

รายงานการศึกษาส่วนบุคคล  
(Individual Study)

กลยุทธ์การใช้ Social Media ให้บริการเชิงรุก  
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการประชาชน  
ของสำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร

จัดทำโดย นายมนต์ชัย ประโชติรัตนกุล

นายช่างรังวัดอาวุโส

หัวหน้าฝ่ายรังวัด สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม  
หลักสูตรนักบริหารมหานครระดับกลาง รุ่นที่ ๑๗  
สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๙  
รายงานการศึกษาส่วนบุคคล  
(Individual Study)

กลยุทธ์การใช้ Social Media ให้บริการเชิงรุก  
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการประชาชน  
ของสำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร

จัดทำโดย นายมนต์ชัย ประโชติรัตนกุล  
นายช่างรังวัดอาวุโส  
หัวหน้าฝ่ายรังวัด สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร

หลักสูตรนักบริหารมหานครระดับกลาง รุ่นที่ ๑๗  
สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๙

รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษา

(นางฐิติรัตน์ เพ็ชรพล)

เจ้าพนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ด้วย วิสัยทัศน์กรมที่ดิน “เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการจัดการที่ดินให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน และการพัฒนาประเทศด้วยมาตรฐานการจัดการ การบริการ ระดับสากล” ประกอบกับภารกิจหน้าที่หลักของกรมที่ดินกำหนดภารกิจเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิในที่ดินของบุคคล และจัดการที่ดินของรัฐ โดยการรังวัดทำแผนที่ การออกหนังสือแสดงสิทธิในที่ดิน การให้บริการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ การส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และการบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศที่ดิน เพื่อให้บุคคลมีความมั่นคงในการถือครองที่ดิน และได้รับการบริการที่มีประสิทธิภาพตลอดจนการบริหารจัดการที่ดินของรัฐเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

กรมที่ดินจึงกำหนดพันธกิจในการคุ้มครองสิทธิด้านที่ดินให้แก่ประชาชนให้เป็นไปตามกฎหมาย บูรณาการร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกโฉนดที่ดินแก่ประชาชน มีความเป็นเอกภาพเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งประเทศ ทั้งเชิงนโยบายและการปฏิบัติ เป็นศูนย์กลางข้อมูลที่ดินและแผนที่แห่งชาติ ที่มีระบบฐานข้อมูลที่ดินของประเทศเป็นมาตรฐานเดียวกัน สามารถรองรับการใช้ประโยชน์จากที่ดินในการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคง รวมทั้งให้บริการด้านการทะเบียนที่ดินของประเทศไทยที่มีความทันสมัยบริการออนไลน์ทั่วประเทศ และเชื่อมโยงกับสากล พร้อมทั้งมีบุคลากรด้านทะเบียนที่ดินของประเทศ ที่มีขีดความสามารถสูงในระดับสากล

จากผลการสำรวจของสำนักสถิติแห่งชาติ ปี ๒๕๕๕ หน่วยงานของรัฐใช้ Social Network เพื่อประชาสัมพันธ์งาน/ กิจกรรมของหน่วยงานร้อยละ ๙๑.๘ ใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนร้อยละ ๖๙.๗ และเป็นช่องทางสำหรับให้บริการ ร้อยละ ๓๖.๙ แสดงให้เห็นว่า มีการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร เป็นหน่วยงานในสังกัดกรมที่ดิน มีหน้าที่รับผิดชอบในการคุ้มครองสิทธิด้านที่ดินให้แก่ประชาชนให้เป็นไปตามกฎหมาย รวมทั้งให้บริการด้านการทะเบียนที่ดินของประชาชน ในพื้นที่รับผิดชอบจังหวัดสมุทรสาคร จึงเห็นว่าการเผยแพร่ความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับที่ดินให้แก่ประชาชน โดยการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ (IT) ที่สะดวก รวดเร็ว สามารถตอบสนองผู้มาขอรับบริการและประชาชนที่ให้ความสนใจได้อย่างทันท่วงที ด้วยปัจจุบันการใช้ Social Media เป็นที่นิยมและแพร่หลายในวงกว้าง เช่น การใช้แอปพลิเคชัน Line Facebook Instagram Youtube เป็นต้น ซึ่งสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงประชาชนได้มาก กับยังสามารถส่งต่อหรือแชร์ข้อมูลนั้นๆ ไปยังบุคคลอื่นให้ได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึงมีความทันสมัยบริการออนไลน์ทั่วประเทศ และเป็นโครงการนำร่องในการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ ความเข้าใจ<sup>๑</sup> คุ้มครองสิทธิประโยชน์แก่ประชาชน ทั้งยังเป็นช่องทางในการสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว มีค่าใช้จ่ายน้อย

