



ผลงานเชิงวิเคราะห์

การวิเคราะห์การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อสนับสนุนการให้บริการวิชาการ
ระดับบัณฑิตศึกษา ของสำนักบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
พ.ศ. 2565 – 2567

นิรุทธิ์ เจริญกิจ
สำนักบัณฑิตศึกษา

ได้รับการสนับสนุนจากสำนักบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประจำปี พ.ศ. 2568

คำนำ

การให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องอาศัยช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ ชัดเจน และสอดคล้องกับพฤติกรรมในการเข้าถึงข้อมูลของผู้รับบริการ รายงานเชิงวิเคราะห์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมและวิเคราะห์บทบาท แนวโน้ม และรูปแบบการใช้งาน ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567 โดยมุ่งศึกษาข้อมูลจากการดำเนินงานจริงของหน่วยงาน เพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันของช่องทางต่าง ๆ ในฐานะ “ระบบบริการเดียวกัน”

การวิเคราะห์ในรายงานฉบับนี้ครอบคลุมช่องทางหลัก ได้แก่ เว็บไซต์ Facebook Fanpage LINE Official Account และโปรชนีย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งอธิบายลักษณะการใช้งาน แนวโน้ม เชิงปริมาณ และบทบาทของแต่ละช่องทางในการสนับสนุนการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ผลการวิเคราะห์ที่ได้จะเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาเชิงการจัดการ และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริหารจัดการ ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา และสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เชนนโยบายในระดับหน่วยงานต่อไป หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้จัดทำขอน้อมรับไว้เพื่อปรับปรุง ในโอกาสต่อไป



นิรุตต์ เจริญกิจ
พฤศจิกายน 2568

สารบัญ

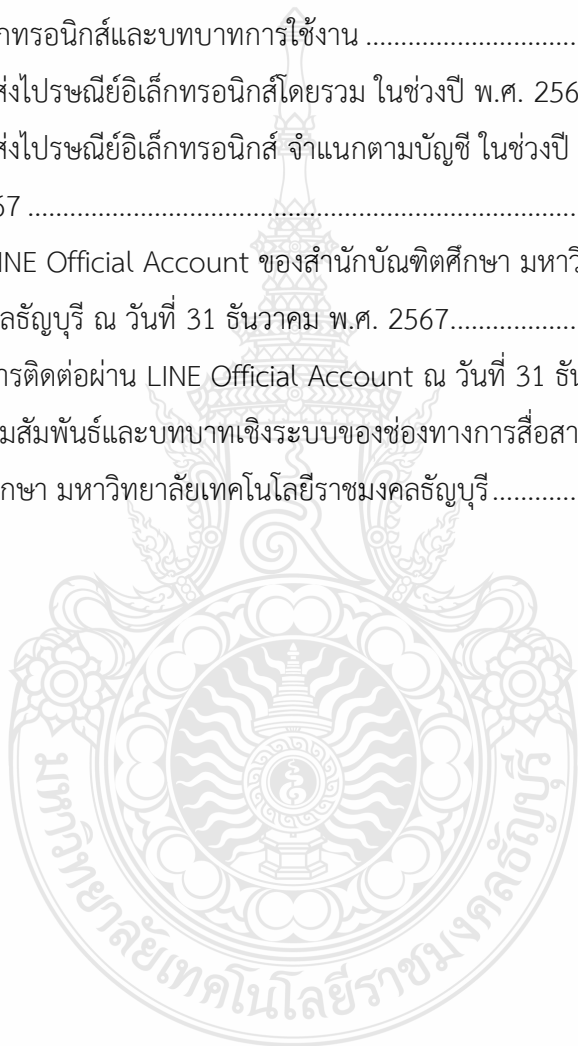
	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและเหตุผลความจำเป็นของการวิเคราะห์	1
1.2 ประเด็นการวิเคราะห์	3
1.3 วัตถุประสงค์	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 ขอบเขตของการวิเคราะห์	4
1.6 คำจำกัดความ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิเคราะห์หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดเรื่องการสื่อสารในองค์กรการศึกษา	7
2.2 แนวคิดเรื่องการเข้าถึงบริการ และพฤติกรรมของผู้รับบริการ	8
2.3 แนวคิดการสื่อสารหลายช่องทางและการสื่อสารแบบบูรณาการทุกช่องทาง (Multi - Channel และ Omnichannel Communication) ในภาครัฐและการศึกษา	10
2.4 แนวคิดการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาการให้บริการ	11
2.5 การสื่อสารผ่านเว็บไซต์หน่วยงานราชการ	12
2.6 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในงานบริการ	14
2.7 การจัดการคำถามซ้ำ และการพัฒนาฐานความรู้ภายใน (Knowledge Base/ FAQ/ Q&A)	17
2.8 เครื่องมือเสริมการสื่อสาร (Infographic Video/ Chatbot)	18
2.9 แนวคิดคุณภาพการสื่อสารและบริการ	20
2.10 มาตรฐานข้อมูลและข้อควรระวัง (PDPA หรือกฎหมายข้อมูลส่วนบุคคล)	22
2.11 ทฤษฎีการเปรียบเทียบ	23
2.12 ผลงานวิเคราะห์/วิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 วิธีการวิเคราะห์	26
3.1 แนวคิดและกรอบการวิเคราะห์	26
3.2 รูปแบบการวิเคราะห์	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 แหล่งข้อมูลและประเภทข้อมูล.....	27
3.4 วิธีการรวบรวมข้อมูล.....	28
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	28
3.6 วิธีการเสนอผลการวิเคราะห์.....	29
3.7 ข้อจำกัดของการวิเคราะห์.....	29
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์.....	30
4.1 ผลการรวบรวมและวิเคราะห์ลักษณะ รูปแบบ และปริมาณการใช้งานช่องทาง การสื่อสารออนไลน์ ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567.....	30
4.2 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มและบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี แต่ละประเภท ในการสนับสนุนการให้บริการวิชาการระดับบัณฑิตศึกษาในเชิงการจัดการ	45
4.3 ผลการวิเคราะห์บทบาทและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในการให้บริการ ทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา	48
บทที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ	51
5.1 สรุปผลการวิเคราะห์.....	51
5.2 ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์	54
5.3 สรุปโดยภาพรวม.....	60
บรรณานุกรม.....	66
ภาคผนวก.....	70
ประวัติผู้วิเคราะห์	75

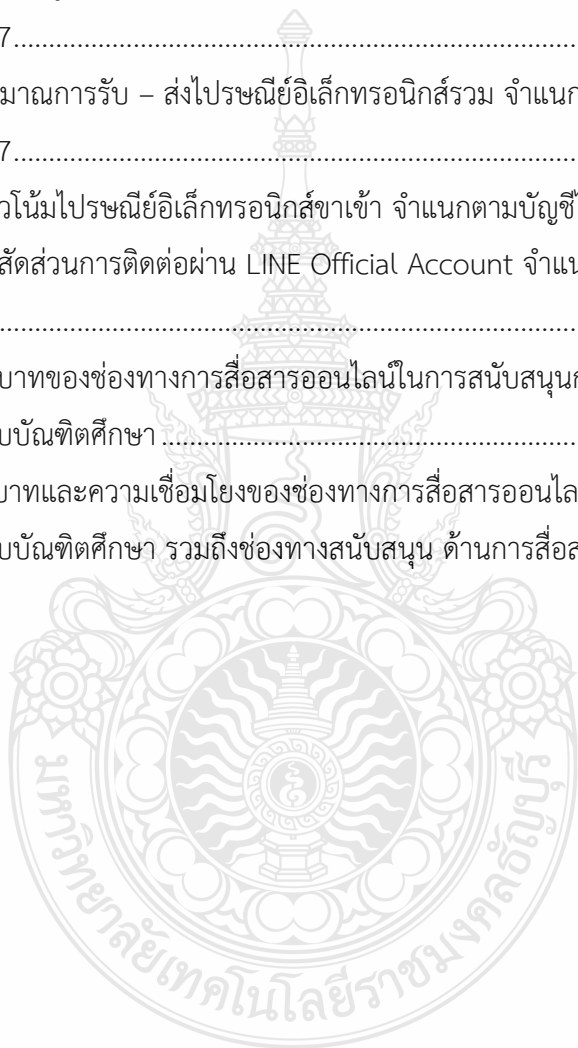
สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ปริมาณการเข้าถึงเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยรวม ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567.....	31
4.2 จำนวนผู้ติดตาม Facebook Fanpage ที่เพิ่มขึ้นรายปี.....	35
4.3 การเปลี่ยนแปลงของจำนวนผู้ติดตาม Facebook Fanpage ที่เพิ่มขึ้นรายปี	36
4.4 บัญชีไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์และบทบาทการใช้งาน	37
4.5 ปริมาณการรับ – ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์โดยรวม ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567	38
4.6 ปริมาณการรับ – ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามบัญชี ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567	39
4.7 จำนวนผู้ติดตาม LINE Official Account ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567.....	41
4.8 ประเภทประเด็นการติดต่อผ่าน LINE Official Account ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567.....	43
4.9 การสังเคราะห์ความสัมพันธ์และบทบาทเชิงระบบของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.....	48



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
4.1 กราฟแท่งแสดงจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th จำแนกตามปี พ.ศ. 2565 – 2567	32
4.2 กราฟเส้นแสดงจำนวนการเปิดหน้าเว็บไซต์ (Page Views) ตามช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567	33
4.3 กราฟแท่งแสดงจำนวนผู้ติดตาม Facebook Fanpage ที่เพิ่มขึ้นรายปี ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567.....	35
4.4 กราฟแท่งแสดงปริมาณการรับ – ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์รวม จำแนกตามปี พ.ศ. 2565 – 2567.....	38
4.5 กราฟเส้นแสดงแนวโน้มไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์เข้า จำแนกตามบัญชีไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	40
4.6 กราฟวงกลมแสดงสัดส่วนการติดต่อผ่าน LINE Official Account จำแนกตามประเภทประเด็น	44
4.7 แผนภาพแสดงบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการสนับสนุนการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา	47
5.1 สรุปโครงสร้างบทบาทและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ในระบบให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา รวมถึงช่องทางสนับสนุน ด้านการสื่อสารรูปแบบใหม่	63



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความจำเป็นของการวิเคราะห์

บริบทของการบริหารจัดการหน่วยงานการศึกษาในยุคดิจิทัล การสื่อสาร และการให้บริการข้อมูลข่าวสารถือเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน คุณภาพการให้บริการ และความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานการศึกษาที่ต้องให้บริการประชาชนผ่านหลายช่องทาง ซึ่งจำเป็นต้องมีการปรับกระบวนการทำงาน ให้สอดคล้องกับบริบทดิจิทัลและการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ในการพัฒนางานบริการ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2564) และข้อมูลเชิงประจักษ์ระดับประเทศสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า สังคมไทยได้ก้าวเข้าสู่บริบทดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2566) รายงานว่า ประชากรไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อดิจิทัลในระดับสูงต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานและบุคลากรภาครัฐ ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตและการติดต่อสื่อสารประจำวัน สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ผู้รับบริการของหน่วยงานการศึกษามีความคาดหวังต่อการเข้าถึงข้อมูลและบริการผ่านช่องทางที่หลากหลาย สะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ในทำนองเดียวกัน สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2566) ชี้ให้เห็นว่าการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ได้กลายเป็นรูปแบบหลักของประชาชนในการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ โดยประชาชนมีแนวโน้มเลือกใช้ช่องทางที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ด้วยตนเอง เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงาน หรือช่องทางสื่อสารสังคมออนไลน์ ควบคู่กับการติดต่อโดยตรงผ่านโทรศัพท์ หรือการเข้ารับบริการ ณ สถานที่ตั้งของหน่วยงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเข้าถึงบริการจากเดิมที่เน้นการติดต่อแบบเผชิญหน้า ไปสู่การใช้ช่องทางดิจิทัลมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การมีช่องทางการสื่อสารหลายรูปแบบ มิได้หมายความว่าหน่วยงานจะสามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพเสมอไป หากขาดการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้งานอย่างเป็นระบบ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2564) ได้เสนอแนวคิดว่าการพัฒนางานบริการภาครัฐจำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลจากการปฏิบัติงานจริง เพื่อให้หน่วยงานสามารถมองเห็นปัญหาเชิงโครงสร้าง แนวโน้มการใช้งานบริการ และพฤติกรรมของผู้รับบริการอย่างรอบด้าน โดยการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์จะช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหารและการปรับปรุงกระบวนการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการอาศัยประสบการณ์เพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม การมีช่องทางการสื่อสารออนไลน์หลายรูปแบบจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการได้จริง ก็ต่อเมื่อหน่วยงานมีการรวบรวม วิเคราะห์ และใช้ประโยชน์จากข้อมูลการใช้งานที่เกิดขึ้นจริงอย่างเป็นระบบ

เมื่อพิจารณาบริบทการดำเนินงานของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จะเห็นได้ว่าการให้บริการวิชาการระดับบัณฑิตศึกษาดำเนินการผ่านหลายช่องทาง ทั้งการติดต่อโดยตรง และการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ การติดต่อทางโทรศัพท์ การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การติดต่อผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และการเข้าถึงข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงาน ซึ่งเป็นประเด็นหลักของรายงานฉบับ โดยแต่ละช่องทางมีบทบาทแตกต่างกันตามลักษณะภารกิจช่วงเวลาการให้บริการ และลักษณะของผู้รับบริการ ทั้งนี้ แนวโน้มการใช้ช่องทางออนไลน์ในการติดต่อรับบริการกับหน่วยงานภาครัฐได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่จัดทำโดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2565) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าประชาชนมีการใช้สื่อดิจิทัลและช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและบริการของหน่วยงานต่าง ๆ มากขึ้น ในขณะเดียวกัน งานศึกษาของ สุวารีย์ วงศ์วัฒนา (2565) ระบุว่า การให้บริการและการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ในบริบทของการศึกษา หากขาดการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลการใช้งานอย่างเป็นระบบ อาจก่อให้เกิดความซ้ำซ้อนในการให้บริการและเพิ่มภาระงานแก่บุคลากรผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้น ในบริบทการดำเนินงานปัจจุบัน ช่องทางออนไลน์จึงมิได้เป็นเพียงช่องทางการสื่อสารทางเลือก หากแต่เป็นช่องทางหลักที่ก่อให้เกิดข้อมูลการใช้งานซึ่งสามารถนำมารวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์เพื่อสนับสนุนการพัฒนางานบริการได้อย่างเป็นระบบ หากหน่วยงานไม่มีการจัดการข้อมูลการใช้งานของช่องทางออนไลน์ดังกล่าวอย่างเหมาะสม อาจไม่สามารถมองเห็นภาพรวมของการเข้าถึงบริการที่แท้จริง ไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรบุคลากรให้สอดคล้องกับภาระงาน และไม่สามารถใช้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการพัฒนางานบริการได้อย่างเต็มศักยภาพ

ดังนั้น ผู้จัดทำรายงานจึงเห็นความจำเป็นในการจัดทำรายงานเชิงวิเคราะห์เรื่อง การวิเคราะห์บทบาทและแนวโน้มการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ระหว่างปี พ.ศ. 2565 – 2567 โดยมุ่งวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่หน่วยงานใช้งานอยู่จริง ได้แก่ เว็บไซต์ของหน่วยงาน สื่อสังคมออนไลน์ และการติดต่อผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อทำความเข้าใจลักษณะการใช้งาน แนวโน้ม และบทบาทของแต่ละช่องทางในการสนับสนุนการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา รายงานฉบับนี้มุ่งวิเคราะห์ข้อมูลการใช้งานที่เกิดขึ้นจริงจากการดำเนินงานของสำนักบัณฑิตศึกษา มิได้มุ่งประเมินความคิดเห็นหรือความพึงพอใจของผู้รับบริการ หากแต่นำการวิเคราะห์แนวโน้มและบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในเชิงระบบ เพื่อสังเคราะห์ข้อค้นพบที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการจัดการช่องทางการสื่อสารและการยกระดับคุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน ทั้งนี้ แนวทางและวิธีการดำเนินการวิเคราะห์ดังกล่าวจะนำเสนอรายละเอียดไว้ในบทที่ 3 ต่อไป

1.2 ประเด็นการวิเคราะห์

รายงานฉบับนี้กำหนดประเด็นการวิเคราะห์ โดยอิงจากลักษณะข้อมูลที่มีอยู่จริงและบริบทการให้บริการของหน่วยงาน ดังนี้

1.2.1 ลักษณะและประเภทของช่องทางการสื่อสารที่สำนักบัณฑิตศึกษาใช้ในการให้บริการผู้รับบริการ

1.2.2 รูปแบบการเข้าถึงบริการของผู้รับบริการผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์แต่ละประเภท

1.2.3 ปริมาณและแนวโน้มการใช้งานช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567

1.2.4 บทบาทและข้อจำกัดของช่องทางการสื่อสารแต่ละประเภทในการสนับสนุนการให้บริการวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา

1.3 วัตถุประสงค์

การจัดทำรายงานเชิงวิเคราะห์ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.3.1 เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ลักษณะ รูปแบบ และปริมาณการใช้งานช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567

1.3.2 เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี แต่ละประเภท ในการสนับสนุนการให้บริการวิชาการระดับบัณฑิตศึกษาในเชิงการจัดการ

1.3.3 เพื่อสังเคราะห์โครงสร้างและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา เพื่อนำไปสู่แนวทางพัฒนาการจัดการช่องทางการสื่อสารของหน่วยงาน

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การจัดทำรายงานเชิงวิเคราะห์ฉบับนี้ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ดังนี้

1.4.1 ทำให้หน่วยงานทราบภาพรวม ลักษณะ และแนวโน้มการใช้งานช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการให้บริการวิชาการระดับบัณฑิตศึกษาอย่างเป็นระบบ

1.4.2 ช่วยสนับสนุนการนำข้อมูลเชิงประจักษ์จากการใช้งานช่องทางออนไลน์ไปใช้ประกอบการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการช่องทางการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ

1.4.3 สนับสนุนการวางแผนและการตัดสินใจเชิงบริหารของหน่วยงานในการจัดสรรทรัพยากร บุคลากร และแนวทางการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างเหมาะสมและมีทิศทาง

1.4.4 ใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงและเอกสารประกอบการพัฒนางานประจำ

1.5 ขอบเขตของการวิเคราะห์

เพื่อให้การวิเคราะห์มีความชัดเจน ครอบคลุมข้อมูลที่มีอยู่จริง ผู้จัดทำรายงานกำหนดขอบเขตของการวิเคราะห์ ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิเคราะห์มุ่งเน้นเฉพาะการให้บริการวิชาการในระดับบัณฑิตศึกษาผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้แก่

1) การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงาน (เช่น LINE Official Account และ Facebook Fanpage)

2) การติดต่อผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

3) การเข้าถึงข้อมูลผ่านเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th

ทั้งนี้ การวิเคราะห์ไม่ครอบคลุมการติดต่อโดยตรง ณ สำนักบัณฑิตศึกษา และการติดต่อทางโทรศัพท์ เนื่องจากช่องทางดังกล่าวมิได้อยู่ในขอบเขตของการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ตามกรอบการวิเคราะห์ของรายงานฉบับนี้

1.5.2 ขอบเขตด้านเวลา

การวิเคราะห์ข้อมูลอยู่ในช่วงระยะเวลา ระหว่างปี พ.ศ. 2565 – 2567

1.5.3 ขอบเขตด้านสถานที่

การวิเคราะห์ดำเนินการภายใต้บริบทของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.5.4 ขอบเขตด้านข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย 1) ข้อมูลสถิติการเข้าถึงเว็บไซต์ของสำนักบัณฑิตศึกษา 2) ข้อมูลสถิติการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงาน 3) ข้อมูลการติดต่อผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และ 4) เอกสารที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ การวิเคราะห์ช่องทางระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ จะดำเนินการตามระดับความครบถ้วนของข้อมูลที่หน่วยงานสามารถรวบรวมได้ ในช่วงเวลาที่ทำกรวิเคราะห์

1.6 คำจำกัดความ

เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลในรายงานเชิงวิเคราะห์ฉบับนี้มีความชัดเจน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับกรอบการวิเคราะห์ที่กำหนดไว้ คำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในรายงานมีความหมายเชิงปฏิบัติการ ดังต่อไปนี้

1.6.1 **ช่องทางการสื่อสารออนไลน์** หมายถึง ระบบหรือสื่อดิจิทัลที่สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การตอบข้อซักถาม และการให้บริการวิชาการระดับบัณฑิตศึกษาแก่ผู้รับบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งครอบคลุมการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การติดต่อผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และการเข้าถึงข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงาน

1.6.2 **สื่อสังคมออนไลน์** หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การแจ้งประกาศ การประชาสัมพันธ์ และการตอบข้อซักถามแก่ผู้รับบริการผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงาน ซึ่งก่อให้เกิดการสื่อสารแบบโต้ตอบและการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว โดยในรายงานงานนี้ ได้แก่

1) **Facebook Fanpage** หมายถึง ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร ประกาศ และข้อมูลด้านการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาแก่ผู้รับบริการในวงกว้าง โดยมีลักษณะเป็นการสื่อสารเชิงประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูลในภาพรวม

2) **LINE Official Account** หมายถึง ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ใช้ในการให้ข้อมูล ตอบข้อซักถาม และให้บริการด้านวิชาการระดับบัณฑิตศึกษาแก่ผู้รับบริการในลักษณะการสื่อสารแบบโต้ตอบโดยตรง ซึ่งสามารถสะท้อนปริมาณและลักษณะการติดต่อของผู้รับบริการได้อย่างชัดเจน

3) **ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์** หมายถึง ช่องทางการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นทางการที่สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ใช้ในการรับ - ส่งข้อมูล เอกสาร และการติดต่อประสานงานด้านวิชาการระดับบัณฑิตศึกษากับผู้รับบริการผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีลักษณะเป็นการสื่อสารที่สามารถจัดเก็บ ตรวจสอบ และอ้างอิงข้อมูลย้อนหลังได้

4) **เว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th** หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ใช้เป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลหลักสูตร ระเบียบ ประกาศ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ด้วยตนเองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

1.6.3 การเข้าถึงบริการผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ หมายถึง กระบวนการที่ผู้รับบริการสามารถรับข้อมูล ติดต่อสอบถาม หรือขอรับบริการวิชาการระดับบัณฑิตศึกษาจากสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่หน่วยงานจัดให้ โดยพิจารณาจากลักษณะ รูปแบบ และความถี่ของการใช้งานช่องทางดังกล่าว

1.6.4 ผู้รับบริการ หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ติดต่อ ใช้งาน หรือเข้ารับบริการจากสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ได้แก่ ผู้สมัครเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา นักศึกษาปัจจุบัน นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา นักศึกษาต่างชาติ บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการกิจด้านบัณฑิตศึกษา



บทที่ 2

เอกสารและงานวิเคราะห์หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์บทบาทและแนวโน้มการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567 โดยรายงานฉบับนี้ดำเนินการในลักษณะ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) อาศัยข้อมูลทุติยภูมิจากการดำเนินงานจริงของหน่วยงานและมุ่งอธิบาย แนวโน้ม บทบาท ความเชื่อมโยงของช่องทาง ทั้งนี้ วิธีการวิเคราะห์ของรายงานมีทั้งการพิจารณาแนวโน้มรายช่วงเวลาและการเปรียบเทียบระหว่างช่องทาง เพื่อสะท้อน “บทบาทต่างกันของแต่ละช่องทาง” และนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงจัดการแบบรายช่องทางที่สอดคล้องกันในภาพรวมระบบบริการ จึงจำเป็นต้องทบทวนแนวคิดด้านการสื่อสารองค์กร การเข้าถึงบริการ การจัดการหลายช่องทาง คุณภาพบริการเชิงการสื่อสาร การใช้ข้อมูลเพื่อการบริหาร รวมถึงมาตรฐาน/จริยธรรมข้อมูล เพื่อใช้เป็นฐานในการตีความผลในบทที่ 4 และสังเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงระบบในบทที่ 5 โดยนำเสนอ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเรื่องการสื่อสารในองค์กรการศึกษา
- 2.2 แนวคิดเรื่องการเข้าถึงบริการ และพฤติกรรมของผู้รับบริการ
- 2.3 แนวคิดการสื่อสารหลายช่องทางและการสื่อสารแบบบูรณาการทุกช่องทาง (Multi - Channel และ Omnichannel Communication) ในภาครัฐและการศึกษา
- 2.4 แนวคิดการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาการให้บริการ
- 2.5 การสื่อสารผ่านเว็บไซต์หน่วยงานราชการ
- 2.6 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในงานบริการ
- 2.7 การจัดการคำถามซ้ำ และการพัฒนาฐานความรู้ภายใน (Knowledge Base/ FAQ/ Q&A)
- 2.8 เครื่องมือเสริมการสื่อสาร (Infographic/ Video/ Chatbot)
- 2.9 แนวคิดคุณภาพการสื่อสารและบริการ
- 2.10 มาตรฐานข้อมูลและข้อควรระวัง (PDPA หรือกฎหมายข้อมูลส่วนบุคคล)
- 2.11 ผลงานวิเคราะห์/วิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่องการสื่อสารในองค์กรการศึกษา

การสื่อสารถือเป็นกลไกสำคัญขององค์กรการศึกษา เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและคุณภาพการให้บริการ โดยเฉพาะหน่วยงานที่มีภารกิจให้บริการผู้รับบริการจำนวนมาก เช่น หน่วยงานด้านบัณฑิตศึกษา ซึ่งต้องสื่อสารข้อมูลที่มีความเป็นทางการและมีผลต่อสิทธิของผู้รับบริการ (เช่น เงื่อนไขการรับสมัคร การลงทะเบียน การดำเนินการวิทยานิพนธ์ และการสำเร็จการศึกษา) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงมีบทบาทในการสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน ลดความล่าช้า ลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล และลดภาระงานที่เกิดจากการตอบคำถามซ้ำหรือแก้ไขข้อมูลย้อนหลัง

ผลการศึกษาของ อติศักดิ์ จันทบัตร และประเสริฐ อินทร์รักษ์ (2567) พบว่า การติดต่อสื่อสารของผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับบรรยากาศองค์การในสถานศึกษา สะท้อนว่า การสื่อสารที่ชัดเจนและเหมาะสมช่วยให้การทำงานเป็นระบบและสนับสนุนประสิทธิภาพ การดำเนินงานได้ นอกจากนี้ กิระลักษณ์ ชุตติกาญจน์กุลศิริ และคณะ (2568) พบว่าสมรรถนะ การสื่อสารภายในองค์กรในมิติด้านช่องทาง เทคโนโลยี ความถี่ และรูปแบบการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญ ข้อค้นพบดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า “ช่องทาง” และ “รูปแบบการสื่อสาร” เป็นปัจจัยเชิงบริหารที่ส่งผลต่อผลลัพธ์การทำงานของหน่วยงานโดยตรง

เมื่อพิจารณาในบริบทการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา การสื่อสาร ของหน่วยงานไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะภายในองค์กรเท่านั้น แต่เกิดขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์หลายรูปแบบ ซึ่งผู้รับบริการมีพฤติกรรมเลือกใช้ช่องทางตามความเร่งด่วนและความสะดวก ดังนั้นการสื่อสาร ในหน่วยงานบริการจึงต้องขยับจากการ “ประกาศข้อมูล” ไปสู่การ “บริหารช่องทางการสื่อสาร” ให้ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดบทบาทของช่องทางหลักและช่องทางสนับสนุน จัดให้มี ข้อมูลมาตรฐานที่สอดคล้องกัน และชี้แนะผู้รับบริการไปยังแหล่งข้อมูลที่ต้องการและเป็นปัจจุบัน เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือของหน่วยงานและลดภาระงานซ้ำซ้อนของบุคลากร ทั้งนี้แนวคิดดังกล่าว สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนางานบริการภาครัฐดิจิทัลที่ให้ความสำคัญกับความถูกต้อง ความเป็น มาตรฐาน และการบริหารจัดการข้อมูล/ช่องทางอย่างมีธรรมาภิบาล (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน), 2566ก)

2.2 แนวคิดเรื่องการเข้าถึงบริการ และพฤติกรรมของผู้รับบริการ

การเข้าถึงบริการ (Service Access) หมายถึงความสามารถของผู้รับบริการในการได้รับ ข้อมูลหรือดำเนินการตามขั้นตอนของบริการที่ต้องการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเหมาะสม ผ่านช่องทางที่หน่วยงานจัดให้ แนวคิดเรื่องการเข้าถึงบริการถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนา คุณภาพการให้บริการภาครัฐยุคใหม่ ซึ่งมุ่งเน้นการออกแบบบริการโดยยึดผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง เพื่อให้ประชาชนสามารถเลือกใช้ช่องทางที่สอดคล้องกับบริบท ความถนัด และข้อจำกัดของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อด้วยตนเอง การติดต่อทางโทรศัพท์ หรือการใช้ช่องทางดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2564)

ในบริบทของสังคมดิจิทัล พฤติกรรมของผู้รับบริการมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน โดยหันมาใช้ช่องทางออนไลน์ในการติดต่อหน่วยงานภาครัฐมากขึ้น และให้ความสำคัญกับช่องทาง ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลและดำเนินการได้ด้วยตนเอง ผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2566) สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ซึ่งเป็นปัจจัย สนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐพัฒนาช่องทางออนไลน์เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลและ

บริการ แนวโน้มดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าผู้รับบริการในยุคปัจจุบันคาดหวังความสะดวก ความรวดเร็ว และความชัดเจนของข้อมูลมากขึ้นกว่าที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตาม การมีช่องทางการให้บริการที่หลากหลายไม่ได้หมายความว่าผู้รับบริการจะสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพเสมอไป หากหน่วยงานขาดการบริหารจัดการช่องทางอย่างเป็นระบบ อาจก่อให้เกิดปัญหาข้อมูลไม่ตรงกัน การตอบสนองล่าช้า หรือการสอบถามซ้ำในหลายช่องทาง ซึ่งส่งผลให้ทั้งผู้รับบริการและเจ้าหน้าที่ต้องแบกรับภาระงานที่เพิ่มขึ้น แนวคิดการพัฒนาบริการภาครัฐสมัยใหม่จึงเน้นว่า “การเข้าถึงบริการ” ไม่ควรวัดจากจำนวนช่องทางที่มีอยู่ แต่ควรวัดจากความสามารถของผู้รับบริการในการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ เข้าใจง่าย และสามารถนำไปดำเนินการต่อได้จริง (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน), 2566ก)

ในบริบทของการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ผู้รับบริการซึ่งส่วนใหญ่เป็นนิสิตนักศึกษายุคดิจิทัล มีพฤติกรรมคุ้นเคยกับการค้นหาข้อมูลและทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์ จึงคาดหวังว่าจะสามารถเข้าถึงบริการของสำนักบัณฑิตศึกษาผ่านช่องทางดิจิทัลได้อย่างสะดวก เช่น การค้นหาประกาศและระเบียบผ่านเว็บไซต์ การสอบถามข้อมูลผ่านช่องทางแชต หรือการติดตามสถานะงานผ่านระบบออนไลน์ งานศึกษาหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่าการอำนวยความสะดวกให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงข้อมูลและดำเนินการเบื้องต้นได้ด้วยตนเองผ่านช่องทางดิจิทัล ช่วยยกระดับประสิทธิภาพผู้ใช้และลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีปริมาณการติดต่อสูง (อิทธิพล จันทรรัตน์กุล และคณะ, 2564)

จากแนวคิดดังกล่าว การเข้าถึงบริการในบริบทงานบัณฑิตศึกษาจึงควรพิจารณาในมิติที่กว้างกว่าการจัดให้มีหลายช่องทาง หากแต่หมายถึงความสามารถของผู้รับบริการในการ “ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและสามารถดำเนินการต่อได้จริง” ภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลา ระยะทาง ความคุ้นเคยกับช่องทาง และความเร่งด่วนของปัญหา การเข้าถึงบริการที่มีประสิทธิภาพจึงสะท้อนผ่านความชัดเจนของข้อมูลต้นทาง การค้นหาข้อมูลได้ง่าย การได้รับการตอบกลับอย่างเหมาะสม และการชี้แนะหรือส่งต่อไปยังช่องทางที่เหมาะสม (Routing) เมื่อผู้รับบริการสามารถเข้าถึงคำตอบที่ถูกต้องได้อย่างรวดเร็ว จะช่วยลดการวนซ้ำของการติดต่อ ลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ในเชิงระบบ และสนับสนุนให้การให้บริการของหน่วยงานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (สุภาวดี ระโยธิ, 2565)

2.3 แนวคิดการสื่อสารหลายช่องทางและการสื่อสารแบบบูรณาการทุกช่องทาง (Multi - Channel และ Omnichannel Communication) ในภาครัฐและการศึกษา

พิษณุ ลากชัยเจริญกิจ และคณะ (2565) กล่าวถึง การสื่อสารหลายช่องทาง (Multi-channel communication) หมายถึง การที่หน่วยงานจัดให้มีช่องทางในการให้ข้อมูลหรือรับเรื่องจากผู้รับบริการมากกว่าหนึ่งช่องทาง เช่น การติดต่อหน้าเคาน์เตอร์ โทรศัพท์ เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ โดยแต่ละช่องทางสามารถทำหน้าที่สื่อสารหรือให้บริการได้โดยอิสระต่อกัน แนวคิดดังกล่าวช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการของผู้รับบริการในกลุ่มที่มีความแตกต่างกันด้านเวลา ความสะดวก และความคุ้นเคยกับช่องทาง อย่างไรก็ตาม การสื่อสารแบบหลายช่องทางในลักษณะนี้ หากขาดการเชื่อมโยงข้อมูลและแนวปฏิบัติร่วมกัน อาจก่อให้เกิดปัญหาความไม่สอดคล้องของข้อมูล และภาระงานซ้ำซ้อนในระยะยาว

ในทางตรงกันข้าม การสื่อสารแบบบูรณาการทุกช่องทาง (Omnichannel communication) เป็นแนวคิดที่พัฒนาต่อยอดจาก Multi - Channel โดยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงทุกช่องทางการสื่อสารให้ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ เพื่อมอบประสบการณ์การรับบริการที่ต่อเนื่อง และเป็นมาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับบริการจะติดต่อผ่านช่องทางใดก็ตาม กล่าวคือ ข้อมูล คำอธิบาย ขั้นตอน และแนวทางปฏิบัติที่ผู้รับบริการได้รับควรมีความสอดคล้องกันในทุกช่องทาง แนวคิด Omnichannel มีจุดเริ่มต้นจากภาคธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกและบริการ แต่ในปัจจุบันได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในภาครัฐและสถาบันการศึกษาเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการและลดความซ้ำซ้อนของกระบวนการงาน

งานวิจัยด้านการตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทาง ของ พิษณุ ลากชัยเจริญกิจ และคณะ (2565) ชี้ให้เห็นว่า องค์ประกอบที่ผู้รับบริการรับรู้ในระดับสูงสุดของการสื่อสารแบบ Omnichannel คือ การเชื่อมโยงช่องทางอย่างเป็นระบบและการส่งมอบประสบการณ์ที่ต่อเนื่องตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ขณะที่การเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้รับบริการเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ช่วยให้องค์กรสามารถออกแบบการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม งานวิจัยดังกล่าวสะท้อนว่า การมีหลายช่องทางเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากขาดการบริหารจัดการเชิงบูรณาการ ก็ไม่สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดี และลดภาระงานขององค์กรได้อย่างแท้จริง

สำหรับบริบทของภาครัฐและการศึกษา การประยุกต์ใช้แนวคิด Omnichannel อาจหมายถึงการกำหนดให้ข้อมูลหลักของหน่วยงานถูกรวบรวมศูนย์อยู่ในแหล่งเดียว และให้ทุกช่องทางทำหน้าที่เชื่อมโยงไปยังข้อมูลมาตรฐานเดียวกัน เช่น เมื่อผู้รับบริการสอบถามข้อมูลผ่าน LINE Official Account เจ้าหน้าที่ที่รับสายโทรศัพท์หรือให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ควรอธิบายข้อมูลในแนวทางเดียวกัน และสามารถอ้างอิงแหล่งข้อมูลเดียวกันได้ แนวคิดนี้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาบริการภาครัฐแบบ “บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว” (One Stop Service) และการบริหารจัดการข้อมูลภาครัฐในยุคดิจิทัล ซึ่งมุ่งลดความซ้ำซ้อนของการทำงานและเพิ่มความสะดวกแก่ประชาชน (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน), 2566ก)

ในทางปฏิบัติ ความแตกต่างระหว่าง Multi - Channel และ Omnichannel สามารถอธิบายได้ว่า Multi - Channel คือการมีหลายช่องทางที่สามารถให้ข้อมูลหรือรับเรื่องได้ แต่ละช่องทางอาจทำงานแยกจากกัน ขณะที่ Omnichannel คือการจัดให้ทุกช่องทางเป็นส่วนหนึ่งของ “ระบบบริการเดียวกัน” โดยมีการกำหนดบทบาทของช่องทางอย่างชัดเจน เช่น การกำหนดช่องทางหลักสำหรับข้อมูลมาตรฐาน และช่องทางเสริมสำหรับการติดต่อเชิงโต้ตอบหรือกรณีเฉพาะราย พร้อมทั้งมีกลไกการขึ้นนำหรือส่งต่อ (Routing) ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน การจัดการในลักษณะนี้จะช่วยลดปัญหาข้อมูลไม่ตรงกัน ลดการสอบถามซ้ำในหลายช่องทาง และลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ในภาพรวม

กล่าวโดยสรุป แนวคิด Omnichannel Communication เป็นกรอบแนวคิดที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารของหน่วยงานบริการทางการศึกษา โดยเฉพาะหน่วยงานที่มีภารกิจซับซ้อนและมีผู้รับบริการจำนวนมาก เช่น สำนักบัณฑิตศึกษา การบริหารช่องทางในเชิงระบบตามแนวคิด Omnichannel จะช่วยให้หน่วยงานสามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกันทุกช่องทาง และเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาแนวทางการสื่อสารและการลดภาระงานเชิงระบบ

2.4 แนวคิดการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาการให้บริการ

การตัดสินใจและพัฒนางานบริการบนพื้นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ (Data - Driven และ Evidence - Based Decision Making) เป็นแนวคิดสำคัญที่ภาครัฐให้ความสำคัญมากขึ้นในยุคดิจิทัล โดยมุ่งใช้ข้อมูลจากการปฏิบัติงานจริงเป็นฐานในการวิเคราะห์ปัญหา แนวโน้ม และผลลัพธ์ของการดำเนินงาน แทนการตัดสินใจจากประสบการณ์หรือดุลยพินิจส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียว สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2564) ได้ระบุว่า การพัฒนางานบริการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยการรวบรวม วิเคราะห์ และใช้ประโยชน์จากข้อมูลการให้บริการ เพื่อให้หน่วยงานสามารถมองเห็นปัญหาเชิงโครงสร้าง เข้าใจพฤติกรรมของผู้รับบริการ และปรับปรุงกระบวนการได้อย่างตรงจุดและโปร่งใส

ในบริบทของการศึกษา การใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์มีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ เช่น การใช้ข้อมูลสถิติการติดต่อขอรับบริการของนักศึกษาในแต่ละประเด็น เพื่อวิเคราะห์จุดอ่อนของกระบวนการ การจัดสรรทรัพยากรบุคคลให้เหมาะสมกับช่วงเวลาที่มีการเรียนสูง หรือการออกแบบสื่อและเครื่องมือสนับสนุนการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับการบริหารงานภาครัฐยุคใหม่ที่เน้นความคุ้มค่า ประสิทธิภาพ และการตอบสนองต่อประชาชนอย่างมีหลักฐานรองรับ

ธนัฐพร กำลังหาญ (2568) ได้ศึกษาการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารสถานศึกษา โดยผลการทบทวนวรรณกรรมชี้ว่า AI และ Big Data มีศักยภาพในการช่วยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก

เพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เช่น การคาดการณ์นักศึกษาที่มีความเสี่ยงไม่สำเร็จการศึกษา การจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ หรือการติดตามประเมินผลการจัดการเรียนการสอนแบบทันเวลา อย่างไรก็ตาม งานวิจัยดังกล่าวยังสะท้อนข้อท้าทายในบริบทการศึกษาไทย ได้แก่ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยี ทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากร ประเด็นด้านจริยธรรมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงข้อจำกัดด้านงบประมาณ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ต้องได้รับการพิจารณาควบคู่กันในการนำแนวคิด Data - Driven ไปใช้จริง

เมื่อพิจารณาในมิติของงานบริการทางการศึกษา โดยเฉพาะงานบริการของหน่วยงานสนับสนุน เช่น สำนักบัณฑิตศึกษา แนวคิดการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดีผ่านกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารและการติดต่อของผู้รับบริการ เช่น ปริมาณการติดต่อในแต่ละช่องทาง ประเภทคำถามที่ถูกสอบถามซ้ำ ช่วงเวลาที่มีภาระงานสูง และรูปแบบปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อย ข้อมูลเหล่านี้สามารถนำไปใช้วางแผนปรับปรุงกระบวนการให้บริการ ลดจุดติดขัด และเตรียมข้อมูลหรือทรัพยากรให้พร้อมล่วงหน้าได้อย่างเป็นระบบ

ในเชิงคุณภาพ งานบริการการศึกษาสะท้อนผ่าน “คุณภาพการสื่อสาร” เป็นสำคัญ โดยเฉพาะความชัดเจน ความสุภาพ ความรวดเร็ว และความสม่ำเสมอของข้อมูล หากการให้ข้อมูลแตกต่างกันตามบุคคลหรือช่องทาง ย่อมก่อให้เกิดต้นทุนเชิงระบบทันที เช่น การสอบถามซ้ำหลายช่องทาง การติดตามเรื่องหลายรอบ การแก้ไขเอกสารย้อนหลัง และความไม่เชื่อมั่นต่อหน่วยงาน ดังนั้น การใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือสนับสนุนการให้บริการ เช่น การจัดทำชุดคำตอบมาตรฐาน (FAQ/ Q&A) สคริปต์การรับสายโทรศัพท์ และการกำหนดแหล่งข้อมูลต้นทางเดียวกันสำหรับทุกช่องทาง จึงเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพบริการในเชิงระบบ มากกว่าการพึ่งพาความสามารถหรือประสบการณ์เฉพาะบุคคลของเจ้าหน้าที่

กล่าวโดยสรุป แนวคิดการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจและพัฒนการให้บริการเป็นกรอบแนวคิดสำคัญที่ช่วยให้หน่วยงานบริการทางการศึกษาสามารถบริหารจัดการงานบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และยั่งยืน โดยข้อมูลไม่ได้ทำหน้าที่เพียงรายงานผลการดำเนินงาน แต่เป็นเครื่องมือในการลดภาระงานซ้ำซ้อน ยกระดับคุณภาพการสื่อสาร และสนับสนุนการออกแบบแนวทางพัฒนาระบบบริการ

2.5 การสื่อสารผ่านเว็บไซต์หน่วยงานราชการ

เว็บไซต์ทางการของหน่วยงานราชการถือเป็นช่องทางสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ระเบียบ ข้อกำหนด และการให้บริการข้อมูลด้วยตนเองแก่ประชาชน ในบริบทของยุคดิจิทัล หน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่ต่างมีเว็บไซต์เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารข้อมูลอย่างเป็นทางการ อย่างไรก็ตาม มาตรฐานและประสิทธิภาพของเว็บไซต์ในแต่ละหน่วยงานยังมีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านโครงสร้างเนื้อหา การออกแบบ และสมรรถนะทางเทคนิค

งานวิจัยของ ปิยะณัฐ พรมสาร (2566) ซึ่งศึกษาประสิทธิภาพเว็บไซต์หน่วยงานประกันคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ โดยประเมินประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience: UX) ผ่านเครื่องมือ Google PageSpeed Insights และวิเคราะห์ปัจจัยด้านการบริหารจัดการเว็บไซต์ พบว่า เว็บไซต์ส่วนใหญ่มีการออกแบบที่รองรับการใช้งานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Responsive Design) และมีการใช้โปรโตคอล HTTPS เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการเชื่อมต่อ สะท้อนว่าหน่วยงานการศึกษาให้ความสำคัญกับมาตรฐานพื้นฐานด้านความปลอดภัยและการเข้าถึงแล้วในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตามงานวิจัยยังชี้ให้เห็นจุดที่ควรปรับปรุงอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ความเร็วในการโหลดข้อมูลขนาดใหญ่และความเสถียรขององค์ประกอบหน้าเว็บระหว่างการแสดงผล ซึ่งส่งผลต่อประสบการณ์การใช้งานของผู้รับบริการโดยตรง

จากแนวคิดดังกล่าว การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ที่มีคุณภาพจำเป็นต้องพิจารณาทั้งสองมิติ ได้แก่ มิติด้านเนื้อหา และมิติด้านประสิทธิภาพทางเทคนิค ในด้านเนื้อหา เว็บไซต์ควรมีการอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ มีความถูกต้อง ชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และจัดหมวดหมู่ข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ค้นหาได้สะดวก ขณะที่ด้านเทคนิค เว็บไซต์ควรสามารถโหลดได้รวดเร็ว รองรับการใช้งานบนอุปกรณ์หลากหลายประเภท และมีความปลอดภัยในการเชื่อมต่อ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างราบรื่นและไม่เกิดอุปสรรคในการใช้งาน

นอกจากนี้ การวิเคราะห์การใช้งานเว็บไซต์ (Web Analytics) ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเว็บไซต์หน่วยงานให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้ดียิ่งขึ้น สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (2566ก) ได้กำหนดแนวทางมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ โดยระบุว่าหน่วยงานควรจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลการใช้งานเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการปรับปรุงการให้บริการ ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ ได้แก่ จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์และหน้าเพจวิว ระยะเวลาที่ใช้บนหน้าเว็บ อัตราการตีกลับ (Bounce Rate) คำค้นหาภายในเว็บไซต์ และช่วงเวลาที่มีการใช้งานสูง ข้อมูลเหล่านี้สามารถสะท้อนทั้งความสนใจของผู้ใช้และจุดที่ผู้รับบริการอาจประสบปัญหาในการค้นหาข้อมูล

ในบริบทงานบริการการศึกษา เว็บไซต์หน่วยงานควรถูกกำหนดบทบาทเป็น “แหล่งข้อมูลมาตรฐาน” (Single Source of Truth) ขององค์กร โดยทำหน้าที่รวบรวมประกาศ ระเบียบ ขั้นตอนการดำเนินงาน และเอกสารที่เกี่ยวข้องไว้ในจุดเดียวที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับและอัปเดตได้ทันเวลา การมีจำนวนผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์สูงจึงไม่ควรถูกตีความว่าเป็นผลลัพธ์เชิงบวกหรือเชิงลบโดยลำพัง หากแต่ต้องพิจารณาร่วมกับพฤติกรรมการใช้งาน เช่น หน้าที่ถูกเข้าชมมากที่สุด คำค้นหาที่ใช้พิมพ์ และช่วงเวลาที่มีการใช้งานหนาแน่น เพื่อทำความเข้าใจว่าผู้รับบริการกำลัง “ต้องการข้อมูลใด” หรือ “ไม่สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้จากโครงสร้างเดิม”

เมื่อเว็บไซต์สามารถทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลมาตรฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่องทางการสื่อสารแบบโต้ตอบ เช่น LINE Official Account Facebook หรือโทรศัพท์ จะเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นช่องทางที่ต้องอธิบายข้อมูลทั้งหมด มาเป็นช่องทางสำหรับการชี้นำไปยังข้อมูลต้นทางและการแก้ไขปัญหาเฉพาะรายที่มีความซับซ้อนมากขึ้น แนวทางดังกล่าวช่วยลดการตอบคำถามซ้ำลดภาระงานเชิงระบบของเจ้าหน้าที่ และทำให้การให้บริการในทุกช่องทางมีความสอดคล้องกันมากขึ้น ทั้งนี้ การใช้ Web Analytics ในลักษณะงานบริการจึงไม่ใช่เพียงการวัดปริมาณการเข้าชม แต่เป็นการใช้ข้อมูลเพื่อปรับโครงสร้างเมนู เนื้อหา FAQ และไฟล์ดาวน์โหลดให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน), 2566)

กล่าวโดยสรุป เว็บไซต์หน่วยงานราชการในงานบริการการศึกษาควรทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางข้อมูลที่เชื่อถือได้และเข้าถึงง่าย ควบคู่กับการใช้ข้อมูลการใช้งานจริงมาวิเคราะห์และปรับปรุงเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการให้บริการเชิงระบบ และเป็นฐานสำคัญในการเชื่อมโยงการสื่อสารในทุกช่องทางของหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2.6 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในงานบริการ

สื่อสังคมออนไลน์ กลายเป็นช่องทางการสื่อสารที่หน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษานิยมใช้ในการประชาสัมพันธ์และให้บริการข้อมูลเนื่องจากเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางและทันการณ์ งานวิจัยเชิงคุณภาพโดย อธิธิพล จันทรรัตน์กุล และคณะ (2564) สรุปบทบาทหลัก ๆ ที่หน่วยงานภาครัฐใช้สื่อสังคมออนไลน์ไว้ 6 ประการ ได้แก่ (1) การประชาสัมพันธ์ – ใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและชี้แจงแก้ไขความเข้าใจผิดของประชาชนได้สะดวก (2) การสนับสนุนการดำเนินงานตามภารกิจ – ทำให้การติดต่อประสานงานทั้งภายในหน่วยงานและระหว่างเจ้าหน้าที่กับประชาชนง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น ลดขั้นตอนการทำงานและค่าใช้จ่าย (3) การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร – เพราะการตอบสนองผ่านออนไลน์รวดเร็ว ทำให้ประชาชนรู้สึกได้รับบริการที่ดี ทันสมัย ส่งผลบวกต่อภาพลักษณ์หน่วยงาน (4) การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม – เพิ่มช่องทางให้ประชาชนสื่อสารความคิดเห็นหรือแจ้งปัญหาแก่หน่วยงานได้โดยตรง ส่งเสริมความร่วมมือ (5) การให้บริการประชาชน – อำนวยความสะดวกให้ประชาชนทำธุรกรรมหรือขอรับบริการต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น (เช่น แจ้งเรื่องร้องเรียนผ่านเฟซบุ๊กแชนเจลหมาย) ลดภาระเอกสาร และ (6) การสนับสนุนการประกอบอาชีพ/ธุรกิจ – เช่น หน่วยงานให้ข้อมูลคำแนะนำผ่านเพจแก่ผู้ประกอบการในการขออนุมัติอนุญาตต่าง ๆ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าสื่อออนไลน์ช่วยยกระดับทั้งด้านการสื่อสารข้อมูลและการบริการเชิงรุกให้หน่วยงานภาครัฐสามารถเข้าถึงและตอบสนองประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

สำหรับสถาบันการศึกษา การใช้ Facebook Fanpage ของคณะหรือสำนักต่าง ๆ เป็นไปอย่างแพร่หลายในการประชาสัมพันธ์ข่าวประกาศ วิชาที่เปิดสอน กิจกรรม และตอบคำถามทั่วไปของนิสิต นักศึกษา หรือผู้สนใจสมัครเรียน งานบริการนักศึกษาหลายอย่างสามารถทำผ่านเพจ

ได้อย่างรวดเร็ว เช่น การตอบข้อซักถามกำหนดการลงทะเบียน การแจ้งกำหนดรับเอกสารปริญญาบัตร เป็นต้น ส่วน LINE Official Account ก็ได้รับความนิยมสูงในประเทศไทย เนื่องจาก LINE เป็นแอปพลิเคชันที่คนไทยใช้งานเป็นประจำทุกวัน สุภาวดี ระโยธิ (2565) ได้ศึกษาการพัฒนา LINE OA ของสำนักงานการปฏิรูปที่ดินฯ ในช่วงสถานการณ์โควิด และตั้งข้อสังเกตว่าการที่หน่วยงานภาครัฐเลือกใช้ LINE ในการให้บริการประชาชนก็เพราะ ประชาชนคุ้นชินกับแพลตฟอร์มนี้อยู่แล้ว ใช้งานง่าย และสะดวก จึงตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนไทยอย่างแท้จริงในการเข้าถึงบริการ ทั้งนี้ ณ ปี 2565 ประเทศไทยมีบัญชีผู้ใช้ LINE มากกว่า 50 ล้านบัญชี ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ และสะท้อนว่า LINE เป็นช่องทางที่ภาครัฐสามารถใช้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ยิ่งไปกว่านั้น LINE OA ยังมีฟีเจอร์ที่เป็นประโยชน์ต่อการให้บริการ เช่น ส่งข้อความ Broadcast หาผู้ติดตามทั้งหมดได้ มี Rich Menu ให้ผู้ใช้เลือกหัวข้อบริการที่สนใจ สามารถผูกกับระบบแชทบอท เพื่อตอบคำถามอัตโนมัติ เป็นต้น

งานวิจัยเกี่ยวกับ TikTok ของภาครัฐ โดย สุชญ์สินี จันดี (2567) ศึกษา TikTok ของ กระทรวงยุติธรรม โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างผู้ติดตาม 400 คน และรายงานว่าการกลุ่มตัวอย่างมี “ความผูกพัน” ต่อช่องในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะมิติด้านความรู้สึก รองลงมาคือ ความคิดและการกระทำ ที่สำคัญ ผลทดสอบสมมติฐานพบว่า “ความบ่อยครั้งในการเปิดดู” และ “จำนวนเวลาในการใช้” มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อช่อง TikTok ของหน่วยงาน ในขณะที่ “ระยะเวลาที่ติดตามช่อง” ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ บทเรียนเชิงบริการจากงานนี้คือ การทำให้ผู้รับบริการ “กลับมาเปิดดูบ่อย” และ “ใช้เวลาในคอนเทนต์” มีแนวโน้มสัมพันธ์กับความผูกพัน/การมีส่วนร่วมมากกว่าการมุ่งเพิ่มยอดผู้ติดตามเพียงอย่างเดียว สำหรับงานของ กรรข ชันธบุญ (2567) วิเคราะห์การใช้ TikTok ของ เทศบาลเมืองทุ่งสง และสะท้อน “ข้อผิดพลาดเชิงการออกแบบสื่อ” ที่พบได้บ่อยในหน่วยงานรัฐ คือการนำวิดีโอจาก YouTube มาตัดต่อเป็น TikTok โดยไม่ได้วางแผนสำหรับแพลตฟอร์มโดยตรง จนเกิดปัญหาเชิงรูปแบบ เช่น การแปลงวิดีโอแนวนอนเป็นแนวตั้งทำให้ภาพไม่เต็มเฟรม มุมมองไม่เหมาะสม และเนื้อหาไม่เข้ากับธรรมชาติของคลิป TikTok สุดท้ายกลายเป็นเพียง “ฉายคลิปซ้ำจากยูทูป” เปลี่ยนแค่แพลตฟอร์ม งานนี้จึงสนับสนุนข้อสรุปเชิงปฏิบัติว่า หน่วยงานต้อง “ออกแบบเนื้อหาให้เหมาะกับแพลตฟอร์ม” ไม่ใช่ย้ายคอนเทนต์เดิมไปโพสต์ซ้ำแบบตรง ๆ หากต้องการให้เกิดประสิทธิผลด้านการเข้าถึงและภาพลักษณ์

Instagram มีธรรมชาติเด่นด้านการสื่อสารผ่านภาพและบรรยากาศ ซึ่งทำให้เหมาะกับการสร้างอัตลักษณ์องค์กรและการสื่อสารเชิงภาพมากกว่าการจัดการคำถามเชิงเอกสารที่ซับซ้อน โดยงานวิจัยของ อริสา ชูศรี และ กัลยกร วรกุลลัญญานีย์ (2565) ที่ศึกษาการจัดการสื่อออนไลน์ของ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) โดยอธิบายว่า Instagram ขององค์กรถูกตั้งใจให้เป็นช่องทางถ่ายทอด “บรรยากาศ” หรือ “ย้อนสถานการณ์ในอดีต” ผ่านภาพถ่าย เช่น ภาพบุคคล กลุ่มชาติพันธุ์ ที่อยู่อาศัย/ที่ดินทำกิน ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเหตุการณ์พิเศษ และนิยามบทบาทของแพลตฟอร์มว่าเปรียบเสมือน “เครื่องบันทึกเรื่องราว” ที่ส่งผ่านความรู้สึกและอารมณ์

ให้ผู้ติดตามเกิดความรู้อยู่ร่วมกับเรื่องราวผ่านภาพ ขณะเดียวกัน งานเดียวกันรายงานว่า Facebook เป็นช่องทางที่เปิดรับมากที่สุด และมีข้อสรุปว่าหน่วยงานควรนำเสนอเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมของแพลตฟอร์ม

สำหรับงานบริการของสำนักบัณฑิตศึกษา การตีความเชิงประยุกต์คือ Instagram เหมาะกับ (1) ภาพกิจกรรม/บรรยากาศ (2) ภาพสรุปขั้นตอนแบบอินโฟกราฟิก (3) ภาพผลงาน/ความสำเร็จ ของนักศึกษา/ภาพพิธีการ มากกว่าการใช้เป็นช่องทางหลักในการตอบคำถามด้านเอกสารหรือการรับ คำร้อง

YouTube เหมาะกับงานบริการข้อมูลสำหรับผู้รับบริการต้อง “ย้อนดูหลายครั้ง” และต้องการ ความเข้าใจแบบเป็นขั้นเป็นตอน หลักฐานเชิงประจักษ์จากกรณีศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร อริสา ชูศรี และ กัลยกร วรกุลลัญฐานีย์ (2565) อธิบายว่าองค์กรเลือกใช้ YouTube เป็นพื้นที่ “เก็บรวบรวมเทป บันทึก” การบรรยาย เสวนา และกิจกรรมต่าง ๆ ไว้ในช่องทางนี้ และยังสังเกตได้ว่ามีผู้เข้าชมต่อเนื่อง และมีคำถามจากผู้ชมในกิจกรรมถ่ายทอดสดหรือเทปย้อนหลัง ซึ่งสะท้อนบทบาท YouTube เป็น “คลังความรู้” ที่ต่อยอดสู่การถาม – ตอบได้

