 2565].

<sup>28</sup> สัมภาษณ์พระภิกษุสงฆ์ (บุคคลหมายเลข 1) พนักงานนวด (บุคคลหมายเลข 7 และ 10) เจ้าของธุรกิจ (บุคคลหมายเลข 5) และแม่บ้าน (บุคคลหมายเลข 8) [20-26 สิงหาคม 2565].

ได้รับชมรายการดังกล่าวและเห็นว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่ง<sup>29</sup> ได้เสนอแนะหัวข้ออื่น ๆ เพิ่มเติมสำหรับการจัดทำสื่อดิจิทัลฯ เช่น สวัสดิการของแรงงานต่างชาติในเชิงเงื่อนไขของวีซ่าทำงานในเช็ก องค์กรความช่วยเหลือคนต่างชาติที่พำนักในเช็ก ฯลฯ ทั้งนี้ มีผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งที่เป็นเจ้าของกิจการได้เสนอช่องทางให้จัดการพบปะหรือแบบออนไลน์ระหว่างสถานทูตฯ กับแรงงานไทยเป็นประจำทุกเดือนด้วย

### 3.1.2.3 เนื้อหาสอดคล้องกับบริบทและสภาพแวดล้อมในขณะนั้น

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่ง<sup>30</sup> ได้ตอบว่า ตัดสินใจเลือกเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เนื่องจากข้อมูลสอดคล้องกับบริบทในขณะนั้นจนนำไปสู่การติดตามสื่อดิจิทัลของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างต่อเนื่อง โดยผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งซึ่งประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ได้กล่าวว่า แต่เดิมไม่ได้ติดตามสื่อดิจิทัลฯ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างใกล้ชิด แต่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ก็ได้เริ่มติดตามอ่านสื่อดิจิทัลฯ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ มากขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับมาตรการเดินทางเข้าประเทศไทยจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่การตลาด สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกรุงปราก ให้ข้อคิดเห็นว่า ผู้จัดทำสื่อฯ ขององค์กร ต้องเข้าใจว่า กลุ่มเป้าหมายคือใคร ต้องการอะไร และต้องการนำเสนอให้กลุ่มเป้าหมายคืออะไร สอดคล้องกับความต้องการและบริบทในขณะนั้นหรือไม่ เป็นเสมือนการรู้เขาและรู้เรา

### 3.1.2.4 ความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ

ในภาพรวม ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดมีทัศนคติที่ดีต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ และถือว่าสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นองค์กรหลักในการคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์ของคนไทยในต่างประเทศ จึงเชื่อมั่นในเนื้อหาของข่าวสารและสื่อต่าง ๆ และสนใจติดตามสื่อดิจิทัลฯ และสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ พระภิกษุชั้นผู้ใหญ่ของวัดธรรมกิตติวงศ์ กรุงปราก ให้ความเห็นเกี่ยวกับทัศนคติที่ดีและอิทธิพลต่อเพื่อนโดยยกตัวอย่างกรณีที่คนรู้จักมีทัศนคติที่ดีและได้กอดเป็นเพื่อนและติดตามเฟซบุ๊กของวัดฯ แล้วมีอิทธิพลต่อเพื่อนของตนที่แม้ยังไม่ได้กอดเป็นเพื่อนทางเฟซบุ๊กของวัดในตอนแรก ก็จะเพิ่มเป็นเพื่อนทางเฟซบุ๊กของวัดตามกัน

<sup>29</sup> สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ (บุคคลหมายเลข 2) [22 สิงหาคม 2565] พนักงานนวด (บุคคลหมายเลข 7) [23 สิงหาคม 2565] และพนักงานบริษัท (บุคคลหมายเลข 6 และ 9) [23-24 สิงหาคม 2565].

<sup>30</sup> สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ (บุคคลหมายเลข 2) [22 สิงหาคม 2565] พนักงานบริษัท (บุคคลหมายเลข 3 และ 4) [23 สิงหาคม 2565].



ทั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวนหนึ่ง<sup>31</sup> ได้กล่าวขอบคุณสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นอย่างยิ่งที่ได้ริเริ่มจัดทำสื่อดิจิทัลดังกล่าวให้คนไทยในเช็ก

### 3.1.2.5 รูปแบบในการสื่อสาร

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่ง<sup>32</sup> แสดงความเห็นว่ ลีลาในการสื่อสารหรือรูปแบบการนำเสนอสื่อดิจิทัลเป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์สนใจติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างสม่ำเสมอ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ชื่นชอบการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายทั้งข่าวสาร กิจกรรม ข้อควรรู้ รายการต่าง ๆ รวมทั้งมีรูปแบบการนำเสนอที่แปลกใหม่ น่าสนใจ โดยได้ยกตัวอย่างรายการที่ชื่นชอบเป็นพิเศษ ได้แก่ รายการเช็กก่อนเช็ก รายการสอนภาษาเช็กในช่องยูทูบ และเพชบุ๊กของสถานเอกอัครราชทูตฯ และล่าสุด ได้รับชมรายการนักรบทูต The Series ของกระทรวงการต่างประเทศ ที่ได้นำมาโพสต์ในเพชบุ๊กของสถานเอกอัครราชทูตฯ นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่แสดงความเห็นว่า สถานเอกอัครราชทูตฯ มีรูปแบบในการนำเสนอสื่อดิจิทัลฯ ได้ดีอยู่แล้ว แต่อาจพัฒนาให้ดีขึ้นได้ โดยต้องคำนึงว่า คนไทยในเช็กส่วนหนึ่งอาจไม่ชอบอ่านข้อความยาว ๆ อาจต้องทำให้กระชับและมีรูปภาพประกอบในรูปแบบ Infographic หรือเป็นคลิปวิดีโอสั้น ๆ แทน โดยพระภิกษุชั้นผู้ใหญ่ของวัดธรรมกิตติวงศ์ กรุงปราก ให้ข้อคิดเห็นถึงรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลฯ ให้มีความน่าสนใจ เช่น การนำเสนอด้วยรูปภาพที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาอ่านง่าย สั้นกระชับ ได้ใจความ

## 3.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาในครั้งนี้ ได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

การขาดความสนใจในเนื้อหาของสื่อ ความกดดัน ประสบการณ์และทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของแรงงานไทยต่อการเปิดรับและ/หรือความสามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ณ กรุงปราก

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเปิดรับและ/หรือความสามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้แก่ (1) การขาดทักษะ ความเข้าใจ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) (2) ข้อจำกัดในด้านทักษะการอ่านและการทำความเข้าใจ

<sup>31</sup> สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ (บุคคลหมายเลข 5) [23 สิงหาคม 2565] และพนักงานนวด (บุคคลหมายเลข 10) [26 สิงหาคม 2565].

<sup>32</sup> สัมภาษณ์พระภิกษุสงฆ์ (บุคคลหมายเลข 1) [20 สิงหาคม 2565] เจ้าของธุรกิจ (บุคคลหมายเลข 2 และ 5) [22-23 สิงหาคม 2565] พนักงานนวด (บุคคลหมายเลข 7) [24 สิงหาคม 2565] และพนักงานบริษัท (บุคคลหมายเลข 4, 6 และ 9) [23-24 สิงหาคม 2565].

(3) เป้าหมายและรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน และ (4) เนื้อหาของสื่อดิจิทัลฯ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในบางส่วนยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของแรงงานไทยบางส่วน

สรุปได้ว่า นอกเหนือจากการขาดความสนใจในเนื้อหาของสื่อ ความกดดัน ประสบการณ์และทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลฯ แล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ คือ เป้าหมายและรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน ถือเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของแรงงานไทยต่อการเปิดรับและ/หรือความสามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ จึงสามารถยอมรับสมมติฐานการศึกษาที่ตั้งไว้ นอกจากนั้น จากผลการศึกษายังพบอีกด้วยว่า มีปัจจัยส่งเสริมพฤติกรรมแรงงานไทยในการเปิดรับสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ณ กรุงปราก ได้แก่ (1) ทักษะและประสบการณ์ในการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ (2) เนื้อหาสอดคล้องกับบริบทและสภาพแวดล้อมในขณะนั้น (3) ความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ และ (4) รูปแบบในการสื่อสาร

### 3.3 การวิเคราะห์ SWOT ต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในเช็ก

จากผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกข้างต้นปรากฏผลการวิเคราะห์สรุป เกี่ยวกับการวิเคราะห์ภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ จำแนกเป็นผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ดังนี้

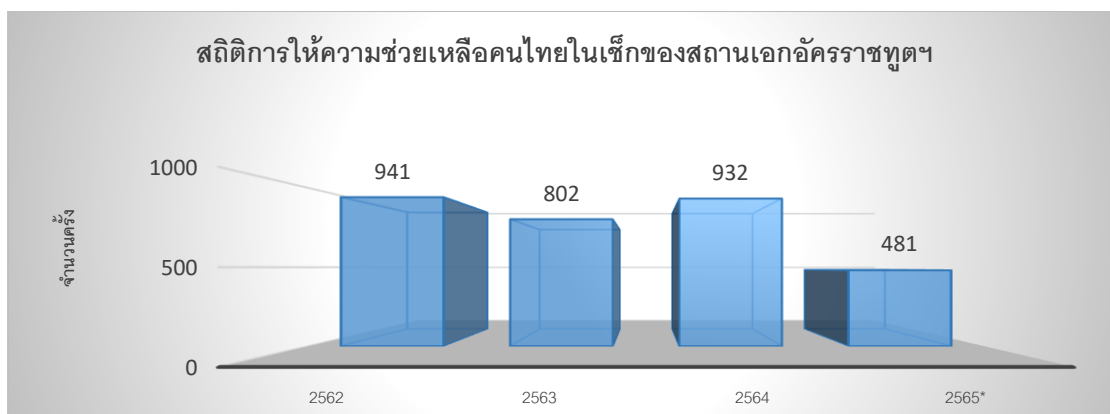
#### 3.3.1 จุดแข็ง (Strength)

##### 3.3.1.1 ความน่าเชื่อถือและพึ่งพาได้

สถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นหน่วยงานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่และมีภาพลักษณ์ คือ การเป็นหน่วยงานของไทยที่มีความน่าเชื่อถือ และพึ่งพาได้ในยามที่เกิดปัญหา และยึดมั่นในบทบาทของการเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบด้านการคุ้มครองคนไทยในเช็ก โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ มีภารกิจตามยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในต่างประเทศ (5H) ของกรมการกงสุลกระทรวงการต่างประเทศ ด้วยการดำเนินโครงการต่างๆ เพื่อช่วยเสริมสร้างความรู้ ส่งเสริมสุขภาพ สร้างทักษะอาชีพ ไปจนถึงการทำให้สถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นที่พึ่งทางใจ และการสร้างความสามัคคีในชุมชนไทยในเช็ก ทั้งนี้ จากสถิติคนไทยในเช็กได้ติดต่อฝ่ายกงสุลของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อขอรับความช่วยเหลือเป็นประจำตลอดทั้งปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยในช่วงระหว่างปี 2563-2564 ในช่วงที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 มีความรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง กระจายไปทุกเมืองในเช็กที่มีคนไทยพำนักอยู่ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้มีภารกิจสำคัญในการให้ความคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์ของคนไทยในเช็กในหลากหลายมิติ ซึ่งทำให้คนไทยฯ สัมผัสได้ถึงความอบอุ่นใจและความจริงใจของทีมสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ทำงานอย่างแข็งขันและใส่ใจในสวัสดิภาพและความปลอดภัยของคนไทยฯ มาโดยตลอดเสมือนการดูแลคนในครอบครัว เช่น

การขอรับการจัดสรรโควตาให้กับคนไทยในเช็กที่ประสงค์เดินทางกลับประเทศไทยเพื่อเข้ารับการกักตัวในสถานที่รัฐจัดให้ (State Quarantine) เมื่อเดินทางถึงประเทศไทย โดยจัดเที่ยวบินพิเศษ ให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการสาธารณสุขที่จำเป็นของทางการเช็ก (เช่น ข้อมูลการฉีดวัคซีนโควิด-19 และข้อมูลการดูแลตนเองหากกรณีติดเชื้อโควิด-19 ฯลฯ) การให้ความช่วยเหลือแรงงานไทยที่ติดเชื้อโควิด-19 โดยมอบยารักษาโรค และสิ่งของจำเป็นสำหรับช่วงการกักตัวในที่พักของตนเอง รวมทั้งคำแนะนำในการดูแลรักษาตนเองในช่วงกักตัว และพร้อมประสานให้ความช่วยเหลือหากเกิดเหตุฉุกเฉิน การสร้างขวัญกำลังใจให้แก่คนไทยทุกคนให้ผ่านช่วงวิกฤตดังกล่าวไปด้วยกัน รวมทั้งการให้คำปรึกษาทางด้านกฎหมายแรงงานท้องถิ่น

ทั้งนี้ แรงงานไทยมีความรู้สึกที่ดีต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ และทราบว่าหากเกิดปัญหาหรือเหตุฉุกเฉินที่ต้องการความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน ก็สามารถติดต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านช่องทางในการติดต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้หลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นทางโทรศัพท์ อีเมล เฟซบุ๊ก รวมทั้งติดต่อทางหมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉินของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ มีแนวปฏิบัติในการตอบคำถามทุกคำถามโดยเร็วที่สุด และหากเร่งด่วนก็พร้อมโทรศัพท์ติดต่อกลับไปในพื้นที่ กรณีตัวอย่างเช่น สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับแจ้งว่ามีคนไทยเสียชีวิตกระทันหันในเช็ก สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงได้ประสานกับผู้แจ้งข่าวซึ่งเป็นเพื่อนกับผู้เสียชีวิตและกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในเช็กและในประเทศไทยเพื่อมอบอำนาจในการประสานงานและการดำเนินการฌาปนกิจศพผู้วายชนม์ตามความประสงค์ของญาติ หลังจากนั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ดำเนินการออกมรณบัตรและจัดพิธีทางศาสนาทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้ผู้วายชนม์ก่อนจัดส่งอัฐิผู้วายชนม์กลับประเทศไทยให้ญาติมารับเพื่อประกอบพิธีทางศาสนาต่อไป นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ มักได้รับโทรศัพท์ติดต่อทางหมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉินนอกเวลาราชการ โดยเฉพาะกรณีลูกจ้างคนไทยมีปัญหาเกี่ยวกับนายจ้าง เพื่อขอให้ช่วยแนะนำแนวทางแก้ปัญหาและกรณีการสอบถามเรื่องมาตรการเดินทางเข้าประเทศไทยในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 และการกรอกเอกสารเพื่อขอหนังสือรับรองเดินทางเข้าประเทศไทย ได้แก่ เอกสาร Certificate of Entry (COE) และเอกสาร Thailand Pass ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ ก็ยินดีให้คำแนะนำและช่วยเหลืออยู่เสมอ