มีความยืดหยุ่นในสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบ มุ่งสู่เป้าหมายได้ในหลากหลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็น ประชาชน ผู้ประกอบการ สถาบันการเงิน หน่วยงานราชการ ตลอดจนหน่วยงานของรัฐ ด้วยความสามารถของเทคโนโลยีในการสื่อสารสมัยใหม่ ทำให้สามารถเก็บรวบรวมคำถาม ปัญหา ข้อเสนอแนะ มาเป็นนำข้อมูลเพื่อแนวทางแก้ไขปรับปรุง พัฒนาได้อย่างชัดเจนเป็นระบบ ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของสังคม

วิธีการดำเนินงานทำการศึกษารวบรวมประเด็นปัญหาและคำถามที่เกิดขึ้นบ่อย และคาดว่าประชาชนต้องการทราบ หรืออยู่ในความสนใจ ตลอดจนข้อกฎหมาย ระเบียบวิธีปฏิบัติ ขั้นตอนระยะเวลา ทำการแต่งตั้งคณะทำงานจากทุกฝ่าย เพื่อตอบคำถาม ข้อเสนอแนะ/ข้อแนะนำ เช่น ให้จัดทำเป็นคลิปวิดีโอ ข้อความ เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารทาง Social media ต่างๆ จากนั้น สรุปผลให้คณะกรรมการและประเมินผลโครงการ เพื่อเดินหน้ารณรงค์ เผยแพร่ สร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน

**กลยุทธ์การใช้ Social Media ให้บริการเชิงรุก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการประชาชนของสำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร** จึงเป็นอีกโครงการหนึ่ง เพื่อยกระดับการให้บริการประชาชน ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในระบบการให้บริการของสำนักงานที่ดิน ทั้งสนองนโยบายพระราชบัญญัติของรัฐบาล ในการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นกับภาครัฐ และนโยบายของกรมที่ดินในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการประชาชน

ทั้งโครงการนี้สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และสามารถขยายผล เมื่อได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารกรมที่ดิน จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนในประเทศ เป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบและห่วงใยของกรมที่ดินต่อประชาชน ตามพันธกิจที่ ๑ และ ๔ เรื่องการคุ้มครองสิทธิด้านที่ดินให้แก่ประชาชนให้เป็นไปตามกฎหมาย และการให้บริการด้านการทะเบียนที่ดินของประเทศไทยที่มีความทันสมัยบริการออนไลน์ทั่วประเทศ

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารมหานครระดับกลาง (บนก.) รุ่นที่ ๑๗ ระหว่างวันที่ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๕๘ ถึงวันที่ ๔ มีนาคม ๒๕๕๙ ประกอบวิชาการบริหารเชิงกลยุทธ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ นางฐิติรัตน์ เพ็ชรพล เจ้าพนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร อาจารย์ที่ปรึกษาการจัดทำรายงานส่วนบุคคลที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า ในการให้คำปรึกษา แนะนำกระบวนการจัดทำรายงานส่วนบุคคลมาโดยตลอด ทำให้รายงานฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ครบถ้วน

นอกจากนี้ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานครที่ได้อำนวยความสะดวก ติดต่อประสานงานกับอาจารย์ที่ปรึกษาและให้แนวคิดในการจัดทำรายงานขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่น บนก. ๑๗ ทุกท่านที่เอื้อเฟื้อข้อมูลที่เป็นประโยชน์และเป็นกำลังใจให้อย่างยิ่ง ที่ได้ให้โอกาสแก่ผู้ศึกษาได้เข้ารับความรู้และประสบการณ์อันทรงคุณค่าอย่างสูงเพื่อพัฒนาการตนเองตลอดจนหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนต่อไป