ในมิติฟังก์ชัน YouTube เองก็มีเครื่องมือที่เสริมการสื่อสารเชิงบริการได้ เช่น พีเจอร์ “Posts” ที่ทำให้ช่องสามารถโพสต์โพล แบบทดสอบ ข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอสั้นเพื่อเชื่อมต่อกับผู้ติดตามได้โดยตรง และ YouTube Live ที่มีกลไก Live Chat สำหรับพูดคุยแบบเรียลไทม์ รวมถึง ใช้ทำ Q&A และโพลระหว่างไลฟ์ได้ โดยงานวิจัยด้านการเรียนรู้ของ ภูมิพัฒน์ พลหาญ และคณะ (2565) ได้พัฒนาสื่อวิดีโอเพื่อการเรียนรู้ผ่าน YouTube และรายงานว่าคุณภาพสื่อที่ประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) และความพึงพอใจของผู้ใช้สื่ออยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย รวม 4.38) แม้งานนี้เป็นบริบทการศึกษาในชั้นมัธยม แต่สนับสนุนแนวคิดที่ว่า YouTube สามารถใช้เป็น “สื่ออธิบายขั้นตอน/เนื้อหาเชิงความรู้” ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถประยุกต์เป็นวิดีโอคู่มือ สำหรับงานบริการบัณฑิตศึกษาได้ เช่น วิธีสมัครเรียน วิธีกรอกแบบฟอร์ม วิธีตรวจสอบสถานะคำร้อง วิธีอัปโหลดเอกสาร โดยมีเงื่อนไขสำคัญคือเนื้อหาต้องอัปเดตเมื่อขั้นตอนเปลี่ยนเพื่อไม่ให้คู่มือกลายเป็น ข้อมูลล้าสมัย

แม้สื่อสังคมออนไลน์จะมีข้อดีมากมาย แต่หน่วยงานก็ต้องระวัง ปัญหาและอุปสรรค ที่อาจเกิดขึ้น ดังที่อิทธิพล จันทรรัตน์กุล และคณะ ระบุไว้ เช่น ข้อจำกัดด้านกฎระเบียบและวัฒนธรรม องค์กร ของภาครัฐที่บางครั้งยังไม่เอื้อต่อการใช้สื่อออนไลน์ (ความล่าช้าในการอนุมัติเนื้อหาก่อนโพสต์ เป็นต้น) ทักษะและความเข้าใจของบุคลากร ในการใช้โซเชียลมีเดียที่ยังต้องพัฒนา ข้อจำกัด ด้านงบประมาณและจำนวนเจ้าหน้าที่ ที่จะมาดูแลช่องทางออนไลน์ตลอดจนตอบสนองได้ทันใจ และ ความเชื่อมั่นของประชาชนในข้อมูลออนไลน์ของรัฐ (หลายคนยังกังวลเรื่องความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว) หน่วยงานจึงควรเตรียมความพร้อมทั้งด้านนโยบายภายใน (เช่น Social Media Policy ว่าด้วยการโพสต์และตอบโต้บนสื่อออนไลน์) การพัฒนาทักษะบุคลากร ตลอดจนการจัดสรร ทรัพยากรให้เพียงพอ เพื่อให้การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการบริการประชาชนเกิดประโยชน์สูงสุด และลดความเสี่ยงต่าง ๆ

2.7 การจัดการคำถามซ้ำ และการพัฒนาฐานความรู้ภายใน (Knowledge Base/ FAQ/ Q&A)

หนึ่งในความท้าทายสำคัญของงานบริการภาครัฐและสถาบันอุดมศึกษา คือ การจัดการกับ “คำถามซ้ำ” ที่ผู้รับบริการสอบถามเข้ามาอย่างต่อเนื่อง เช่น กำหนดการรับสมัคร ขั้นตอนการยื่นเอกสาร การชำระเงิน หรือการติดตามสถานะคำร้อง หากเจ้าหน้าที่ต้องตอบคำถามเดิมซ้ำหลายครั้งย่อมส่งผลให้เกิดภาระงานซ้ำซ้อน ใช้ทรัพยากรบุคคลเกินความจำเป็น และอาจเกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลได้ ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2564) ระบุว่า หน่วยงานภาครัฐควรปรับปรุงกระบวนการให้บริการโดยใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อลดงานซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพการตอบสนองต่อประชาชน

แนวทางหนึ่งที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายคือ การพัฒนาชุดคำถามที่พบบ่อย (Frequently Asked Questions: FAQ) และระบบฐานความรู้ (Knowledge Base) ภายในองค์กรเพื่อรวบรวมคำถามและคำตอบมาตรฐานไว้ในรูปแบบที่ค้นหาได้ง่าย ทั้งสำหรับเจ้าหน้าที่และผู้รับบริการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ อินทราเน็ต หรือระบบแชทบอท สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (2566ก) ชี้ว่า การจัดทำคลังความรู้ดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล ซึ่งช่วยให้ข้อมูลมีความเป็นมาตรฐาน ลดความคลาดเคลื่อน และเพิ่มความโปร่งใสในการให้บริการ

ในเชิงแนวคิด ทฤษฎีการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) อธิบายว่า องค์กรควรรวบรวมองค์ความรู้ที่กระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสารต่าง ๆ ให้เป็นระบบความรู้ที่สามารถเข้าถึง ใช้ซ้ำ และพัฒนาต่อยอดได้ (Wiig, 1997) การจัดการความรู้ในบริบทงานบริการจึงหมายถึง การบันทึกวิธีแก้ไขปัญหา คำถาม – คำตอบ กรณีศึกษา และแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) จากประสบการณ์ของเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญ ให้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือสื่อดิจิทัล เพื่อให้บุคลากรรุ่นใหม่สามารถเรียนรู้และนำไปใช้ได้ทันทีโดยไม่ต้องพึ่งพาบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ทั้งนี้ Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001) อธิบายว่า การทำให้ “ความรู้ฝังลึก” (Tacit Knowledge) กลายเป็น “ความรู้ชัดแจ้ง” (Explicit Knowledge) เป็นหัวใจสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร

ในบริบทงานบริการทางการศึกษา การมีฐานความรู้ที่เป็นระบบช่วยให้การตอบคำถามมีความถูกต้องและสม่ำเสมอ ลดความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดจากการตีความส่วนบุคคล และเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ สอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการให้บริการที่เน้นความถูกต้อง ความรวดเร็ว และความเชื่อถือได้ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1990) โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ผู้รับบริการคาดหวังการเข้าถึงข้อมูลได้ด้วยตนเอง (Self - Service Information Access)

รูปแบบของการพัฒนาฐานความรู้ภายในสามารถดำเนินการได้หลายลักษณะ ได้แก่

2.7.1 เอกสาร FAQ ที่จัดหมวดหมู่ตามประเด็นบริการ

2.7.2 คู่มือปฏิบัติงาน (Service Manual) สำหรับเจ้าหน้าที่แนวหน้า

2.7.3 ระบบคลังความรู้ (Knowledge Base System) บนเว็บไซต์หรืออินทราเน็ตที่ค้นหาด้วยคีย์เวิร์ด

2.7.4 ระบบถาม – ตอบภายใน (Internal Q&A Forum)

2.7.5 การเชื่อมโยงฐานความรู้เข้ากับ Chatbot หรือระบบตอบคำถามอัตโนมัติ

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (2566) เสนอว่า ระบบฐานความรู้ที่มีประสิทธิภาพควรมีคุณลักษณะสำคัญ ได้แก่ การค้นหาแบบคีย์เวิร์ด การจัดหมวดหมู่ที่ชัดเจน ระบบกำหนดสิทธิ์การเข้าถึง และกลไกการอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

อย่างไรก็ตาม ประเด็นสำคัญของการจัดการคำถามซ้ำมีได้อยู่เพียงการจัดทำ FAQ เท่านั้น แต่รวมถึง “ระบบการปรับปรุงข้อมูลอย่างต่อเนื่อง” เนื่องจากข้อมูลบางประเภทมีการเปลี่ยนแปลงตามเวลา เช่น ระเบียบใหม่ กำหนดการใหม่ หรือประกาศใหม่ หากฐานความรู้ไม่ทันสมัย อาจก่อให้เกิดความสับสนมากกว่าการไม่มีฐานความรู้เลย Davenport และ Ronanki (2021) ชี้ว่า ระบบความรู้ที่ดีต้องมีวงจรการทบทวนและปรับปรุง (Review and Update Cycle) อย่างชัดเจน พร้อมกำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละหมวดความรู้

นอกจากนี้ การสร้างวัฒนธรรมการแบ่งปันความรู้ในองค์กรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ฐานความรู้เติบโตอย่างยั่งยืน การส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ร่วมกันบันทึกคำถามใหม่หรือกรณีปัญหาใหม่ ๆ จะช่วยให้คลังความรู้ครอบคลุมและสอดคล้องกับสถานการณ์จริงมากยิ่งขึ้น (Wiig, 1997) โดยเฉพาะในหน่วยงานที่มีการโยกย้ายหรือเกษียณอายุ การมีระบบฐานความรู้ที่เป็นลายลักษณ์อักษรจะช่วยรักษาความรู้สำคัญขององค์กรไม่ให้สูญหายไปกับตัวบุคคล

โดยสรุป การจัดการคำถามซ้ำและการพัฒนาฐานความรู้ภายในเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพงานบริการ ลดภาระงานซ้ำซ้อน ยกระดับความถูกต้องและความสม่ำเสมอของข้อมูล ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลที่ขับเคลื่อนด้วยองค์ความรู้

2.8 เครื่องมือเสริมการสื่อสาร (Infographic Video/ Chatbot)

ในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารหรือขั้นตอนบริการที่อาจเข้าใจยาก การใช้ สื่อภาพ และสื่อมัลติมีเดีย เข้ามาช่วยถือเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น อินโฟกราฟิก (Infographic) ซึ่งคือสื่อกราฟิกที่นำเสนอข้อมูลหรือสถิติให้อยู่ในรูปของภาพที่สวยงามและเข้าใจง่าย งานศึกษาของ นพดล พรามณี (2560) อธิบายว่าอินโฟกราฟิกช่วยให้ผู้รับสารรับรู้ข้อมูลจำนวนมากหรือข้อมูลที่ซับซ้อนได้ “ในระยะเวลาอันรวดเร็ว แจ่มชัดกว่าการสื่อสารด้วยข้อความล้วน” โดยการแปลงข้อความ ตัวเลข หรือข้อมูลวิชาการออกมาเป็นภาพที่ดึงดูดใจและตีความได้ทันที ปัจจุบันหน่วยงานรัฐหลายแห่งใช้สื่ออินโฟกราฟิกในการสรุปขั้นตอนการขอรับบริการ ขั้นตอนการลงทะเบียนต่าง ๆ เผยแพร่บนเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย เพื่อให้ประชาชนเห็นภาพรวมและทำตามได้ง่าย เช่น อินโฟกราฟิก “ขั้นตอนการขึ้นทะเบียนบัณฑิต” ที่สำนักทะเบียนฯ มหาวิทยาลัยจัดทำเผยแพร่ ก็ช่วยให้นักศึกษาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาทราบวิธีการดำเนินการทุกขั้นตอนได้ในภาพเดียว ลดความสับสนจากการอ่านประกาศหลายย่อหน้า

วิดีโอสั้น ก็เป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่นิยมใช้ในการสื่อสารงานบริการ เช่น วิดีโอสอนวิธีสมัครเรียนออนไลน์, วิดีโอแนะนำการใช้งานระบบลงทะเบียน เป็นต้น วิดีโอช่วยผสมผสานการสื่อสารทั้งภาพ เสียง และข้อความ ทำให้ผู้รับบริการเข้าใจขั้นตอนได้ทั้งทางสายตาและการฟัง ซึ่งมักส่งผลให้เข้าใจง่ายกว่าการอ่านข้อความหรือฟังคำอธิบายทางโทรศัพท์เพียงอย่างเดียว หน่วยงานสามารถเผยแพร่วิดีโอบนแพลตฟอร์มอย่าง YouTube หรือ Facebook และลิงก์มาที่เว็บไซต์หลัก เพื่อให้ผู้ใช้เข้าถึงได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา

นอกจากสื่อเพื่อการ “อธิบาย” ดังที่กล่าวมา อีกเครื่องมือที่กำลังมีบทบาทมากขึ้นคือ ระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) ที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการสื่อสารโต้ตอบกับผู้ใช้แบบทันที แชนบอทมักถูกนำมาใช้ผ่านแพลตฟอร์มแชทยอดนิยม เช่น Facebook Messenger หรือ LINE โดยหน่วยงานสามารถตั้งค่าให้แชทบอทตอบคำถามมาตรฐาน แนะนำลิงก์ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนรับคำร้องต่าง ๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง เจษฎา ฝ่ายพรหม และคณะ (2567) ได้พัฒนาแชทบอทสำหรับงานบริการนักศึกษาที่ทำงานบน LINE Official Account ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ผลการทดลองพบว่าระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) นี้สามารถตอบคำถามที่พบบ่อยของนักศึกษาได้ครอบคลุมถึง 8 ด้านงานบริการ เช่น การลงทะเบียนเรียน การเพิ่ม - ถอนวิชา การชำระค่าธรรมเนียม การยื่นคำร้องผลการเรียน ตารางกิจกรรมการศึกษาข้อมูลกองทุนสวัสดิการนักศึกษา และแผนที่อาคารในมหาวิทยาลัย เป็นต้น ระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) ยังเชื่อมต่อกับเว็บแอปพลิเคชันสำหรับเจ้าหน้าที่ เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถเข้าไปเพิ่ม/แก้ไขฐานข้อมูลคำตอบของบอทได้โดยง่ายในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ พบว่านักศึกษาที่ทดลองใช้ระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) รู้สึกพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยประมาณ 4.42 จาก 5) โดยมีความคิดเห็นว่าได้รับความสะดวกในการหาข้อมูล และลดระยะเวลารอคอยเมื่อเทียบกับการมาติดต่อที่สำนักงาน จะเห็นได้ว่าระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) เป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพในการ ลดภาระงานเจ้าหน้าที่ ในการตอบคำถามซ้ำ ๆ และเพิ่มความรวดเร็วให้การสื่อสารกับผู้ใช้บริการ อย่างไรก็ตาม การใช้ระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) ให้ได้ผลดีต้องอาศัยฐานข้อมูล Q&A ที่ครบถ้วนและการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย รวมถึงควรมีช่องทางให้ผู้ใช้สามารถติดต่อเจ้าหน้าที่จริงได้ทันที ในกรณีที่ระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) ไม่สามารถตอบคำถามเฉพาะทางบางอย่าง

อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของ FAQ และระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) มิได้ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการฐานข้อมูลความรู้ (Knowledge Base) ที่ใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการตอบคำถามด้วย โดยหน่วยงานควรกำหนดผู้รับผิดชอบหลักในการรวบรวม ตรวจสอบ และปรับปรุงข้อมูลอย่างชัดเจน เช่น งานทะเบียน งานวิชาการ หรืองานประชาสัมพันธ์ ตามลักษณะของข้อมูลที่ให้บริการ เพื่อให้ข้อมูลที่เผยแพร่ผ่าน FAQ และระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) มีความถูกต้องและเป็นปัจจุบัน

นอกจากนี้ ควรกำหนดรอบการทบทวนและปรับปรุงข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เช่น ก่อนการเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ ก่อนเปิดภาคการศึกษา ก่อนการสำเร็จการศึกษา หรืออย่างน้อย ทุก 6 เดือน เพื่อให้สอดคล้องกับประกาศ ระเบียบ และแนวปฏิบัติที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยเฉพาะในสถาบันอุดมศึกษาที่มีการปรับปรุงหลักสูตรและกระบวนการดำเนินงานเป็นระยะ หากไม่มีการปรับปรุงข้อมูลอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับข้อมูลที่คลาดเคลื่อน และลดความน่าเชื่อถือของช่องทางการสื่อสารดังกล่าว

ในทางปฏิบัติ FAQ และระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) ควรทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดย FAQ ทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลคำถามที่พบบ่อยและเป็นแหล่งอ้างอิงข้อมูลมาตรฐานของหน่วยงาน ส่วนระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) ทำหน้าที่ดึงข้อมูลจากฐาน FAQ มาใช้ตอบคำถามผู้รับบริการแบบทันที ทั้งนี้ เมื่อพบคำถามใหม่หรือคำถามที่มีการสอบถามซ้ำเป็นจำนวนมาก หน่วยงานควรนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงฐาน FAQ และระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ระบบสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

โดยสรุป เครื่องมือเสริมการสื่อสารอย่างอินโฟกราฟิก วิดีโอ และระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) เป็นตัวช่วยที่ทรงพลังในการยกระดับงานบริการยุคใหม่ หน่วยงานภาครัฐและการศึกษา ควรเลือกใช้เครื่องมือเหล่านี้ให้เหมาะสมกับบริบทของข้อมูลและกลุ่มผู้รับบริการ เช่น เรื่องที่เป็นขั้นตอนทางการ และมีรายละเอียดมากอาจใช้ทั้งอินโฟกราฟิกและวิดีโอควบคู่กัน ส่วนการตอบคำถามทั่วไปตลอด 24 ชั่วโมงก็อาจใช้แชทบอทช่วย เบื้องต้นควรเริ่มจากการเก็บข้อมูลว่าสื่อรูปแบบใดที่ผู้ใช้บริการมีปฏิสัมพันธ์มากที่สุด เพื่อวางแผนพัฒนาสื่อสารสนเทศในช่องทางนั้น ๆ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.9 แนวคิดคุณภาพการสื่อสารและบริการ

อิทธิพล จันทรรัตน์กุล และคณะ (2564) ได้กล่าวถึง การใช้สื่อออนไลน์ของภาครัฐ พบว่าการนำช่องทางดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการ ยากขึ้น รวดเร็วขึ้น และ ประหยัดขึ้น สำหรับทั้งประชาชนและหน่วยงาน นั้นหมายความว่าคุณภาพด้านการตอบสนองและประสิทธิภาพของบริการดีขึ้นอย่างชัดเจนเมื่อการสื่อสารมีความคล่องตัวผ่านเครื่องมือเทคโนโลยี นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกและการเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์การบริการที่ทันสมัยและโปร่งใส อันเป็นมิติหนึ่งของคุณภาพบริการเชิงประสบการณ์ (experiential quality) อีกด้วย จากงานวิจัยเดียวกันพบว่าประชาชนรู้สึกว่าการสื่อสารที่แจ้งผ่าน Facebook/LINE อย่างต่อเนื่องนั้นมีความเอาใจใส่มากขึ้น และเกิดความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น

ซึ่งอีกตัวแปรหนึ่งที่สะท้อนความเชื่อมโยงระหว่างการสื่อสารกับคุณภาพบริการ คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยทั่วไปหากหน่วยงานสามารถสื่อสารกับผู้รับบริการได้ดี – คือ ให้ข้อมูลครบถ้วนถูกต้อง สื่อสารสุภาพ เข้าใจง่าย และทันเวลา – ผู้รับบริการก็มักจะพึงพอใจในบริการ

มากขึ้น สอดคล้องกับผลการสำรวจหลายแห่งที่ชี้ว่าปัจจัยด้านการสื่อสาร เช่น ช่องทางที่เข้าถึงง่าย และบุคลิกภาพการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ (น้ำเสียง น้ำใจ) ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ ต่อผู้รับบริการ ดังนั้นในการประเมินคุณภาพบริการของสำนักบัณฑิตศึกษาหรือหน่วยงานการศึกษาอื่น ๆ ควรให้ความสำคัญกับการประเมินคุณภาพการสื่อสารควบคู่ไปด้วย เช่น ประชาชนให้คะแนน ช่องทางใดว่าสื่อสารได้มีคุณภาพหรือไม่ เพื่อที่หน่วยงานจะได้นำข้อมูลไปปรับปรุงมิติการสื่อสารให้ดียิ่งขึ้น

นอกจากการพิจารณาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการแล้ว คุณภาพการสื่อสารของหน่วยงานยังสามารถพิจารณาได้จากหลายมิติที่สะท้อนประสิทธิภาพของการให้ข้อมูล และการให้บริการผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (2566) ให้ความสำคัญกับการเข้าถึงข้อมูล ความถูกต้องของข้อมูล และความรวดเร็วในการตอบสนอง ต่อผู้รับบริการ ขณะที่ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1990) อธิบายว่า คุณภาพบริการ ที่ผู้รับบริการรับรู้มักสะท้อนผ่านความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability) การตอบสนอง ต่อความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) และความเอาใจใส่ในการให้บริการ (Empathy)

เมื่อพิจารณาในบริบทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของหน่วยงานการศึกษา คุณภาพการสื่อสารสามารถพิจารณาได้จาก 4 มิติสำคัญ ได้แก่ (1) การเข้าถึงข้อมูล (Accessibility) ซึ่งสะท้อนความสามารถของผู้รับบริการในการค้นหาและเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก (2) ความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Accuracy and Reliability) ซึ่งสะท้อนการให้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง และเป็นปัจจุบัน (3) ความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness) ซึ่งสะท้อนความสามารถในการตอบข้อซักถามและให้บริการได้อย่างทันท่วงที และ (4) ความเหมาะสมของช่องทางต่อการกิจ (Channel Effectiveness) ซึ่งสะท้อนความสามารถของแต่ละช่องทางในการรองรับการสื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน เช่น การเผยแพร่ข้อมูล การประชาสัมพันธ์ การตอบข้อซักถาม หรือการดำเนินงานด้านเอกสาร

ดังนั้น การประเมินคุณภาพการสื่อสารในยุคดิจิทัลจึงไม่ควรพิจารณาเฉพาะความพึงพอใจของผู้รับบริการเท่านั้น แต่ควรพิจารณาพร้อมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สะท้อนพฤติกรรมการใช้งาน และประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสาร เช่น ปริมาณการเข้าถึงข้อมูล ความถี่ในการใช้งาน รูปแบบการติดต่อสอบถาม และลักษณะการเลือกใช้ช่องทางของผู้รับบริการ ซึ่งสามารถนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์หาค่าและประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของหน่วยงานได้อย่างเป็นระบบ

โดยสรุป คุณภาพการบริการและการสื่อสารเป็นสิ่งที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน การจะยกระดับคุณภาพบริการได้ หน่วยงานต้องพัฒนาการสื่อสารในทุกช่องทางให้มีมาตรฐาน มีความต่อเนื่อง และตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ การสื่อสารที่ดีจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่น และพึงพอใจ ซึ่งเป็นหัวใจของงานบริการที่มีคุณภาพ

2.10 มาตรฐานข้อมูลและข้อควรระวัง (PDPA หรือกฎหมายข้อมูลส่วนบุคคล)

การสื่อสารและให้บริการในยุคดิจิทัลต้องคำนึงถึง มาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล อย่างเคร่งครัด เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐและการศึกษามักเกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ (เช่น ชื่อ - นามสกุล เลขบัตรประชาชน ที่อยู่ ประวัติการศึกษา ฯลฯ) การเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผย ข้อมูลเหล่านี้จำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎหมายและหลักธรรมาภิบาลข้อมูลอย่างถูกต้อง ในประเทศไทย มีกฎหมายสำคัญคือ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) (ราชกิจจานุเบกษา, 2562) ซึ่งมีผลบังคับใช้เต็มรูปแบบเมื่อเดือนมิถุนายน 2565 กฎหมายนี้กำหนดหลักการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลหลายประการที่หน่วยงานต้องปฏิบัติตาม เช่น หลักความจำเป็นและวัตถุประสงค์ – เก็บข้อมูลเท่าที่จำเป็นตามวัตถุประสงค์ที่แจ้งไว้ หลักความยินยอม – ต้องขอความยินยอมจากเจ้าของ ข้อมูลอย่างชัดเจนก่อนใช้ข้อมูลในกรณีที่กฎหมายไม่ให้สิทธิไว้, หลักความถูกต้องและการเข้าถึง – ข้อมูลต้องถูกต้องและเปิดให้เจ้าของข้อมูลเข้าถึงหรือแก้ไขได้ หลักความปลอดภัย – หน่วยงานต้องมี มาตรการป้องกันข้อมูลรั่วไหลที่เหมาะสม เป็นต้น ในบริบทการให้บริการ เช่น การสมัครเรียนออนไลน์ หรือการขอรับบริการต่าง ๆ ที่ผู้ใช้ต้องกรอกข้อมูลส่วนบุคคลลงในระบบ หน่วยงานการศึกษาต้องแจ้ง วัตถุประสงค์การใช้ข้อมูลเหล่านั้นอย่างชัดเจนและขอความยินยอมจากผู้ใช้ก่อนเก็บข้อมูลทุกครั้ง ทั้งยังต้องจัดเก็บข้อมูลอย่างปลอดภัย ไม่ปล่อยให้เข้าถึงได้โดยผู้ที่ไม่เกี่ยวข้อง นอกจากการปฏิบัติ ตามหลักการพื้นฐานข้างต้นแล้ว หน่วยงานควรตระหนักถึง ผลกระทบและบทลงโทษ หากเกิด การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลขึ้น

ดังนั้นในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารและการให้บริการ สำนักบัณฑิตศึกษาหรือหน่วยงาน การศึกษาต้องผนวกแนวปฏิบัติด้าน Data Governance เข้าไปด้วย เช่น กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูล ของเจ้าหน้าที่แต่ละระดับอย่างเหมาะสม, เข้ารหัส (Encryption) ข้อมูลส่วนบุคคลที่จัดเก็บ ในฐานข้อมูล จัดทำบันทึกกิจกรรมการประมวลผลข้อมูล (Processing Log) เพื่อให้ทราบว่ามีใครเข้าถึง หรือใช้ข้อมูลเมื่อใด รวมถึงจัดอบรมให้บุคลากรตระหนักถึงความสำคัญของ PDPA อยู่เสมอ พงษ์มนัส ดีอด และคณะ (2565) ได้เสนอรูปแบบการแบ่งปันข้อมูลระหว่างหน่วยงานรัฐภายใต้กรอบ PDPA ว่า รัฐต้องชั่งน้ำหนักระหว่างประโยชน์การใช้ข้อมูลในการบริการสาธารณะกับสิทธิ ความเป็นส่วนตัวของประชาชน โดยควรเลือกใช้เฉพาะข้อมูลที่จำเป็น จำกัดการเข้าถึงเฉพาะหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง และในบางกรณีต้องขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลก่อนเสมอ เว้นแต่มีเหตุยกเว้น ตามกฎหมาย (เช่น ด้านสาธารณสุขฉุกเฉิน) ข้อเสนอแนะดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการสากล ของ GDPR ในสหภาพยุโรป ซึ่ง PDPA ของไทยก็ยึดแนวทางเดียวกัน คือ Privacy by Design – การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบบริการ/ระบบสารสนเทศ – และ Accountability – ความรับผิดชอบที่หน่วยงานต้องแสดงให้เห็นว่าได้ปฏิบัติตามกฎหมายแล้วอย่างไร

กล่าวโดยสรุป ในยุคที่การสื่อสารและบริการดำเนินไปบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ความน่าเชื่อถือของหน่วยงานจะขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลอย่างโปร่งใสและปลอดภัย หน่วยงานการศึกษาจึงต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน PDPA อย่างเข้มงวดในการออกแบบทุกช่องทาง การสื่อสารและบริการ ไม่เช่นนั้นอาจส่งผลเสียทั้งต่อผู้ใช้บริการและต่อชื่อเสียงขององค์กรเอง

2.11 ทฤษฎีการเปรียบเทียบ

การศึกษาเปรียบเทียบ (Comparative Study) หมายถึง การวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อหาความคล้ายคลึงและความแตกต่างระหว่างสิ่งสองสิ่งหรือมากกว่านั้น โดยมักใช้ในการศึกษาด้านการศึกษาและสังคมศาสตร์ เพื่อทำความเข้าใจระบบการศึกษา นโยบาย หรือแนวปฏิบัติต่าง ๆ ในหลายประเทศหรือวัฒนธรรม (Arrington, 2021)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ (Comparative Analysis) คือ การประเมินและเปรียบเทียบข้อมูลสองรายการขึ้นไปอย่างเป็นระบบเพื่อระบุความคล้ายคลึงและความแตกต่าง โดยมักใช้เพื่อทำความเข้าใจสถานการณ์ได้ลึกซึ้งขึ้น และเพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างเงื่อนไขกับผลลัพธ์ส่งผลให้มีการตัดสินใจได้ดีขึ้น (Appinio, 2023) โดยขั้นตอนการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ประกอบด้วย

2.11.1 กำหนดจุดมุ่งหมาย ให้ระบุอย่างชัดเจนว่าต้องการเปรียบเทียบอะไร และเพื่อจุดประสงค์ใด

2.11.2 ระบุหลักเกณฑ์ในการเปรียบเทียบ โดยเลือกแง่มุมที่ต้องการเปรียบเทียบ เช่น กรอบทฤษฎี ระเบียบวิธีวิจัย ผลลัพธ์ หรือข้อสรุป

2.11.3 เก็บรวบรวมข้อมูล โดยรวบรวมข้อมูลจากผลงานที่ต้องการเปรียบเทียบ

2.11.4 วิเคราะห์ความคล้ายคลึงและความแตกต่างของข้อมูลที่รวบรวมมาอย่างเป็นระบบ

2.11.5 ตีความและสรุปผล โดยให้นำเสนอผลการเปรียบเทียบและอภิปรายความสำคัญของสิ่งที่ค้นพบ