ภาพที่ 7 แผนภูมิสถิติการให้ความช่วยเหลือคนไทยในเช็กของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก

\* ระหว่าง 1 มกราคม-30 กรกฎาคม 2565<sup>33</sup>

จากกราฟแสดงให้เห็นว่า คนไทย โดยเฉพาะแรงงานไทยในเช็กติดต่อขอรับความช่วยเหลือจากสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี ทั้งในช่วงก่อนและช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 โดยประเภท ของการขอรับความช่วยเหลือส่วนใหญ่เป็นการขอคำปรึกษาเกี่ยวกับกฎหมายแรงงานท้องถิ่น และมาตรการการเดินทางกลับประเทศไทยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

### 3.3.1.2 การริเริ่มนำเสนอสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

แต่เดิมสถานเอกอัครราชทูตฯ จัดกิจกรรมเพื่อถ่ายทอดความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชนไทยในเช็ก เช่น ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับกฎหมายแรงงานท้องถิ่น โดยการเชิญคนไทย โดยเฉพาะแรงงานไทยเข้าร่วมรับฟังบรรยายที่สถานเอกอัครราชทูตฯ หรือจัดที่เมืองอื่น ๆ ที่มีชุมชนไทยขนาดใหญ่นอกกรุงปรากเช่น เมือง Karlovy Vary และเมือง Brno

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในเช็ก ทำให้การจัดกิจกรรมรวมตัวของชุมชนไทยไม่สามารถจัดขึ้นได้ด้วยข้อจำกัดตามมาตรการด้านสาธารณสุขของทางการที่ไม่อนุญาตให้มีการรวมตัวของคนจำนวนมาก สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงการ โดยริเริ่มนำเสนอสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อพัฒนาศักยภาพและ ชีตความสามารถของคนไทยในเช็ก พร้อมทั้งให้คนไทยสามารถดูแลตัวเอง และชุมชนไทยในเช็กได้อย่าง มีประสิทธิภาพ อันจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้คนไทย

<sup>33</sup> สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก, สถิติการช่วยเหลือคนไทย (สาธารณรัฐเช็ก) ระหว่างปี 2562-2565, [10 สิงหาคม 2565].

สามารถรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินได้ในอนาคต ตัวอย่างสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่สำคัญ<sup>34</sup> ได้แก่

1) การสัมมนาออนไลน์ภายใต้หัวข้อ “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงานเช็ก” และการตอบคำถามจากผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ โดยนายความท้องถิ่นของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยตัดแบ่งออกเป็นตอนสั้น ๆ ตามหัวข้อที่น่าสนใจ จำนวน 5 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 หากลูกจ้างตงงานหรือไม่มีงานทำมีมาตรการเยียวยาช่วยเหลือหรือไม่ ตอนที่ 2 สวัสดิการอะไรที่ลูกจ้างจะได้รับเมื่อจ่ายเงินค่าประกันสุขภาพและประกันสังคมทุกเดือน ตอนที่ 3 ข้อคิดและเกร็ดความรู้จากการสัมมนาออนไลน์ฯ (เช่น ข้อควรรู้สำหรับแรงงานก่อนลงนามสัญญาจ้าง) ตอนที่ 4 กรณีศึกษาจากการสัมมนาออนไลน์ฯ (เช่น กรณีการไม่ได้รับความช่วยเหลือจากนายจ้างเมื่อลูกจ้างติดเชื้อโควิด-19 และขั้นตอนการขอลาออกจากงาน) ตอนที่ 5 คำถามยอดฮิตจากการสัมมนาออนไลน์ฯ (เช่น กระบวนการการต่ออายุวีซ่าทำงานของแรงงาน) โดยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กและผ่านช่องยูทูบ Royal Thai Embassy Prague ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ความยาวตอนละ 1-3.5 นาที

2) การประชุมเชิงปฏิบัติการออนไลน์ (Online Workshop) เกี่ยวกับการพัฒนาสุขภาพจิตและการใช้ชีวิตในช่วงสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ในหัวข้อเทคนิคการจัดการความเครียดในยุค New normal ตอนที่ 2 ในหัวข้อวิธีสร้างสุขในยุค New Normal โดยเป็นความร่วมมือกับคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ความยาวตอนละประมาณ 1 ชั่วโมงสำหรับตอนที่ 3 ในหัวข้อการนวดแผนไทยด้วยตนเองที่บ้าน และตอนที่ 4 ในหัวข้อการฝึกสมาธิโดยศาสตร์แห่งทิเบต (Singing Bowl) เป็นความร่วมมือกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกรุงปรากนำเสนอผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) และนำมาเผยแพร่อีกครั้งผ่านช่องยูทูบ Royal Thai Embassy Prague ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ความยาวตอนละประมาณ 30 นาที โดยทั้ง 4 ตอนได้นำเสนอผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) และนำมาเผยแพร่อีกครั้งผ่านช่องยูทูบ Royal Thai Embassy Prague ของสถานเอกอัครราชทูตฯ

3) รายการเช็คก่อนเช็ก รายการสอนภาษาเช็กสำหรับคนไทย สอนโดยคนไทยที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการสอนภาษาเช็กให้คนไทย โดยได้ผลิตสื่อการสอนภาษาเช็กในชีวิตประจำวัน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับคนไทยที่พำนักในเช็ก จำนวนทั้งหมด 15 ตอน โดยมีเนื้อหาการสอนภาษาเช็กที่เป็นบทสนทนาในชีวิตประจำวัน และภาษาเช็กสำหรับการใช้ในวิชาชีพต่าง ๆ รวมทั้งเกร็ดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของเช็ก เช่น การกล่าวทักทายและแนะนำตนเอง การซื้อของ การสั่งอาหาร การเดินทางโดยขนส่งมวลชน การพบแพทย์และการซื้อยา การแจ้งความและเหตุด่วนเหตุร้าย และภาษาเช็กในการประกอบอาชีพ ได้แก่ งานในร้านอาหาร งานในร้านนวดไทย งานใน

<sup>34</sup> ภาคผนวก ง. ตัวอย่างสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ที่สำคัญของสถานเอกอัครราชทูตฯ ณ กรุงปราก

โรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น ทั้งนี้ได้ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กและนำเสนอผ่านช่องยูทูป Royal Thai Embassy Prague ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ความยาวตอนละ 1-3.5 นาที ความยาวตอนละ 15-17 นาที

### 3.3.1.3 การดำเนินกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับประชาชน

สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีคนไทยเป็นศูนย์กลางและไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ภายใต้นโยบายการทูตเพื่อประชาชน และยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในต่างประเทศ (5H) ของกระทรวงการต่างประเทศ โดยนอกเหนือจากการให้บริการกงสุลแก่ชุมชนไทย ในกรุงปราก เช่น งานหนังสือเดินทาง งานบัตรประชาชน ทะเบียนราษฎร ทะเบียนครอบครัว และงานคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์คนไทยฯ แล้ว เอกอัครราชทูตฯ และฝ่ายกงสุลได้ออกไปเยี่ยมเยียน ทำความรู้จักและถามไถ่ทุกข์สุขของคนไทยและชุมชนไทยในเมืองต่าง ๆ เป็นระยะ โดยเฉพาะเพื่อรับทราบถึงผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ปัญหาภัยแรงงานในเมืองต่าง ๆ รวมทั้งใช้โอกาสนี้สร้างความสัมพันธ์และขยายเครือข่ายกับชุมชนไทยในเมืองต่าง ๆ และประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์และการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ อันเป็นการช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนไทยด้วย

นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ยังได้ดำเนินโครงการกงสุลสัญจร ให้บริการกงสุลแก่คนไทยในเมืองที่ห่างไกลจากกรุงปราก อันเป็นความพยายามในการขยายการเข้าถึงการให้บริการด้านการกงสุลแก่คนไทยในเช็ก ซึ่งรวมถึงผู้ที่ไม่สะดวกมารับบริการในช่วงที่ผ่านมา เนื่องด้วยข้อจำกัดด้านการเดินทางในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 และช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางของคนไทยในเมืองห่างไกลอีกด้วย นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ยังใช้โอกาสนี้หารือกับหน่วยงานท้องถิ่นของเมืองดังกล่าวให้ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของชุมชนไทยและให้ชุมชนไทยมีส่วนร่วมสนับสนุนในกิจกรรมของเมืองได้ เช่น กิจกรรมเทศกาลทางวัฒนธรรมของเมือง โดยล่าสุด ระหว่างการดำเนินโครงการกงสุลสัญจรที่เมือง Brno เมื่อเดือนสิงหาคม 2565 สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ส่งเสริมความร่วมมือกับ ศูนย์ Brno Expat Centre เพื่อให้ศูนย์ฯ ช่วยรักษาผลประโยชน์แรงงานไทย รวมทั้งส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนไทยในเมือง Brno ด้วย

### 3.3.2 จุดอ่อน (Weakness)

3.3.2.1 ขาดทักษะที่จำเป็นและความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบสื่อดิจิทัลที่ทันสมัย

บุคลากรของสถานเอกอัครราชทูตฯ ยังขาดความรู้ ประสบการณ์ ทักษะที่จำเป็นในการประยุกต์ใช้งานการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ได้สื่อดิจิทัลฯ ที่น่าสนใจ ทันสมัย เข้าถึงได้ง่าย โดยจำเป็นต้องมีทักษะในการประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และแอปพลิเคชันที่จำเป็นสำหรับดูแลและสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลฯ

ได้แก่ โปรแกรมสำหรับผลิตสื่อ Infographic เช่น Photoshop และ Illustrator โปรแกรมสำหรับผลิตสื่อวิดีโอและ Infographic Video เช่น Adobe Premiere Pro, Filmora, โปรแกรมสำหรับประสานและติดตามงาน ได้แก่ Trello และแอปพลิเคชันสำหรับการเขียนและจัดทำภาพข่าวสาร ได้แก่ ibis Paint X และ Note นอกเหนือจากโปรแกรมอื่น ๆ เช่น Microsoft Office<sup>35</sup> และสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ ดิจิต็อก

นอกจากนี้ บุคลากรยังจำเป็นต้องเร่งพัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสื่อดิจิทัลฯ เพิ่มเติมอยู่เสมอ และยังคงศึกษาแนวโน้มของการนำเสนอสื่อดิจิทัลในอนาคต เช่น เมตาเวิร์ส (Metaverse) ซึ่งใช้เทคโนโลยีที่จำลองโลกจริงเข้าไปอยู่ในโลกเสมือน จึงทำให้สามารถสื่อสารกันได้มากกว่ารูปแบบเดิมที่จะเป็นเพียงการสื่อสารโดยใช้แค่ข้อความ รูปภาพหรือเสียงเท่านั้น นอกจากนี้ บุคลากรต้องมีความเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของผู้ติดตาม ทั้งนี้ เพื่อปรับปรุงวิธีการนำเสนอสื่อฯ ให้มีความทันสมัย ให้ผู้ติดตามมีความสนใจและจดจำเรื่องราวได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม เช่น ในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ควรเขียนข้อความให้ภาษาที่กระชับและอ่านเข้าใจได้ง่าย มีภาพประกอบ มีรูปลักษณะดึงดูดความสนใจ จดจำได้ง่าย รวมทั้งใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เป็นประโยชน์ และสอดคล้องกับทักษะของผู้ติดตาม

ความปกติใหม่ถือเป็นการพลิกเกม (game changer) ที่ทำให้สถานเอกอัครราชทูตฯ ต้องปรับตัวโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการทำงานมากขึ้นเพื่อเปลี่ยนผ่านไปสู่ดิจิทัล แนวคิดเรื่องวุฒิภาวะทางดิจิทัล (digital maturity)<sup>36</sup> จึงถือเป็นปัจจัยสำคัญของการเปลี่ยนผ่านดังกล่าว โดยได้แบ่งบุคลากรองค์กรออกตามทักษะสองประการคือ ทักษะการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้าในช่องทางดิจิทัล (digital customer experience: DCX) หรือคิดใหม่ได้ และทักษะในการดูแลกระบวนการทำงานที่เป็นเลิศทางดิจิทัล (digital operational excellence: DOX) หรือดูแลระบบได้ ได้แก่ (1) Digital Dinosaur (คิดใหม่ไม่ได้ และดูแลระบบไม่ได้) (2) Digital Connector (คิดใหม่ได้ แต่ดูแลระบบไม่ได้) (3) Digital Operator (ดูแลระบบได้ แต่คิดใหม่ไม่ได้) และ (4) Digital Master คิดใหม่ได้ และดูแลระบบได้ ทั้งนี้ ในปัจจุบัน ตามคำนิยามข้างต้น บุคลากรของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ปฏิบัติหน้าที่การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์สำหรับแรงงานไทยในซีกในมิติงานคัมครองและรักษาผลประโยชน์คนไทยฯ ประกอบด้วย ข้าราชการที่กำหนดแนวนโยบายอยู่ระหว่างกลุ่ม Digital Dinosaur และ Digital Connector ในขณะที่กลุ่มเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นผู้ช่วยฝ่ายกงสุลจะอยู่ระหว่างกลุ่ม Digital Dinosaur

<sup>35</sup> ภาคผนวก จ. โปรแกรมที่ใช้งานดูแลและจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์และเพื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปารีส

<sup>36</sup> Fenwick, N., Getting The Right Digital Leadership, Forrester Inc. [Online], 2014, Available from: [https://www.forrester.com/blogs/14-04-30-getting\\_the\\_right\\_digital\\_leadership/](https://www.forrester.com/blogs/14-04-30-getting_the_right_digital_leadership/).