นายมนต์ชัย ประโชติรัตนกุล

นายช่างรังวัดอาวุโส

หัวหน้าฝ่ายรังวัด สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร

# สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
หลักการและเหตุผล	๑
สถานการณ์/สภาพปัญหา	๑
การนำหลักวิชาการมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์	๑
แนวทางในการแก้ไขปัญหา	๓
วัตถุประสงค์	๑๖
เป้าหมาย	๑๗
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	๑๗
แผนปฏิบัติการและงบประมาณ	๑๗
แนวทางในการบริหารความเสี่ยง	๒๐
แนวทางการประเมินผล	๒๐
ข้อเสนอแนะ	๒๐
บรรณานุกรม	๒๒
ประวัติผู้เขียนเอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคล	๒๓

## ชื่อโครงการ กลยุทธ์การใช้ Social Media ให้บริการเชิงรุก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการประชาชน ของสำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร

### หลักการและเหตุผล

### สถานการณ์/สภาพปัญหา

ด้วย วิสัยทัศน์กรมที่ดิน “เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการจัดการที่ดินให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน และการพัฒนาประเทศด้วยมาตรฐานการจัดการ การบริการ ระดับสากล”

ภารกิจหน้าที่หลักของกรมที่ดิน ตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. ๒๕๕๗ ลงวันที่ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๕๗ ได้กำหนดให้กรมที่ดินมีภารกิจเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิในที่ดินของบุคคล และจัดการที่ดินของรัฐ โดยการรังวัดทำแผนที่ การออกหนังสือแสดงสิทธิในที่ดิน การให้บริการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ การส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และการบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศที่ดิน เพื่อให้บุคคลมีความมั่นใจในการถือครองที่ดิน และได้รับการบริการที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการบริหารจัดการที่ดินของรัฐเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยมีอำนาจดังนี้

๑) ดำเนินการตามประมวลกฎหมายที่ดิน กฎหมายว่าด้วยการจัดสรรที่ดิน กฎหมายว่าด้วยอาคารชุด กฎหมายว่าด้วยช่างรังวัดเอกชน กฎหมายว่าด้วยการเช่าอสังหาริมทรัพย์ เพื่อพาณิชย์กรรมและอุตสาหกรรม และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

๒) ดำเนินการด้านกฎหมายตามประมวลกฎหมายที่ดิน กฎหมายว่าด้วยอาคารชุด กฎหมายว่าด้วยช่างรังวัดเอกชน กฎหมายว่าด้วยการเช่าอสังหาริมทรัพย์ เพื่อพาณิชย์กรรมและอุตสาหกรรม และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

๓) จัดทำและประสานแผนงานของกรมให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลและกระทรวง รวมทั้งกำกับ เร่งรัด ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนงานของหน่วยงานในสังกัด ตลอดจนดำเนินการเกี่ยวกับงานสถิติ ประมวลผล และวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของกรม

๔) พัฒนาระบบ รูปแบบ และวิธีการเกี่ยวกับการบริหารงานที่ดินให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

๕) ดำเนินการบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศที่ดิน

๖) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่รัฐมนตรี หรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

โดยมีพันธกิจกรมดังนี้

- ๑) คุ้มครองสิทธิที่ดินที่คืนให้แก่ประชาชนให้เป็นไปตามกฎหมาย
- ๒) บูรณาการร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกโฉนดที่ดินแก่ประชาชน มีความเป็นเอกภาพเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งประเทศ ทั้งเชิงนโยบายและการปฏิบัติ
- ๓) เป็นศูนย์ข้อมูลที่ดินและแผนที่แห่งชาติ ที่มีระบบฐานข้อมูลที่ดินของประเทศเป็นมาตรฐานเดียวกัน สามารถรองรับการใช้ประโยชน์จากที่ดินในการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคง
- ๔) ให้บริการด้านการทะเบียนที่ดินของประเทศไทยที่มีความทันสมัยบริการออนไลน์ทั่วทั้งประเทศ และเชื่อมโยงกับสากล พร้อมทั้งมีบุคลากรด้านทะเบียนที่ดินของประเทศ ที่มีขีดความสามารถสูงในระดับสากล