2.12 ผลงานวิเคราะห์/วิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุธาธินันท์ ช่างทำ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณสมบัติของ LINE Official Account ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติของบัญชี LINE Official Account และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้ ผลการวิจัย พบว่า ว่าคุณสมบัติบางด้านของบัญชี LINE OA ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้จริง และการออกแบบคุณสมบัติให้ตรงกับความต้องการจะช่วยให้การสื่อสารผ่านช่องทางนี้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในบริบทของการติดตามข้อมูลหรือบริการต่าง ๆ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับการสื่อสารของภาคบริการมหาวิทยาลัยที่จะต้องตอบคำถามซ้ำหรือส่งข้อมูลให้ผู้รับบริการได้ทันเวลา

อดิگانต์ ม่วงเงิน (2566) ได้ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้และความต้องการของนักศึกษาต่อการใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียของห้องสมุดสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบว่าช่องทางออนไลน์ใดบ้างที่นักศึกษารับรู้และใช้งานเป็นหลักสำหรับการเข้าถึงบริการของห้องสมุด ผลการวิจัยพบว่าร้อยละ 44.20 ของนักศึกษารับทราบการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook ของห้องสมุด และร้อยละ 38.00 รับข้อมูลผ่าน LINE Official Account ของห้องสมุดมากที่สุด ส่วนช่องทางอื่น ๆ เช่น แอปมือถือและเว็บไซต์ได้รับการใช้งานน้อยกว่า ซึ่งชี้ให้เห็นว่าช่องทางโซเชียลมีเดียเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลบริการได้มากขึ้น และมหาวิทยาลัยควรบูรณาการช่องทางออนไลน์อย่างมีระบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร

ธาริย์ธนา ลิขิตวิฑิต และ ปณต กุลฉันทวิทย์ (2567) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพเว็บไซต์ด้านกิจการนักศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ของผู้ใช้ (2) วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้ใช้งาน และ (3) พิจารณาแนวทางพัฒนาเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและตัวชี้วัดจาก Google Analytics ซึ่งเป็นเครื่องมือวัดการใช้งานเว็บไซต์ที่สำคัญในการประเมินประสิทธิภาพการสื่อสารออนไลน์ของเว็บไซต์บริการนักศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดล ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาช่วงอายุ 18-24 ปี และใช้สมาร์ทโฟนเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงข้อมูลเว็บไซต์โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการติดตามข่าวสาร การรับประกาศ และการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา นอกจากนี้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการรับรู้ประโยชน์ของเนื้อหาบนเว็บไซต์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเป็นช่องทางสำคัญสำหรับการสื่อสารข้อมูลและบริการแก่ผู้ใช้ และต้องมีการบริหารจัดการเนื้อหาให้ตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้ใช้จริงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้รับบริการ

สุทธิดา จันทรดวง (2567) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “วัจนกรรมการตั้งสถานะเฟซบุ๊กของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการตั้งสถานะบน Facebook ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมการสื่อสารออนไลน์และรูปแบบการสร้างข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา โดยเก็บข้อมูลจากโพสต์สถานะของนักศึกษาตัวอย่างจำนวนหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่าการตั้งสถานะเฟซบุ๊กของนักศึกษาสะท้อนลักษณะวัจนกรรมที่หลากหลาย ทั้งในเชิงคำสั่ง เชิงบอกเล่า และเชิงความรู้สึก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าช่องทางออนไลน์อย่าง Facebook เป็นพื้นที่ที่นักศึกษาใช้เพื่อแสดงออกทางความคิด ความรู้สึก และปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมรุ่น โดยการตั้งสถานะเหล่านี้สะท้อนกระบวนการสร้างอัตลักษณ์และสังคมผ่านช่องทางดิจิทัล ซึ่งมีนัยต่อการออกแบบการสื่อสารออนไลน์ขององค์กรที่ต้องคำนึงถึงลักษณะภาษาและรูปแบบการสื่อสารของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

Boonprawes et al. (2025) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “Strategy of Communication on Online Social Media for Higher Education Institutions” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยและต่างประเทศ ตลอดจนการประเมินความต้องการและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับสถาบันการศึกษา โดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน และศึกษากรณีตัวอย่างของสถาบันอุดมศึกษาจำนวน 12 แห่งทั้งไทยและต่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประกอบด้วย การนำเสนอเนื้อหาที่สั้นและชัดเจน ใช้ข้อความพร้อมแฮชแท็กเพื่อดึงความสนใจ ผู้สื่อสารโพสต์เนื้อหาประเภทข่าวประชาสัมพันธ์ การสร้างเอกลักษณ์ของสถาบัน และกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร พร้อมทั้งกำหนดความถี่ในการเผยแพร่ 1 – 3 โพสต์ต่อวัน กลยุทธ์สื่อสารที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย การกำหนดช่องทางเข้าถึง การออกแบบเนื้อหา และลักษณะการสื่อสารที่ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้รับสารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งสะท้อนว่าการสื่อสารออนไลน์ของมหาวิทยาลัยต้องคำนึงถึงทั้งเนื้อหาและรูปแบบเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในหน่วยงานการศึกษาจำเป็นต้องพิจารณาในมิติของบทบาทเชิงระบบ ความสอดคล้องของแพลตฟอร์มกับลักษณะการให้บริการ และพฤติกรรมในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้ แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงถูกนำมาใช้เป็นฐานในการกำหนดกรอบการวิเคราะห์ เพื่อศึกษาลักษณะ รูปแบบ และแนวโน้มการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567 โดยรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิเคราะห์จะนำเสนอในบทที่ 3 ต่อไป

บทที่ 3

วิธีการวิเคราะห์

บทนี้นำเสนอวิธีการดำเนินการวิเคราะห์บทบาทและแนวโน้มการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยมุ่งอธิบายแนวคิดและกรอบการวิเคราะห์ รูปแบบและลักษณะของข้อมูล แหล่งข้อมูล วิธีการรวบรวมข้อมูล วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนแนวทางการนำเสนอผลการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจขั้นตอนและเหตุผลของการวิเคราะห์ ตรวจสอบความสอดคล้องของกระบวนการวิเคราะห์ และเชื่อมโยงผลการวิเคราะห์กับวัตถุประสงค์ของรายงานที่กำหนดไว้ในบทที่ 1 ได้อย่างชัดเจน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 3.1 แนวคิดและกรอบการวิเคราะห์
- 3.2 รูปแบบการวิเคราะห์
- 3.3 แหล่งข้อมูลและประเภทข้อมูล
- 3.4 วิธีการรวบรวมข้อมูล
- 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 วิธีการนำเสนอผลการวิเคราะห์
- 3.7 ข้อจำกัดของการวิเคราะห์

3.1 แนวคิดและกรอบการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ในรายงานฉบับนี้ตั้งอยู่บนแนวคิดการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เกิดจากการปฏิบัติงานจริงของหน่วยงานเป็นฐานในการทำความเข้าใจบทบาทและแนวโน้มของการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาการจัดการช่องทางการสื่อสารและการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ โดยมองว่าช่องทางการสื่อสารออนไลน์มิได้เป็นเพียงเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หากแต่เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่สามารถสะท้อนพฤติกรรม การเข้าถึงบริการ ความต้องการของผู้รับบริการ และภาระงานที่เกิดขึ้นจริงในกระบวนการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา กรอบการวิเคราะห์จึงออกแบบให้เชื่อมโยงองค์ประกอบหลัก 4 ส่วน ได้แก่

- 3.1.1 ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่สำนักบัณฑิตศึกษาใช้งานจริง
- 3.1.2 ข้อมูลการใช้งานที่เกิดขึ้นในแต่ละช่องทาง
- 3.1.3 การวิเคราะห์แนวโน้มและการเปรียบเทียบข้อมูลตามช่วงเวลา
- 3.1.4 การสังเคราะห์บทบาทและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์

ในเชิงระบบ

การวิเคราะห์ดังกล่าวครอบคลุมทั้งมิติของปริมาณการใช้งาน รูปแบบการเข้าถึงข้อมูล และบทบาทของแต่ละช่องทางในการสนับสนุนการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา โดยมุ่งเน้นการทำความเข้าใจความสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันของช่องทางต่าง ๆ ในฐานระบบบริการเดียวกัน มากกว่าการพิจารณาช่องทางใดช่องทางหนึ่งแบบแยกส่วน

3.2 รูปแบบการวิเคราะห์

รายงานฉบับนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่เกิดจากการดำเนินงานจริงของสำนักบัณฑิตศึกษาเป็นหลัก ไม่มีการสร้างแบบสอบถามหรือเครื่องมือเก็บข้อมูลใหม่ และไม่มุ่งวิเคราะห์เชิงสถิติขั้นสูง หากแต่มุ่งอธิบายลักษณะ แนวโน้ม และบทบาทของการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในบริบทการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

การวิเคราะห์ดำเนินการใน 2 ระดับ ได้แก่

3.2.1 การวิเคราะห์แนวโน้มภาพรวมในช่วง 3 ปี (พ.ศ. 2565 – 2567) เพื่อสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของการใช้งานช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในระยะเวลาเชิงโครงสร้าง

3.2.2 การวิเคราะห์เชิงลึกของข้อมูลในปีล่าสุด เพื่ออธิบายลักษณะการใช้งาน บทบาท และภาระงานที่เกิดขึ้นจริงในบริบทการดำเนินงานปัจจุบันของหน่วยงาน

การวิเคราะห์ทั้งสองระดับถูกนำมาใช้ประกอบกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจทั้งในมิติของแนวโน้มในระยะยาวและมิติของบริบทการให้บริการในปัจจุบัน

3.3 แหล่งข้อมูลและประเภทข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 แหล่งหลัก ตามช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่อยู่ในขอบเขตของรายงาน (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สำนักบัณฑิตศึกษา, 2568) ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลการเข้าถึงเว็บไซต์ของสำนักบัณฑิตศึกษา เป็นข้อมูลสถิติการเข้าถึงเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567 ที่จัดเก็บจากระบบวิเคราะห์สถิติเว็บไซต์ของหน่วยงาน โดยใช้ข้อมูล ได้แก่ จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ จำนวนการเปิดหน้าเว็บไซต์ และค่าเฉลี่ยการเปิดหน้าเว็บไซต์ต่อครั้ง เพื่อสะท้อนแนวโน้มและลักษณะการใช้งานเว็บไซต์ในฐานะแหล่งข้อมูลกลางและกลไกการให้บริการแบบพึ่งพาตนเองของผู้รับบริการ

3.3.2 ข้อมูลการใช้งาน Facebook Fanpage เป็นข้อมูลสถิติจาก Facebook Fanpage ของสำนักบัณฑิตศึกษา ครอบคลุมข้อมูลจำนวนผู้ติดตาม การเพิ่มขึ้นของผู้ติดตามรายปี ยอดการเข้าถึงเนื้อหา และลักษณะของเนื้อหาที่ได้รับความนิยม เพื่อวิเคราะห์บทบาทของ Facebook Fanpage ในการเผยแพร่ข่าวสาร การสร้างการรับรู้ และการสื่อสารเชิงภาพรวมกับผู้รับบริการในวงกว้าง

3.3.3 ข้อมูลการใช้งาน LINE Official Account เป็นข้อมูลสถิติจากระบบ LINE Official Account ของสำนักบัณฑิตศึกษา ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567 ได้แก่ จำนวนผู้ติดตาม และข้อมูลประเภทประเด็นการติดต่อสอบถาม เพื่อสะท้อนบทบาทของ LINE Official Account ในการรองรับการติดต่อเชิงโต้ตอบ การให้ข้อมูลเฉพาะราย และการช่วยเหลือผู้รับบริการในสถานการณ์ที่ต้องการความชัดเจนหรือความเร่งด่วน

3.3.4 ข้อมูลการติดต่อผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อมูลการรับ – ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ของสำนักบัณฑิตศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567 โดยพิจารณาจากจำนวนการติดต่อลักษณะภารกิจของแต่ละบัญชีไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และแนวโน้มการใช้งาน เพื่อสะท้อนบทบาทของไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ในงานบริการและงานวิชาการที่ต้องอาศัยความเป็นทางการ การแนบเอกสาร และการตรวจสอบย้อนหลัง

3.4 วิธีการรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยใช้ข้อมูลที่มีการบันทึกและจัดเก็บอยู่แล้วภายในหน่วยงาน และแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง โดยไม่มีการสร้างแบบสอบถามหรือเครื่องมือเก็บข้อมูลเพิ่มเติม ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

3.4.1 การรวบรวมข้อมูลย้อนหลังตามช่วงเวลาที่กำหนด

3.4.2 การตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของข้อมูล

3.4.3 การจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามช่องทางและช่วงเวลา เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการวิเคราะห์

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณในรายงานฉบับนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะ รูปแบบ และปริมาณการใช้งานของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และการเปรียบเทียบเชิงสัดส่วน (Proportional Comparison) สำหรับข้อมูลที่เป็นการจำแนกประเภทหรือการจัดกลุ่มข้อมูล เช่น ประเภทประเด็นการติดต่อผ่าน LINE Official Account สัดส่วนผู้เข้าชมใหม่ของเว็บไซต์ และการเปลี่ยนแปลงจำนวนผู้ติดตาม Facebook Fanpage นอกจากนี้ ยังใช้ข้อมูลจำนวน (Count) และข้อมูลสถิติการใช้งานที่ปรากฏในแต่ละช่องทาง เพื่ออธิบายแนวโน้มและลักษณะการใช้งานของช่องทางการสื่อสารออนไลน์แต่ละประเภท ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์นำเสนอในรูปแบบตาราง แผนภูมิ และคำอธิบายเชิงพรรณนา เพื่อให้เห็นลักษณะการกระจายของข้อมูล แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง และความสัมพันธ์ของข้อมูลได้อย่างชัดเจน

3.5.2 การวิเคราะห์แนวโน้มตามช่วงเวลา เพื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการใช้งานในแต่ละช่องทางระหว่างปี พ.ศ. 2565 – 2567

3.5.3 การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบระหว่างช่องทาง เพื่อสะท้อนบทบาท ความสำคัญ และลักษณะการใช้งานของเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th, Facebook Fanpage, LINE Official Account และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

3.5.4 การวิเคราะห์เชิงบทบาทของช่องทาง โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้งานของผู้รับบริการกับระดับความซับซ้อนและความเป็นทางการของการให้บริการ

3.6 วิธีการนำเสนอผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์นำเสนอในรูปแบบตาราง แผนภูมิ และคำอธิบายเชิงพรรณนา เพื่อแสดงให้เห็นแนวโน้ม ความแตกต่าง และความเชื่อมโยงของข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยเรียงลำดับการนำเสนอผลตามวัตถุประสงค์ของรายงาน เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและความสอดคล้องของเนื้อหาในภาพรวม

3.7 ข้อยกเว้นของการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ในรายงานฉบับนี้มีข้อยกเว้น ได้แก่ ความแตกต่างของระดับความละเอียดของข้อมูลในแต่ละช่องทาง การขาดข้อมูลอนุกรมเวลาในบางกรณี และข้อยกเว้นในการวิเคราะห์เชิงลึกของพฤติกรรมผู้ใช้งาน อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่นำมาใช้ยังสามารถสะท้อนแนวโน้ม บทบาท และโครงสร้างการใช้งานช่องทางสื่อสารออนไลน์ได้อย่างเพียงพอสำหรับการสนับสนุน การพัฒนาการจัดการและการให้บริการในเชิงนโยบายและการบริหารจัดการของหน่วยงาน

โดยสรุป บทที่ 3 นี้ได้อธิบายวิธีการดำเนินการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นกรอบในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในบทที่ 4 ซึ่งจะมุ่งแสดงผลการวิเคราะห์ลักษณะ แนวโน้ม บทบาท และความเชื่อมโยงของช่องทางสื่อสารออนไลน์ในการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาตามวัตถุประสงค์ของรายงาน อันเป็นฐานสำคัญสำหรับการสรุปผลและข้อเสนอแนะเชิงระบบในบทที่ 5 ต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การจัดทำรายงานเชิงวิเคราะห์ครั้งนี้มุ่งศึกษาการจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ครอบคลุม 4 ช่องทางหลัก ได้แก่ เว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th, Facebook Fanpage, LINE Official Account และ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567 (สำหรับเว็บไซต์ Facebook Fanpage และ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์) และข้อมูลสรุปภาพรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567 (สำหรับ LINE Official Account) เพื่อสะท้อนลักษณะ รูปแบบ ปริมาณการใช้งาน แนวโน้ม บทบาท และความเชื่อมโยงเชิงระบบของช่องทางดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ บทนี้จึงจัดโครงสร้างการนำเสนอผล ตามลำดับวัตถุประสงค์ ได้แก่

4.1 ผลการรวบรวมและวิเคราะห์ลักษณะ รูปแบบ และปริมาณการใช้งานช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567

4.2 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มและบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี แต่ละประเภท ในการสนับสนุนการให้บริการวิชาการระดับบัณฑิตศึกษาในเชิงการจัดการ และ

4.3 ผลการสังเคราะห์โครงสร้างและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา เพื่อนำไปสู่แนวทางพัฒนาการจัดการช่องทางการสื่อสารของหน่วยงาน

4.1 ผลการรวบรวมและวิเคราะห์ลักษณะ รูปแบบ และปริมาณการใช้งานช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567

หัวข้อนี้นำเสนอผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและลักษณะการใช้งานของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ทั้ง 4 ช่องทาง เพื่อสะท้อนรูปแบบการเข้าถึง/ปฏิสัมพันธ์ และปริมาณการใช้งานที่เกิดขึ้นจริงในช่วงเวลาที่ศึกษา

4.1.1 ผลการวิเคราะห์การเข้าถึงข้อมูลผ่านเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th

เว็บไซต์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (www.grad.rmutt.ac.th) เป็นช่องทางการสื่อสารออนไลน์หลักที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารระเบียบ ประกาศ แนวปฏิบัติ และข้อมูลด้านการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ด้วยตนเองโดยไม่จำเป็นต้องติดต่อเจ้าหน้าที่โดยตรง การวิเคราะห์ในหัวข้อนี้มุ่งศึกษาปริมาณ ความถี่ และแนวโน้มการเข้าถึงเว็บไซต์ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567 โดยใช้ข้อมูลสถิติจากระบบวิเคราะห์เว็บไซต์ Histats เพื่อสะท้อนบทบาทของเว็บไซต์ในฐานะแหล่งข้อมูลเชิงโครงสร้างและกลไกสนับสนุนการให้บริการของหน่วยงาน

1) ปริมาณการเข้าถึงเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยรวม

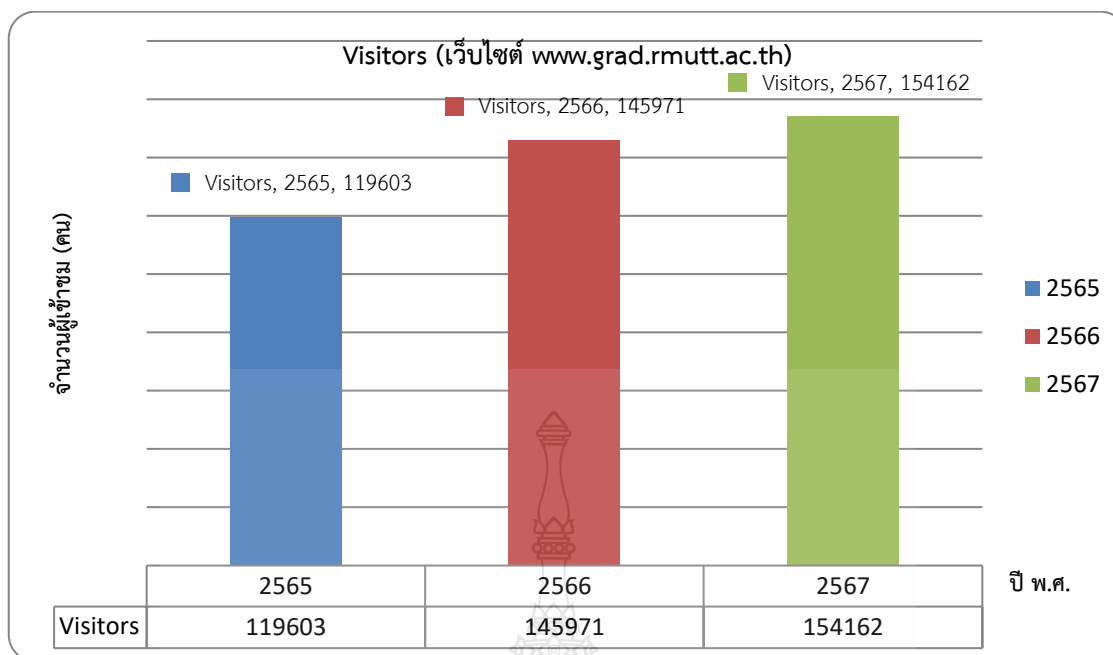
ตารางที่ 4.1 ปริมาณการเข้าถึงเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยรวม ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567

ปี พ.ศ.	จำนวนผู้เข้าชม (Visitors)	จำนวนผู้เข้าชมใหม่ (First - time Visitors)	ร้อยละของผู้เข้าชมใหม่	จำนวนการเปิดหน้า (Page Views)	หน้าเฉลี่ยต่อครั้ง (Pages/Visit)	อัตรา การเพิ่มขึ้นแต่ละปี (ร้อยละ)
2565	119,603	91,528	76.53	268,518	2.24	-
2566	145,971	114,908	78.72	430,409	2.94	122.05
2567	154,162	111,388	72.25	669,689	4.34	105.61

จากตารางที่ 4.1 พบว่า เว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีปริมาณการเข้าถึงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567 ทั้งในด้านจำนวนผู้เข้าชมและจำนวนการเปิดหน้าเว็บไซต์ โดยจำนวนผู้เข้าชมเพิ่มจาก 119,603 คน ในปี พ.ศ. 2565 เป็น 154,162 คน ในปี พ.ศ. 2567 ขณะที่จำนวนการเปิดหน้าเว็บไซต์เพิ่มขึ้นจาก 268,518 ครั้ง เป็น 669,689 ครั้ง สะท้อนให้เห็นว่าเว็บไซต์มีบทบาทเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญสำหรับผู้รับบริการด้านบัณฑิตศึกษาเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาสัดส่วนผู้เข้าชมใหม่ พบว่าอยู่ในระดับสูงทุกปี โดยคิดเป็นร้อยละ 76.53 ในปี พ.ศ. 2565 ร้อยละ 78.72 ในปี พ.ศ. 2566 และร้อยละ 72.25 ในปี พ.ศ. 2567 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์ยังคงสามารถดึงดูดผู้ใช้งานรายใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มผู้สมัครเข้าศึกษาและผู้สนใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา

นอกจากนี้ อัตราการเพิ่มขึ้นของการเข้าถึงเว็บไซต์มีแนวโน้มเป็นบวกตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา โดยในปี พ.ศ. 2566 มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 122.05 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2565 และในปี พ.ศ. 2567 มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 105.61 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2566 สะท้อนให้เห็นถึงการขยายตัวของการใช้งานเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง แม้อัตราการเติบโตในปี พ.ศ. 2567 จะชะลอลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า แต่ยังคงอยู่ในระดับที่สูงและแสดงถึงความนิยมในการใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางสื่อสารหลักของสำนักบัณฑิตศึกษา แสดงได้ดังภาพที่ 4.1



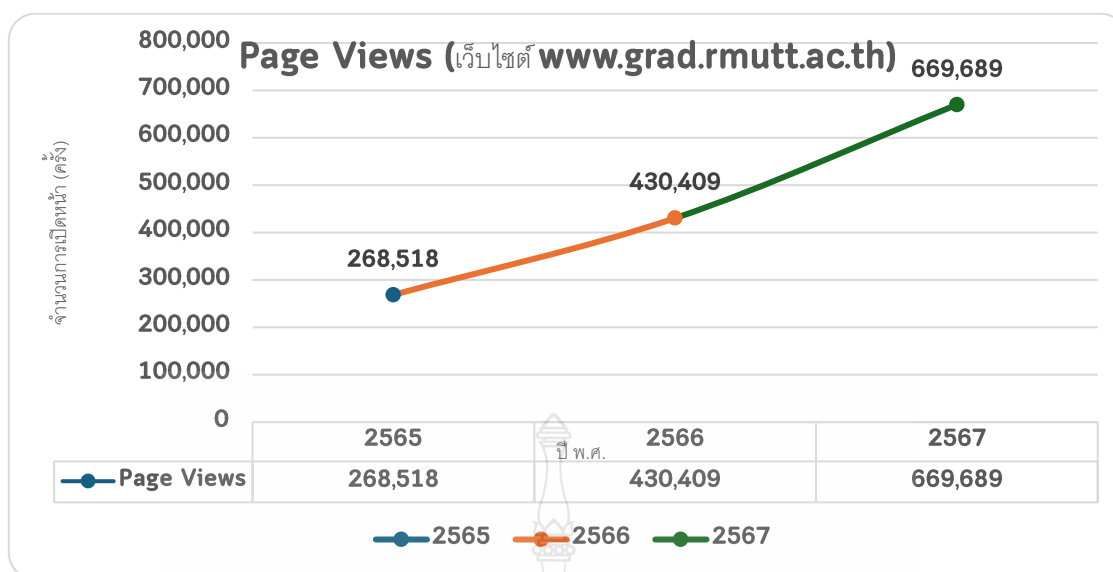
ภาพที่ 4.1 กราฟแท่งแสดงจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th จำแนกตามปี พ.ศ. 2565 – 2567

ที่มา : ผู้วิเคราะห์จัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูลสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ด้วยโปรแกรม Microsoft Excel (2568)

จากภาพที่ 4.1 กราฟแท่งแสดงให้เห็นแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีอย่างต่อเนื่อง โดยปี พ.ศ. 2567 มีจำนวนผู้เข้าชมสูงสุด สะท้อนถึงบทบาทของเว็บไซต์ในฐานะแหล่งข้อมูลหลักที่ผู้รับบริการเลือกใช้ในการค้นหาข้อมูลด้านการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และชี้ให้เห็นว่าความต้องการเข้าถึงข้อมูลเชิงทางการผ่านช่องทางออนไลน์มีทิศทางเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

2) ความถี่และลักษณะการเข้าชมเว็บไซต์

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยจำนวนหน้าเว็บไซต์ต่อการเข้าชมหนึ่งครั้ง (Pages/Visit) พบว่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 2.24 หน้า ในปี พ.ศ. 2565 เป็น 2.94 หน้า ในปี พ.ศ. 2566 และ 4.34 หน้า ในปี พ.ศ. 2567 แสดงให้เห็นว่าผู้รับบริการมีการเปิดดูข้อมูลหลายหน้าภายในเว็บไซต์มากขึ้นในแต่ละครั้งของการเข้าใช้งาน สะท้อนถึงพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลเชิงลึกและการใช้เว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจหรือดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มากกว่าการเข้าชมเพียงหน้าเดียวแล้วออกจากเว็บไซต์_แสดงได้ดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 กราฟเส้นแสดงจำนวนการเปิดหน้าเว็บไซต์ (Page Views) ตามช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567
ที่มา : ผู้วิเคราะห์จัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูลสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ด้วยโปรแกรม Microsoft Excel (2568)

จากภาพที่ 4.2 พบว่า จำนวนการเปิดหน้าเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในทุกปี โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2567 ซึ่งมีจำนวน Page Views สูงกว่าปีก่อนหน้าอย่างเด่นชัด แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนว่า ผู้รับบริการมีการค้นหาและเปิดดูข้อมูลภายในเว็บไซต์หลายหน้ามากขึ้นในแต่ละครั้งของการเข้าใช้งาน และยังสะท้อนว่าเว็บไซต์ทำหน้าที่เป็น “คลังข้อมูลกลาง” ที่ผู้รับบริการกลับมาใช้งานซ้ำเพื่ออ้างอิงแนวปฏิบัติและขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับงานบัณฑิตศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่า เว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลเชิงโครงสร้างที่มีบทบาทสำคัญต่อการให้บริการแบบพึ่งพาตนเอง (Self - Service) ของสำนักบัณฑิตศึกษา การเพิ่มขึ้นของทั้งจำนวนผู้เข้าชมและจำนวนการเปิดหน้าเว็บไซต์ แสดงให้เห็นว่าผู้รับบริการมีความต้องการเข้าถึงข้อมูลด้วยตนเองในระดับที่สูงขึ้น และใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางหลักในการค้นหาข้อมูลที่เป็นทางการและครบถ้วน นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของค่า Pages/Visit อย่างต่อเนื่องยังสะท้อนถึงลักษณะงานบัณฑิตศึกษาที่มีข้อมูลและกระบวนการหลายส่วนประกอบกัน ผู้รับบริการจึงจำเป็นต้องเปิดดูข้อมูลหลายหน้าเพื่อเชื่อมโยงรายละเอียดให้ครบถ้วน เช่น ขั้นตอน ระเบียบ เอกสารประกอบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเว็บไซต์ทำหน้าที่รองรับความต้องการดังกล่าวในเชิงโครงสร้างได้ชัดเจน