และกลุ่ม Digital Operator จึงทำให้ยังไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากนัก ยังคงมีความจำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะให้มากขึ้นเพื่อยกระดับวุฒิภาวะทางดิจิทัลไปสู่การเป็น Digital Master ต่อไป



ภาพที่ 8 ภาพแนวคิดเรื่องวุฒิภาวะทางดิจิทัล

แนวคิดเรื่องวุฒิภาวะทางดิจิทัลของ Forrester Research Inc.<sup>37</sup> พิจารณาจากทักษะด้าน digital customer experience (DCX) และทักษะด้าน digital operational excellence (DOX)

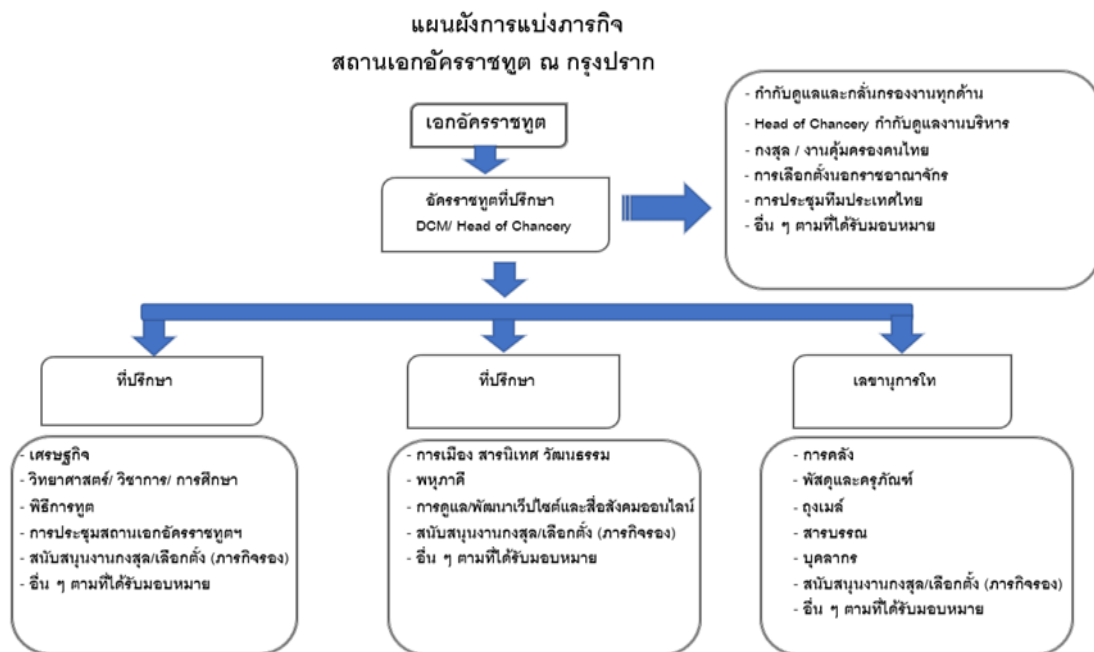
### 3.3.2.2 ข้อจำกัดด้านจำนวนบุคลากร

ในปัจจุบัน บุคลากรของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับงานกงสุล และการคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์ของคนไทยในเช็กมีจำนวนจำกัดและยังมีการกิจหลักของงานบริการกงสุลอื่น ๆ และงานในมิติอื่น ๆ นอกเหนือจากงานกงสุลและงานคุ้มครองคนไทยอีกเป็นจำนวนมาก พิจารณาได้จากแผนผังการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก<sup>38</sup> ดังนี้

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก, แผนผังการแบ่งภารกิจสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก, [8 กันยายน 2565].





ภาพที่ 9 แผนผังการแบ่งภารกิจของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก

สถานเอกอัครราชทูตฯ มีข้าราชการสายการทูต 1 คน ตำแหน่งอัครราชทูตที่ปรึกษาทำหน้าที่กงสุลเป็นหลัก และมีลูกจ้างท้องถิ่นเป็นผู้ช่วยฝ่ายกงสุล จำนวน 3 คน (คนไทย 2 คน และคนเช็ก 1 คน) โดยรับผิดชอบงานบริการกงสุลต่าง ๆ ได้แก่ งานหนังสือเดินทาง งานบัตรประชาชน งานรับรองเอกสาร งานนิติกรณ์ งานทะเบียนราษฎร งานทะเบียนครอบครัว งานตรวจลงตราให้คนต่างชาติ งานรับรองสัญญาจ้าง การเลือกตั้งนอกราชอาณาจักร โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในเช็ก (เช่น การจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้สำหรับแรงงานไทยในเช็ก) โครงการกงสุลสัญจร และการเยี่ยมเยียนคนไทยและ ตรวจเยี่ยมสถานประกอบการที่มีแรงงานไทยทำงานตามเมืองต่าง ๆ งานคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์ของคนไทยในเช็ก การออกเอกสารเพื่อขอหนังสือรับรองเดินทางเข้าประเทศไทย ได้แก่ เอกสาร Certificate of Entry (COE) และเอกสาร Thailand Pass สำหรับคนไทยและคนต่างชาติในช่วงที่ทางการไทยกำหนดมาตรการดังกล่าว นอกจากนี้ ภารกิจฝ่ายกงสุลยังรวมถึงการให้ความช่วยเหลือคนไทยในกรณีฉุกเฉิน เช่น กรณีการให้ความช่วยเหลือคณะเดินทางจากประเทศไทยที่ติดเชื้อโควิด-19 ในระหว่างการพำนักในเช็ก ซึ่งรวมถึงการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ในด้านการกักตัวรักษา และการดำเนินการด้านเอกสารเพื่อขออนุญาตเดินทางออกนอกเช็กเนื่องจากอยู่เกินระยะเวลาที่ได้รับอนุญาตและเดินทางกลับประเทศไทยตามมาตรการของทางการไทย เป็นต้น

ทั้งนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ จะมอบหมายให้ข้าราชการสายการทูต (2 คน) และสายสนับสนุน (1 คน) ปฏิบัติหน้าที่แทนเป็นภารกิจรองในกรณีข้าราชการสายการทูตที่ปฏิบัติ

ภารกิจหลักไปปฏิบัติราชการนอกสถานที่หรือลา นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ มอบหมายให้ข้าราชการสายการทูต 1 คน ฝ่ายสารนิเทศเป็นผู้รับผิดชอบงานดูแลพัฒนาเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งฝ่ายกงสุลได้ร่วมกับฝ่ายสารนิเทศนำเสนอสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์งานบริการกงสุลและกิจกรรมคนไทย รวมทั้งสื่อเพื่อการเรียนรู้อีกด้วย

ข้อจำกัดดังกล่าวจึงอาจทำให้มีเวลาและทรัพยากรมนุษย์ที่จำกัดในการนำเสนอสื่อดิจิทัลฯ ในรูปแบบใหม่ ๆ และพัฒนาได้อย่างไม่เต็มประสิทธิภาพมากนัก

### 3.3.2.3 ข้อจำกัดด้านข้อมูลคนไทยในเช็ก

ที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เชิญชวนคนไทยในเช็กร่วมลงทะเบียนคนไทยที่พำนักในเช็กกับสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อประโยชน์ในการติดต่อและแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ และการให้ความช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็นเร่งด่วน โดยได้จัดทำการลงทะเบียนในสองรูปแบบ คือ (1) การลงทะเบียนในแบบออนไลน์ที่สถานเอกอัครราชทูตฯ หรือในโอกาสที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ไปเยี่ยมเยียนคนไทยหรือโครงการกงสุลสัญจรตามเมืองต่าง ๆ และ (2) การลงทะเบียนคนไทยผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้โพสต์ลงประชาสัมพันธ์ที่เว็บไซต์และเฟซบุ๊กของสถานเอกอัครราชทูตฯ<sup>39</sup>

Royal Thai Embassy, Prague สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก

October 4, 2021

แบบสำรวจข้อมูลคนไทยที่พำนักในประเทศสาธารณรัฐเช็ก ประจำปี 2564-2565  
สถานเอกอัครราชทูตฯ ขอความร่วมมือชาวไทยที่พำนักหรือศึกษาในสาธารณรัฐเช็ก กรอกข้อมูลของท่าน เพื่อประโยชน์ในการติดต่อและแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อทุกท่าน รวมทั้งความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ และของรัฐบาล นอกจากนี้ ข้อมูลการติดต่อของท่านมีความสำคัญในการให้ความช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็นเร่งด่วน โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวต่อสาธารณะ และจะใช้ประโยชน์ในเชิงสถิติและในการติดต่อราชการเท่านั้น ขอขอบคุณ  
ขณะนี้ ท่านสามารถลงทะเบียนได้ตามลิงค์ ดังนี้  
<https://docs.google.com/.../1v4tZ2wHBDmOkRxW1AuMB0EJ.../edit>

**แบบลงทะเบียนคนไทยในสาธารณรัฐเช็ก ประจำปี 2564-2565**

แบบสำรวจข้อมูลคนไทยที่พำนักในประเทศสาธารณรัฐเช็ก ประจำปี 2564-2565  
สถานเอกอัครราชทูตฯ ขอความร่วมมือชาวไทยที่พำนักหรือศึกษาในสาธารณรัฐเช็ก กรอกข้อมูลของท่าน เพื่อประโยชน์ในการติดต่อและแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อทุกท่าน รวมทั้งความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ และของรัฐบาล นอกจากนี้ ข้อมูลการติดต่อของท่านมีความสำคัญในการให้ความช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็นเร่งด่วน โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวต่อสาธารณะ และจะใช้ประโยชน์ในเชิงสถิติและในการติดต่อราชการเท่านั้น ขอขอบคุณ

\* Required

สัญชาติ \*  
 ไทย  
 ต่าง  
 อื่นๆ

DOCS.GOOGLE.COM  
แบบลงทะเบียนคนไทยในสาธารณรัฐเช็ก ประจำปี 2564  
แบบสำรวจข้อมูลคนไทยที่พำนักในประเทศสาธารณรัฐเช็ก ประจำปี 2564 สถานเอกอัครราช...

ภาพที่ 10 แบบสำรวจข้อมูลคนไทยที่พำนักในเช็ก ประจำปี 2564-24565 ผ่าน Facebook Page

<sup>39</sup> สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก, แบบลงทะเบียนคนไทยในสาธารณรัฐเช็ก ประจำปี 2564-2565 แบบออนไลน์จากเฟซบุ๊กของสถานเอกอัครราชทูตฯ, [10 กันยายน 2565].

อย่างไรก็ดี สถานเอกอัครราชทูตฯ ยังมีข้อจำกัดในการจัดเก็บข้อมูลคนไทยในเช็กให้ได้อย่างครบถ้วน เนื่องจากคนไทยที่พำนักในเช็กอาจยังขาดความสนใจ ไม่ทราบช่องทางในการลงทะเบียนและอาจไม่ได้ตระหนักถึงความจำเป็นในขณะนี้ ปัจจุบัน สถิติการลงทะเบียนคนไทยฯ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีจำนวน 546 คน<sup>40</sup> เมื่อเทียบกับสถิติคนไทยที่พำนักในเช็ก (คนอยู่ชั่วคราวและคนอยู่ถาวร) ในปี 2565 1,507 คน ของกระทรวงมหาดไทยเช็ก<sup>41</sup> ซึ่งคิดเป็นเพียงร้อยละ 36.67 ของคนไทยทั้งหมดที่พำนักในเช็กเท่านั้น อย่างไรก็ตาม สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เร่งประชาสัมพันธ์และเชิญชวนให้คนไทยได้ปรับปรุงข้อมูลการลงทะเบียนคนไทยที่พำนักในเช็กให้ทันสมัยเพื่อประโยชน์ของคนไทยในเช็ก ซึ่งมีแนวโน้มการลงทะเบียนเพิ่มขึ้นตามลำดับ

ข้อจำกัดด้านข้อมูลของคนไทยในเช็กส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์และเพื่อการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคและปัจจัยส่งเสริมการเปิดรับสื่อฯ ของคนไทย ในเช็ก ไม่ว่าจะเป็นความต้องการที่แท้จริง บริบทและสภาพแวดล้อมวิถีชีวิต ฯลฯ

### 3.3.3 โอกาส (Opportunity)

#### 3.3.3.1 ความปกติใหม่ (New Normal)

การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 นำมาซึ่งมาตรการป้องกัน เพื่อลดและจำกัดการแพร่ระบาดฯ ซึ่งส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ต้องปรับตัวอย่างมาก การดำเนินวิถีชีวิตหลายอย่างต้องปรับเปลี่ยนเป็นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น จนเป็นการปรับตัวเข้าสู่ความปกติใหม่หรือ New Normal เช่น การทำงานจากที่บ้าน (Work from home) การเรียนออนไลน์ การซื้อขายของบนแพลตฟอร์มดิจิทัล การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้กลายเป็นความปกติใหม่ที่ผู้คนเริ่มคุ้นเคย คนไทยในเช็กก็เริ่มจะปรับตัวเข้าสู่วิถีชีวิตวิถีใหม่มากขึ้น โดยสนใจที่จะเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และเริ่มมีความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ

การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทำให้สถานเอกอัครราชทูตฯ จำเป็นต้องนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับคนไทยในเช็กในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 มากขึ้นแทนที่การจัดกิจกรรมแบบเจอหน้าต่อหน้า (face-to-face) เช่น กรณีการประชุมหารือออนไลน์หลายฝ่ายดังเช่นประชุมสัมมนาออนไลน์กับแรงงานไทยผ่านการประชุมทางแอปพลิเคชันซูม (zoom) กรณีการหารือเป็นรายบุคคลกับแรงงานเพื่อขอรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการคุ้มครองแรงงานไทยจะใช้อีเมลติดต่อแรงงานไทยผ่านฟังก์ชันไลน์คอล (Line call) ของแอปพลิเคชันไลน์ หรือการโทรผ่าน

<sup>40</sup> สถานเอกอัครราชทูตฯ ณ กรุงปราก, สถิติการลงทะเบียนคนไทยในสาธารณรัฐเช็ก ประจำปี 2564-2565, [9 กันยายน 2565].

<sup>41</sup> Ministry of Interior of the Czech Republic, Statistics of temporary and permanent residence in the Czech Republic.