การมีส่วนร่วมของประชาชน

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐ กำหนดเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชน ดังความในมาตราที่ ๘๗ ให้รัฐต้องดำเนินการตามนโยบายด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังต่อไปนี้ (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐)

- ๑) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น
- ๒) ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจทางการเมือง การวางแผนพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งการจัดทําบริการสาธารณะ
- ๓) ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐทุกระดับ ในรูปแบบองค์กรทางวิชาชีพหรือตามสาขาอาชีพที่หลากหลายหรือรูปแบบอื่น
- ๔) ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเข้มแข็งในทางการเมือง และจัดให้มีกฎหมายจัดตั้งกองทุนพัฒนาการเมืองภาคพลเมืองเพื่อช่วยเหลือการดำเนินกิจกรรมสาธารณะของชุมชน รวมทั้งสนับสนุนการดำเนินการของกลุ่มประชาชนที่รวมตัวกันในลักษณะเครือข่ายทุกรูปแบบให้สามารถแสดงความคิดเห็นและเสนอความต้องการของชุมชนในพื้นที่
- ๕) ส่งเสริมและให้การศึกษแก่ประชาชนเกี่ยวกับการพัฒนาการเมืองและการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข รวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนได้ใช้สิทธิเลือกตั้งโดยสุจริตและเที่ยงธรรม

แนวนโยบายด้านการบริหารราชการแผ่นดิน ตามมาตราที่ ๗๘ (๕) ที่กำหนดให้รัฐต้อง “จัดระบบงานราชการและงานของรัฐอย่างอื่น เพื่อให้การจัดทําและการให้บริการสาธารณะเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน”

จากผลการสำรวจของสำนักสถิติแห่งชาติ ปี ๒๕๕๕ หน่วยงานของรัฐใช้ Social Network เพื่อประชาสัมพันธ์งาน/ กิจกรรมของหน่วยงานร้อยละ ๙๑.๘ ใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนร้อยละ ๖๙.๗ และเป็นช่องทางสำหรับให้บริการ ร้อยละ ๓๖.๙ แสดงให้เห็นว่า มีการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น

ดังนั้น การมีส่วนร่วมของประชาชน จึงหมายถึง

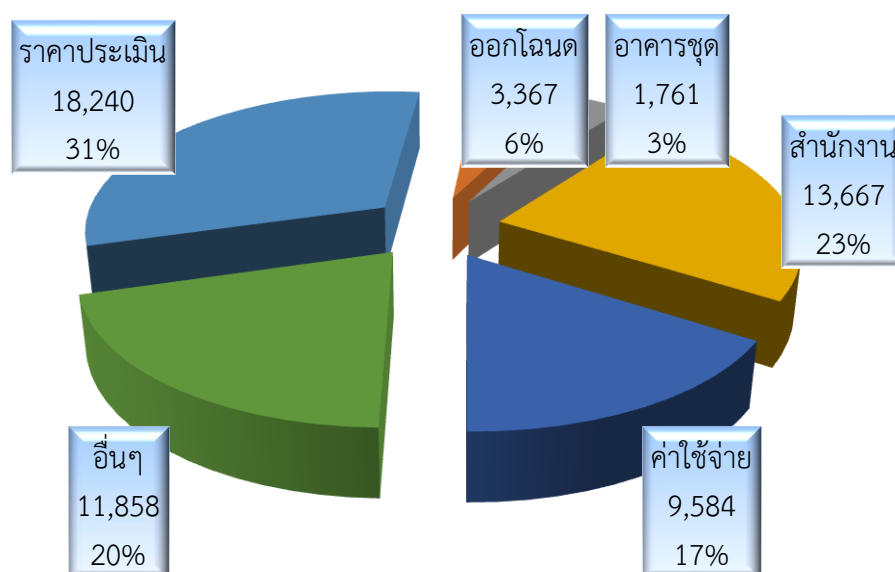
๑) การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการหรือขั้นตอนต่างๆ ของหน่วยงาน  
ภาครัฐ