แนวโน้มการเข้าถึงข้อมูลผ่านเว็บไซต์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567 สะท้อนพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลด้วยตนเองของผู้รับบริการอย่างชัดเจน โดยเว็บไซต์ทำหน้าที่เป็นช่องทางข้อมูลหลัก ขณะที่ช่องทางอื่น เช่น LINE Official Account และโปรเจกต์อิเล็กทรอนิกส์ ทำหน้าที่เป็นช่องทางเสริมในการตอบข้อซักถามเชิงลึกและการดำเนินการรายกรณี ลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นความสัมพันธ์เชิงบทบาทระหว่างช่องทางการสื่อสารออนไลน์แต่ละประเภท กล่าวคือ เว็บไซต์เป็นฐานข้อมูลกลางของหน่วยงาน ขณะที่ช่องทางสื่อสารแบบโต้ตอบเข้ามาสนับสนุนในกรณีที่ผู้รับบริการต้องการคำอธิบายเพิ่มเติมหรือการดำเนินการเฉพาะราย

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสะท้อนว่า เว็บไซต์ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลเท่านั้น แต่ยังมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางองค์ความรู้ดิจิทัลของสำนักบัณฑิตศึกษา โดยอาจนำเสนอข้อมูลในรูปแบบคำถามที่พบบ่อย (FAQ) อินโฟกราฟิก และสื่อวิดีโอประกอบ เพื่อช่วยให้ผู้รับบริการสามารถทำความเข้าใจข้อมูลที่มีความซับซ้อนได้ง่ายขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงข้อมูลด้วยตนเอง

4.1.2 ผลการวิเคราะห์การสื่อสารผ่าน Facebook Fanpage

Facebook Fanpage เป็นหนึ่งในช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประกาศสำคัญ และการประชาสัมพันธ์ภารกิจด้านการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาแก่ผู้รับบริการในวงกว้าง โดยมีลักษณะเป็นการสื่อสารเชิงภาพรวม ซึ่งเอื้อต่อการสร้างการรับรู้ข้อมูลและการเข้าถึงข่าวสารในระดับทั่วไป มากกว่าการให้บริการเชิงลึกเป็นรายกรณี การวิเคราะห์ในหัวข้อนี้มุ่งพิจารณาข้อมูลการใช้งาน Facebook Fanpage ในช่วงปีพ.ศ. 2565 – 2567 เพื่อสะท้อนลักษณะการเติบโตของช่องทางการเข้าถึงข้อมูลของผู้รับบริการ รูปแบบการติดต่อสอบถาม ตลอดจนแนวโน้มและบทบาทของ Facebook Fanpage ในระบบ การสื่อสารของสำนักบัณฑิตศึกษา

1) ภาพรวมการใช้งาน Facebook Fanpage

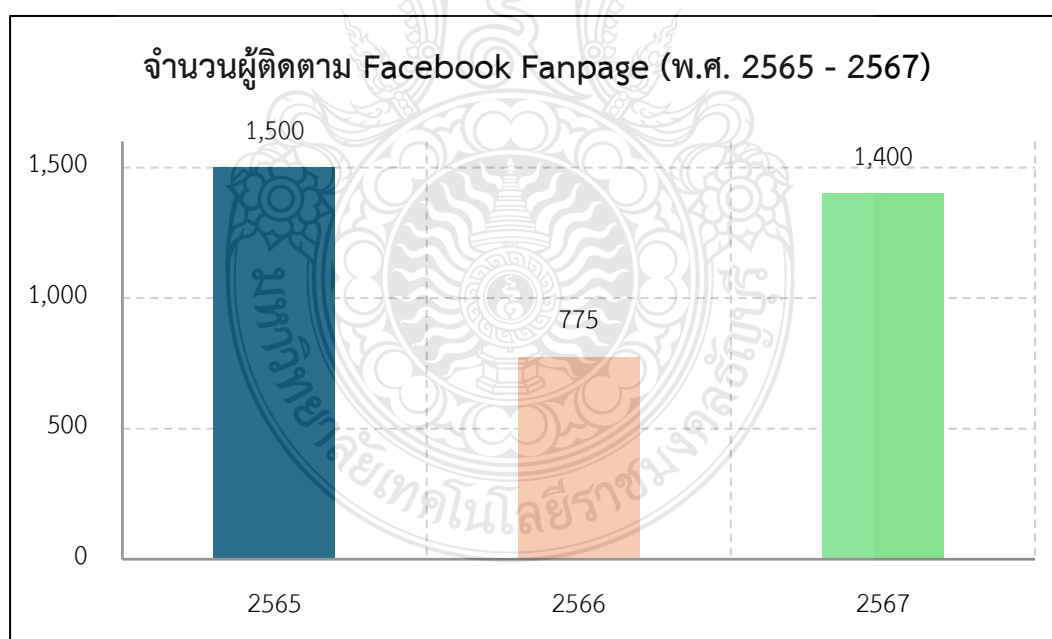
จากข้อมูลที่รวบรวมพบว่า Facebook Fanpage ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีผู้ติดตามสะสมจำนวน 11,945 คน และมียอดการเข้าถึงเนื้อหาสะสมจำนวน 117,646 ครั้ง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า Facebook Fanpage เป็นช่องทางที่มีขนาดฐานผู้รับสารค่อนข้างใหญ่ และสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับบริการได้ในวงกว้างอย่างต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาอัตราการเข้าถึงเนื้อหาต่อผู้ติดตาม พบว่า มีการเข้าถึงเฉลี่ยมากกว่าหนึ่งครั้งต่อผู้ติดตามหนึ่งคน แสดงให้เห็นว่าผู้ติดตามมีแนวโน้มกลับมาเข้าถึงข้อมูลซ้ำในช่วงเวลาต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนบทบาทของ Facebook Fanpage ในการเป็นแหล่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับบริการใช้ติดตามข้อมูลเป็นระยะ

2) จำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้นรายปี ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567

ตารางที่ 4.2 จำนวนผู้ติดตาม Facebook Fanpage ที่เพิ่มขึ้นรายปี

ปี พ.ศ.	จำนวนผู้ติดตามเพิ่มขึ้น (คน)
2565	1,500
2566	775
2567	1,400

จากตารางพบว่า Facebook Fanpage ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีจำนวนผู้ติดตามเพิ่มขึ้นในทุกปีของช่วงเวลาที่ทำการวิเคราะห์ อย่างไรก็ตาม อัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ติดตามมีความผันผวน โดยปี พ.ศ. 2565 และ 2567 มีจำนวนผู้ติดตามเพิ่มขึ้นในระดับใกล้เคียงกัน ขณะที่ปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนผู้ติดตามเพิ่มขึ้นลดลงอย่างเห็นได้ชัด รูปแบบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการเติบโตของผู้ติดตาม Facebook Fanpage มิได้เป็นไปอย่างสม่ำเสมอในทุกปี และอาจมีความสัมพันธ์กับจังหวะของการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ หรือเหตุการณ์สำคัญของหน่วยงานในแต่ละช่วงเวลา แสดงได้ดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 กราฟแท่งแสดงจำนวนผู้ติดตาม Facebook Fanpage ที่เพิ่มขึ้นรายปี
ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567

ที่มา : ผู้วิเคราะห์จัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูลสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ด้วยโปรแกรม Microsoft Excel (2568)

จากภาพที่ 4.3 พบว่า จำนวนผู้ติดตาม Facebook Fanpage ที่เพิ่มขึ้นรายปีมีความผันผวน โดยในปี พ.ศ. 2565 มีผู้ติดตามเพิ่มขึ้น 1,500 คน ก่อนลดลงเหลือ 775 คนในปี พ.ศ. 2566 และเพิ่มขึ้นเป็น 1,400 คนในปี พ.ศ. 2567 แสดงให้เห็นว่าจำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี ไม่ได้เปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันตลอดช่วงเวลาที่วิเคราะห์ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลดังกล่าว ยังไม่สามารถอธิบายสาเหตุของการเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้โดยตรง เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัย ที่มีผลต่อการติดตาม เช่น ความถี่ในการเผยแพร่ ประเภทเนื้อหา หรือเหตุการณ์สำคัญในแต่ละปี

3) การเปลี่ยนแปลงของผู้ติดตามระหว่างปี

ตารางที่ 4.3 การเปลี่ยนแปลงของจำนวนผู้ติดตาม Facebook Fanpage ที่เพิ่มขึ้นรายปี

ช่วงปี	การเปลี่ยนแปลง (คน)	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง
2565 - 2566	-725	-48.33
2566 - 2567	+625	+80.65

จากตารางที่ 4.3 ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าในช่วงปี พ.ศ. 2566 จำนวนผู้ติดตามเพิ่มขึ้น ลดลงจากปีก่อนหน้าเกือบร้อยละ 50 ขณะที่ในปี พ.ศ. 2567 มีการเพิ่มขึ้นของผู้ติดตามอย่างชัดเจน เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2566 การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสะท้อนถึงความไม่คงที่ของการเติบโต และบ่งชี้ว่าจำนวนผู้ติดตาม Facebook Fanpage มีแนวโน้มไวต่อ “จังหวะและลักษณะการสื่อสาร” ของหน่วยงานในแต่ละช่วงเวลา กล่าวคือเมื่อมีประเด็นสำคัญที่ผู้รับบริการต้องติดตาม เช่น ข่าวการรับสมัครหรือข่าวเชิงพิธีการ ผู้รับบริการมีแนวโน้มติดตามมากขึ้น

จากข้อมูลข่าวที่มียอดการเข้าถึงสูง พบว่าเนื้อหาที่ได้รับความนิยมผ่าน Facebook Fanpage ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ส่วนใหญ่เป็นข่าวสารและประกาศที่เกี่ยวข้องกับการกิจหลักของสำนักบัณฑิตศึกษา โดยเฉพาะข่าวเกี่ยวกับการรับสมัครเข้าศึกษา และข่าวเกี่ยวกับพิธีพระราชทานปริญญาบัตร ซึ่งเป็นข้อมูล que ผู้รับบริการต้องการรับทราบในเชิงภาพรวมและมีความสำคัญตามช่วงเวลา ลักษณะเนื้อหาดังกล่าวสะท้อนว่า Facebook Fanpage เหมาะสมกับการสื่อสารข้อมูลเชิงประกาศและข้อมูลที่ต้องการเผยแพร่ไปยังผู้รับบริการจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว

จากการรวบรวมข้อมูลการติดต่อสอบถามผ่าน Facebook Fanpage พบว่า ประเด็นที่มีการสอบถามส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับ 1) การรับสมัครเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และ 2) พิธีพระราชทานปริญญาบัตร ลักษณะการสอบถามดังกล่าวเป็นการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นในระดับทั่วไป มิได้เป็นการดำเนินการเชิงเอกสารหรือการแก้ไขปัญหาเฉพาะราย ซึ่งสะท้อนบทบาทของ Facebook Fanpage ในการทำหน้าที่เป็นช่องทางให้ข้อมูลพื้นฐานและสร้างความเข้าใจในภาพรวมแก่ผู้รับบริการ

เมื่อพิจารณาภาพรวมของข้อมูลทั้งหมด พบว่า Facebook Fanpage ทำหน้าที่เป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการสร้างการรับรู้ในวงกว้าง โดยมีฐานผู้ติดตามจำนวนมาก และมีการเข้าถึงเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง แม้การเพิ่มขึ้นของผู้ติดตามจะมีความผันผวนในแต่ละปี แต่ยอดการเข้าถึงเนื้อหาสะสมอยู่ในระดับสูง ซึ่งอาจสะท้อนพฤติกรรมการรับสารซ้ำของผู้ติดตามเดิม แนวโน้มดังกล่าวบ่งชี้ว่า Facebook Fanpage มีบทบาทเป็นช่องทาง “ต้นทางของการรับรู้ข่าวสาร” ในระบบการสื่อสารของสำนักบัณฑิตศึกษา โดยสนับสนุนให้ผู้รับบริการรับทราบข้อมูลในภาพรวม ก่อนเลือกใช้ช่องทางอื่นในการติดต่อหรือรับบริการในลักษณะที่ต้องการความละเอียดมากขึ้น

4.1.3 ผลการวิเคราะห์การติดต่อผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

การติดต่อผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการที่สำนักบัณฑิตศึกษาใช้ในการรับ – ส่งเอกสาร การประสานงาน และการให้บริการด้านวิชาการ ระดับบัณฑิตศึกษา โดยเฉพาะงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล เอกสารทางการศึกษา และผลงานวิชาการ ซึ่งต้องอาศัยความถูกต้อง ตรวจสอบย้อนกลับได้ และมีหลักฐานอ้างอิงชัดเจน การวิเคราะห์ในหัวข้อนี้มุ่งศึกษาปริมาณ ความถี่ แนวโน้ม และลักษณะการใช้งานไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567 จากข้อมูลการรับ – ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดจากการปฏิบัติงานจริงของหน่วยงาน

1) บัญชีไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์และบทบาทการใช้งาน

ตารางที่ 4.4 บัญชีไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์และบทบาทการใช้งาน

บัญชีไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	บทบาทหลัก	ลักษณะการใช้งาน
grad@rmutt.ac.th	งานบริการ ทางการศึกษา	ตรวจสอบคุณสมบัติ ส่งรหัส e-mail/wi-fi ส่งเอกสารทางการศึกษา รับเอกสารสมัครและบันทึกประวัตินักศึกษา
gradthesis@rmutt.ac.th	งานวิชาการ	รับรูปเล่มวิทยานิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และการค้นคว้าอิสระฉบับสมบูรณ์
gradrmutt@gmail.com	เมลสำรอง/ สนับสนุน	ติดต่อหน่วยงานภายนอก นักศึกษาต่างชาติ ตรวจพบคัดย่อ ส่งหนังสือเชิญประชุม

จากตารางที่ 4.4 พบว่า สำนักบัณฑิตศึกษามีการแยกบัญชีไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ตามลักษณะภารกิจอย่างชัดเจน โดยแต่ละบัญชีรองรับงานที่มีระดับความเป็นทางการและวัตถุประสงค์แตกต่างกัน ซึ่งช่วยให้การบริหารจัดการงานเอกสารและงานวิชาการเป็นไปอย่างเป็นระบบ ลดความสับสนในการรับเรื่อง และเอื้อต่อการติดตามตรวจสอบย้อนหลัง โดยเฉพาะงานที่ต้องมีหลักฐานอ้างอิงและความถูกต้องสูง

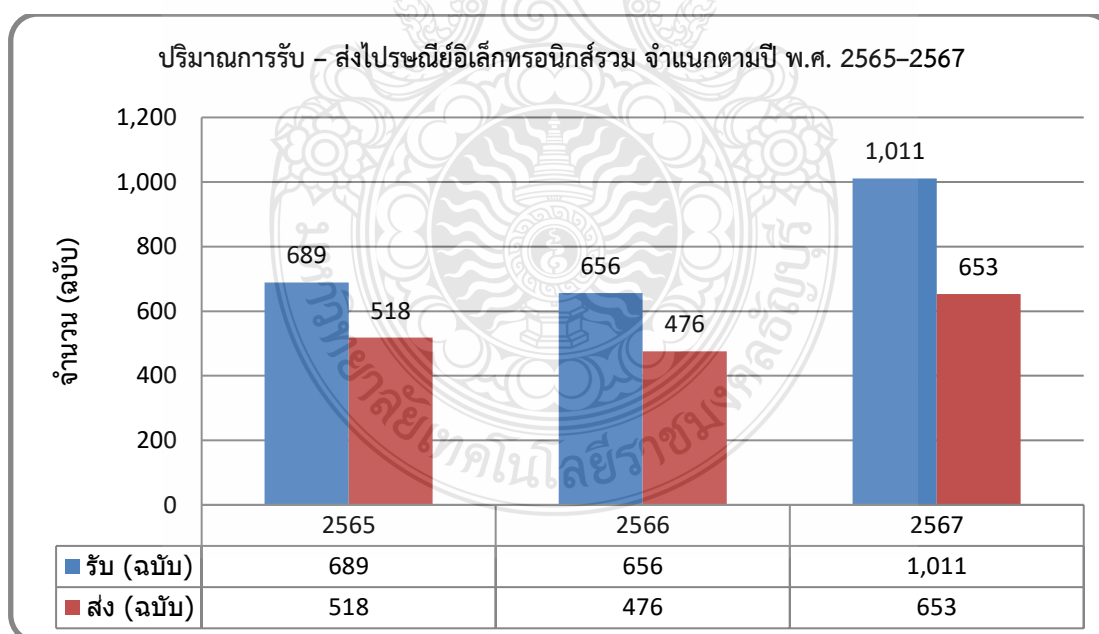
2) ปริมาณและความถี่ของการติดต่อผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ในช่วงปี

พ.ศ. 2565 - 2567

ตารางที่ 4.5 ปริมาณการรับ - ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์โดยรวม ในช่วงปี พ.ศ. 2565 - 2567

ปี พ.ศ.	รับ (ฉบับ)	ส่ง (ฉบับ)	รวม (ฉบับ)
2565	689	518	1,207
2566	656	476	1,132
2567	1,011	653	1,664

ตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า การติดต่อผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มีความถี่มากกว่า 1,100 ฉบับต่อปีในทุกช่วงเวลา โดยในปี พ.ศ. 2567 ปริมาณการใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน เป็น 1,664 ฉบับ สะท้อนว่าภาระงานด้านการติดต่อและการให้บริการทางการศึกษาที่ต้องใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นหลักฐานมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในปีล่าสุด เมื่อพิจารณาเชิงเปรียบเทียบ จะเห็นว่าปริมาณไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์เข้าเพิ่มขึ้นเด่นชัดในปี พ.ศ. 2567 ซึ่งสะท้อนว่าผู้รับบริการเป็นฝ่ายเริ่มต้นการติดต่อกับหน่วยงานมากขึ้น ส่งผลให้ภาระงานด้านการคัดกรองเรื่อง การตอบกลับ และการจัดการเอกสารประกอบเพิ่มขึ้นตามลำดับ แสดงได้ดังภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 กราฟแท่งแสดงปริมาณการรับ - ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์รวม จำแนกตามปี พ.ศ. 2565 - 2567

ที่มา : ผู้วิเคราะห์จัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูลสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ด้วยโปรแกรม Microsoft Excel (2568)

จากภาพที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า ปริมาณการรับ – ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในปี พ.ศ. 2567 โดยเฉพาะไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ขาเข้า ซึ่งสะท้อนว่าผู้รับบริการเริ่มต้นการติดต่อกับหน่วยงานผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น และส่งผลให้ภาระงานด้านการตอบกลับและการจัดการเอกสารเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้ รูปแบบดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการอีเมลให้เป็นระบบ เพื่อรองรับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

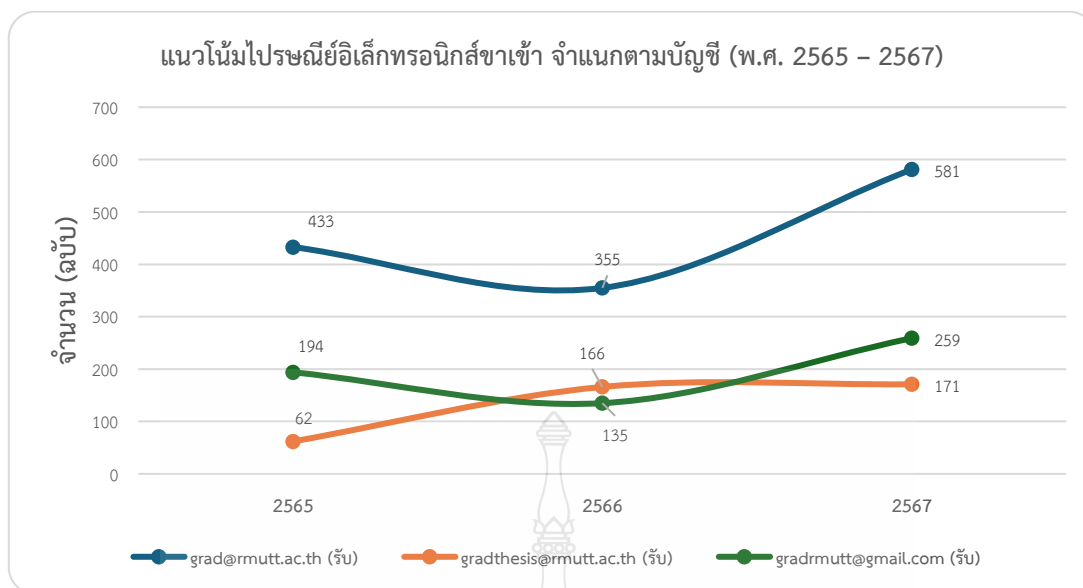
3) การเปรียบเทียบการใช้งานไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามบัญชี ในช่วงปี พ.ศ. 2565 - 2567

ตารางที่ 4.6 ปริมาณการรับ – ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามบัญชี ในช่วงปี

พ.ศ. 2565 – 2567

ปี พ.ศ.	grad@rmutt.ac.th (รับ/ส่ง)	gradthesis@rmutt.ac.th (รับ)	gradrmutt@gmail.com (รับ/ส่ง)
2565	433 / 441	62	194 / 77
2566	355 / 401	166	135 / 75
2567	581 / 581	171	259 / 72

จากตารางที่ 4.6 เมื่อพิจารณาความถี่ของการใช้งานจำแนกตามบัญชี พบว่า บัญชี grad@rmutt.ac.th มีปริมาณการรับ – ส่งสูงที่สุดในทุกปี สะท้อนบทบาทการเป็นช่องทางหลักด้านงานบริการทางการศึกษา ขณะที่บัญชี gradthesis@rmutt.ac.th มีความถี่ของไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ขาเข้าเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง สะท้อนกิจกรรมด้านการส่งผลงานวิชาการของนักศึกษาที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาที่ศึกษา ส่วนบัญชี gradrmutt@gmail.com ทำหน้าที่เป็นช่องทางสนับสนุนในการติดต่อกรณีเฉพาะ ซึ่งมีการรับอีเมลเพิ่มขึ้นเด่นชัดในปี พ.ศ. 2567 สะท้อนบทบาทการรองรับงานติดต่อจากภายนอกและกลุ่มเฉพาะมากขึ้นตามบริบทการปฏิบัติงาน แสดงได้ดังภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 กราฟเส้นแสดงแนวโน้มอิเล็กทรอนิกส์ขาเข้า จำแนกตามบัญชีไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

ที่มา : ผู้วิเคราะห์จัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูลสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ด้วยโปรแกรม Microsoft Excel (2568)

จากภาพที่ 4.5 พบว่า บัญชี grad@rmutt.ac.th มีปริมาณไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ขาเข้าในระดับสูง และมีการเปลี่ยนแปลงตามภารกิจหลักของหน่วยงาน ขณะที่บัญชี gradthesis@rmutt.ac.th มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนการดำเนินกิจกรรมด้านวิชาการที่เพิ่มขึ้น ส่วนบัญชี gradrmutt@gmail.com มีบทบาทเป็นช่องทางเสริมในการรองรับการติดต่อจากภายนอกและกลุ่มเฉพาะ โดยแนวโน้มการใช้งานที่แตกต่างกันของแต่ละบัญชีสะท้อนการแบ่งงานเชิงบทบาทได้อย่างชัดเจน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการติดต่อผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567 สะท้อนให้เห็นว่า ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ยังคงมีบทบาทเป็นช่องทางหลักในการรองรับงานด้านเอกสารและการติดต่อเชิงทางการของสำนักบัณฑิตศึกษา โดยมีความถี่ในการใช้งานอยู่ในระดับสูงและต่อเนื่องในทุกปี แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของปริมาณการใช้งานในปี พ.ศ. 2567 โดยเฉพาะไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ขาเข้า อาจสะท้อนให้เห็นว่าผู้รับบริการมีแนวโน้มเริ่มต้นการติดต่อกับหน่วยงานผ่านช่องทางที่สามารถแนบเอกสารและอ้างอิงย้อนหลังได้มากขึ้น ซึ่งมีความสัมพันธ์กับลักษณะของงานบัณฑิตศึกษาที่ต้องการความถูกต้องและหลักฐานประกอบ เมื่อพิจารณาแยกตามบัญชี พบว่า บัญชีที่รองรับงานบริการทางการศึกษามีความถี่การรับ – ส่งสูงที่สุดอย่างต่อเนื่อง ขณะที่บัญชีที่รองรับงานด้านวิชาการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นของไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ขาเข้า สะท้อนกิจกรรมด้านการส่งและจัดการผลงานวิชาการของนักศึกษาที่เพิ่มขึ้น ในเชิงระบบ ลักษณะการใช้งานดังกล่าวชี้ว่าไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มิได้เป็นเพียงช่องทางติดต่อทั่วไป แต่เป็นกลไกที่เชื่อมโยงกระบวนการทำงานด้านเอกสาร การตรวจสอบข้อมูล และการประสานงานระหว่างหน่วยงาน ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานด้านการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาในภาพรวม

4.1.4 ผลการวิเคราะห์การให้บริการผ่าน LINE Official Account

LINE Official Account เป็นช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่สำนักบัณฑิตศึกษาใช้ในการให้บริการตอบข้อซักถาม ให้ข้อมูล และสนับสนุนการดำเนินงานด้านการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในลักษณะการสื่อสารแบบโต้ตอบโดยตรง (Interactive Communication) ซึ่งเอื้อให้ผู้รับบริการสามารถติดต่อสอบถามและได้รับคำตอบอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะกรณีที่มีความเฉพาะเจาะจงหรือเกี่ยวข้องกับสถานการณ์รายบุคคล การวิเคราะห์ในหัวข้อนี้ใช้ข้อมูลสถิติและข้อมูลเชิงโครงสร้างจากระบบ LINE Official Account ของสำนักบัณฑิตศึกษา ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567 ทั้งนี้ ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลเชิงภาพรวม ณ ช่วงเวลาหนึ่ง มิได้เป็นข้อมูลอนุกรมเวลาย้อนหลังในลักษณะรายปี

1) ภาพรวมผู้ใช้งาน LINE Official Account

ตารางที่ 4.7 จำนวนผู้ติดตาม LINE Official Account ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567

รายการ	จำนวน (คน)
จำนวนผู้ติดตามทั้งหมด	3,051

จากตารางที่ 4.7 พบว่า LINE Official Account ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567 มีผู้ติดตามทั้งหมด 3,051 คน แสดงให้เห็นถึงจำนวนผู้ที่เชื่อมต่อและสามารถรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางดังกล่าว อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเป็นข้อมูลสะสม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง และไม่มีข้อมูลย้อนหลังสำหรับเปรียบเทียบ จึงไม่สามารถอธิบายแนวโน้มการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนผู้ติดตามได้ ทั้งนี้ การวิเคราะห์บทบาทของ LINE Official Account ในด้านการให้บริการจะพิจารณาร่วมกับความถี่และประเภทของประเด็นการติดต่อในหัวข้อถัดไป

2) ความถี่และประเภทของการติดต่อผ่าน LINE Official Account

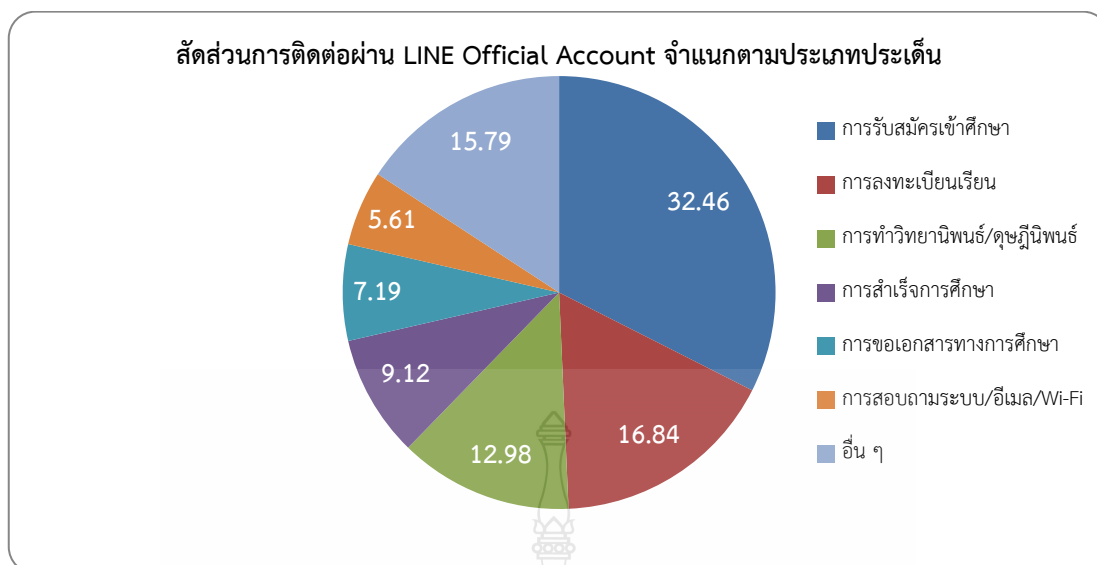
ตารางที่ 4.8 ประเภทประเด็นการติดต่อผ่าน LINE Official Account

ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567

ประเภทประเด็นการติดต่อ	ความถี่ (ครั้ง)	ร้อยละ
การรับสมัครเข้าศึกษา	185	32.46
การลงทะเบียนเรียน	96	16.84
การทำวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์	74	12.98
การสำเร็จการศึกษา	52	9.12
การขอเอกสารทางการศึกษา	41	7.19
การสอบถามระบบ/อีเมล/Wi-Fi	32	5.62
อื่น ๆ	90	15.79
รวม	570	100.00

หมายเหตุ: ความถี่หมายถึงจำนวนประเด็นการติดต่อสอบถามผ่าน LINE Official Account ระหว่างวันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567 โดยข้อความต่อเนื่องในเรื่องเดียวกันนับเป็น 1 ครั้ง และกรณีมีหลายประเด็นในการสนทนาเดียวกันจะแยกนับตามประเด็น รวมทั้งสิ้น 570 ครั้ง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ประเด็นที่มีการติดต่อผ่าน LINE Official Account มากที่สุดคือ เรื่อง การรับสมัครเข้าศึกษา จำนวน 185 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.46 รองลงมาคือการลงทะเบียนเรียน จำนวน 96 ครั้ง (ร้อยละ 16.84) และการทำวิทยานิพนธ์หรือดุษฎีนิพนธ์ จำนวน 74 ครั้ง (ร้อยละ 12.98) ซึ่งสะท้อนว่า LINE Official Account ถูกใช้เป็นช่องทางหลักในการสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ “กระบวนการหลัก” ของบัณฑิตศึกษา ซึ่งในเชิงการตีความ ประเด็นที่มีสัดส่วนสูงมักเป็นเรื่องที่มีหลายขั้นตอน ต้องการคำตอบเฉพาะกรณี และผู้รับบริการคาดหวังการตอบสนองอย่างรวดเร็ว จึงเป็นเหตุให้ช่องทางแบบโต้ตอบโดยตรงอย่าง LINE Official Account มีบทบาทเด่นในกลุ่มประเด็นดังกล่าว แสดงได้ดังภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.6 กราฟวงกลมแสดงสัดส่วนการติดต่อผ่าน LINE Official Account จำแนกตามประเภทประเด็น

ที่มา : ผู้วิเคราะห์จัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูลสำนักบัณฑิตศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ด้วยโปรแกรม Microsoft Excel (2568)

จากภาพที่ 4.6 กราฟวงกลมแสดงให้เห็นว่าสัดส่วนการติดต่อมากกว่าร้อยละ 60 เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการหลัก ได้แก่ การรับสมัคร การลงทะเบียนเรียน และการดำเนินงานด้านวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงบทบาทของ LINE Official Account ในการสนับสนุนการให้บริการเชิงปฏิบัติการของหน่วยงาน และสะท้อนความต้องการของผู้รับบริการที่ต้องการความชัดเจนและรวดเร็วในประเด็นที่มีหลายขั้นตอน

ประเด็นคำถามที่มีการสอบถามซ้ำในสัดส่วนสูง โดยเฉพาะเรื่องการรับสมัครเข้าศึกษา การลงทะเบียนเรียน และการจัดทำวิทยานิพนธ์หรือดุษฎีนิพนธ์ สะท้อนถึงโอกาสในการพัฒนาฐานข้อมูลคำถามที่พบบ่อย (FAQ) และระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) เพื่อสนับสนุนการให้บริการเบื้องต้น ลดภาระการตอบคำถามซ้ำของบุคลากร และเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่า LINE Official Account ทำหน้าที่เป็นช่องทางสำคัญในการรองรับการติดต่อเชิงลึกและการให้บริการแบบรายกรณีของสำนักบัณฑิตศึกษา โดยลักษณะการติดต่อส่วนใหญ่เป็นการสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการศึกษา ซึ่งผู้รับบริการต้องการคำตอบที่เฉพาะเจาะจง รวดเร็ว และสอดคล้องกับสถานการณ์ของตนเอง ความถี่ของการติดต่อที่อยู่ในระดับสูงสะท้อนภาระงานด้านการตอบข้อซักถามและการให้บริการโดยตรงของบุคลากร ขณะเดียวกันยังสะท้อนว่าผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นในการใช้ LINE Official Account

เป็นช่องทางหลักในการติดต่อกับหน่วยงานในกรณีที่ต้องการคำตอบเชิงลึกมากกว่าการค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง แม้ข้อมูล LINE Official Account ที่ใช้ในการวิเคราะห์จะเป็นข้อมูลเชิงภาพรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567 และไม่สามารถนำมาใช้เปรียบเทียบแนวโน้มเชิงเวลาในลักษณะรายปีได้โดยตรง แต่รูปแบบการกระจายของประเภทประเด็นและความถี่ของการติดต่อสามารถสะท้อนแนวโน้มการใช้งานในเชิงบทบาทได้อย่างชัดเจน ผลการวิเคราะห์พบว่า LINE Official Account มีแนวโน้มถูกใช้เป็นช่องทางหลักในการติดต่อสอบถามประเด็นที่มีความซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการศึกษา ซึ่งต้องการการชี้แจงเฉพาะรายและการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ลักษณะดังกล่าวสะท้อนบทบาทของ LINE ในฐานะช่องทางที่สนับสนุนการให้บริการเชิงปฏิบัติการ มากกว่าการเป็นแหล่งข้อมูลเชิงโครงสร้างหรือการเผยแพร่ข้อมูลในภาพรวม ในเชิงความสัมพันธ์ ประเด็นที่มีความถี่สูงผ่าน LINE มักเป็นเรื่องที่มีขั้นตอนหลายขั้นและเกี่ยวข้องกับสถานะเฉพาะของผู้รับบริการ ซึ่งมีแนวโน้มไม่สามารถตอบได้อย่างครบถ้วนผ่านช่องทางที่เป็นการสื่อสารทางเดียว ดังนั้น การใช้ LINE จึงสะท้อนรูปแบบการเลือกใช้ช่องทางตามระดับความซับซ้อนของประเด็นที่ต้องการสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มและบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี แต่ละประเภทในการสนับสนุนการให้บริการวิชาการระดับบัณฑิตศึกษาในเชิงการจัดการ

จากผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและลักษณะการใช้งานของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ในข้อ 4.1 สามารถสรุปแนวโน้มและบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้ว่า ช่องทางแต่ละประเภทมีบทบาทสนับสนุนการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในมิติที่แตกต่างกัน โดยมีความสัมพันธ์กับระดับความซับซ้อนของข้อมูลและลักษณะของประเด็นที่ผู้รับบริการต้องการติดต่อ กล่าวคือ ช่องทางบางประเภททำหน้าที่สนับสนุนการให้ข้อมูลและการรับรู้ข่าวสารในภาพรวม ขณะที่บางช่องทางทำหน้าที่รองรับการติดต่อเชิงลึก การดำเนินการรายการณและงานที่ต้องอาศัยความเป็นทางการหรือหลักฐานประกอบ

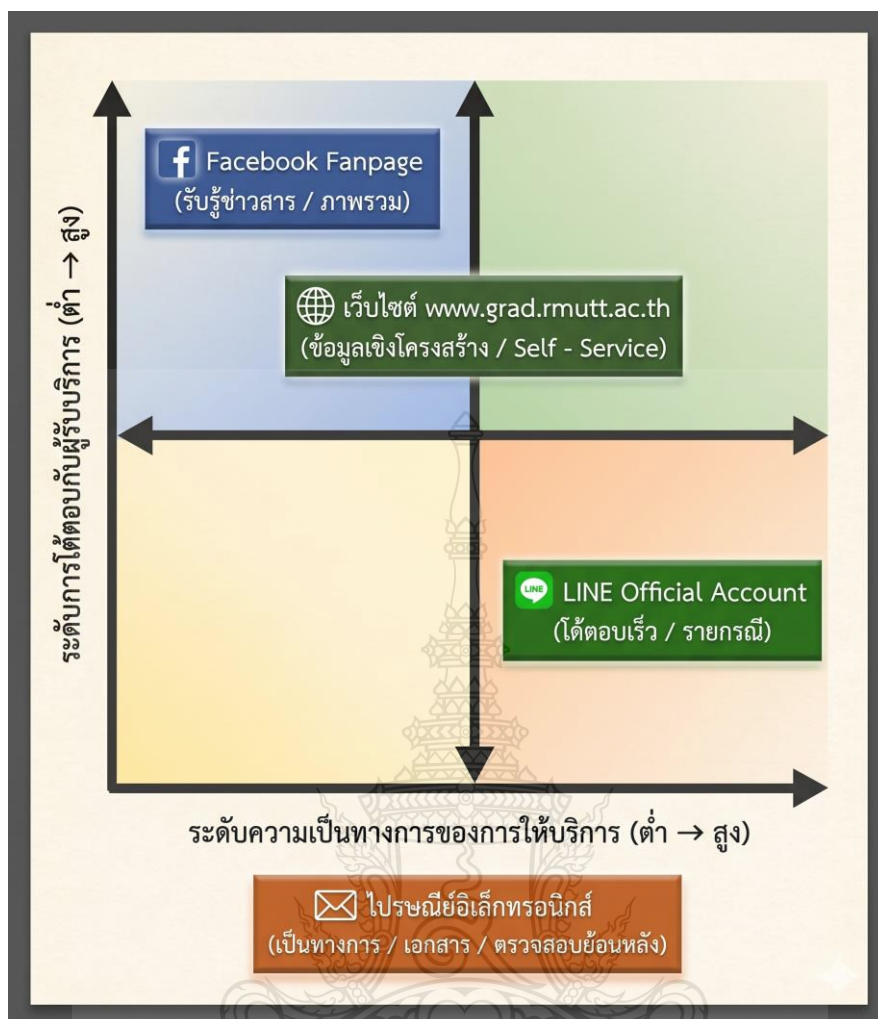
ในรายละเอียด พบว่า เว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีแนวโน้มการใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านจำนวนผู้เข้าชม จำนวนการเปิดหน้าเว็บไซต์ และค่าเฉลี่ยจำนวนหน้าเว็บไซต์ต่อการเข้าชมหนึ่งครั้ง (Pages/Visit) ที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน สะท้อนบทบาทของเว็บไซต์ในฐานะ ฐานข้อมูลกลางของหน่วยงาน และกลไกสำคัญในการสนับสนุนการให้บริการแบบพึ่งพาตนเอง (Self - Service) โดยผู้รับบริการสามารถค้นหาและทำความเข้าใจข้อมูลด้านการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาด้วยตนเองโดยไม่จำเป็นต้องติดต่อเจ้าหน้าที่โดยตรง

ขณะเดียวกัน **Facebook Fanpage** มีฐานผู้ติดตามจำนวนมากและมียอดการเข้าถึงเนื้อหาสะสมอยู่ในระดับสูง สะท้อนบทบาทด้านการประชาสัมพันธ์และการสร้างการรับรู้ในวงกว้าง แม้แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของผู้ติดตามจะมีความผันผวนตามช่วงเวลา แต่ลักษณะเนื้อหาที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่เป็นข่าวสารและประกาศที่มีความสำคัญตามฤดูกาลหรือเหตุการณ์ เช่น การรับสมัครเข้าศึกษาและพิธีพระราชทานปริญญาบัตร ซึ่งชี้ให้เห็นว่า Facebook Fanpage เหมาะสมกับการสื่อสารข้อมูลในภาพรวมและการกระจายข่าวสารไปยังผู้รับบริการจำนวนมาก ในระยะเวลาอันรวดเร็ว

สำหรับ **ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์** พบว่ามีปริมาณการใช้งานอยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในปี พ.ศ. 2567 โดยเฉพาะไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ฯ เข้า สะท้อนว่าผู้รับบริการมีแนวโน้มเลือกใช้ช่องทางที่สามารถแนบเอกสาร ตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้ และมีความเป็นทางการมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะงานด้านบัณฑิตศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเอกสารทางการศึกษา ผลงานวิชาการ และการประสานงานที่ต้องอาศัยความถูกต้องและหลักฐานประกอบ

ในขณะที่ **LINE Official Account** สะท้อนบทบาทเด่นในการรองรับการติดต่อเชิงกระบวนการและรายการณที่ที่ต้องการความรวดเร็ว โดยประเด็นที่มีการติดต่อส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในกระบวนการหลักของการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา เช่น การรับสมัคร การลงทะเบียนเรียน และการทำวิทยานิพนธ์หรือดุษฎีนิพนธ์ ลักษณะดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า LINE Official Account ทำหน้าที่เป็นช่องทางที่รองรับการสื่อสารแบบโต้ตอบโดยตรง และช่วยสนับสนุนการแก้ไขปัญหาเฉพาะรายของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยสรุป ผลการวิเคราะห์แนวโน้มและบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษาจำเป็นต้องบริหารบทบาทเฉพาะของแต่ละช่องทางให้สอดคล้องและเกื้อหนุนกันในเชิงระบบ เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงข้อมูลในภาพรวมได้อย่างครบถ้วน และได้รับการสนับสนุนเชิงลึกเมื่อจำเป็น ทั้งนี้ โครงสร้างบทบาทและความสัมพันธ์ของช่องทางการสื่อสารออนไลน์สามารถแสดงให้เห็นได้ดังภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.7 แผนภาพแสดงบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการสนับสนุนการให้บริการ
ทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

ที่มา : สังเคราะห์จากผลการวิเคราะห์ของผู้จัดทำรายงาน (2568)

จากภาพที่ 4.7 แสดงให้เห็นบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยจำแนกตามระดับการโต้ตอบกับผู้รับบริการและระดับความเป็นทางการของการให้บริการ พบว่า เว็บไซต์และ Facebook Fanpage ทำหน้าที่เป็นช่องทางการให้ข้อมูลและสร้างการรับรู้ในภาพรวม ขณะที่ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์และ LINE Official Account รองรับการติดต่อเชิงลึกและการให้บริการรายการณิ โครงสร้างดังกล่าวสะท้อนการแบ่งบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์อย่างเป็นระบบ เพื่อสนับสนุนการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาอย่างเหมาะสมตามลักษณะของประเด็นที่ผู้รับบริการต้องการติดต่อ

โครงสร้างบทบาตดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษาไม่ได้ทำงานแยกส่วน หากแต่มีการแบ่งบทบาทหน้าที่และสนับสนุนกันอย่างเป็นระบบ โดยช่องทางที่เน้นการให้ข้อมูลเชิงภาพรวมทำหน้าที่เป็นจุดเริ่มต้นของการรับรู้ข้อมูล ขณะที่ช่องทางที่มีลักษณะการโต้ตอบสูงเข้ามารองรับการติดต่อเชิงลึกตามระดับความซับซ้อนของประเด็น ส่งผลให้การให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามีความครอบคลุม ยืดหยุ่น และสอดคล้องกับพฤติกรรมในการเลือกใช้ช่องทางของผู้รับบริการในบริบทปัจจุบัน

4.3 ผลการวิเคราะห์บทบาทและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ลักษณะการใช้งาน แนวโน้ม และบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในข้อ 4.1 และข้อ 4.2 ผู้จัดทำรายงานได้นำผลดังกล่าวมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่ออธิบายบทบาทและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในภาพรวม โดยพิจารณาจากบทบาทหน้าที่ รูปแบบการเข้าถึงและการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ ลักษณะข้อมูลที่รองรับ ตลอดจนประเด็นที่พบจากการติดต่อผ่านแต่ละช่องทาง เพื่อแสดงให้เห็นลักษณะการทำงานร่วมกันของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการสนับสนุนการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 บทบาทและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ช่องทาง	บทบาทหลัก	รูปแบบการเข้าถึง/ปฏิสัมพันธ์	ลักษณะข้อมูลที่รองรับ	ประเด็นที่เหมาะสม/พบเด่น	ผลที่พบจากการวิเคราะห์
เว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th	ฐานข้อมูลกลาง/ การเข้าถึงข้อมูล ด้วยตนเอง	สื่อสารทางเดียว (ผู้ใช้ค้นเอง)	เชิงโครงสร้าง ระเบียบ ประกาศ แนวปฏิบัติ	ข้อมูลทั่วไป - มาตรฐาน ที่ค้นซ้ำได้	ผู้เข้าชมและ Page Views เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง และ Pages/Visit สูงขึ้น แสดง การค้นข้อมูล เชิงลึกมากขึ้น

ตารางที่ 4.9 บทบาทและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (ต่อ)

ช่องทาง	บทบาทหลัก	รูปแบบ การเข้าถึง/ ปฏิสัมพันธ์	ลักษณะข้อมูล ที่รองรับ	ประเด็นที่ เหมาะสม/ พบเด่น	ผลที่พบจาก การวิเคราะห์
Facebook Fanpage	ประชาสัมพันธ์/ สร้างการรับรู้ ในวงกว้าง	สื่อสารทั้งทาง เดียว + ได้ตอบ โต้บางส่วน	ข่าว/ประกาศ/ กิจกรรม	รับสมัคร, พระราชทาน ปริญญาบัตร, ข่าวสำคัญ ตามช่วงเวลา	การเติบโต ผู้ติดตามผันผวน ตามจังหวะ การสื่อสาร แต่มี ฐานผู้รับสารใหญ่ สะท้อนบทบาท “ต้นน้ำ” ของการสื่อสาร
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	ช่องทางธุรกรรม/ เอกสาร/งาน วิชาการที่เป็น ทางการ	โต้ตอบแบบ เป็นหลักฐาน ตรวจสอบ ย้อนหลังได้	เอกสาร แนบไฟล์ เรื่องเฉพาะ ที่ต้องอ้างอิง	ตรวจสอบข้อมูล ส่งเอกสาร การประสานงาน ทางการ	ปริมาณไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์ สูงต่อเนื่อง และ เพิ่มขึ้นในปี 2567 โดยเฉพาะขาเข้า สะท้อนภาระงาน และความเป็น ทางการของงาน

ตารางที่ 4.9 บทบาทและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (ต่อ)

ช่องทาง	บทบาทหลัก	รูปแบบการเข้าถึง/ปฏิสัมพันธ์	ลักษณะข้อมูลที่ได้รับ	ประเด็นที่เหมาะสม/พบเด่น	ผลที่พบจากการวิเคราะห์
LINE Official Account	ช่องทางตอบ	โต้ตอบทันทีแบบสนทนา	คำถามเฉพาะราย/ปัญหาหน้างาน	รับสมัครลงทะเบียนวิทยานิพนธ์เอกสาร	ประเด็นที่พบส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกระบวนการหลักได้แก่
	ข้อสอบถาม				การรับสมัคร
	และให้ข้อมูล				การลงทะเบียนเรียน และการทำ
	เฉพาะกรณี				วิทยานิพนธ์/ดุขฎิ นิพนธ์ แสดงถึง บทบาทของ LINE Official Account ในการรองรับ ข้อสอบถาม เฉพาะกรณี

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีบทบาทแตกต่างกันตามลักษณะการให้บริการ กล่าวคือ เว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ทำหน้าที่เป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลที่มีโครงสร้าง เช่น ระเบียบ ประกาศ และแนวปฏิบัติ ซึ่งสนับสนุนให้ผู้รับบริการสามารถค้นหาและเข้าถึงข้อมูลได้ด้วยตนเอง ขณะที่ Facebook Fanpage ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรม และข้อมูลสำคัญตามช่วงเวลา เพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้รับบริการในวงกว้าง ส่วนไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ใช้รองรับการติดต่อที่เป็นทางการ การรับ – ส่งเอกสาร และการดำเนินงานที่จำเป็นต้องมีหลักฐานหรือสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ สำหรับ LINE Official Account มีบทบาทในการตอบข้อสอบถาม ให้คำชี้แจง และสนับสนุนการให้บริการเฉพาะกรณีที่ต้องการการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

เมื่อพิจารณาภาพรวมของช่องทางทั้ง 4 พบว่า เว็บไซต์และ Facebook Fanpage มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลและสร้างการรับรู้ ขณะที่ LINE Official Account และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทในการรองรับการติดต่อแบบโต้ตอบ การให้คำอธิบายเพิ่มเติม และการดำเนินการเฉพาะกรณี อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ยังไม่สามารถยืนยันลำดับการเปลี่ยนผ่านระหว่างช่องทางของผู้รับบริการแต่ละรายได้ จึงอธิบายความเชื่อมโยงจากบทบาทและลักษณะการให้บริการของแต่ละช่องทางในภาพรวมเท่านั้น

ผลการวิเคราะห์ในข้อ 4.3 แสดงให้เห็นว่า การให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาผ่านช่องทางออนไลน์มิได้ขึ้นอยู่กับช่องทางใดช่องทางหนึ่ง แต่ต้องอาศัยการกำหนดบทบาทของแต่ละช่องทางให้เหมาะสมกับลักษณะข้อมูลและรูปแบบการติดต่อ ตลอดจนการดูแลให้ข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ มีความถูกต้อง เป็นปัจจุบัน และสอดคล้องกัน เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถเลือกใช้ช่องทางได้อย่างเหมาะสมและได้รับข้อมูลที่มีมาตรฐานเดียวกัน

นอกจากนี้ ประสิทธิภาพของการสื่อสารออนไลน์ไม่ได้พิจารณาจากจำนวนช่องทางที่มีอยู่เพียงอย่างเดียว แต่ควรพิจารณาควบคู่กับคุณภาพของการให้บริการ ได้แก่ ความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล ความสะดวกในการเข้าถึง ความรวดเร็วในการตอบสนอง และความสอดคล้องของข้อมูลระหว่างช่องทาง ส่วนการนำเครื่องมือสนับสนุนการสื่อสาร เช่น คำถามที่พบบ่อย (Frequently Asked Questions: FAQ) อินโฟกราฟิก วิดีโอ และระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) มาประยุกต์ใช้อาจช่วยให้ผู้รับบริการเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกขึ้น รวมทั้งช่วยลดการตอบข้อสอบถามที่มีลักษณะซ้ำกันของบุคลากร

ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์บทบาทและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ดังกล่าวจะนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดข้อเสนอแนะในการพัฒนาการจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา เพื่อสนับสนุนการให้บริการให้มีความถูกต้อง สะดวก รวดเร็ว และเหมาะสมกับลักษณะความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งจะนำเสนอในบทที่ 5 ต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

บทที่ 5 นำเสนอการสรุปผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะจากรายงานเชิงวิเคราะห์ ว่าด้วย บทบาทและแนวโน้มการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยสรุปผลตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ และสังเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการรายช่องทางเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สอดคล้องกันทั้งระบบ ทั้งนี้ สารสำคัญของบทนี้ได้เป็นการทวนซ้ำผลในบทที่ 4 หากแต่เป็นการยกระดับผลการวิเคราะห์ไปสู่ “ความหมายเชิงระบบ” ผ่านการตีความแนวโน้ม ความเชื่อมโยง และความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางในมิติการให้บริการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิเคราะห์

5.2 ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์

5.3 สรุปโดยภาพรวม

5.1 สรุปผลการวิเคราะห์

5.1.1 การรวบรวมและวิเคราะห์ลักษณะ รูปแบบ และปริมาณการใช้งานช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2567

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณสะท้อนว่าช่องทางการสื่อสารออนไลน์ทั้ง 4 ช่องทางมี “รูปแบบการใช้งานต่างกันตามธรรมชาติของแพลตฟอร์ม” และ “ปริมาณการใช้งานต่างกันตามภารกิจที่รองรับ” โดยสามารถมองภาพรวมได้เป็น 2 กลุ่มหลักที่เกิดขึ้นจริงในระบบบริการของหน่วยงาน คือ (1) ช่องทางที่เน้นการเข้าถึงข้อมูลด้วยตนเองและการรับรู้ข้อมูลเชิงภาพรวม และ (2) ช่องทางที่เน้นการติดต่อเชิงลึกและการดำเนินการรายการที่ต้องอาศัยการโต้ตอบหรือหลักฐานอ้างอิง

ในกลุ่มแรก เว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ของสำนักบัณฑิตศึกษา มีปริมาณการเข้าถึงเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในช่วง 3 ปี ทั้งจำนวนผู้เข้าชมและจำนวนการเปิดหน้า โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของการเปิดหน้าและค่าเฉลี่ยจำนวนหน้าต่อครั้ง สะท้อนว่าผู้รับบริการมิได้เข้ามา “ดูเพียงหน้าเดียวแล้วออก” แต่มีการค้นหาข้อมูลหลายส่วนประกอบกันมากขึ้น ซึ่งสัมพันธ์กับลักษณะงานบัณฑิตศึกษาที่มีขั้นตอนและเงื่อนไขจำนวนมาก การที่ผู้ใช้ต้องเปิดดูหลายหน้าจึงสะท้อน “ความต้องการทำความเข้าใจให้ครบก่อนดำเนินการ” และชี้ว่าบทบาทของเว็บไซต์ในระบบบริการไม่ได้เป็นเพียงช่องทางประชาสัมพันธ์ แต่เป็นฐานข้อมูลเชิงปฏิบัติการที่ผู้รับบริการใช้พึ่งพาจริง ในขณะเดียวกัน Facebook Fanpage มีฐานผู้ติดตามและยอดการเข้าถึงสะสมในระดับสูง แสดงศักยภาพของช่องทาง

ในการกระจายข่าวสาร และสร้างการรับรู้แก่ผู้รับบริการจำนวนมากพร้อมกัน โดยรูปแบบการเพิ่มขึ้นของผู้ติดตามที่ผันผวนสะท้อนธรรมชาติของแพลตฟอร์มที่ผู้ใช้ตอบสนองตาม “จังหวะข่าว” และ “เหตุการณ์สำคัญ” มากกว่าการเติบโตแบบคงที่ ลักษณะนี้สอดคล้องกับบทบาทของ Facebook Fanpage ที่เหมาะกับประกาศเชิงฤดูกาลหรือข่าวที่ต้องสื่อสารให้รับรู้เป็นวงกว้างอย่างรวดเร็ว มากกว่าการรองรับการดำเนินการเชิงเอกสารหรือการแก้ปัญหาเฉพาะราย

ในกลุ่มที่สอง **ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์** มีปริมาณการรับ - ส่งอยู่ในระดับสูงต่อเนื่อง และเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในปีล่าสุด โดยเฉพาะไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ขาเข้า สะท้อนว่าเมื่อประเด็นมีความเป็นทางการหรือจำเป็นต้องมีการแนบเอกสาร ผู้รับบริการจะเลือกใช้ช่องทางที่สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้และมีหลักฐานชัดเจน ซึ่งสะท้อน “ภาระงานจริง” ของหน่วยงานที่เกิดจากการดำเนินการด้านเอกสารและการตรวจสอบข้อมูลมากกว่าการสื่อสารเชิงข่าวสาร สำหรับด้าน **LINE Official Account** มีผู้ติดตามในระดับที่สะท้อนความนิยมของช่องทางโต้ตอบแบบทันที และเมื่อพิจารณาประเภทประเด็นการติดต่อ พบว่าคำถามส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในกระบวนการหลัก เช่น การรับสมัคร การลงทะเบียน และการดำเนินงานวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ซึ่งสะท้อนว่า LINE Official Account ทำหน้าที่รองรับ “คำถามเชิงกระบวนการ” และ “ปัญหาหน้างาน” ที่ต้องการคำตอบแบบเฉพาะรายและรวดเร็ว โดยลักษณะดังกล่าวสัมพันธ์กับความจริงเชิงงานบริการที่ผู้รับบริการมักเริ่มจากการอ่านข้อมูลในภาพรวมก่อน แล้วจึงเปลี่ยนมาสอบถามเมื่อพบความไม่ชัดเจนหรือมีเงื่อนไขเฉพาะบุคคล

เมื่อพิจารณาร่วมกัน ภาพรวมเชิงปริมาณและรูปแบบการใช้งานจึงมิได้สะท้อนเพียง “ความนิยมของช่องทาง” แต่สะท้อน “การจัดวางบทบาทตามงานที่รองรับ” กล่าวคือ ช่องทางที่ให้ข้อมูลมาตรฐานรองรับการเข้าถึงด้วยตนเอง ส่วนช่องทางโต้ตอบรองรับความซับซ้อนและงานรายการที่ต้องอาศัยบุคลากรเข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของธารีย์ธิดา ลีพิริวทิติ และ ปณต กุลฉันทวิทย์ (2567) ซึ่งพบว่า เว็บไซต์ของหน่วยงานด้านกิจการนักศึกษาเป็นช่องทางสำคัญที่ผู้ใช้เลือกใช้เพื่อติดตามข่าวสาร รับประกาศ และค้นหาข้อมูลที่จำเป็นต่อการศึกษา โดยการรับรู้ประโยชน์ของเนื้อหาบนเว็บไซต์เป็นปัจจัยสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ความสอดคล้องดังกล่าวอาจเกิดจากเว็บไซต์ของหน่วยงานการศึกษามีลักษณะเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลที่เป็นทางการและมีรายละเอียด ผู้รับบริการจึงใช้เว็บไซต์เพื่อค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนและเงื่อนไขทางการศึกษา ส่วนผลการวิเคราะห์ที่พบว่า Facebook Fanpage และ LINE Official Account มีบทบาทในการประชาสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร เป็นข้อค้นพบจากข้อมูลการใช้งานจริงของสำนักบัณฑิตศึกษาในการวิเคราะห์ครั้งนี้