เฟซบุ๊กแมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) ในรูปแบบการโทรด้วยเสียง (voice call) หรือในรูปแบบวิดีโอคอล (วิดีโอคอล) ได้แล้วแต่ความสะดวกและความถนัดของคนไทย จากผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นพ้องว่า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายก็สามารถตอบสนองคนไทยในเช็กแต่ละคนได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 11 การจัดสัมมนาออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก

การจัดสัมมนาออนไลน์ภายใต้หัวข้อ “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงานเช็ก” และการตอบคำถามจากแรงงานไทย ที่เข้าร่วมสัมมนาฯ โดยนายความท้องถิ่นของสถานเอกอัครราชทูตฯ เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2564

### 3.3.3.2 ทักษะคติและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนไทยในเช็ก

จากผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์และได้มีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเป็นระยะเวลาหนึ่ง (ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนมีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 10 ปี) จึงทำให้สามารถใช้งานได้อย่างคล่องแคล่ว โดยเห็นว่ามีประโยชน์และสะดวกอย่างยิ่งสำหรับคนไทยที่พำนักอยู่ในต่างประเทศ

โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่ต้องมีการติดตามข่าวสาร ค้นหาข้อมูลและติดต่อสื่อสาร กับนายจ้าง ลูกค้า และญาติพี่น้องอย่างใกล้ชิด รวมทั้งใช้เป็นสื่อในการประกอบอาชีพ เช่น การขายของออนไลน์และใช้ติดต่อขอความช่วยเหลือจากสถานเอกอัครราชทูตฯ ในกรณีฉุกเฉินได้โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานมากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก ตามมาด้วยแอปพลิเคชันไลน์ และจากการสัมภาษณ์ ทำให้เห็นแนวโน้มที่คนไทยส่วนหนึ่งเริ่มใช้แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (Tik Tok) เพื่อติดตามข่าวสารมากขึ้นตามลำดับ

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ติดตามและเห็นประโยชน์ของการเปิดรับสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และเพื่อเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ รวมทั้งชื่นชอบรูปแบบการนำเสนอสื่อฯ ที่แปลกใหม่และหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร กิจกรรม ข้อควรรู้ รายการส่งเสริมความรู้ต่าง ๆ และมองว่า เนื้อหาของสื่อฯ มีประโยชน์อย่างยิ่ง มีความน่าสนใจสอดคล้องกับบริบทในขณะนั้น โดยรายการที่ชื่นชอบเป็นพิเศษคือรายการสอนภาษาเข็กรซึ่งได้รับความนิยมและมีผู้ติดตามรับชมเป็นจำนวนมาก เฉลี่ยตอนละ 800 ครั้ง โดยตอนที่มีการเข้ารับชมสูงสุดมีมากถึง 3,400 ครั้ง (สถานะ ณ วันที่ 9 กันยายน 2565) และยังมีจำนวนผู้เข้ารับชมรายการมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

### 3.3.3.3 หน่วยงานต่าง ๆ มีบทบาทที่ส่งเสริมกันและกัน

สถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถส่งเสริมความร่วมมือและสร้างพันธมิตรกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่วัตถุประสงค์ร่วมกันในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในต่างประเทศ เช่น วัดธรรมกิตติวงศ์ กรุงเทพมหานคร ถือเป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชนไทยในเข็กร เป็นสถานที่ที่ชุมชนไทยได้มาพบปะเพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนา และที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับความร่วมมือจากวัดเพื่อใช้สถานที่วัดเพื่อจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนไทย โดยวัดธรรมกิตติวงศ์ฯ ได้สนับสนุนกิจกรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการจัดงานทำบุญ งานพิธีทางศาสนา และช่วยแจ้งข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ ให้ชุมชนไทยได้ทราบมาโดยตลอด และวัดธรรมกิตติวงศ์ฯ ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ในการใช้วัดเป็นสถานที่จัดงานและกิจกรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยสม่ำเสมอ

หน่วยงานที่มประเทศไทย โดยเฉพาะสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกรุงเทพฯ ซึ่งมีประสบการณ์การใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมและกิจกรรมไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งได้จัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่น่าสนใจและสามารถนำมาปรับใช้เป็นสื่อเพื่อการเรียนรู้ให้แก่คนไทยในเข็กรได้ เช่น วิดีโอสั้นสาธิตการนวดไทยด้วยตนเองที่บ้าน การฝึกสมาธิโดยศาสตร์แห่งทิเบต เป็นต้น

กระทรวงการต่างประเทศยังได้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยนำเสนอข้อมูลและเกร็ดความรู้ด้านการต่างประเทศในทุกมิติ รวมถึงมิติการคุ้มครองและรักษา

ผลประโยชน์ของคนไทยในต่างประเทศและการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยด้วย โดยล่าสุดกระทรวงการต่างประเทศได้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ทาง YouTube “MFA Thailand Channel” โดยมีแผนที่จะจัดทำรายการให้ความรู้เรื่องสุขภาพร่วมกับ Rama Channel ซึ่งเป็นทีมงานผลิตสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ของคณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่คนไทยในต่างประเทศ

สถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถแสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานข้างต้นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อร่วมกันเผยแพร่สื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ฯ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อประโยชน์ของคนไทยในเช็กเป็นสำคัญ

### 3.3.4 อุปสรรคหรือภัยคุกคาม (Threat)

#### 3.3.4.1 การขาดทักษะความเข้าใจการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

จากผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ฯ ทำให้ทราบว่า คนรู้จักของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่งยังขาดทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) และขาดประสบการณ์และความถนัดในการใช้งาน โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนระบบการใช้งาน รวมทั้งการนำเสนอฟังก์ชันใหม่ ๆ จึงไม่สนใจและไม่สะดวกที่จะเปิดรับสื่อดิจิทัลที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์แต่เลือกที่จะสอบถามบุคคลใกล้ชิดตัว วัดไทยหรือสถานเอกอัครราชทูตฯ ทางวาจาหรือทางโทรศัพท์แทนการติดตามสื่อดิจิทัลฯ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในกรณีที่เป็น

นอกจากนี้ ข้อจำกัดในด้านทักษะการอ่านและการตีความข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่สถานเอกอัครราชทูตฯ นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์จึงอาจทำให้มีการส่งสารที่มีเนื้อหาที่คลาดเคลื่อนส่งต่อไปยังบุคคลอื่นต่อไปได้ ตัวอย่างเช่น กรณีการเข้าใจคลาดเคลื่อนเรื่องสถานที่ และวันที่การจัดกิจกรรมพบปะคนไทยในเช็กที่ทำเนียบเอกอัครราชทูตฯ ประจำปี 2565 จนเกิดความสับสนในหมู่คนไทยส่วนหนึ่งจนต้องโทรศัพท์มาตรวจสอบความถูกต้องที่สถานเอกอัครราชทูตฯ

#### 3.3.4.2 รูปแบบการใช้ชีวิต

จากผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกทำให้ทราบได้ว่า แรงงานไทยส่วนหนึ่งประกอบอาชีพที่มีชั่วโมงการทำงานที่ไม่ยืดหยุ่นและมีชั่วโมงการทำงานที่ยาวนาน โดยบางรายทำงานกว่า 12 ชั่วโมงต่อวัน หรือต้องใช้เวลาส่วนใหญ่มากกับการดูแลบุตรที่ยังเล็กและ/หรือเรียนออนไลน์ จึงกระทบกับการดำเนินชีวิตของแรงงานโดยตรง ทำให้แรงงานไทยบางส่วนเมื่อมีเวลาว่างจากการทำงานหรือเลี้ยงดูบุตรหรือเรียนออนไลน์ก็เลือกที่จะพักผ่อนเป็นหลัก หรือหากจำเป็นที่จะต้องใช้อินเทอร์เน็ตก็จะเลือกใช้ตามที่เป็นเพื่อค้นหาข้อมูลที่ต้องการเท่านั้น

#### 3.3.4.3 ทางเลือกอื่น ๆ ที่อาจดึงความสนใจ

ปัจจุบัน ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีทางเลือกมากขึ้นในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ออนไลน์ที่หลากหลาย เช่น

เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ตี๊กต็อก ฯลฯ และในแต่ละสื่อสังคมออนไลน์ก็มีเพจที่หลากหลายเช่นกัน ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่จะเปิดรับสื่อใดๆ ขึ้นอยู่กับการรับรู้ถึงประโยชน์ ความถนัด อิทธิพลจากคนรอบข้าง ความง่ายต่อการใช้งาน รูปแบบการใช้ชีวิต รูปแบบการนำเสนอ ฯลฯ

จากผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ฯ ทำให้สังเกตเห็นแนวโน้มที่น่าสนใจของพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อ เช่น แรงงานไทยส่วนหนึ่งที่มีระดับการศึกษาสูงและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี จะเลือกเข้าถึงสื่อฯ เฉพาะที่ตนเห็นว่ามีข้อมูลที่ตนต้องการและมีประโยชน์ ตัวอย่างเช่นการค้นหาข้อมูลจากกลุ่มเฟซบุ๊กเฉพาะกลุ่ม ได้แก่กลุ่มเฟซบุ๊กชาวต่างชาติในกรุงปรากที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร (EXPATS in PRAGUE) นอกจากนี้ แรงงานไทยในเช็กส่วนหนึ่งโดยเฉพาะผู้ที่เพิ่งเดินทางมาถึงใหม่ ๆ ก็มักเลือกที่จะคบเป็นเพื่อนและติดตามเฟซบุ๊กเพจของวัดธรรมกิตติวงศ์ ปราก (Wat Dhammakittiwong Prague) และเฟซบุ๊กเพจอื่น ๆ ตามเพื่อนและคนรู้จักของตน

#### 3.3.4.4 การเปลี่ยนแปลงของนโยบายของเฟซบุ๊ก

บริษัท Meta บริษัทแม่ของเฟซบุ๊ก จะเริ่มเน้นการใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ที่เฟซบุ๊กตั้งชื่อใหม่ว่า “Discovery Engine”<sup>42</sup> โดยสิ่งที่จะเกิดขึ้นก็คือเฟซบุ๊กจะแนะนำโพสต์ที่ผู้ใช้งานแต่ละคนไม่ได้ติดตาม มาแทรกระหว่าง Feed โดยเฟซบุ๊กจะใช้ระบบ AI ในการวิเคราะห์ว่า ผู้ใช้งานคนนี้น่าจะชอบโพสต์เหล่านี้ ดังนั้นเมื่อเฟซบุ๊กแนะนำโพสต์ของคนอื่นมาให้ ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้งานเห็นโพสต์ของเพจที่ติดตามอยู่น้อยลง เจ้าของเฟซบุ๊กแต่ละบัญชีจะต้องปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลง เพื่อกระจายความเสี่ยง

สถานการณ์ดังกล่าวย่อมส่งกระทบต่อจำนวนการติดตามเฟซบุ๊กของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งถือเป็นสื่อสังคมออนไลน์หลักของสถานเอกอัครราชทูตฯ จึงจำเป็นต้องเร่งเตรียมความพร้อมในการปรับตัวในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้

### 3.4 การวิเคราะห์ TOWS Matrix ต่อยอดจากการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์ใหม่ในการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่มีการต่อยอดมาจากการวิเคราะห์ SWOT ด้วยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกขององค์กร เพื่อช่วยองค์กรกำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางการดำเนินการที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการดำเนินนโยบายในบทที่ 4 ต่อไป

<sup>42</sup> Heath, A., “[Facebook and Instagram are going to show even more posts from accounts you don't follow](https://www.theverge.com/2022/7/27/23281451/facebook-instagram-meta-recommendation-discovery-engine-ai), The Verge, [Online], Available from: <https://www.theverge.com/2022/7/27/23281451/facebook-instagram-meta-recommendation-discovery-engine-ai>.

ปัจจัยภายในได้แก่ จุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) และปัจจัยภายนอกได้แก่ โอกาส (Opportunity) และอุปสรรคหรือภัยคุกคาม (Threat) โดยผู้ศึกษาการจับคู่ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ดังนี้

### 3.4.1 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) เป็นการจับคู่ระหว่างจุดแข็งและโอกาส (ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส)

ตารางที่ 1 ตารางการจับคู่จุดแข็งและโอกาสของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก

| จุดแข็ง  | โอกาส   |
|--|---|
| 1. สถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นหน่วยงานไทยในพื้นที่ที่มีความน่าเชื่อถือ และพึ่งพาได้ในยามที่เกิดปัญหา และเชื่อมั่นในบทบาทของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในด้านการคุ้มครองดูแลคนไทยในเช็ก ฯ และมีจิตใจช่วยเหลือและบริการและยึดมั่นในนโยบาย “การทูตเพื่อประชาชนทุกแห่งหนเราดูแล” เพื่อทำการทูตเพื่อประชาชนให้ได้อย่างแท้จริง | 1. คนไทยในเช็กมีทัศนคติที่ดีต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยมีความไว้วางใจ และสนใจติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างสม่ำเสมอเพื่อรับทราบข่าวประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ รวมทั้งติดตามสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยมองว่า เนื้อหาของสื่อฯ มีประโยชน์อย่างยิ่งมีความน่าสนใจสอดคล้องกับบริบทในขณะนั้น   |
| 2. สถานเอกอัครราชทูตฯ ริเริ่มนำเสนอสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมให้คนไทยได้เสริมสร้างจิตใจให้เข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพของตนเองให้มีภูมิคุ้มกันต่อการเผชิญอุปสรรคและปัญหาต่าง ๆ ในอนาคต   | 2. การปรับตัวเข้าสู่ความปกติใหม่ หรือ New Normal เช่น การทำงานจากที่บ้าน (Work from home) การเรียนออนไลน์ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้กลายเป็นวิถีชีวิตที่ผู้คนเริ่มคุ้นเคย คนไทยในเช็กก็เริ่มเรียนรู้ที่จะปรับตัวเข้าสู่ชีวิตวิถีใหม่มากขึ้น   |
| 3. สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ดำเนินกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับประชาชน โดยมีคนไทยเป็นศูนย์กลางและไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ภายใต้นโยบายการทูตเพื่อประชาชน และยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในต่างประเทศ (5H)  | 3. หน่วยงานต่าง ๆ มีบทบาทส่งเสริมซึ่งกันและกัน เช่น วัฒนธรรมกิตติวงศ์ฯ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกรุงปราก รวมทั้งกระทรวงการต่างประเทศซึ่งได้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยนำเสนอข้อมูลและเกร็ดความรู้ด้านการต่างประเทศในทุกมิติ ซึ่งรวมถึงมิติการคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์ของคนไทยในต่างประเทศและการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยด้วย |



### 3.4.2 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เป็นการจับคู่ระหว่างจุดอ่อนและโอกาส (ใช้โอกาสดำจัดจุดอ่อน)