๒) ตั้งแต่การรับรู้ข้อมูลการปฏิบัติงาน การร่วมแสดงทัศนะความคิดเห็น การร่วมเสนอปัญหา และความต้องการของประชาชน การร่วมคิดแนวทางแก้ไขปัญหา การร่วมในกระบวนการตัดสินใจ การร่วมในการดำเนินการและการร่วมติดตามประเมินผล รวมทั้งการร่วมรับผลประโยชน์

### แนวทางในการแก้ไข้ปัญหา

สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร เป็นหน่วยงานในสังกัดกรมที่ดิน มีหน้าที่รับผิดชอบในการคุ้มครองสิทธิด้านที่ดินให้แก่ประชาชนให้เป็นไปตามกฎหมาย รวมทั้งให้บริการด้านการทะเบียนที่ดินของประชาชน ในพื้นที่รับผิดชอบจังหวัดสมุทรสาคร จึงเห็นว่าการเผยแพร่ความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับที่ดินให้แก่ประชาชน โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ (IT) ที่สะดวก รวดเร็ว สามารถตอบสนองผู้มาขอรับบริการและประชาชนที่ให้ความสนใจได้อย่างทันทั่วถึง ด้วยปัจจุบันการใช้ Social Media เป็นที่นิยมและแพร่หลายในวงกว้าง เช่น การใช้แอปพลิเคชัน Line Facebook Instagram Youtube เป็นต้น ซึ่งสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงประชาชนได้มาก กับยังสามารถส่งต่อหรือแชร์ข้อมูลนั้นๆ ไปยังบุคคลอื่นให้ได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึงมีความทันสมัยบริการออนไลน์ทั่วทั้งประเทศ และเป็นโครงการนำร่องในการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ ความเข้าใจคุ้มครองสิทธิประโยชน์แก่ประชาชน ทั้งยังเป็นช่องทางในการสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว มีค่าใช้จ่ายน้อยมีความยืดหยุ่นในสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบ มุ่งสู่เป้าหมายได้ในหลากหลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นประชาชนผู้ประกอบการ สถาบันการเงิน ทนายความ ตลอดจนหน่วยงานของรัฐ ด้วยความสามารถของเทคโนโลยีในการสื่อสารสมัยใหม่ ทำให้สามารถเก็บรวบรวมคำถาม ปัญหา ข้อเสนอแนะ มาเป็นนำข้อมูลเพื่อแนวทางแก้ไข ปรับปรุงพัฒนาได้อย่างชัดเจนเป็นระบบ ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของสังคม

การนำข้อมูลสถิติ ถามตอบในเว็บไซต์ กรมที่ดิน ใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ รวบรวมประเด็นปัญหาและคำถามที่เกิดขึ้นบ่อย และคาดว่าประชาชนต้องการทราบ หรืออยู่ในความสนใจ ตลอดจนข้อกฎหมาย ระเบียบวิธีปฏิบัติ ขั้นตอนระยะเวลา ราคาประเมินที่ดิน ค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่ายในการโอนกรรมสิทธิ์ที่ดิน ฯลฯ