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ครั้งนี้แตกต่างจากงานของธารีย์ธิดา ลิฬะวิวิท และ ปณต กุลฉันทวิทย์ (2567) ในด้านขอบเขตและวิธีการศึกษา กล่าวคือ งานดังกล่าวมุ่งศึกษา พฤติกรรม การรับรู้ หรือความพึงพอใจของผู้ใช้โดยตรง ขณะที่การวิเคราะห์ครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ จากสถิติการใช้งานจริงของช่องทาง ได้แก่ จำนวนผู้เข้าชม จำนวนการเปิดหน้าเว็บไซต์ จำนวนผู้ติดตาม ปริมาณการรับ – ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และประเภทประเด็นการติดต่อผ่าน LINE Official Account จึงสามารถอธิบายลักษณะและปริมาณการใช้งานของแต่ละช่องทางได้ แต่ยังไม่สามารถ ยืนยันแรงจูงใจ ความพึงพอใจ หรือพฤติกรรมการเลือกใช้ช่องทางของผู้รับบริการแต่ละรายได้

5.1.2 การวิเคราะห์แนวโน้มและบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการ สนับสนุนการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในเชิงการจัดการ

เมื่อวิเคราะห์แนวโน้มและบทบาทเชิงการจัดการ พบว่าช่องทางต่าง ๆ ทำหน้าที่ สนับสนุนบริการใน “มิติต่างกัน” และเกิดความสัมพันธ์กันตามระดับความซับซ้อนของประเด็น ที่ผู้รับบริการต้องการ กล่าวคือ ระบบบริการมิได้ขับเคลื่อนด้วยช่องทางใดช่องทางหนึ่ง แต่เป็นการ ทำงานร่วมกันของช่องทางที่มีบทบาทแบบ “ต้นน้ำ – กลางน้ำ – ปลายน้ำ” ในมิติการให้บริการ

เว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th และ Facebook Fanpage ทำหน้าที่เป็น ช่องทางต้นน้ำ โดยเว็บไซต์เป็นฐานข้อมูลกลางสำหรับข้อมูลเชิงโครงสร้างที่ต้องค้นหาค้นหาได้และอ้างอิงได้ ส่วน Facebook Fanpage ทำหน้าที่กระจายข่าวสารในวงกว้างและสร้างการรับรู้เชิงภาพรวม ความสัมพันธ์ของสองช่องทางนี้ คือ Facebook Fanpage มีลักษณะ “ดึงความสนใจและชักนำการรับรู้” ขณะที่เว็บไซต์ทำหน้าที่ “รองรับรายละเอียดและขั้นตอน” กล่าวอีกนัยหนึ่ง Facebook Fanpage เป็นช่องทางที่เหมาะสมต่อการชี้เป้า หรือส่งสัญญาณข่าวสารสำคัญ ส่วนเว็บไซต์เป็นช่องทางที่ผู้รับบริการ ต้องกลับมาพึ่งพาเพื่ออ่านรายละเอียดและดำเนินการให้ถูกต้อง

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และ LINE Official Account ทำหน้าที่เป็นช่องทาง กลางน้ำและปลายน้ำ โดยรองรับการติดต่อเชิงลึกที่ต้องอาศัยการโต้ตอบหรือการจัดการรายการณี ความสัมพันธ์ระหว่างไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ กับ LINE Official Account คือ LINE Official Account เหมาะกับการสอบถามเร่งด่วนเพื่อให้ได้ความชัดเจนในเชิงกระบวนการ ขณะที่ไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์เหมาะกับการส่งเอกสาร การยืนยันข้อมูล และการสื่อสารที่ต้องมีหลักฐานและตรวจสอบ ย้อนหลังได้ ดังนั้น เมื่อประเด็นเข้าสู่ขั้นที่ต้อง “ลงมือดำเนินการและต้องมีหลักฐาน” ผู้รับบริการ จึงมีแนวโน้มเปลี่ยนจากการสอบถามแบบสนทนาไปสู่การติดต่อแบบเป็นทางการมากขึ้น

แนวโน้มที่ปรากฏในบทที่ 4 ชี้ว่าบทบาทของเว็บไซต์ในฐานะ Self - Service มีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันภาระงานในช่องทางโต้ตอบยังคงสูง โดยเฉพาะ ในประเด็นกระบวนการหลัก ซึ่งสะท้อนข้อเท็จจริงเชิงระบบว่า แม้ผู้รับบริการจะเข้าถึงข้อมูลด้วยตนเอง มากขึ้น แต่ความซับซ้อนของกระบวนการและเงื่อนไขเฉพาะรายยังทำให้ “ความต้องการการชี้แจง

แบบโต้ตอบ” ไม่ลดลงตามไปด้วย การจัดการช่องทางจึงไม่ใช่การเลือกช่องทางที่ดีที่สุดเพียงช่องทางเดียว แต่เป็นการจัดการให้แต่ละช่องทางทำหน้าที่ของตนได้เต็มประสิทธิภาพและส่งต่อกันได้อย่างเป็นระบบ

ผลการวิเคราะห์บทบาทของแต่ละช่องทางสอดคล้องกับงานของ Boonprawes et al. (2025) ซึ่งพบว่า การสื่อสารออนไลน์ของสถาบันอุดมศึกษาต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของช่องทางเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยผลการวิเคราะห์ครั้งนี้พบในทิศทางเดียวกันว่า เว็บไซต์เหมาะสมสำหรับข้อมูลที่มีรายละเอียดและสามารถใช้อ้างอิงได้ Facebook Fanpage เหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ LINE Official Account เหมาะสำหรับการตอบข้อสอบถามและให้คำชี้แจงเฉพาะกรณี ส่วนโปรชนีย์อิเล็กทรอนิกส์เหมาะสำหรับการติดต่อที่เป็นทางการและต้องมีหลักฐานตรวจสอบย้อนหลัง ความสอดคล้องดังกล่าวอาจเกิดจากคุณลักษณะทางเทคนิคและรูปแบบการสื่อสารของแต่ละแพลตฟอร์มแตกต่างกัน จึงทำให้แต่ละช่องทางเหมาะสมกับการกิจและข้อมูลคนละประเภท

ผลดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานของสุธาธินันท์ ช่างท่า (2558) ซึ่งพบว่า คุณสมบัติของ LINE Official Account มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน และการออกแบบคุณสมบัติให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร โดยเฉพาะการติดตามข้อมูล และการให้บริการที่ต้องตอบสนองอย่างทันท่วงที เช่นเดียวกับผลการวิเคราะห์ครั้งนี้ที่พบว่า ประเด็นการติดต่อผ่าน LINE Official Account ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกระบวนการหลัก ได้แก่ การรับสมัคร การลงทะเบียนเรียน และการทำวิทยานิพนธ์หรือดุษฎีนิพนธ์ ซึ่งเป็นเรื่องที่ผู้รับบริการอาจต้องการคำชี้แจงเพิ่มเติมเฉพาะกรณี

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ครั้งนี้แตกต่างจากงานของ Boonprawes et al. (2025) ซึ่งมุ่งพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารและศึกษาความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งแตกต่างจากงานของสุธาธินันท์ ช่างท่า (2558) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้โดยตรง เนื่องจากการวิเคราะห์ครั้งนี้ไม่ได้สำรวจความคิดเห็นหรือทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร แต่มุ่งอธิบายแนวโน้มและบทบาทของช่องทางจากข้อมูลการดำเนินงานจริงของหน่วยงาน ความแตกต่างของผลและระดับการอธิบายจึงเกิดจากวัตถุประสงค์ แหล่งข้อมูล และวิธีการศึกษาที่ต่างกัน

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์บทบาทและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

จากผลการวิเคราะห์บทบาทและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์พบว่า ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีบทบาทแตกต่างกันตามลักษณะข้อมูล และรูปแบบการให้บริการ โดยเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ทำหน้าที่เป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลที่มีโครงสร้าง เช่น ระเบียบ ประกาศ และแนวปฏิบัติ ซึ่งสนับสนุนให้ผู้รับบริการสามารถค้นหาและเข้าถึงข้อมูลได้ด้วยตนเอง ขณะที่

Facebook Fanpage มีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรม และข้อมูลสำคัญตามช่วงเวลา เพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้รับบริการในวงกว้าง

สำหรับช่องทางที่มีลักษณะการสื่อสารแบบโต้ตอบ พบว่า LINE Official Account มีบทบาทในการตอบข้อสอบถาม ให้คำชี้แจง และสนับสนุนการให้บริการเฉพาะกรณีที่ต้องการการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ส่วนไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทในการรองรับการติดต่อที่เป็นทางการ การรับ – ส่งเอกสาร และการดำเนินงานที่จำเป็นต้องมีหลักฐานหรือสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ แสดงให้เห็นว่าแต่ละช่องทางมีความเหมาะสมกับข้อมูลและลักษณะการให้บริการที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาภาพรวม พบว่า เว็บไซต์และ Facebook Fanpage มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลและสร้างการรับรู้ ขณะที่ LINE Official Account และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทในการรองรับการติดต่อแบบโต้ตอบ การให้คำอธิบายเพิ่มเติม และการดำเนินการเฉพาะกรณีช่องทางทั้ง 4 จึงสามารถสนับสนุนการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในลักษณะที่แตกต่างและเกื้อหนุนกัน อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ครั้งนี้ยังไม่สามารถยืนยันลำดับการเปลี่ยนผ่านจากช่องทางหนึ่งไปสู่อีกช่องทางหนึ่งของผู้รับบริการแต่ละรายได้ เนื่องจากไม่ได้เก็บข้อมูลติดตามพฤติกรรมการใช้ช่องทางในระดับรายบุคคล

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการกำหนดบทบาทและขอบเขตการให้บริการของแต่ละช่องทางให้ชัดเจน ตลอดจนการดูแลให้ข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ มีความถูกต้อง เป็นปัจจุบัน และสอดคล้องกัน โดยควรกำหนดเว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงหลักของหน่วยงาน ใช้ Facebook Fanpage เพื่อประชาสัมพันธ์และเชื่อมโยงผู้รับบริการไปยังข้อมูลรายละเอียด ใช้ LINE Official Account สำหรับตอบข้อสอบถามและให้คำชี้แจงเบื้องต้น และใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการติดต่อที่เป็นทางการหรือจำเป็นต้องใช้เอกสารประกอบ

ดังนั้น การพัฒนาการจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์ควรพิจารณาบทบาทของทุกช่องทางร่วมกัน โดยกำหนดผู้รับผิดชอบ แนวทางการเผยแพร่ข้อมูล มาตรฐานการตอบข้อสอบถาม และเงื่อนไขการแนะนำหรือส่งต่อการติดต่อระหว่างช่องทางอย่างชัดเจน แนวทางดังกล่าวจะช่วยลดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน ลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล และสนับสนุนให้ผู้รับบริการได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเหมาะสมกับลักษณะการติดต่อ

ผลการวิเคราะห์บทบาทและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารหลายช่องทางและการสื่อสารแบบบูรณาการทุกช่องทาง ซึ่งอธิบายว่าการมีช่องทางหลายประเภทช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการ แต่หากแต่ละช่องทางขาดการเชื่อมโยงข้อมูลและแนวปฏิบัติร่วมกัน อาจทำให้เกิดความไม่สอดคล้องของข้อมูลและภาระงานที่ซ้ำซ้อน ผลการวิเคราะห์ครั้งนี้พบในทิศทางเดียวกันว่า ช่องทางทั้ง 4 มีบทบาทแตกต่างกันและสามารถสนับสนุนการให้บริการร่วมกันได้ โดยเว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลที่มีโครงสร้าง Facebook Fanpage

สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ LINE Official Account รองรับการตอบข้อสอบถามและการให้คำชี้แจงเฉพาะกรณี และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์รองรับการติดต่อที่เป็นทางการและการรับ – ส่งเอกสาร

ผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของพิชญ์ ลากชัยเจริญกิจ และคณะ (2565) ซึ่งพบว่า การเชื่อมโยงช่องทางอย่างเป็นระบบและการส่งมอบประสบการณ์ที่ต่อเนื่องเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารแบบบูรณาการทุกช่องทาง ความสอดคล้องดังกล่าวอาจเกิดจากการให้บริการทางการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลและกระบวนการหลายประเภท ตั้งแต่การประชาสัมพันธ์ข้อมูลทั่วไป การตอบข้อสอบถาม ไปจนถึงการดำเนินการที่ต้องใช้เอกสาร จึงไม่สามารถใช้ช่องทางเพียงช่องทางเดียวรองรับการให้บริการทุกลักษณะได้อย่างเหมาะสม

อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ครั้งนี้ยังไม่สามารถยืนยันได้ว่าช่องทางทั้ง 4 มีการเชื่อมโยงกันอย่างสมบูรณ์ตามแนวคิดการสื่อสารแบบบูรณาการทุกช่องทาง หรือผู้รับบริการมีการเปลี่ยนผ่านจากช่องทางหนึ่งไปสู่อีกช่องทางหนึ่งตามลำดับ เนื่องจากไม่ได้เก็บข้อมูลติดตามเส้นทางการใช้บริการของผู้รับบริการแต่ละราย ผลที่พบจึงแสดงได้เพียงความแตกต่างและความสัมพันธ์ในด้านบทบาทของแต่ละช่องทางจากข้อมูลภาพรวมของหน่วยงาน ขณะที่งานของพิชญ์ ลากชัยเจริญกิจ และคณะ (2565) มุ่งศึกษาการรับรู้และองค์ประกอบของการเชื่อมโยงช่องทางโดยตรง ความแตกต่างดังกล่าวเป็นผลจากขอบเขต แหล่งข้อมูล และวิธีการศึกษาที่แตกต่างกัน

5.2 ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์

จากผลการวิเคราะห์แนวโน้มและบทบาทของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในบทที่ 4 พบว่าช่องทางแต่ละประเภทมีบทบาทแตกต่างกันตามระดับความซับซ้อนของข้อมูลและลักษณะการติดต่อของผู้รับบริการ ดังนั้น ข้อเสนอแนะในหัวข้อนี้จึงจัดทำแบบรายช่องทาง โดยยึดหลักการพัฒนาเชิงระบบเป็นสำคัญ กล่าวคือ ไม่มุ่งปรับปรุงช่องทางใดช่องทางหนึ่งโดยลำพัง หากแต่เน้นการจัดบทบาทของแต่ละช่องทางให้สอดคล้อง เชื่อมโยง และสนับสนุนกันอย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในภาพรวม

5.2.1 ด้านเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th

1) จากผลการวิเคราะห์พบว่าเว็บไซต์มีแนวโน้มการใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และผู้รับบริการมีลักษณะการเปิดดูหลายหน้าภายในครั้งเดียว ซึ่งสะท้อนว่าผู้ใช้งานต้องการทำความเข้าใจข้อมูลอย่างเป็นขั้นตอน ดังนั้น เว็บไซต์ควรถูกพัฒนาให้เป็นแหล่งข้อมูลหลักที่รวบรวมข้อมูลสำคัญทั้งหมดไว้ในโครงสร้างเดียว โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามภารกิจหลักของสำนักบัณฑิตศึกษา เช่น การรับสมัคร การลงทะเบียน การทำวิทยานิพนธ์ และการสำเร็จการศึกษา พร้อมจัดลำดับขั้นตอนการดำเนินงานให้ต่อเนื่องและชัดเจน ทั้งนี้ อาจใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย เช่น แผนผังขั้นตอน (Infographic) สื่อมัลติมีเดีย หรือคลิปอธิบายขั้นตอนสั้น ๆ เพื่อช่วยให้ผู้รับบริการเข้าใจ

ภาพรวมและลำดับการดำเนินงานได้ง่ายขึ้น แนวทางดังกล่าวจะช่วยสนับสนุนการเข้าถึงข้อมูลด้วยตนเอง และลดความจำเป็นในการติดต่อสอบถามผ่านช่องทางได้ตอบโดยตรง

2) ควรปรับปรุงเนื้อหาเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับประเด็นที่ถูกสอบถามบ่อยในช่องทางได้ตอบ โดยข้อมูลจาก LINE Official Account และ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ สะท้อนว่าผู้รับบริการมักสอบถามในประเด็นกระบวนการหลักซ้ำ ๆ ดังนั้น เว็บไซต์ควรนำประเด็นเหล่านี้มาใช้เป็นฐานในการพัฒนาเนื้อหา โดยจัดทำคำอธิบายขั้นตอน คำถามที่พบบ่อย และแนวทางแก้ไขปัญหาเบื้องต้นอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการใช้เครื่องมือสนับสนุนการค้นหาข้อมูล เช่น ระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) สำหรับประเด็นมาตรฐาน เพื่อช่วยให้ผู้รับบริการสามารถค้นหาคำตอบเบื้องต้นได้ด้วยตนเอง และทำให้การตอบคำถามในช่องทางอื่นสามารถอ้างอิงข้อมูลจากเว็บไซต์เดียวกันได้อย่างสอดคล้อง นอกจากนี้ ควรกำหนดผู้รับผิดชอบหลักในการรวบรวม วิเคราะห์ และปรับปรุงฐานข้อมูลคำถามที่พบบ่อย (Frequently Asked Questions: FAQ) และข้อมูลสำหรับระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) อย่างชัดเจน โดยอาจมอบหมายให้หน่วยงานที่รับผิดชอบงานทะเบียนงานวิชาการ หรือผู้ดูแลระบบสารสนเทศของสำนักบัณฑิตศึกษาเป็นผู้ประสานงานร่วมกันในการจัดการข้อมูล ทั้งนี้ ควรกำหนดรอบการทบทวนและปรับปรุงข้อมูลอย่างน้อยทุก 6 เดือน หรือก่อนช่วงเวลาสำคัญของการให้บริการ เช่น การเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ การลงทะเบียนเรียน และการสำเร็จการศึกษา เพื่อให้ข้อมูลที่เผยแพร่ผ่าน FAQ และระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) มีความถูกต้องทันสมัย และสอดคล้องกับประกาศ ระเบียบ และแนวปฏิบัติล่าสุดของมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ ควรนำข้อมูลจากคำถามที่ถูกสอบถามซ้ำผ่าน LINE Official Account และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มาวิเคราะห์และเพิ่มเติมเข้าสู่ฐานข้อมูล FAQ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เว็บไซต์สามารถทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลกลางที่ผู้รับบริการสามารถค้นหาคำตอบได้ด้วยตนเองมากขึ้น ลดภาระการตอบคำถามซ้ำของบุคลากร และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการในภาพรวม

3) ควรกำหนดให้เว็บไซต์เป็นแหล่งอ้างอิงข้อมูลหลักเพียงแห่งเดียวของหน่วยงาน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านหลายช่องทาง ควรกำหนดแนวทางให้ข้อมูลรายละเอียด ข้อกำหนด และเอกสารทางการศึกษาได้รับการปรับปรุงที่เว็บไซต์เป็นอันดับแรก จากนั้นจึงเผยแพร่หรือเชื่อมโยงไปยังช่องทางอื่น เช่น Facebook LINE หรืออีเมล ในรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม แนวทางนี้จะช่วยให้ข้อมูลที่สื่อสารออกไปมีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน ลดความสับสนของผู้รับบริการ และลดภาระงานในการแก้ไขข้อมูลซ้ำซ้อน

5.2.2 ข้อเสนอแนะด้าน Facebook Fanpage

1) ควรใช้ Facebook Fanpage เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ในภาพรวมอย่างเป็นระบบ จากผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า Facebook มีบทบาทเด่นในการเผยแพร่ข่าวสารและสร้างการรับรู้ในวงกว้าง โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีเหตุการณ์สำคัญ ดังนั้น ควรกำหนดรูปแบบการสื่อสารให้ชัดเจน โดยเน้นการสรุปสาระสำคัญของประกาศหรือข่าวในรูปแบบข้อความสั้น

ภาพสรุป (Infographic) หรือคลิปวิดีโอสั้น พร้อมเชื่อมโยงไปยังรายละเอียดฉบับสมบูรณ์บนเว็บไซต์ เพื่อให้ Facebook Fanpage ทำหน้าที่เป็นช่องทางนำผู้รับบริการเข้าสู่ข้อมูลมาตรฐาน ไม่กลายเป็นช่องทางที่ต้องอธิบายรายละเอียดเชิงลึกซ้ำซ้อน

2) ควรวางแผนการสื่อสารให้สอดคล้องกับช่วงเวลาการให้บริการหลักของหน่วยงาน แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของผู้ติดตามและการเข้าถึงเนื้อหาใน Facebook Fanpage มักสัมพันธ์กับช่วงรับสมัคร และช่วงดำเนินกิจกรรมสำคัญ ดังนั้น การกำหนดปฏิทินการสื่อสารตามฤดูกาลบริการ จะช่วยให้การเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปอย่างเหมาะสม ทันเวลา และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้มากขึ้น ลดการสอบถามเร่งด่วนในช่วงใกล้ปิดกำหนดการ

3) ควรกำหนดแนวทางการชี้ช่องทางต่ออย่างชัดเจนในทุกการสื่อสาร เพื่อให้ผู้รับบริการเข้าใจว่าควรใช้ช่องทางใดในกรณีใด ควรกำหนดข้อความหรือแนวทางการชี้ที่สอดคล้องกัน เช่น การแนะนำให้ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ หรือการติดต่อผ่าน LINE Official Account หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ในกรณีเฉพาะราย โดยอาจใช้ข้อมูลมาตรฐานหรือสื่อสั้น ประกอบการชี้ช่องทาง แนวทางนี้จะช่วยให้การไหลของการสื่อสารเป็นระบบ และลดการติดต่อผิดช่องทาง

5.2.3 ข้อเสนอแนะด้านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

1) ควรจัดระบบการบริหารจัดการอีเมลให้รองรับภาระงานด้านเอกสาร และการตรวจสอบย้อนหลัง ซึ่งจากผลการวิเคราะห์พบว่าไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางสำคัญสำหรับการติดต่อที่ต้องใช้เอกสารและความเป็นทางการ ดังนั้น ควรกำหนดแนวทางการจัดหมวดหมู่ การตั้งชื่อหัวข้อ และการจัดเก็บข้อมูลให้เป็นระบบ เพื่อให้สามารถค้นหาและติดตามเรื่องย้อนหลังได้สะดวก ลดความเสี่ยงจากการตกหล่นของข้อมูล

2) ควรพัฒนารูปแบบการตอบกลับมาตรฐานสำหรับเรื่องที่มีลักษณะซ้ำ โดยจัดทำแม่แบบการตอบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับงานที่มีขั้นตอนและเอกสารซ้ำกัน อาจแนบเอกสารสรุปขั้นตอนหรือสื่อประกอบที่ช่วยอธิบายภาพรวม เช่น การยื่นเอกสาร การขอหนังสือรับรอง หรือการดำเนินการด้านวิทยานิพนธ์ จะช่วยให้การสื่อสารมีความครบถ้วนเป็นมาตรฐานเดียวกัน และลดระยะเวลาการตอบกลับ ส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับข้อมูลชัดเจนตั้งแต่ครั้งแรก

3) ควรเชื่อมโยงการสื่อสารผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ กับข้อมูลมาตรฐานบนเว็บไซต์ เพื่อรักษาความสอดคล้องของข้อมูล ควรอ้างอิงหรือแนบลิงก์ไปยังหน้าเว็บไซต์ที่เป็นข้อมูลล่าสุดทุกครั้งที่มีการตอบอีเมล แนวทางนี้จะช่วยให้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ทำหน้าที่เป็นช่องทางดำเนินการและยืนยันข้อมูล มากกว่าการอธิบายรายละเอียดทั้งหมด และลดความเสี่ยงจากข้อมูลไม่ตรงกันระหว่างช่องทาง

5.2.4 ข้อเสนอแนะด้าน LINE Official Account

1) ควรจัดทำแนวทางการตอบคำถามมาตรฐานตามประเด็นที่พบการติดต่อบ่อย ซึ่งข้อมูลจากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า LINE Official Account ถูกใช้สำหรับการสอบถามเชิงกระบวนการและกรณีเฉพาะรายเป็นหลัก ดังนั้น ควรกำหนดแนวทางหรือชุดคำตอบมาตรฐานสำหรับประเด็นหลัก และพิจารณาใช้ระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) สำหรับคำถามที่มีลักษณะซ้ำ เช่น การรับสมัคร การลงทะเบียน และการทำวิทยานิพนธ์ เพื่อให้การให้ข้อมูลมีความสม่ำเสมอ ลดความคลาดเคลื่อน และลดภาระการตอบคำถามซ้ำ

2) ควรกำหนดเงื่อนไขการส่งต่อจาก LINE Official Account ไปยังไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ในกรณีที่ต้องใช้เอกสารหรือความเป็นทางการ เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างเหมาะสมกับลักษณะงาน ควรกำหนดแนวทางชัดเจนว่าเรื่องใดควรดำเนินการต่อผ่านอีเมล เช่น กรณีที่ต้องแนบเอกสารหรือยืนยันข้อมูลรายบุคคล แนวทางนี้จะช่วยให้ผู้รับบริการเข้าใจเส้นทางการติดต่อ และลดการวนซ้ำของการสนทนาในช่องทางแชต

3) ควรใช้ LINE Official Account เป็นช่องทางสนับสนุนและชี้นำไปสู่ข้อมูลกลางมากกว่าการเป็นแหล่งข้อมูลหลัก ซึ่งการตอบคำถามผ่าน LINE Official Account ควรเชื่อมโยงไปยังข้อมูลมาตรฐานบนเว็บไซต์เป็นหลัก โดยอาจใช้สื่อสรุปขั้นตอนหรือคลิปอธิบายสั้นประกอบการชี้ นำเพื่อให้ผู้รับบริการสามารถอ้างอิงข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันได้ด้วยตนเอง แนวทางนี้จะช่วยลดภาระการอธิบายซ้ำ และทำให้ LINE Official Account ทำหน้าที่สนับสนุนการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2.5 ข้อเสนอแนะด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์รูปแบบใหม่เพื่อสนับสนุนการสื่อสารเชิงระบบ

จากผลการวิเคราะห์ในบทที่ 4 พบว่า ระบบการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจน โดยเว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลมาตรฐาน ขณะที่ Facebook Fanpage ทำหน้าที่สร้างการรับรู้ในภาพรวม และ LINE Official Account รวมถึงไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำหน้าที่รองรับการติดต่อเชิงลึกและการดำเนินการรายกรณี อย่างไรก็ตาม แนวโน้มพฤติกรรมของผู้รับบริการในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะกลุ่มผู้สมัครและนักศึกษารุ่นใหม่ สะท้อนให้เห็นความนิยมในการรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์รูปแบบสั้นและสื่อมัลติมีเดียมากขึ้น

ดังนั้น หน่วยงานอาจพิจารณานำสื่อสังคมออนไลน์รูปแบบใหม่ เช่น YouTube, TikTok, Instagram หรือแพลตฟอร์มที่มีลักษณะการนำเสนอเนื้อหาแบบวิดีโอสั้น มาใช้ในบทบาทของ “ช่องทางสนับสนุน” เพื่อเสริมประสิทธิภาพการสื่อสาร โดยไม่ทำหน้าที่ทดแทนช่องทางหลักที่ใช้เป็นแหล่งข้อมูลมาตรฐาน ทั้งนี้ การใช้สื่อดังกล่าวควรมุ่งเน้นการสรุปขั้นตอน การอธิบายภาพรวมของกระบวนการ หรือการชี้แนะประเด็นสำคัญในรูปแบบที่เข้าใจง่าย กระชับ และสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสื่อของผู้รับบริการในปัจจุบัน

การใช้สื่อสังคมออนไลน์รูปแบบใหม่ในลักษณะดังกล่าวควรถูกออกแบบให้ทำหน้าที่ “ชี้แนะ (Redirect)” ผู้รับบริการไปยังเว็บไซต์ของหน่วยงาน ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลหลักที่มีรายละเอียดครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน เพื่อรักษาความถูกต้องของข้อมูลและลดความเสี่ยงจากความคลาดเคลื่อนของเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านหลายช่องทาง แนวทางนี้จะช่วยให้สื่อสังคมออนไลน์รูปแบบใหม่ทำหน้าที่เสริมการรับรู้และความเข้าใจในภาพรวม ขณะที่การดำเนินการเชิงขั้นตอนและการอ้างอิงข้อมูลอย่างเป็นทางการยังคงยึดโยงกับเว็บไซต์เป็นศูนย์กลาง

โดยสรุป จากข้อเสนอแนะรายช่องทางข้างต้น การนำสื่อดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แผนผังขั้นตอน สื่อสรุปข้อมูล สื่อมัลติมีเดีย หรือระบบตอบคำถามอัตโนมัติ มาใช้สนับสนุนการดำเนินงานของแต่ละช่องทาง มิได้เป็นเพียงการเพิ่มรูปแบบการสื่อสาร หากแต่เป็นกลไกสำคัญในการลดภาระงานเชิงระบบของหน่วยงาน เนื่องจากสื่อดังกล่าวช่วยทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลมาตรฐานและขั้นตอนการดำเนินงานแทนการอธิบายซ้ำ โดยบุคลากร ส่งผลให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงข้อมูลทำความเข้าใจ และแก้ไขปัญหาเบื้องต้นได้ด้วยตนเองมากขึ้น ขณะเดียวกันยังช่วยลดปริมาณคำถามซ้ำ ลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลระหว่างช่องทาง และทำให้การติดต่อในช่องทางที่ต้องใช้การโต้ตอบโดยตรงเป็นไปเฉพาะกรณีที่เป็นจริง แนวทางดังกล่าวจึงสะท้อนว่าการใช้สื่อดิจิทัลอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับบทบาทของแต่ละช่องทาง สามารถยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการและการจัดการภาระงานของสำนักบัณฑิตศึกษาได้ในภาพรวมอย่างเป็นระบบ