ตารางที่ 2 ตารางจับคู่จุดอ่อนและโอกาสของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก

| จุดอ่อน  | โอกาส  |
|--|--|
| 1. บุคลากรของสถานเอกอัครราชทูตฯ ยังขาดความรู้ ประสบการณ์ ทักษะที่จำเป็นในการประยุกต์ใช้งานการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์                       | 1. การปรับตัวเข้าสู่ความปกติใหม่ หรือ New Normal เช่น การทำงานจากที่บ้าน (Work from home) การเรียนออนไลน์ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้กลายเป็นวิถีชีวิตที่ผู้คนเริ่มคุ้นเคย คนไทยในเช็กก็เริ่มเรียนรู้ที่จะปรับตัวเข้าสู่ชีวิตวิถีใหม่มากขึ้น  |
| 2. สถานเอกอัครราชทูตฯ ยังมีข้อจำกัดในการจัดเก็บข้อมูลคนไทยในเช็กให้ได้อย่างครบถ้วน เนื่องจากยังขาดความสนใจ ไม่ทราบช่องทางในการลงทะเบียน และอาจไม่ได้ตระหนักถึงความจำเป็นในขณะนี้             | 2. คนไทยในเช็กมีทัศนคติที่ดีต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยมีความไว้วางใจ และสนใจติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างสม่ำเสมอเพื่อรับทราบข่าวประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ รวมทั้งติดตามสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ฯ โดยมองว่า เนื้อหาของสื่อฯ มีประโยชน์อย่างยิ่งมีความน่าสนใจสอดคล้องกับบริบทในขณะนั้น  |
| 3. สถานเอกอัครราชทูตฯ มีข้อจำกัดด้านจำนวนบุคลากรการพัฒนาสื่อดิจิทัลฯ ซึ่งทำให้มีเวลาและทรัพยากรมนุษย์ที่จำกัดในการนำเสนอสื่อดิจิทัลฯ ในรูปแบบใหม่ ๆ และพัฒนาได้อย่างไม่เต็มประสิทธิภาพมากนัก | 3. หน่วยงานต่าง ๆ มีบทบาทส่งเสริมซึ่งกันและกัน เช่น วัฒนธรรมกิตติวงศ์ฯ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกรุงปราก รวมทั้งกระทรวงการต่างประเทศซึ่งได้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยนำเสนอข้อมูลและเกร็ดความรู้ด้านการต่างประเทศในทุกมิติ ซึ่งรวมถึงมิติการคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์ของคนไทยในต่างประเทศและการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยด้วย |

### 3.4.3 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เป็นการจับคู่ระหว่างจุดแข็งและอุปสรรคหรือภัยคุกคาม (ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรคหรือภัยคุกคาม)

ตารางที่ 3 ตารางการจับคู่จุดแข็งและอุปสรรคหรือภัยคุกคามของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก

| จุดแข็ง   | อุปสรรคหรือภัยคุกคาม  |
|---|---|
| <p>1. สถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นหน่วยงานไทยในพื้นที่ที่มีความน่าเชื่อถือ และพึ่งพาได้ในยามที่เกิดปัญหา และเชื่อมั่นในบทบาทของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในด้านการคุ้มครองดูแลคนไทยในเช็ก ฯ และมีจิตใจช่วยเหลือและบริการและยึดมั่นในนโยบาย “การทูตเพื่อประชาชนทุกแห่งหนเราดูแล” เพื่อทำการทูตเพื่อประชาชนให้ได้อย่างแท้จริง</p> | <p>1.1 ปัจจุบัน ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีทางเลือกมากขึ้นในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ และในแต่ละสื่อสังคมออนไลน์ก็มีเพจที่หลากหลายเช่นกัน ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่จะเปิดรับสื่อใดๆ ขึ้นอยู่กับการรับรู้ถึงประโยชน์ ความถนัด อิทธิพลจากคนรอบข้าง ความง่ายต่อการใช้งาน รูปแบบการใช้ชีวิต รูปแบบการนำเสนอ ฯลฯ</p>  |
| <p>2. สถานเอกอัครราชทูตฯ ริเริ่มนำเสนอสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการค้าเงินกิจกรรมให้คนไทยได้เสริมสร้างจิตใจให้เข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพของตนเองให้มีภูมิคุ้มกันทันต่อการเผชิญอุปสรรคและปัญหาต่าง ๆ ในอนาคต</p>   | <p>2.1 แรงงานไทยส่วนหนึ่งประกอบอาชีพที่มีชั่วโมงการทำงานที่ไม่ยืดหยุ่นและมีชั่วโมงการทำงานที่ยาวนาน จึงกระทบกับการดำเนินชีวิตของแรงงานโดยตรง ทำให้แรงงานไทยบางส่วนเมื่อมีเวลาว่างจากการทำงาน ก็เลือกที่จะพักผ่อนเป็นหลัก หรือหากจำเป็นที่จะต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์ก็จะเลือกใช้ตามที่จำเป็นเพื่อค้นหาข้อมูลที่ต้องการเท่านั้น</p> <p>2.2 การเปลี่ยนแปลงของนโยบายของเฟซบุ๊กที่อาจจะส่งผลให้ผู้ใช้งานเห็นโพสต์ของเพจที่ติดตามอยู่น้อยลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้</p> |

### 3.4.4 กลยุทธ์เชิงรับ (WT) เป็นการจับคู่ระหว่างจุดอ่อนและอุปสรรคหรือภัยคุกคาม (กำจัดจุดอ่อนและเลี่ยงอุปสรรคหรือภัยคุกคาม)

ตารางที่ 4 ตารางการจับคู่จุดอ่อนและอุปสรรคหรือภัยคุกคามของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก

| จุดอ่อน   | อุปสรรคหรือภัยคุกคาม  |
|---|---|
| 1. บุคลากรของสถานเอกอัครราชทูตฯ ยังขาดความรู้ ประสบการณ์ ทักษะที่จำเป็นในการประยุกต์ใช้งานการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์          | 1. การเปลี่ยนแปลงของนโยบายของเฟซบุ๊กที่อาจจะส่งผลให้ผู้ใช้งานเห็นโพสต์ของเพจที่ติดตามอยู่น้อยลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้  |
| 2. สถานเอกอัครราชทูตฯ ยังมีข้อจำกัดในการจัดเก็บข้อมูลคนไทยในเช็กให้ได้อย่างครบถ้วนเนื่องจากยังขาดความสนใจ ไม่ทราบช่องทางในการลงทะเบียน และอาจไม่ได้ตระหนักถึงความจำเป็นในขณะนี้ | 2. แรงงานไทยส่วนหนึ่งประกอบอาชีพที่มีชั่วโมงการทำงานที่ไม่ยืดหยุ่นและมีชั่วโมงการทำงานที่ยาวนาน จึงกระทบกับการดำเนินชีวิตของแรงงานโดยตรง ทำให้แรงงานไทยบางส่วนเมื่อมีเวลาว่างจากการทำงานก็เลือกที่จะพักผ่อนเป็นหลัก หรือหากจำเป็นที่จะต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์ก็จะเลือกใช้ตามที่จำเป็นเพื่อค้นหาข้อมูลที่ต้องการเท่านั้น |

การจับคู่ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกขององค์กรข้างต้นจะเป็นการช่วยกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT) ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ชัดเจนยิ่งขึ้นต่อไปได้

## บทที่ 4

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 4.1 สรุปผลการศึกษา

รายงานการศึกษานี้ได้ตั้งสมมติฐานไว้ คือ การขาดความสนใจในเนื้อหาของสื่อ ความกดดัน ประสบการณ์และทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของแรงงานไทยต่อการเปิดรับและ/หรือความสามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเปิดรับและความสามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้แก่ (ก) การขาดทักษะ ความเข้าใจ และ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) (ข) ข้อจำกัดในด้านทักษะการอ่านและการทำความเข้าใจ (ค) เป้าหมายและรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน และ (ง) เนื้อหาของสื่อดิจิทัลฯ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในบางส่วนยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของแรงงานไทย และปัจจัยส่งเสริมพฤติกรรมแรงงานไทยในการเปิดรับสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก ได้แก่ (ก) ทักษะและประสบการณ์ในการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ (ข) เนื้อหาสอดคล้องกับบริบทและสภาพแวดล้อมในขณะนั้น (ค) ความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ และ (ง) รูปแบบในการสื่อสาร ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญของการศึกษา คือ การประเมินปัจจัยที่เป็นอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุนต่อการเปิดรับสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ดังกล่าวที่เป็นจุดแข็ง และจุดอ่อน (ปัจจัยภายในขององค์กร) และโอกาสและอุปสรรคหรือภัยคุกคาม (ปัจจัยภายนอกขององค์กร) โดยการวิเคราะห์ SWOT เพื่อให้สามารถนำมาใช้การวิเคราะห์ TOWS Matrix ในการหากลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT) อันจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างเต็มประสิทธิภาพ เพื่อดำเนินการตามยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในต่างประเทศ (5H) ของกรมการกงสุล กระทรวงการต่างประเทศ ของระดับปฏิบัติของสถานเอกอัครราชทูตฯ และระดับนโยบายของกระทรวงการต่างประเทศต่อไป

## 4.2 ข้อเสนอแนะ

### 4.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) กระทรวงการต่างประเทศควรพิจารณาจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอเพื่อพัฒนาข้าราชการให้มีทักษะที่จำเป็นเพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์และการเรียนรู้ฯ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ได้สื่อดิจิทัลฯ ที่น่าสนใจ ทันสมัย เข้าถึงได้ง่ายสำหรับแรงงานไทยในต่างประเทศท่ามกลางยุคความปกติใหม่ที่กลายเป็นวิถีชีวิตที่แรงงานไทยในเช็กเริ่มคุ้นเคย และเตรียมความพร้อมรับมือกับแนวโน้มของการนำเสนอสื่อดิจิทัลในอนาคต เช่น เมตาเวิร์ส (Metaverse) รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของนโยบายของเฟซบุ๊กที่อาจจะส่งผลให้ผู้ใช้งานเห็นโพสต์ของเพจที่ติดตามอยู่น้อยลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเสนอให้กระทรวงการต่างประเทศจัดการฝึกอบรมสำหรับข้าราชการและเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นของสถานเอกอัครราชทูตหรือสถานกงสุลใหญ่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้ที่ทำงานในด้านการสร้างสรรค์สื่อฯ ทั้งที่กระทรวงการต่างประเทศและที่สถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่โดยสามารถจัดอบรมแบบออนไลน์เพื่อพัฒนาการประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และแอปพลิเคชันที่จำเป็นสำหรับดูแลและสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลฯ รวมทั้งพัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสื่อดิจิทัลฯ เพิ่มเติมอยู่เสมอ และพัฒนาระบบการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างกระทรวงฯ และสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่ นอกจากนี้ยังต้องศึกษาแนวโน้มของการนำเสนอสื่อดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพและทันสมัยให้สอดคล้องกับบริบทในอนาคตอยู่เสมอ

2) กระทรวงการต่างประเทศควรส่งเสริมความร่วมมือและสร้างพันธมิตรกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อร่วมดำเนินการตามยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในต่างประเทศ (5H) เช่น กรมสุขภาพจิต กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมประชาสัมพันธ์ สถานพยาบาลและสถานศึกษาต่าง ๆ ฯลฯ โดยร่วมกันผลิตข่าวประชาสัมพันธ์และสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ที่มีประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการของแรงงานไทยและบริษัทในขณะนั้น และนำมาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่ที่แรงงานไทยในต่างประเทศติดตามอยู่ นอกจากนี้ ควรส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเตรียมความพร้อมให้กับแรงงานไทยให้มีทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เพียงพอก่อนออกเดินทางไปทำงานในต่างประเทศเพื่อประโยชน์ของแรงงานไทยเอง

3) กระทรวงการต่างประเทศควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลคนไทยในต่างประเทศของกระทรวงการต่างประเทศให้มีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลดิจิทัลกับหน่วยงานของราชการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อการบูรณาการข้อมูลร่วมกัน เช่น ข้อมูลทะเบียนราษฎร ข้อมูลของสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ข้อมูลของกรมการจัดหางาน และข้อมูลการทำหนังสือเดินทาง ฯลฯ อันเป็นไปตาม

พระราชบัญญัติการบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล พ.ศ. 2562 ในมาตรา 13 ระบุว่า เพื่อประโยชน์ในการบริหารราชการแผ่นดินและการให้บริการประชาชนให้หน่วยงานของรัฐ จัดให้มีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลดิจิทัลที่มีการจัดทำและครอบครองตามที่หน่วยงานของรัฐ แห่งอื่นร้องขอที่จะเกิดการบูรณาการร่วมกัน

#### 4.2.2 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

##### 4.2.2.1 กลยุทธ์เชิงรุก

1) จากจุดแข็งของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในเรื่องความน่าเชื่อถือและ พึ่งพาได้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงประโยชน์ ความน่าสนใจ และความสอดคล้องกับความต้องการและบริบทในขณะนั้นของ เนื้อหาของสื่อฯ เป็นสำคัญ เช่น ในการนำเสนอเนื้อหาเรื่องวิธีประหยัดพลังงานอย่างง่าย ๆ ในบริบท ปัจจุบันที่ราคาพลังงานในเช็กเพิ่มขึ้นอย่างมาก เป็นต้น

2) สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรใช้ประโยชน์จากการปรับตัวเข้าสู่ความปกติใหม่ที่ แรงงานไทยในเช็กเริ่มมีความคุ้นเคยและมีผู้ติดตามสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ของสถานเอกอัครราชทูตฯ มากขึ้นตามลำดับ โดยการผลิตและนำเสนอสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ในต่อนใหม่ ๆ เพิ่มเติมในรูปแบบ ใหม่ ๆ โดยเฉพาะสื่อฯ ตอนที่ได้รับความนิยม เช่น สื่อดิจิทัลรายการ “เช็กก่อนเช็ก” ซึ่งมียอด ผู้ติดตามเป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ควรใช้ประโยชน์จากเทคนิคการนำเสนอใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ เช่น การนำเสนอในรูปแบบที่ผู้ชมสามารถมีปฏิสัมพันธ์ร่วมมากกว่าการสื่อสารทางเดียว เป็นต้น

3) สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรเพิ่มกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับคนไทย เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อดิจิทัลฯ เพื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ รวมทั้งต่อยอดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับประชาชนโดยการหา พันธมิตรเพื่อร่วมสนับสนุนการดำเนินยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยในเช็ก โดยเน้นใช้ประโยชน์จากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น วัฒนธรรมกิตติวงศ์ กรุงปราก ที่เป็นศูนย์รวมทางจิตใจของคนไทยในเช็ก สามารถช่วยประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลของ สถานเอกอัครราชทูตฯ และสนับสนุนคนไทยที่ยังขาดทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้ ด้วยอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้สถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถขยายความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นที่มี ภารกิจในการให้ความช่วยเหลือคนต่างชาติในเช็กที่สอดคล้องกับภารกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ เช่น Centrum pro integraci cizinců (Centre for the Integration of Foreigners: CIC) กรุงปราก, Brno Expat Centre เมือง Brno เป็นต้น