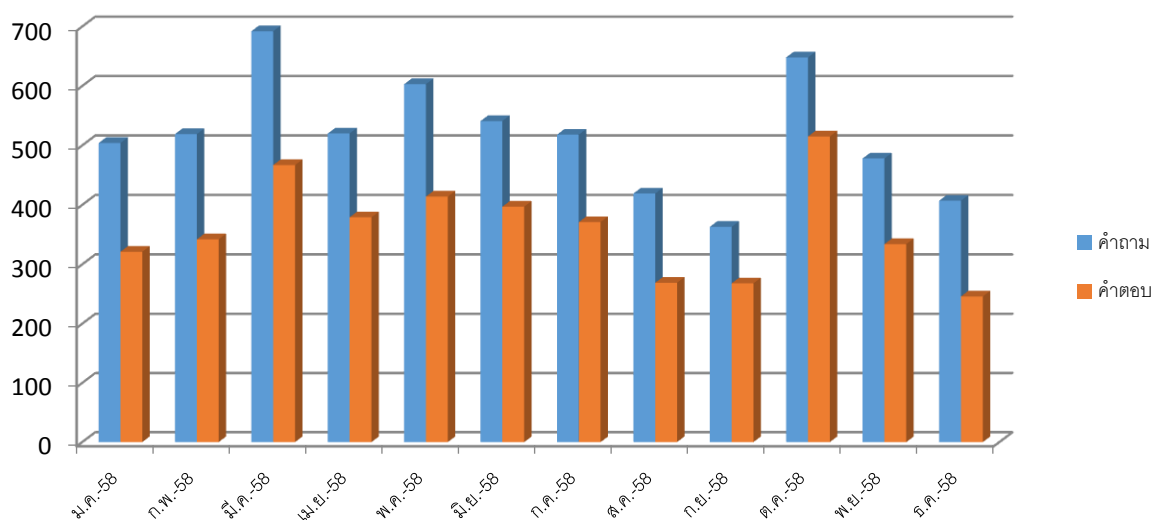
สถิติ คำถามทั้งหมด ในเว็บไซต์ กรมที่ดิน ข้อมูล ณ วันที่ ๑๓ มกราคม ๒๕๕๙

จากข้อมูลพบว่า คำถามที่เกิดมากที่สุดเรียงตามลำดับดังนี้

- ๑ ) ราคาประเมินที่ดิน คิดเป็นร้อยละ ๓๑
- ๒ ) สำนักงานที่ดิน คิดเป็นร้อยละ ๒๓
- ๓ ) อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ ๒๐
- ๔ ) ค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ ๑๗
- ๕ ) ออกโฉนด คิดเป็นร้อยละ ๖
- ๖ ) อาคารชุด คิดเป็นร้อยละ ๓

ซึ่งคำถามเรื่องราคาประเมินที่ดิน ปัจจุบันได้มีเว็บไซต์ตอบเรื่องราคาประเมินโดย กรมธนารักษ์ ซึ่งเป็นผู้จัดทำราคาประเมิน แต่ก็ยังไม่ครบถ้วนทั่วถึงเนื่องจากบางจังหวัดมีการประเมินแบบบล็อกโซน จำเป็นต้องมีการสอบถามจากทางสำนักงานที่ดินพื้นที่นั้นๆ

ดังนั้นจึงพบว่าคำถามที่เกิดขึ้นทั้งสิ้นกว่าร้อยละ ๖๙ เป็นคำถามที่ประชาชนต้องการคำตอบจากสำนักงานที่ดิน



สถิติ ถาม-ตอบ ในปี ๒๕๕๘ ในเว็บไซต์ กรมที่ดิน ข้อมูล ณ วันที่ ๑๓ มกราคม ๒๕๕๙ รวมเป็นคำถามทั้งสิ้น ๖,๒๑๒ คำถาม มีคำตอบ ๔,๓๒๓ คำตอบ

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) แจกผลสำรวจพฤติกรรมกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตในเมืองไทยว่า ล่าสุดคนไทยประมาณ ๓๐% ใช้งานเน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เฉลี่ยสูงถึง ๕๐.๔ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หรือพูดอีกอย่าง เท่ากับเวลานี้มีคนไทยราว ๒๑ ล้านคน ใช้เวลาประมาณ ๗.๒ ชั่วโมงต่อวัน (เกือบ ๑ ใน ๓ ของวัน) หลุกหลิกกับอินเทอร์เน็ต ทั้งเพื่อความบันเทิง ขายสินค้า หาข้อมูล หรือใช้เพื่อการอื่นใดก็ตาม โดยนิยมใช้งานผ่านทางโทรศัพท์มือถือมากกว่าใช้ผ่านช่องทางอื่นๆ