5.2.6 ธรรมชาติข้อมูลและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

1) กำหนดให้เว็บไซต์เป็นศูนย์กลางข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบด้าน PDPA แล้วเท่านั้น โดยข้อมูลใดที่เกี่ยวข้องกับการเก็บหรือใช้ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น แบบฟอร์มออนไลน์ ระบบรับสมัคร หรือการลงทะเบียน ควรมีข้อความแจ้งวัตถุประสงค์การเก็บข้อมูล (Privacy Notice) อย่างชัดเจน และระบุสิทธิของเจ้าของข้อมูลให้ครบถ้วน โดยให้เว็บไซต์เป็นจุดเผยแพร่ประกาศนโยบายความเป็นส่วนตัวฉบับฉบับทางการเพียงแห่งเดียว เพื่อลดความคลาดเคลื่อนระหว่างช่องทาง

2) กำหนดแนวปฏิบัติการสื่อสารข้อมูลส่วนบุคคลในแต่ละช่องทาง ควรกำหนดชัดเจนว่า LINE Official Account ไม่ควรใช้รับเอกสารที่มีข้อมูลอ่อนไหว Facebook ไม่ควรตอบข้อมูลรายบุคคลในช่องคอมเมนต์ กรณีต้องส่งเอกสารให้ใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานเท่านั้น แนวทางนี้จะช่วยลดความเสี่ยงการเปิดเผยข้อมูลโดยไม่ตั้งใจ

3) จัดทำระบบสิทธิการเข้าถึงข้อมูล (Access Control) ภายในหน่วยงาน กำหนดระดับสิทธิของเจ้าหน้าที่ตามภารกิจ เช่น ผู้ดูแลเว็บไซต์ ผู้ตอบ LINE ผู้รับผิดชอบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ต้องสามารถแยกบทบาทและตรวจสอบย้อนหลังได้ เพื่อให้สอดคล้องกับหลัก Accountability

4) บุคลากร PDPA เข้ากับการออกแบบระบบบริการ (Privacy by Design) ทุกการพัฒนาระบบใหม่ เช่น Chatbot หรือแบบฟอร์มออนไลน์ ควรออกแบบให้เก็บข้อมูลเท่าที่จำเป็น มีระบบลบข้อมูลตามระยะเวลา และมีมาตรการเข้ารหัสข้อมูลที่จัดเก็บ

5.2.7 ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการสื่อสารดิจิทัล

1) สำนักบัณฑิตศึกษา ควรจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บุคลากรสามารถใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการบริหารจัดการเว็บไซต์ การใช้งานระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System: CMS) การวิเคราะห์ข้อมูลการใช้งานเว็บไซต์ การผลิตสื่อดิจิทัล การใช้งานระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เพื่อสนับสนุนการให้บริการ ทั้งนี้ ควรกำหนดแผนการพัฒนาศักยภาพอย่างน้อย ปีละ 1 – 2 ครั้ง และเชื่อมโยงกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในหน่วยงาน

2) สำนักบัณฑิตศึกษา ควรส่งเสริมทักษะการสื่อสารและการให้บริการในยุคดิจิทัล (Digital Communication and Service Mind) แก่บุคลากรผู้ปฏิบัติงาน โดยเฉพาะผู้รับผิดชอบการตอบคำถามผ่าน LINE Official Account ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากช่องทางดังกล่าวเป็นจุดสัมผัสสำคัญระหว่างหน่วยงานกับผู้รับบริการ บุคลากรจึงควรได้รับการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ การใช้ภาษาที่เหมาะสม การถ่ายทอดข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน การจัดการข้อร้องเรียน และการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้รับบริการ เพื่อให้การสื่อสารมีมาตรฐานเดียวกันและสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน

3) สำนักบัณฑิตศึกษา ควรจัดอบรมและทบทวนความรู้ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) ให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงานที่รับผิดชอบเว็บไซต์ Facebook Fanpage LINE Official Account และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม การใช้ การเปิดเผย และการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลอย่างถูกต้อง รวมถึงสามารถประเมินความเสี่ยงในการเปิดเผยข้อมูลผ่านช่องทางดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม

4) สำนักบัณฑิตศึกษา ควรกำหนดแผนการทบทวนองค์ความรู้และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเป็นประจำทุก 6 เดือน หรือก่อนช่วงเวลาสำคัญของการให้บริการ เช่น ช่วงเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ ช่วงลงทะเบียนเรียน และช่วงสำเร็จการศึกษา เพื่อให้บุคลากรมีความพร้อมในการสื่อสารข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน สามารถตอบข้อซักถามได้อย่างถูกต้อง และรองรับการเปลี่ยนแปลงของระเบียบ ประกาศ และระบบงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาศักยภาพบุคลากรควรมุ่งเน้นให้บุคลากรสามารถสนับสนุนคุณภาพการสื่อสารในทุกมิติ ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูล (Accessibility) ความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูล (Accuracy and Reliability) ความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness) และความเหมาะสม

ของช่องทางการสื่อสาร (Channel Effectiveness) เพื่อให้การให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลของสำนักบัณฑิตศึกษามีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการในยุคดิจิทัล

5.2.8 ข้อเสนอแนะด้านการบริหารจัดการองค์ความรู้และฐานข้อมูลคำถามที่พบบ่อย (FAQ Knowledge Management)

1) สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ควรจัดทำระบบฐานข้อมูลคำถามที่พบบ่อย (Frequently Asked Questions: FAQ) ให้เป็นแหล่งรวบรวมองค์ความรู้กลางของหน่วยงาน โดยรวบรวมประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการรับสมัครนักศึกษา การลงทะเบียนเรียน การสอบวัดคุณสมบัติ การจัดทำวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ การสำเร็จการศึกษาและบริการอื่นที่มีการสอบถามเป็นประจำ พร้อมทั้งจัดหมวดหมู่ข้อมูลให้สอดคล้องกับกระบวนการให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

2) ผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้องของสำนักบัณฑิตศึกษา ควรกำหนดผู้รับผิดชอบหลักในการบริหารจัดการฐานข้อมูลคำถามที่พบบ่อย (FAQ) อย่างชัดเจน โดยมอบหมายให้บุคลากรที่รับผิดชอบงานทะเบียน งานวิชาการ งานวิจัย และงานสารสนเทศ ร่วมกันรวบรวม ตรวจสอบ และปรับปรุงข้อมูลให้มีความถูกต้อง เป็นปัจจุบัน และสามารถใช้อ้างอิงได้อย่างเป็นทางการในทุกช่องทางการสื่อสารของหน่วยงาน

3) สำนักบัณฑิตศึกษา ควรกำหนดรอบการทบทวนและปรับปรุงฐานข้อมูลคำถามที่พบบ่อย (FAQ) อย่างเป็นระบบ อย่างน้อยทุก 6 เดือน หรือก่อนช่วงเวลาสำคัญของการให้บริการ เช่น ช่วงเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ ช่วงลงทะเบียนเรียน ช่วงสอบวัดคุณสมบัติ และช่วงสำเร็จการศึกษา เพื่อให้ข้อมูลสอดคล้องกับประกาศ ระเบียบ และแนวปฏิบัติที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

4) บุคลากรผู้รับผิดชอบช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา ควรรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามผ่าน LINE Official Account ไลน์ igr.thu.ac.th Facebook Fanpage และช่องทางการติดต่ออื่น ๆ มาวิเคราะห์เพื่อค้นหาประเด็นคำถามที่ถูกสอบถามซ้ำหรือประเด็นที่ผู้รับบริการมักเกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อน และนำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาเพิ่มเติมในฐานข้อมูลคำถามที่พบบ่อย (FAQ) อย่างต่อเนื่อง

5) สำนักบัณฑิตศึกษา ควรบูรณาการฐานข้อมูลคำถามที่พบบ่อย (FAQ) เข้ากับระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) และช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของหน่วยงาน โดยให้ FAQ ทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลความรู้หลัก (Knowledge Base) สำหรับการตอบคำถามมาตรฐาน ขณะที่ระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) ทำหน้าที่ให้บริการข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้รับบริการตลอด 24 ชั่วโมง และส่งต่อกรณีที่มีความซับซ้อนหรือเป็นกรณีเฉพาะรายไปยังเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ

6) ผู้บริหารสำนักบัณฑิตศึกษา ควรส่งเสริมให้ฐานข้อมูลคำถามที่พบบ่อย (FAQ) เป็นส่วนหนึ่งของระบบการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management: KM) ของหน่วยงาน โดยจัดเก็บองค์ความรู้ที่เกิดจากการปฏิบัติงานจริง แนวทางการแก้ไขปัญหา และประสบการณ์ของบุคลากรในรูปแบบที่สามารถสืบค้นและนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาองค์ความรู้ขององค์กรและสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในระยะยาว

5.3 สรุปโดยภาพรวม

โดยภาพรวม ผลการวิเคราะห์ในบทที่ 4 และการสรุปผลตามวัตถุประสงค์ในข้อ 5.1 ชี้ให้เห็นว่าการให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของสำนักบัณฑิตศึกษาอาศัยระบบการสื่อสารออนไลน์ที่มีหลายช่องทางทำงานร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยแต่ละช่องทางมีบทบาทเฉพาะที่แตกต่างกันตามระดับความซับซ้อนของข้อมูล ลักษณะการติดต่อ และความต้องการของผู้รับบริการในแต่ละช่วงของกระบวนการรับบริการ มิได้เป็นการเลือกใช้ช่องทางใดช่องทางหนึ่งเป็นหลัก หากแต่เป็นการเคลื่อนย้ายการติดต่อไปตามลำดับขั้นของการรับรู้ การทำความเข้าใจ และการดำเนินการจริง

ช่องทางที่เน้นการให้ข้อมูลเชิงภาพรวม ได้แก่ เว็บไซต์ www.grad.rmutt.ac.th ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และ Facebook Fanpage ทำหน้าที่เป็นจุดเริ่มต้นของการรับรู้ข้อมูลและการเข้าถึงข่าวสาร โดยเว็บไซต์ทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลกลางที่รองรับการค้นหาข้อมูลเชิงโครงสร้างและการพึ่งพาตนเองของผู้รับบริการ ขณะที่ Facebook Fanpage สนับสนุนการกระจายข้อมูลและสร้างการรับรู้ในวงกว้างตามช่วงเวลาหรือเหตุการณ์สำคัญ เมื่อผู้รับบริการต้องเผชิญกับเงื่อนไขเฉพาะรายหรือจำเป็นต้องดำเนินการในเชิงลึก ช่องทางที่มีการโต้ตอบสูงและมีความเป็นทางการมากขึ้น ได้แก่ LINE Official Account และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ จะเข้ามามีบทบาทในการรองรับคำถาม การชี้แจงขั้นตอน และการดำเนินการด้านเอกสารตามลำดับ ความสัมพันธ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษาไม่ได้ทำงานแยกส่วน หากแต่เป็นระบบบริการที่มีการแบ่งบทบาทและส่งต่อภารกิจระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง โดยเว็บไซต์ทำหน้าที่เป็นแกนกลางของข้อมูลมาตรฐาน Facebook Fanpage ทำหน้าที่สร้างการรับรู้และชี้นำการเข้าถึงข้อมูล LINE Official Account ทำหน้าที่รองรับการสอบถามเชิงกระบวนการและการช่วยเหลือเฉพาะหน้า ขณะที่ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ทำหน้าที่รองรับการดำเนินการที่ต้องอาศัยหลักฐาน ความถูกต้อง และการตรวจสอบย้อนหลังได้ โครงสร้างเชิงระบบนี้ทำให้เห็นอย่างชัดเจนว่าประสิทธิภาพของการให้บริการมิได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของช่องทางใดช่องทางหนึ่งเพียงลำพัง แต่ขึ้นอยู่กับความชัดเจนของบทบาทความสอดคล้องของข้อมูล และกลไกการเชื่อมโยงระหว่างช่องทางทั้งหมด

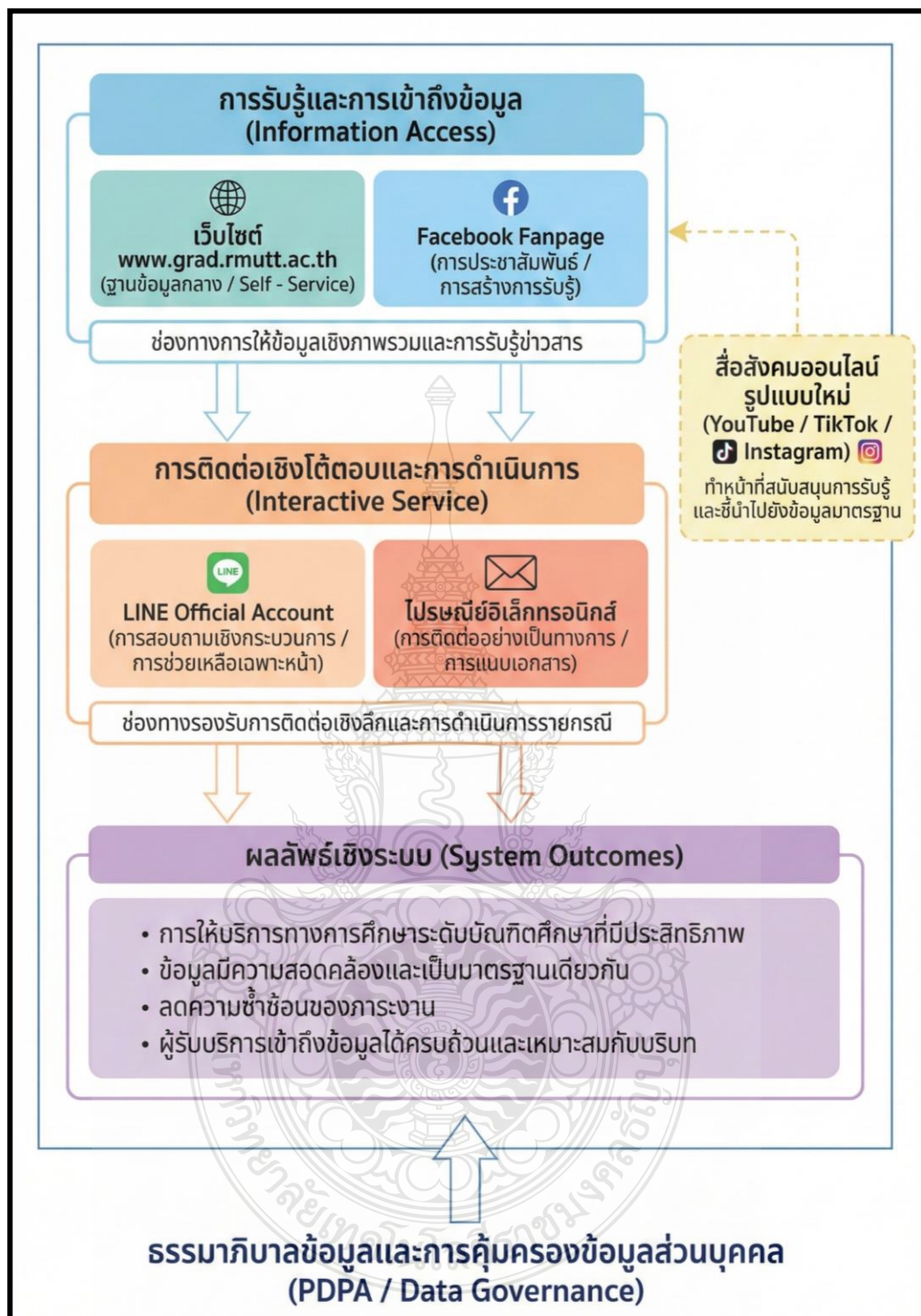
ดังนั้น การพัฒนาการจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในอนาคตจึงควรมุ่งเน้นการบริหารจัดการในเชิงระบบ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างข้อมูลมาตรฐานกลาง การกำหนดบทบาท

ของแต่ละช่องทางให้ชัดเจน และการออกแบบการส่งต่อการติดต่ออย่างเหมาะสมตามระดับความซับซ้อนของประเด็น แนวทางดังกล่าวจะช่วยลดความซ้ำซ้อนของภาระงาน เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ และสนับสนุนให้ผู้รับบริการได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และสอดคล้องกันในทุกจุดสัมผัสบริการ นอกจากนี้การจัดวางบทบาทของช่องทางการสื่อสารให้สอดคล้องกันในเชิงระบบแล้ว การพัฒนาการจัดการช่องทางในอนาคตจำเป็นต้องดำเนินควบคู่ไปกับหลักธรรมาภิบาลข้อมูล และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 โดยเฉพาะในบริบทที่ช่องทางการสื่อสารออนไลน์เกี่ยวข้องกับข้อมูลรายบุคคลของผู้สมัครและนักศึกษา การออกแบบระบบบริการจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัย ความโปร่งใส และความรับผิดชอบของหน่วยงานอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้รับบริการในระยะยาว

นอกจากนี้ การยกระดับประสิทธิภาพของระบบการสื่อสารออนไลน์ในระยะยาวไม่ควรมุ่งเน้นเฉพาะการพัฒนาเทคโนโลยีหรือช่องทางการสื่อสารเท่านั้น แต่ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรผู้ปฏิบัติงานควบคู่กันไป ทั้งในด้านทักษะดิจิทัล ทักษะการสื่อสารและการให้บริการ รวมถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้สามารถบริหารจัดการข้อมูลและสื่อสารกับผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับมาตรฐานการให้บริการในยุคดิจิทัล

ในขณะเดียวกัน สำนักบัณฑิตศึกษาควรพัฒนาระบบการจัดการองค์ความรู้และฐานข้อมูลคำถามที่พบบ่อย (FAQ Knowledge Management) ให้เป็นกลไกสนับสนุนการสื่อสารของทุกช่องทาง โดยรวบรวมองค์ความรู้ที่เกิดจากการปฏิบัติงานจริงและประเด็นคำถามที่พบบ่อยจากผู้รับบริการ มาจัดเก็บและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปใช้ร่วมกับเว็บไซต์ ระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (Chatbot) และช่องทางการสื่อสารออนไลน์อื่น ๆ อันจะช่วยให้ข้อมูลมีความถูกต้อง เป็นปัจจุบัน และสอดคล้องกันในทุกช่องทาง ลดภาระการตอบคำถามซ้ำของบุคลากร และสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างยั่งยืน

ซึ่งสามารถสรุปภาพรวมของโครงสร้างบทบาทและทิศทางการเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ได้ดังแสดงในภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 สรุปรูปโครงสร้างบทบาทและความเชื่อมโยงของช่องทางการสื่อสารออนไลน์
ในระบบให้บริการทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา รวมถึงช่องทางสนับสนุน
ด้านการสื่อสารรูปแบบใหม่

ที่มา : ผู้วิเคราะห์จัดทำจากผลการวิเคราะห์ในบทที่ 4 และบทที่ 5 (2568)

บรรณานุกรม

- กรกช ชันบุญ. (2567). การสื่อสารผ่าน TikTok เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์เทศบาลเมืองทุ่งสง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 11(11), 221–230.
- กิริลักษณ์ ชูติกาญจน์กุลศิริ, สุธะเกียรติ ปริชาตินนท์, และ ชูติกร ปรงเกียรติ. (2568). สมรรถนะการสื่อสารภายในองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุรินทร์. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ*, 6(2), 487–500. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jomt/article/view/289483>
- เจษฎา ฝ้ายพรม, ธนกร เขตรัมย์, ชูศักดิ์ ยาทองไชย, และ วิไลรัตน์ ยาทองไชย. (2567). การพัฒนาแอปพลิเคชันแชตบอตสำหรับงานบริการนักศึกษา: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. *วารสารการพัฒนานวัตกรรมเชิงพื้นที่*, 5(3), 45–57. สืบค้นจาก <https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/jsid/article/download/255544/172163>
- ธนัฐพร กำลังหาญ. (2568). การนำ AI และ Big Data มาช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารสถานศึกษา: ความเป็นไปได้และข้อท้าทายในบริบทประเทศไทย. *วารสารราชสีมาปริทรรศน์*, 1(2), 11–25. สืบค้นจาก <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/RSMP/article/download/7158/4482>
- ธารีย์ณิชา ลิฬหวิฑิต และ ปณต กุลฉันทวิทย์. (2567). พฤติกรรมและแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพเว็บไซต์ด้านกิจการนักศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล. *วารสารวิทยาสารสนเทศและเทคโนโลยี*, 5(2), 15–30.
- อดิگانต์ ม่วงเงิน. (2566). การรับรู้และความต้องการของนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ที่มีต่อการใช้บริการ NIDA Library Mobile Application. *วารสารวิจัย สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ*, 16(1), 71–94.
- นพดล พรามณี. (2560). การออกแบบและการประยุกต์ใช้สื่ออินโฟกราฟิกในปัจจุบัน. *Journal of Southern Technology*, 10(1), 159–168. สืบค้นจาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/article/view/87278
- ปิยะณัฐ พรหมสาร. (2566). การศึกษาประสิทธิภาพเว็บไซต์หน่วยงานประกันคุณภาพการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ในการใช้งานเว็บไซต์. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 8(1), 38–53. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jmctrmutp/article/view/260991>

บรรณานุกรม (ต่อ)

พงษ์มนัส ดีอด, พระครูวินัยธรวรชาติ ปยุตโต, ปาริฉัตร ไชยเดช, และ พระมหาชัยชนะ บุญนาดี.

(2565). รูปแบบที่เหมาะสมการแบ่งปันข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อการบริหารภาครัฐภายใต้กรอบพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล. *วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร*, 9(พิเศษ), 123–136. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/download/264441/175494>

พิษณุ ลาภชัยเจริญกิจ, ภาศิริ เขตปิยรัตน์, และ กัลยรัตน์ คำพรหม. (2565). การตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภคในประเทศไทย. *วารสารการบริหารและการจัดการประยุกต์*, 2(3), 31–45. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/appm/article/download/257887/174449>

ภูมิพัฒน์ พลหาญ สุนิษา คิดใจเดียว โสภี แก้วชะภา, และอวยพร ชูแก้ว. (2565). การพัฒนาสื่อวีดีโอเพื่อการเรียนรู้ผ่านยูทูปเรื่องประชากรกับการเมืองการปกครองของจังหวัดนครศรีธรรมราชสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. *มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*, 39(2), 97–116.

ราชกิจจานุเบกษา. (2562). พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562. เล่ม 136 ตอนที่ 69 ก หน้า 52–95. สืบค้นจาก <https://ratchakitcha.soc.go.th/documents/17082307.pdf>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2564). *แนวทางการพัฒนาการให้บริการภาครัฐในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. สืบค้นจาก <https://www.opdc.go.th/content/Mzqx>

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565). *การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565*. สืบค้นจาก <https://www.etcha.or.th/th/บริการของเรา/สถิติและข้อมูล/สถิติและข้อมูล/Thailand-Internet-User-Behavior/การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย-Thailand-Internet-User-Behavior.aspx>

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). (2566ก). *มาตรฐานสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) ว่าด้วยแนวปฏิบัติกระบวนการทางดิจิทัลภาครัฐ ส่วนที่ 1 เรื่องภาพรวม* (มสพร. 6-1: 2566).

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). (2566ข). *มาตรฐานสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) ว่าด้วยมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ เวอร์ชัน 3.0* (มสพร. 11-2566). <https://standard.dga.or.th/มาตรฐานสำนักงานพัฒนารัฐ-6/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2566. สืบค้นจาก https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/survey_detail/jj?set_lang=th
- สุภาวดี ระโยธี. (2565). การพัฒนา Line Official “AlroSmart+” เพื่อยกระดับบริการด้านการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม. รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารระดับสูง (รุ่นที่ 95), สำนักงาน ก.พ. สืบค้นจาก <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.ocsc.go.th/wp-content/uploads/2024/09/IS95046-สุภาวดี-ระโยธี-การพัฒนา-Line-Official-AlroSmart-เพื่อยกระดับบริการด้านการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม.pdf>
- สุวารีย์ วงศ์วัฒนา. (2565). การพัฒนาการเรียนการสอนออนไลน์ในรายวิชาการเปียโนวิธีวิชัยทางนิเทศศาสตร์ สำหรับนักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 16(2), 462–477.
- สุชัยสินี จันดี. (2567). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับกับความผูกพันต่อ TikTok กระทรวงยุติธรรมของผู้ติดตาม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). คลังสารสนเทศดิจิทัล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุธาธิ์นันท ช่างทำ. (2558). คุณสมบัติของ LINE Official Account ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี Repository. สืบค้นจาก <https://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2827/1/RMUTT-151529.pdf>
- สุทธิดา จันทรดว. (2567). วัจนกรรมการตั้งสถานะเฟกบุ๊กของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. Journal of Variety in Language and Literature, 8(3), 459–480. สืบค้นจาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wiwitwannasan/article/view/279095>
- อดิศักดิ์ จันทบัตร และ ประเสริฐ อินทร์รักษ์. (2567). การติดต่อสื่อสารของผู้บริหารกับบรรยากาศองค์การในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุพรรณบุรี. วารสาร MCU ปรัชญาปริทรรศน์, 7(1), 100–113. สืบค้นจาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jmpr/article/download/269282/183820>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อริสา ชูศรี และกัลยกร วรกุลลัญฐานี. (2565). การเปิดรับ ทักษะคต และแนวโน้มพฤติกรรมของ
ผู้ใช้บริการที่มีต่อสื่อออนไลน์ของศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). *วารสารนิเทศ
ศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 16(1), 154–183.
- อิทธิพล จันทรรัตนกุล, กมลพร กัลยาณมิตร, สถิตย์ นิยมญาติ, และ ทศนีย์ ลักขณาภิชนซ์. (2564).
บทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 8(1), 222-234.
- Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Review: Knowledge management and knowledge
management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS
Quarterly*, 25(1), 107–136.
- Appinio. (2023). Comparative analysis: Definition, importance & how to conduct it.
Retrieved from [https://www.appinio.com/en/blog/market-
research/comparative-analysis](https://www.appinio.com/en/blog/market-research/comparative-analysis)
- Arrington, E. (2021). Comparative education. EBSCO Research Starters. Retrieved from
<https://www.ebsco.com/research-starters/education/comparative-education>
- Boonprawes, S., Chaleysub, S., Natebudsarakam, S., & Piwngam, K. (2025). Strategy of
communication on online social media for higher education institutions.
Journal of Education and Innovation, 27(2), 243–259. Retrieved from
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/278365
- Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. *Harvard
Business Review*, 96(1), 108–116. Retrieved from
<https://hbr.org/2018/01/artificial-intelligence-for-the-real-world>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service:
Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press.
- Wiig, K. M. (1997). Knowledge management: An introduction and perspective. *Journal
of Knowledge Management*, 1(1), 6–14. Retrieved from
<https://doi.org/10.1108/13673279710800682>

ภาคผนวก



เอกสารและข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารออนไลน์

ภาคผนวกนี้นำเสนอเอกสารและข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์บทบาทและแนวโน้มการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการดำเนินงานจริงของหน่วยงาน อันประกอบด้วยสถิติการเข้าถึงเว็บไซต์ ข้อมูลการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และตัวอย่างการติดต่อผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2565, 2566 และ 2567 ทั้งนี้ เอกสารดังกล่าวถูกนำมาใช้เป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์ในบทที่ 4 และการสังเคราะห์ข้อเสนอแนะในบทที่ 5

รายการ	QR Code
เอกสารสถิติการเข้าถึงเว็บไซต์ www.grad.rmUTT.ac.th ของสำนักบัณฑิตศึกษา มทร.ธัญบุรี รายงานสถิติการเข้าถึงเว็บไซต์ จากระบบ Histats	

รายการ	QR Code
เอกสารข้อมูลการใช้งาน Facebook Fanpage ของสำนักบัณฑิตศึกษา	

รายการ	QR Code
เอกสารข้อมูลการใช้งาน LINE Official Account ของสำนัก บัณฑิตศึกษา ข้อมูลจำนวนผู้ติดตาม ข้อมูลลักษณะผู้ใช้งาน (เพศ อายุ พื้นที่) สรุปประเภทประเด็นการติดต่อ สอบถาม	

รายการ	QR Code
เอกสารตัวอย่างการติดต่อผ่าน ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ตัวอย่างรูปแบบอีเมลที่ใช้ ในการให้บริการ ตัวอย่างลักษณะการติดต่อเชิงเอกสาร และการดำเนินการรายการนี้	

ประวัติผู้วิเคราะห์

ชื่อ-นามสกุล	นายนิรุตต์ เจริญกิจ
ประวัติการศึกษา	ศึกษาศาสตรบัณฑิต (คอมพิวเตอร์ศึกษา) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำแหน่ง	นักวิชาการศึกษาปฏิบัติการ
สถานที่ทำงาน	ฝ่ายวิชาการและวิจัย สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โทรศัพท์ 0-2549-4083
Email Address	nirut_g@rmutt.ac.th