##### 4.2.2.2 กลยุทธ์เชิงแก้ไข

1) การปรับตัวเข้าสู่ความปกติใหม่ทำให้การเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานต่าง ๆ มีแพร่หลายและสามารถเข้าถึงได้สะดวก รวดเร็ว

และประหยัดยิ่งขึ้น สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงควรใช้โอกาสดังกล่าวสนับสนุนให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นได้เรียนรู้จากสื่อการเรียนรู้ออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทักษะในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้อย่างสร้างสรรค์และเต็มศักยภาพ รวมทั้งยังเป็นโอกาสได้เปิดมุมมองเกี่ยวกับการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้อีกด้วย เช่น Chula MOOC (<https://mooc.chula.ac.th/>) และการฝึกทักษะออนไลน์ของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน (<http://onlinetraining.dsd.go.th/index.php>) เป็นต้น

2) สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรประชาสัมพันธ์ประโยชน์และความสำคัญของการลงทะเบียนคนไทยในเช็กอย่างทั่วถึงให้มากขึ้น โดยใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเชิญชวนคนไทยที่ได้พบปะในการทำกิจกรรมร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตฯ เช่น การเยี่ยมเยียนแรงงานไทย และโครงการกงสุลสัญจรตามเมืองต่าง ๆ

3) จากข้อจำกัดด้านจำนวนบุคลากรในการผลิตสื่อดิจิทัลฯ สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน รวมทั้งสามารถ “share” สื่อดิจิทัลของกันและกัน อันเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายระหว่างกันด้วยตัวอย่างเช่นความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับกระทรวงการต่างประเทศในการร่วมผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการและบริบทของแรงงานไทยในเช็ก ดังเช่น การจัดทำรายการให้ความรู้เรื่องสุขภาพของช่องทาง YouTube “MFA Thailand Channel” ร่วมกับช่อง Rama Channel เพื่อให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่คนไทยในต่างประเทศได้

#### 4.2.2.3 กลยุทธ์เชิงป้องกัน

1) สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรใช้ประโยชน์จากประสบการณ์การได้สื่อสารโดยตรงกับแรงงานไทยที่มีความหลากหลายทำให้ได้เรียนรู้และรับทราบถึงความต้องการ ความกดดัน ประสบการณ์การใช้งาน ความชื่นชอบ รูปแบบการใช้ชีวิต และบริบทแวดล้อม จึงสามารถนำมาปรับรูปแบบการนำเสนอสื่อดิจิทัลฯ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ให้เน้นย้ำเอกลักษณ์ของความเป็นองค์กรหลักในการดูแลและรักษาผลประโยชน์ของคนไทยในต่างประเทศและผลิตสื่อที่เป็นประโยชน์กับคนไทยในเช็กอย่างแท้จริงภายใต้นโยบาย “การทูตเพื่อประชาชน ทุกแห่งหนเราดูแล” โดยใช้การนำเสนอสื่อดิจิทัลที่มีเนื้อหาที่กระชับ เข้าใจง่ายและมีรูปภาพประกอบในรูปแบบ Infographic หรือเป็นคลิปวิดีโอสั้น ๆ รวมทั้งผลิตสื่อฯ ในหัวข้อที่เป็นประโยชน์ต่อแรงงานไทย เช่น สวัสดิการของแรงงานไทยในเช็ก องค์กรช่วยเหลือคนต่างชาติในเช็ก นอกจากนี้ ควรจัดกิจกรรมสนับสนุนให้มีการกอดติดตามและแชร์โพสต์ เฟซบุ๊กของสถานเอกอัครราชทูตฯ มากขึ้น เช่น การร่วมเล่นเกมเพื่อชิงรางวัล เป็นต้น

2) จากการดำเนินชีวิตของแรงงานไทยในเช็กที่อาจไม่ยืดหยุ่นและมีชั่วโมงการทำงานที่ยาวนาน รวมทั้งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของนโยบายเฟซบุ๊กที่อาจส่งผลกระทบต่อความเห็นโพสต์ของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กซึ่งเป็นหนึ่งในสื่อสังคมออนไลน์หลักของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีจำนวนน้อยลง สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรจัดทำเนื้อหาที่สั้นกระชับ มีประโยชน์ และเป็นกระแสที่มี

การแชร์กันเป็นทอด ๆ หรือไวรัล (viral) ให้มากขึ้น โดยโพสต์ที่มีเนื้อหาทั่วๆ ไป ก็อาจเข้าถึงผู้ติดตามได้น้อยลง นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรต้องเริ่มแสวงหาแพลตฟอร์มของสื่อสังคมออนไลน์ใหม่ๆ ที่คล้ายเฟซบุ๊กที่เป็นที่นิยมและแรงงานไทยในเช็กสามารถเข้าถึงได้ เพื่อกระจายความเสี่ยง เช่น ดีกิต็อก หรือบล็อกดิต (Blockdit) เป็นต้น

#### 4.2.2.4 กลยุทธ์เชิงรับ

1) สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรสนับสนุนให้ข้าราชการและลูกจ้างท้องถิ่นได้เรียนรู้ทักษะการผลิตสื่อดิจิทัลที่สร้างสรรค์ มีประโยชน์และมีเนื้อหาที่เป็นกระแสและมีการแชร์ต่อกันเป็นทอด ๆ ให้มากขึ้น รวมทั้งฝึกทักษะในการใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มของสื่อสังคมออนไลน์ใหม่ๆ เช่น ดีกิต็อก ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เริ่มใช้งานมาได้ระยะหนึ่งแล้ว

2) สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรประชาสัมพันธ์ให้คนไทยในเช็กทราบถึงประโยชน์และความสำคัญของการลงทะเบียนคนไทยในเช็กอย่างทั่วถึงให้มากขึ้น เพื่อให้ได้ทราบและเข้าใจถึงข้อมูลประชากร รูปแบบการดำเนินชีวิต ความต้องการและบริบทแวดล้อมของแรงงานไทยให้มากขึ้น เพื่อนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อดิจิทัลฯ ที่มีเนื้อหาและรูปแบบที่สามารถดึงดูดความสนใจจากแรงงานไทยได้มากขึ้น เช่น การนำเสนอในรูปแบบการตัดวิดีโอเป็นคลิปสั้น ๆ ในแต่ละหัวข้อ เป็นต้น



## บรรณานุกรม

### หนังสือ

- ปรมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์, 2541.
- Hunt, T. and Ruben, B. Mass Communication: Producers and Consumers. New York: Harpercollins College, 1993.
- Klapper, J. The Effect of Mass Communication. New York: The Free Press, 1960.
- Goleman, D. Working with Emotional Intelligence. New York: Bantam Books, 1998.

### วิทยานิพนธ์

- จิตราภรณ์ ทองกวอด. การศึกษาและพัฒนาความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2555.
- โชติหทัย นพวงศ์. การติดตามข่าวสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงานของพนักงานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไทยในช่วงการปรับโครงสร้างธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ศรันต์ ยี่หลั่นสุวรรณ. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อโครงการส่งเสริมสังคมของผู้นำเยาวชนประเทศอาเซียน และญี่ปุ่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- พสุ เตชะรินทร์. พฤติกรรมของคนกับสื่อสังคมออนไลน์. กรุงเทพฯธุรกิจ. [ออนไลน์]. 2560. แหล่งที่มา: <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641565> [10 สิงหาคม 2565].
- ไพฑูรย์ มะณู. สื่อดิจิทัล (Digital Media). [ออนไลน์]. 2559. แหล่งที่มา: <http://paitoon.esdc.go.th/sux-dicithal> [10 สิงหาคม 2565].
- ภัทรา เรื่องสวัสดิ์. รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัย วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กรคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา: [https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve\\_Doi=10.14457/TU.the.2010.299](https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/TU.the.2010.299).
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.stou.ac.th/Offices/rdec/headquater/upload/การวิเคราะห์%20SWOT.pdf> [10 สิงหาคม 2565].
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. โครงการพัฒนาทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.ocsc.go.th/DLProject/mean-dlp> [10 สิงหาคม 2565].
- สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.senate.go.th/view/49/KMBookshelf62/TH-TH> [10 สิงหาคม 2565].
- Bluebik. สร้างกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix. [ออนไลน์]. 2563. แหล่งที่มา: <https://bluebik.com/th/blogs/2676> [10 สิงหาคม 2565].
- Fenwick, N. Getting The Right Digital Leadership. Forrester Inc. [Online]. 2014. Available from: [https://www.forrester.com/blogs/14-04-30-getting\\_the\\_right\\_digital\\_leadership/](https://www.forrester.com/blogs/14-04-30-getting_the_right_digital_leadership/) [10 September 2022].
- Heath, A., Facebook and Instagram are going to show even more posts from accounts you don't follow. The Verge. [Online]. 2022. Available from: <https://www.theverge.com/2022/7/27/23281451/facebook-instagram-meta-recommendation-discovery-engine-ai> [10 September 2022].
- Ministry of Interior of the Czech Republic. Statistics of temporary and permanent residence in the Czech Republic. [Online]. Available from: <https://www.mvcr.cz/clanek/cizinci-s-povolenym-pobytem.aspx> [5 August 2022].

ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก.

กฎหมาย พันธกิจหลัก และแผนยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานคุ้มครอง  
และรักษาผลประโยชน์คนไทยในต่างประเทศ

1. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 134 ตอนที่ 40 ก.  
6 เมษายน 2560 หมวด 6 แนวนโยบายแห่งรัฐ

มาตรา 66 รัฐพึงส่งเสริมสัมพันธไมตรีกับนานาประเทศโดยถือหลักความเสมอภาค  
ในการปฏิบัติต่อกัน และไม่แทรกแซงกิจการภายในของกันและกัน ให้ความร่วมมือกับองค์การระหว่าง  
ประเทศ และคุ้มครองผลประโยชน์ของชาติและของคนไทยในต่างประเทศ

2. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2) ประเด็น การต่างประเทศ (พ.ศ. 2561-2580)  
ส่วนที่ 3 แผนย่อยของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการต่างประเทศ ข้อ 3.5 แผนย่อย  
การต่างประเทศมีเอกภาพและบูรณาการ ข้อ 3.5.1 แนวทางการพัฒนา

ข้อ 3 นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานด้านการต่างประเทศในทุกมิติ  
และทุกระดับ เพื่อให้สามารถรองรับกับสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก ซึ่งรวมถึง  
การปรับปรุงการให้บริการแก่ประชาชนอย่างสะดวกและรวดเร็ว และการให้ข้อมูลแก่ประชาชน

ข้อ 4 พัฒนาบริการด้านการต่างประเทศแก่คนไทย ให้มีความเป็นเลิศ และคุ้มครองและ  
รักษา ผลประโยชน์ของคนไทยในต่างประเทศอย่างเป็นระบบ

3. กฎกระทรวงการต่างประเทศ แบ่งส่วนราชการกรมการกงสุล พ.ศ. 2545

ข้อ 1 กรมการกงสุล กระทรวงการต่างประเทศ มีภารกิจเกี่ยวกับการดำเนินการด้าน  
กงสุล โดยการเสนอความเห็นเกี่ยวกับนโยบายและแผนงานด้านการกงสุล กำหนดระเบียบด้าน  
การกงสุล ประสาน สนับสนุนการทำงานของสถานเอกอัครราชทูต สถานกงสุลใหญ่ และสถานกงสุล  
กิตติมศักดิ์ของไทยในต่างประเทศ เพื่อปกป้อง คุ้มครอง ดูแลและช่วยเหลือคนไทยและผลประโยชน์  
ของคนไทยในต่างประเทศให้ทั่วถึง

4. อนุสัญญากรุงเวียนนาว่าด้วยความสัมพันธ์ทางการทูต ค.ศ. 1961

ข้อ 3 กำหนดหน้าที่ของคณะผู้แทนทางการทูตซึ่งรวมถึงการคุ้มครองผลประโยชน์ของ  
รัฐผู้ส่งและคนชาติของรัฐผู้ส่งในรัฐผู้รับ ภายในขอบเขตของกฎหมายระหว่างประเทศ

ข้อ 5 กำหนดหน้าที่ทางกงสุล ซึ่งรวมถึงการคุ้มครองผลประโยชน์ของรัฐผู้ส่งและ  
ช่วยเหลือคนชาติของรัฐผู้ส่ง ภายในขอบเขตที่กำหนดโดยกฎหมายของรัฐผู้รับ

5. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไทยของกรมการกงสุล (5H) ของ  
กรมการกงสุล กระทรวงการต่างประเทศเป็นกรอบในการกำหนดแผนงานด้านการดูแลคนไทยใน  
ต่างประเทศ โดยมุ่งส่งเสริมให้ชุมชนไทยในต่างประเทศมีความเข้มแข็ง สามารถช่วยเหลือตัวเองได้

และมีบทบาทสนับสนุนภารกิจของสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่ไทย ในฐานะเครือข่ายและอาสาสมัคร เพื่อช่วยป้องกันและแก้ไขปัญหาที่คนไทยในต่างประเทศประสบ รวมทั้งมีบทบาทร่วมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของไทย และสร้างทัศนคติที่ดีในระดับประชาชนต่อประชาชนในประเทศที่พำนักอาศัยยุทธศาสตร์ 5H ได้แก่ Head: การส่งเสริมองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต Hand: การส่งเสริมทักษะอาชีพ เพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการประกอบอาชีพ Health: การสร้างความตระหนักรู้ในการดูแลสุขภาพกายและสุขภาพจิต Heart: การส่งเสริมโอกาสการเข้าถึงที่พึงพอใจผ่านกิจกรรมด้านวัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา และ Harmony: การเสริมสร้างความสามัคคีและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในหมู่ชุมชนไทย