เฉพาะการใช้งาน “เน็ต” ผ่านโทร.มือถือ เพื่อคุยกัน ในโซเซียล มีเดีย หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภท เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ หรือ อินสตาแกรม (ไอจี) ได้รับความนิยมพุ่งพรวดสูงถึง ๗๘.๒%

เห็นได้ว่ายิ่งสื่อสังคมออนไลน์ อย่าง เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ ยูทูบ และ อินสตาแกรม ซึ่งเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ได้รับความนิยมเพียงไร ก็ยิ่งกระตุ้นให้เกิดการใช้งาน อินเทอร์เน็ตในสังคมไทยและสังคมโลกด้วยอัตราเติบโตที่ก้าวกระโดดขึ้นเพียงนั้น

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารบนโลกไซเบอร์ (Cyberspace) ซึ่งผู้คนสามารถสัมผัสการเคลื่อนที่ของภาพ และข้อมูลต่างๆผ่านทางสายตา จากที่หนึ่งไปยังอีกที่ได้อย่างรวดเร็ว จนเกือบจะเป็นเวลาเดียวกับโลกแห่งความเป็นจริง ท่ามกลางความเสมือนจริงที่เกิดขึ้นย่อมมีทั้งคุณอนันต์และโทษมหันต์ตามมา

เพราะยังผู้คนนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์มากเท่าใด ย่อมเปิดช่องทางหรือโอกาสให้ผู้ที่ไม่ประสงค์ดีแฝงตัวเข้าไปล่อลวง แสวงหาประโยชน์ หรือกระทำในสิ่งผิดกฎหมายมากขึ้นเป็นเงาตามตัว

ภาพรวมของการนำเอา Social network มาใช้ในหน่วยงานภาครัฐ

ในปัจจุบันบริการ Social Network ได้เข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตประจำวันของคนไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งที่เป็นการใช้งานส่วนตัวและการใช้งานในเชิงระดับหน่วยงานบริการ Social Network ทำให้เกิดการรวมตัวเป็นสังคมในโลกออนไลน์ และยังเป็นช่องทางที่สำคัญในการ ช่วยตัดสินใจเลือกใช้ Product / Services ของประชาชน โดยการพิจารณาจากการ สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความพึงพอใจที่มีต่อตัว Product / Services ระหว่างสมาชิกในสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ไม่เพียงแต่เป็นช่องทางที่เปิดกว้างให้ สมาชิกสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างกว้างขวางแล้ว ยังเป็นช่อง ทางการประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้เป็นที่รู้จักในเวลาอันรวดเร็วได้อีกด้วย

จะเห็นได้ว่าประโยชน์ของบริการ Social Network ที่มีอย่างมากมายดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ในขณะที่เดียวกันอีกด้านหนึ่งของการใช้งานบริการ Social Network ที่ทำให้เกิดผลทางด้านลบก็มีเช่นเดียวกัน หากใช้ โดยไม่ระมัดระวัง เพราะข้อมูลส่วนตัวก็อาจถูกเผยแพร่สู่สาธารณชนอย่างไม่ได้ตั้งใจ เช่น กรณีหนุ่มมาร์ค V11 หนึ่งในผู้เข้าประกวด AF ที่ Post ข้อความแสดงความคิดเห็นถึงท่านนายกรัฐมนตรีคนปัจจุบัน ใน facebook จนทำให้เกิดเสียงวิพากษ์วิจารณ์บนโลกสังคมออนไลน์ สุดท้ายต้องสละสิทธิ์ออกจากการแข่งขัน

ด้วยเหตุนี้เอง ความสำคัญของการให้บริการ Social Network ของหน่วยงาน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้อง กำหนดหัวข้อ และขอบเขตให้ชัดเจน

## Introduction to social network service

เกริ่นนำเข้าสู่บริการ Social Network ประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ด้านด้วยกันดังนี้