## ภาคผนวก ข.

## รายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล

|         | ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์  | สรุปเนื้อหาเบื้องต้นของการสัมภาษณ์ที่สำคัญ  |
|---------|---|---|
| คนที่ 1 | เพศชาย อายุ 47 ปี<br>อาศัยอยู่กรุงเทพฯ<br>อาชีพ พระภิกษุสงฆ์ชั้นผู้ใหญ่<br>วันที่สัมภาษณ์ วันที่ 20 สิงหาคม 2565<br>สัมภาษณ์รายบุคคลแบบต่อหน้า<br>สถานที่ วัดธรรมกิตติวงศ์ กรุงเทพฯ | “ปัจจัยสำคัญของการผลิตสื่อคือ 1. การนำเสนอด้วยรูปภาพ และเนื้อหาอ่านง่ายสั้น ๆ กระชับรัด 2. เนื้อหา การจัดวางข้อความและฟอนต์ที่ใช้สำคัญมากในการดึงสายตา ถือเป็นจิตวิทยาของการดึงอารมณ์ของผู้ชมโพสต์ 3. ความคุ้นเคย ปฏิเสธไม่ได้ว่า เพื่อนที่แอดเป็นเพื่อนของเฟซบุ๊กแล้วจะมีอิทธิพลต่อเพื่อนของตนที่แม้ยังไม่ได้เป็นเพื่อนของเฟซบุ๊กของวัดก็จะแอดเป็นเพื่อนของเฟซบุ๊กวัดตามกัน”                                     |
| คนที่ 2 | เพศหญิง อายุ 39 ปี<br>อาศัยอยู่เมือง Karlovy Vary<br>อาชีพ เจ้าของกิจการร้านอาหารไทย ร้านของชำและร้านนวดไทย<br>วันที่สัมภาษณ์ วันที่ 22 สิงหาคม 2565<br>สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชันซูม  | “หัวข้อความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแรงงานและวีซ่าทำงาน รูปแบบการนำเสนอให้ทำเป็นวิดีโอได้กลุ่มวัยทำงาน ทำเป็นคลิปวิดีโอสั้น ๆ ผ่านทางเฟซบุ๊ก ดึงดูดรูปแบบสนุกสนานขึ้นไม่ต้องอ่านเยอะ สามารถจดจำได้มากกว่า”<br>“มีคนไทยที่ไม่ถนัด ไม่มีความรู้เข้าถึงสื่อได้ และได้รับการขอความช่วยเหลือจากคนไทยด้วย”   |
| คนที่ 3 | เพศหญิง อายุ 39 ปี<br>อาศัยที่กรุงเทพฯ<br>อาชีพ พนักงานบริษัท<br>วันที่สัมภาษณ์ วันที่ 22 สิงหาคม 2565<br>สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์   | “ชอบติดตามเทคโนโลยีและเรียนรู้วิธีใช้ด้วยตนเอง”<br>“ไม่ค่อยได้ติดตามเฟซบุ๊ก เนื่องจากใช้เฟซบุ๊กน้อยลง และใช้การค้นหาข้อมูลตามกลุ่มในเฟซบุ๊กมากกว่า ส่วนข่าวประชาสัมพันธ์และสื่อต่าง ๆ ของสถานทูตฯ จะได้รับทราบจากเพื่อนแบบปากต่อปาก แต่หากต้องการข้อมูลใดเป็นพิเศษก็จะเข้าไปหาข้อมูลโดยตรงจากเฟซบุ๊กของสถานทูตฯ แต่เพื่อนๆ ก็จะติดตามเฟซบุ๊กสถานทูตฯ เป็นประจำปกติหากเป็นเฟซบุ๊กสถานทูตฯ หรือวัดไทยจะเข้าไปติดตาม |

|         | ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์   | สรุปเนื้อหาเบื้องต้นของการสัมภาษณ์ที่สำคัญ  |
|---------|--|---|
|         |  | ประมาณเดือนละครึ่ง หรือสองเดือนครึ่ง<br>เนื่องจากไม่มีเวลา (ลูกเล็กและเรียนออนไลน์)”  |
| คนที่ 4 | เพศหญิง อายุ 42 ปี<br>อาศัยที่กรุงเทพฯ<br>อาชีพ เจ้าหน้าที่การตลาด (เจ้าหน้าที่<br>ท้องถิ่น) สำนักงาน ททท. กรุงเทพฯ<br>วันที่สัมภาษณ์ วันที่ 23 สิงหาคม 2565<br>สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชันซูม | “ปัจจัยความสำเร็จคือ ต้องดูว่า<br>1. กลุ่มเป้าหมาย คือใคร ต้องการอะไร และ<br>2. สิ่งที่เราต้องการนำเสนอให้เขาทำอะไร เช่น<br>คนเช็กต้องการไปทะเล เราก็ต้องดูว่ามีทะเลที่<br>ไหนสามารถแนะนำได้ เป็นการรู้เขาและรู้เรามี<br>การใช้มาตรการการตลาดเพื่อกระตุ้นความสนใจ<br>โดยใช้เกมส์แจกของรางวัล และการ boost<br>โพสต์ด้วยการลง ads บ้าง<br>เพื่อสร้างการรับรู้ สำหรับแนวทางการนำเสนอ<br>โดยที่ ททท.จะส่งเสริม travel destination<br>จึงเน้นนำเสนอภาพสวย และแทนที่จะอัด<br>content เยอะเกินไป ซึ่งแทนที่จะดึงดูดความ<br>สนใจกลับทำให้น่าเบื่อ ไม่อยากไปท่องเที่ยวได้”<br>“การนำวิดีโอยาว ๆ มาปรับให้สั้นกระชับขึ้น<br>และนำเสนอผ่านติกต็อกจะสามารถเรียก<br>ความสนใจได้ดีกว่า” |
| คนที่ 5 | เพศหญิง อายุ 51 ปี<br>อาศัยที่เมือง Karlovy Vary<br>อาชีพ เจ้าของกิจการร้านนวดไทย<br>วันที่สัมภาษณ์ วันที่ 23 สิงหาคม 2565<br>สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์                                  | “ทุกอย่างที่สถานทูตฯ ทำมา ณ ตอนนี ดีมาก<br>เป็นการส่งเสริมให้ประชาชนไทยที่นี้รับทราบ<br>ข่าวสารข้อมูล ตรงนี้ ดีมากเลย ถ้าทำให้เข้าถึง<br>ได้ง่ายก็ควรเป็นเฟซบุ๊กในรูปแบบคลิปวิดีโอสั้น<br>พอมีคนสนใจมากขึ้นก็สามารถทำเพิ่มขึ้นได้”<br>“ขอขอบพระคุณสถานทูตฯ ที่ให้ความ<br>ช่วยเหลือคนไทยอย่างจริงจังและจริงจังมาก<br>ขอขอบคุณอย่างทราบบ้างจากใจ”   |
| คนที่ 6 | เพศชาย อายุ 31 ปี<br>อาศัยที่กรุงเทพฯ<br>อาชีพ พนักงานบริษัท   | “มีความพึงพอใจต่อสื่อฯ เพราะได้เห็นถึง<br>ความเป็นกันเองของสถานทูตฯ ที่มีต่อคนไทย<br>ดูไม่ห่างเหินกัน แต่อยากให้ Active มากกว่านี้<br>ในส่วนของกิจกรรมกับคนไทย”   |

|         | ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์  | สรุปเนื้อหาเบื้องต้นของการสัมภาษณ์ที่สำคัญ  |
|---------|---|---|
|         | วันที่ให้สัมภาษณ์ วันที่ 23 สิงหาคม 2565<br>สัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์   | “การนำเสนอมีความเห็นว่าเป็นรูปภาพ และมีข้อความสั้นๆ ให้น่าสนใจ และหากใครสนใจในหัวข้อนั้นๆ ก็สามารถเข้าไปกดอ่านเพิ่มเติมได้”<br>“อยากให้จัดหัวข้อเรื่องกฎหมายแรงงานให้มากขึ้น หรือนำผู้ที่มีประสบการณ์ถูกเอาเปรียบจากนายจ้าง มาพูดคุยเป็น case study ว่าได้แก้ปัญหาอย่างไร”  |
| คนที่ 7 | เพศหญิง อายุ 44 ปี<br>อาศัยที่เมือง Ceske Budejovice<br>อาชีพ พนักงานนวดไทย<br>วันที่สัมภาษณ์ วันที่ 24 สิงหาคม 2565<br>สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ | “ส่วนมากทำงานไม่ค่อยมีเวลา เริ่มทำงาน 10 โมง เลิกงาน 4 ทุ่ม แต่ถ้าเห็นเป็นสื่อๆ ของสถานทูตฯ ก็จะเข้าไปดูว่ามีข่าวสารใด”<br>“ขอเสนอหัวข้อกฎหมายแรงงานและสัญญาจ้าง เพราะไม่มีความรู้พื้นฐาน โดยหลักๆ ก็อิงกับสัญญาจ้าง ชอบคลิปวิดีโอสั้น ๆ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ชอบอ่านข้อความยาว ๆ”   |
| คนที่ 8 | เพศหญิง อายุ 40 ปี<br>อาศัยที่กรุงปราก<br>อาชีพ แม่บ้าน<br>วันที่สัมภาษณ์ วันที่ 24 สิงหาคม 2565<br>สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์                     | “มีประสบการณ์คนไทยหลายคนไม่เข้าใจข้อความที่ปรากฏในสื่อของสถานทูตฯ และบางส่วนก็ไม่สามารถเข้าถึงสื่อฯ ของสถานทูตฯ จึงโทรมาสอบถามจากตน เช่น สถานทูตฯ มีงานวันไหน จัดที่ใด หลายคนก็ได้รับสารมาจากคนอื่นอีกที ซึ่งก็มีรายละเอียดไม่ตรงกัน”<br>“ได้รับสื่อฯ ของสถานทูตฯ แล้ว พอใจมาก ถ้าเต็มร้อยก็ให้ 90% แต่ก่อนสถานทูตฯ ยังไม่เคยจัดทำคลิปวิดีโอสื่อเรียนรู้ ล่าสุด เป็นสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ ในหัวข้อที่น่าสนใจ ซึ่งได้ดูครบเกือบหมดทุกตอน”<br>“คนไทยบางกลุ่มที่ได้รับชมสื่อดิจิทัลของสถานทูตฯ ดูเหมือนจะไม่เข้าใจในเนื้อหา และจะมาสอบถามเพื่อน ๆ ต่อ” |



|          | ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์  | สรุปเนื้อหาเบื้องต้นของการสัมภาษณ์ที่สำคัญ   |
|----------|---|--|
| คนที่ 9  | เพศหญิง อายุ 26 ปี<br>อาศัยที่กรุงปราก<br>อาชีพ พนักงานบริษัท<br>วันที่ให้สัมภาษณ์ วันที่ 24 สิงหาคม 2565<br>สัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์  | “คาดหวังให้สื่อฯ ต่าง ๆ ให้คัดกรองความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวให้มากขึ้น เนื่องจากในสมัยนี้มี Fake news มากมาย ผู้เสพข่าวจึงควรมีวิเคราะห์ญาณ”<br>“เห็นควรเชิญชวนกลุ่มคนไทยในเช็กให้ทำกิจกรรมร่วมกัน พบปะกันบ่อยขึ้น”<br>“ควรมีข้อมูลให้คนไทยที่เพิ่งย้ายเข้ามาที่เช็กเกี่ยวกับการเริ่มใช้ชีวิตที่นี่ สำหรับคนไทยดิฉันคิดว่าสื่อฯ ที่เข้าใจง่ายที่สุด ควรเป็นวิดีโอลงในเฟซบุ๊ก เนื่องจากในความคิดเห็นส่วนตัวคนไทยไม่ค่อยชอบอ่านหนังสือ” |
| คนที่ 10 | เพศหญิง อายุ 38 ปี<br>อาศัยที่เมือง Brno<br>อาชีพ พนักงานนวด<br>วันที่สัมภาษณ์ วันที่ 26 สิงหาคม 2565<br>สัมภาษณ์รายบุคคลแบบต่อหน้า<br>สถานที่ Brno Expat Centre เมือง Brno | “มีประสบการณ์ใช้สื่อเฟซบุ๊กมาเป็นเวลานาน ได้ติดตามเฟซบุ๊กของสถานทูตฯ แทบทุกวัน เห็นว่ามีความหลากหลายและมีประโยชน์มากสำหรับการใช้ชีวิตของคนไทยในเช็ก”<br>“ขอขอบคุณและยกย่องสถานทูตฯ จากใจจริงที่นำเสนอข่าวสารและข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง”   |

**ภาคผนวก ค.**  
**ชุดคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก**

เรื่อง: การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก ในการสนับสนุนงานคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์คนไทยในต่างประเทศ : กรณีศึกษาการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแรงงานไทยในสาธารณรัฐเช็ก

ผู้วิจัย: นายณัฐพล ทรัพย์สินสุนทร อัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก

รายงานการศึกษาส่วนบุคคล (Individual Study) หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 14 ปี 2565

สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ

---

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์:

อาชีพ:

อายุ:

สัมภาษณ์เมื่อ:

สถานที่สัมภาษณ์:

ผู้สัมภาษณ์: นายณัฐพล ทรัพย์สินสุนทร

### เกริ่นนำ

ในงานศึกษาเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก ในการสนับสนุนงานคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์คนไทยในต่างประเทศ : กรณีศึกษาการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแรงงานไทยในสาธารณรัฐเช็ก ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเอกสาร แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้กรอบแนวคิดการวิจัยและแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความหลากหลายของแรงงานไทยที่พำนักในเช็กที่อาจเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคหรือส่งเสริมต่อความสนใจและ/หรือความสามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในฐานะที่ท่านมีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะแนวทางหรือองค์ประกอบใดบ้างที่ทำให้เกิดการพัฒนากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ข้าพเจ้าจึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์ดังรายการต่อไปนี้

### คำถาม

1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของท่าน (เช่น Facebook, line, Tik Tok ฯลฯ)
  - 1.1 ปัจจุบันท่านได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ใดบ้าง และใช้มาเป็นเวลานานเท่าใด มีความถนัดใช้สื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้อย่างไร
  - 1.2 ท่านมีอุปสรรคในการใช้สื่อต่าง ๆ หรือไม่
  - 1.3 ท่านเห็นประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์หรือไม่ อย่างไร และมีความคาดหวังต่อการรับรู้สื่อฯ มากน้อยเพียงใด อย่างไร
2. การรับรู้เกี่ยวกับสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และประชาสัมพันธ์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ
  - 2.1 ปัจจุบันท่านได้ติดตามข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ หรือไม่ บ่อยครั้งแค่ไหน อย่างไร?
  - 2.2 (หากติดตาม) ท่านได้ติดตามข้อมูลข่าวสารประเภทใด ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เช่น สัมมนาเกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน การสอนภาษาเช็ก วิธีการนวดแผนไทยด้วยตนเองที่บ้าน วิธีสร้างสุขในยุค New normal เป็นต้น และท่านมีความพึงพอใจกับสื่อฯ ดังกล่าวอย่างไร?
  - 2.3 ท่านคิดว่า อะไรคือจุดเด่นหรือจุดด้อยของการนำเสนอสื่อดิจิทัลดังกล่าว
  - 2.4 (หากไม่ได้ติดตาม) ท่านมีอุปสรรคหรือข้อจำกัดใดที่ทำให้ไม่สามารถติดตามการนำเสนอสื่อดิจิทัลดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร?
3. ท่านประสงค์ให้สถานเอกอัครราชทูตฯ จัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ในหัวข้อใดเป็นพิเศษ และควรเป็นการนำเสนอในรูปแบบใด เพื่อให้เกิดการเข้าใจและเข้าถึงง่าย? และผ่านช่องทางใดบ้าง?
4. ท่านมีข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมอะไรบ้างที่ประสงค์ให้สถานเอกอัครราชทูตฯ ทำสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้สำหรับแรงงานไทยในเช็กอย่างไร?

## ภาคผนวก ง.

ตัวอย่างสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ที่สำคัญของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก



### เทคนิคการจัดการความเครียด ในยุค New Normal

39 views Sep 11, 2021 Online workshops ตามได้หัวข้อหลัก "ความสงบของจิตใจและการผ่อนคลาย"

All Listenable Recently uploaded Watched



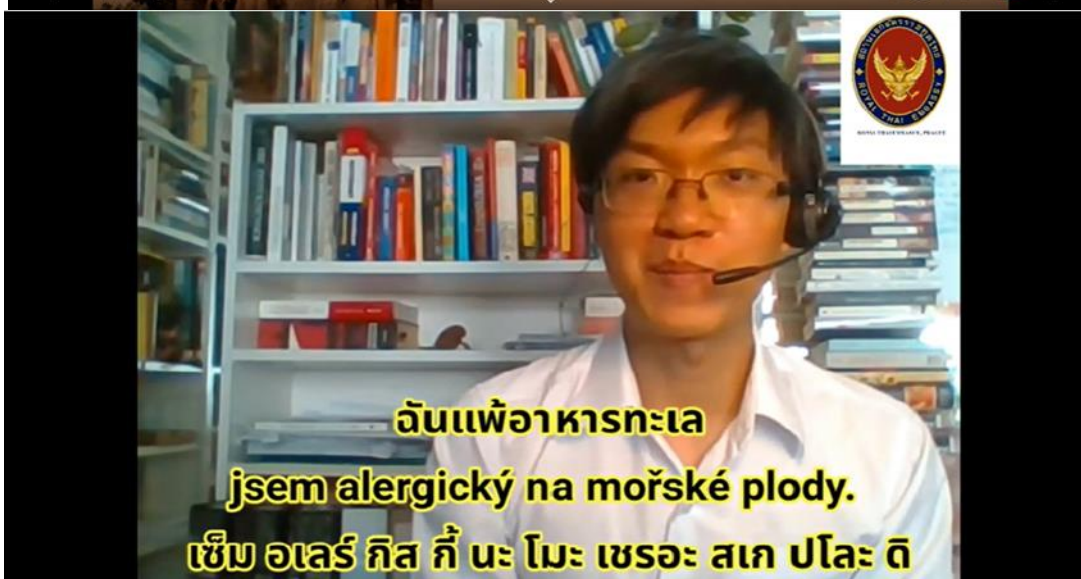
#การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย #AmazingThailand  
การนวดแผนไทยด้วยตนเองที่บ้าน



#การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย #AmazingThailand  
การฝึกสมาธิโดยศาสตร์แห่งทิเบต (Tibetan Singing Bowl)

61 views Oct 4, 2021 การฝึกสมาธิโดยศาสตร์แห่งทิเบต (Tibetan Singing Bowl)

การสัมมนาออนไลน์ภายใต้หัวข้อ “การพัฒนาสุขภาพจิตและการใช้ชีวิตในช่วงสถานการณ์โควิด-19” ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ และนำกลับมาฉายซ้ำผ่านช่องทางยูทูป Royal Thai Embassy Prague โดยแบ่งเป็น 4 ตอน และมีผู้ติดตามรับชมเฉลี่ยตอนละ 66 ครั้ง โดยตอนที่มิผู้เข้ารับชมสูงสุดมีจำนวน 112 ครั้ง ซึ่งเป็นตอนที่เกี่ยวกับการนวดแผนไทยด้วยตนเองที่บ้าน (สถานะ ณ วันที่ 9 กันยายน 2565)



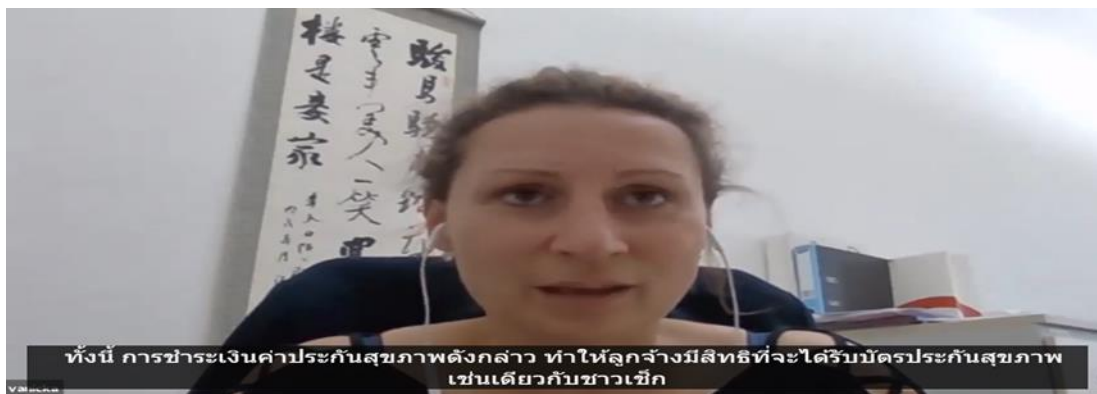
[เช็คก่อนเช็ก](#)

### เช็คก่อนเช็ก EP. 7 : การสั่งอาหาร

576 views Jul 17, 2021 [เช็คก่อนเช็ก](#)

รายการสอนภาษาเช็ก จัดขึ้นโดยสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก สำหรับคนไทยที่พำนักอาศัยในส...[more](#)

รายการเช็คก่อนเช็ก รายการสอนภาษาเช็กสำหรับคนไทย ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กและเผยแพร่ผ่านช่องทางยูทูบ (Royal Thai Embassy Prague) มีจำนวน 15 ตอน รายการนี้ได้สร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญการเรียนรู้ภาษาเช็กในชีวิตประจำวันในหมู่คนไทยที่พำนักในเช็ก โดยรายการได้รับการตอบรับอย่างดีจากชุมชน ได้รับความนิยม และมีผู้ติดตามรับชม เป็นจำนวนมาก เฉลี่ยตอนละ 800 ครั้ง โดยตอนที่มิผู้เข้ารับชมสูงสุดมีมากถึง 3,400 ครั้ง (สถานะ ณ วันที่ 9 กันยายน 2565) และยังมีจำนวนผู้เข้ารับชมรายการมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง



ทั้งนี้ การชำระเงินค่าประกันสุขภาพดังกล่าว ทำให้ลูกจ้างมีสิทธิที่จะได้รับบัตรประกันสุขภาพเช่นเดียวกับชาวเช็ก

**สวัสดิการอะไรที่ลูกจ้างต่างชาติจะได้รับเมื่อจ่ายค่าประกันสุขภาพและประกันสังคมทุกเดือน**

Unlisted

60 views Aug 11, 2021 ข้อคิดและเกร็ดความรู้ที่ได้จากการสัมมนาออนไลน์ภายใต้หัวข้อ "ความรู้เบื้องต้น



**ข้อคิดจากการสัมมนาออนไลน์ภายใต้หัวข้อ "ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงานเช็ก"**

Unlisted

28 views Aug 16, 2021

นายจ้างนำเอกสารสัญญาจ้างที่นายจ้างและลูกจ้างได้ลงนามและผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของทางการเช็กแล้ว มาทำการรับรองเอกสารที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ก่อนส่งมอบให้ลูกจ้างเพื่อนำเอกสารที่ได้รับการรับรองพร้อมเอกสารประกอบไปติดต่อกรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงานของไทย เพื่อดำเนินเรื่องการแจ้งการเดินทางไปทำงานในต่างประเทศก่อนการเดินทางต่อไป"

**ข้อคิดจากการสัมมนาออนไลน์ภายใต้หัวข้อ "ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงานเช็ก"**

Unlisted

28 views Aug 16, 2021

การสัมมนาออนไลน์ภายใต้หัวข้อ "ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงานเช็ก" และการตอบคำถามจากผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ โดยทนายความท้องถิ่นของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยตัดแบ่งออกเป็นตอนสั้น ๆ จำนวน 5 ตอน เผยแพร่ผ่านช่องทางยูทูบ (Royal Thai Embassy Prague) มีผู้ติดตามรับชมเฉลี่ยตอนละ 41 ครั้ง โดยตอนที่ผู้เข้ารับชมสูงสุดมีจำนวน 73 ครั้ง (สถานะ ณ วันที่ 9 กันยายน 2565)

## ภาคผนวก จ.

โปรแกรมที่ใช้งานดูแลและจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์และเพื่อการเรียนรู้  
ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก

| ลำดับ | ชื่อโปรแกรม                  | ผ่านระบบ                                 | หมายเหตุ  |
|-------|------------------------------|--|---|
| 1.    | Photoshop                    | คอมพิวเตอร์                              | ใช้ผลิตสื่อ Infographic และจัดทำภาพข่าวประชาสัมพันธ์ รวมทั้งสื่อฯ เพื่อการเรียนรู้  |
| 2.    | Illustrator                  | คอมพิวเตอร์                              | ใช้ผลิตสื่อ Infographic และสื่อฯ เพื่อการเรียนรู้   |
| 3.    | แอปพลิเคชัน โอ<br>บิสเพนท์ X | Smart Phone<br>และ Tablet                | ใช้ในการจัดทำภาพข่าวประชาสัมพันธ์<br>ในเวลาที่อยู่ภายนอกสำนักงานและอยู่ที่บ้าน  |
| 4.    | Filmora                      | คอมพิวเตอร์                              | ใช้ผลิตสื่อวิดีโอ และ Motion  |
| 5.    | Premiere Pro                 | คอมพิวเตอร์                              | ใช้ผลิตสื่อวิดีโอ และ Motion  |
| 6.    | Microsoft Word               | คอมพิวเตอร์                              | ใช้ในการเขียนแคปชั่น Content และข่าว<br>ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งสื่อฯ เพื่อการเรียนรู้   |
| 7.    | Microsoft Excel              | คอมพิวเตอร์                              | ใช้ในการตรวจสอบไหม้ไลน์การเผยแพร่งาน<br>ผ่านเฟซบุ๊กของสถานเอกอัครราชทูตฯ  |
| 8.    | Microsoft<br>Powerpoint      | คอมพิวเตอร์                              | ใช้ในการเสนอแผนจัดทำ Content<br>ประจำเดือน  |
| 9.    | แอปพลิเคชันโน้ต              | Smart Phone<br>และ Tablet                | ใช้ในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ในเวลาที่<br>อยู่ภายนอกสำนักงานและอยู่ที่บ้าน  |
| 10.   | Trello                       | คอมพิวเตอร์<br>Smart Phone<br>และ Tablet | ใช้ในการตรวจสอบสถานะและการตามงาน<br>ที่ได้มอบหมาย ว่างานชิ้นนั้นอยู่ที่เจ้าหน้าที่ใด<br>ที่รับผิดชอบ  |
| 11.   | Google Drive                 | คอมพิวเตอร์<br>Smart Phone<br>และ Tablet | ใช้เก็บข้อมูล Content ที่ดำเนินการเผยแพร่<br>เรียบร้อยแล้ว (คลังความรู้เพื่อเสริมสร้าง<br>ความเข้มแข็งของชุมชนไทยในเช็ก<br>“PRG Consular KM”) |
| 12.   | Facebook                     | คอมพิวเตอร์<br>Smart Phone<br>และ Tablet | ใช้เป็นช่องทางการเผยแพร่ Content และ<br>ข่าวประชาสัมพันธ์ รวมทั้งสื่อฯ เพื่อการเรียนรู้   |

| ลำดับ | ชื่อโปรแกรม | ผ่านระบบ                                 | หมายเหตุ  |
|-------|-------------|--|---|
| 13.   | YouTube     | คอมพิวเตอร์<br>Smart Phone<br>และ Tablet | ใช้เป็นช่องทางการเผยแพร่ Content และ<br>ข่าวประชาสัมพันธ์ รวมทั้งสื่อๆ เพื่อการ<br>เรียนรู้ |
| 14.   | Tik Tok     | คอมพิวเตอร์<br>Smart Phone<br>และ Tablet | ใช้เป็นช่องทางการเผยแพร่ Content และ<br>ข่าวประชาสัมพันธ์ รวมทั้งสื่อๆ เพื่อการ<br>เรียนรู้ |



## ประวัติผู้เขียน

|                 |  |
|-----------------|--|
| ชื่อ-สกุล       | นายณัฐพล ทรัพย์สินสุนทร  |
| ประวัติการศึกษา | – รัฐศาสตรบัณฑิต (ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ)<br>เกียรตินิยมอันดับ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย<br>– M.A. in International Studies มหาวิทยาลัย Washington<br>นครซีแอตเทิล สหรัฐอเมริกา   |
| ประวัติการทำงาน | <p>พ.ศ. 2543 Export Sales Executive บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ปิโตรเคมี</p> <p>พ.ศ. 2546 เจ้าหน้าที่การทูต 4 กองเอเชียตะวันออก 4 กรมเอเชียตะวันออก</p> <p>พ.ศ. 2549 เจ้าหน้าที่การทูต 5 กองเอเชียตะวันออก 4 กรมเอเชียตะวันออก</p> <p>พ.ศ. 2551 เลขานุการโท สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล</p> <p>พ.ศ. 2553 เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล</p> <p>พ.ศ. 2555 เจ้าหน้าที่การทูต 6 กองเอเชียตะวันออก 4 กรมเอเชียตะวันออก</p> <p>พ.ศ. 2557 เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเวลลิงตัน</p> <p>พ.ศ. 2558 ที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเวลลิงตัน</p> <p>พ.ศ. 2561 นักการทูตชำนาญการ กองความสัมพันธ์กับคู่เจรจาและองค์กร<br/>ระหว่างประเทศ กรมอาเซียน</p> <p>พ.ศ. 2563 นักการทูตชำนาญการพิเศษ กองความสัมพันธ์กับคู่เจรจาและองค์กร<br/>ระหว่างประเทศ กรมอาเซียน</p> |
| ตำแหน่งปัจจุบัน | อัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก   |