๑ ) Network ในที่นี้หมายถึง ประเภทของการให้บริการ Social Network ที่หน่วยงานตัดสินใจ เลือกใช้ให้เป็น Social Network หลักของหน่วยงาน ผู้บริหารหรือคณะกรรมการควรตัดสินใจ เลือกให้เหมาะสมกับหน่วยงาน และเลือกอย่างมีเหตุผล เหมาะกับความรู้ความสามารถของ บุคลากรในหน่วยงาน ในขณะที่บริการ Social Network ที่จะนำมาใช้ก็ต้องเป็นเครื่องมือ ประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของหน่วยงานให้ความสนใจ และใช้บริการด้วย ถึงจะทำให้ข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ที่หน่วยงานต้องการที่จะสื่อสารออกไปนั้นไปถึงยังประชาชนกลุ่มดังกล่าวได้อย่าง มีประสิทธิภาพ

การหลีกเลี่ยงการเลือกประเภทของการให้บริการ Social Network เฉพาะที่หน่วยงาน เองถนัดเพียงอย่างเดียว แต่ประชาชนไม่ได้ใช้บริการ เพราะมันจะไม่ทำให้เกิดประโยชน์ หรือ เลือกประเภทของบริการ Social Network เฉพาะที่ประชาชนนิยมเข้าใช้บริการเป็นจำนวนมาก แต่หน่วยงานไม่มีบุคลากรรองรับการใช้งานของบริการ Social Network ประเภทนั้นๆ ก็ทำให้ ไม่ได้ประโยชน์เช่นกัน เปลืองเวลา ทรัพยากร ไม่เกิดผลส่งเสริมอะไรกลับมาเลย

๒ ) Definition คือการให้คำจำกัดความของหน่วยงานในโลกสังคมออนไลน์ ซึ่งถือว่าเป็นกุญแจที่สำคัญอย่างยิ่งของสื่อสังคมออนไลน์นั้นคือ จะต้องระบุตัวตนของหน่วยงานในโลกสังคมออนไลน์ให้ได้ว่าหน่วยงานเป็นใคร เกิดขึ้นมาเพื่อจุดประสงค์อะไร มีความมุ่งมั่นที่จะสร้าง เครือข่ายสังคมของหน่วยงานขึ้นมาเพื่อใคร การที่หน่วยงานสามารถที่จะระบุตัวตนได้ ก็เปรียบ เหมือนทำให้ประชาชนที่เป็นผู้บริโภคเกิดความรับรู้ขอแบรนด์ (Brand awareness)

การให้คำจำกัดความถึงตัวหน่วยงานเองนั้น จะต้องทำให้ชัดเจนขนาดที่เรียกว่าเป็น identity (DNA) หมายความว่า ต้องสามารถระบุตัวตนที่บุคคลภายนอกมองเข้ามายังหน่วยงาน แล้วทำให้สามารถเห็นภาพของหน่วยงานได้ชัดเจน โดยไม่ต้องมีคำอธิบายรายละเอียดอะไร เพิ่มเติมมากมาย ซึ่งตรงนี้หน่วยงานอาจจะนำเอาความสามารถหลัก (Core Business) ที่ หน่วยงานมีนำมาใช้เพื่อให้ง่ายต่อการระบุตัวตนของหน่วยงานให้กับบุคคลภายนอกในโลกของ สังคมออนไลน์ก็ได้

๓ ) Sharing ต้องเกิดการแบ่งปันข้อมูล ไม่ว่าจะ เป็นในลักษณะของข้อมูลดิบ ข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์มาแล้ว ความคิดเห็น แนวความคิด อารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ตลอดจนประเด็น ปัญหาต่างที่มีอยู่ในแต่ละบุคคลในเครือข่ายสังคมนั้นๆ

๔ ) Communication การสื่อสารจะต้องเป็นเรื่องของการสร้างเครือข่ายเพื่อการรับรู้ เพราะฉะนั้นบริการ Social Network ที่หน่วยงานจะใช้ต้องเกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายของประชาชนที่ “แชร์” ความรู้สึกหรือมีเรื่องที่สนใจ และพร้อมที่จะสร้างความสนใจใหม่ๆ ด้วยกันจนกระทั่ง เกิดเป็นเครือข่าย ในลักษณะที่เกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามในการชักจูงมากนัก ไม่ ลำบาก “ไม่รู้สึกลูกกัดเหยียด” เป็นเครือข่ายแบบที่หลากหลายและเปิดกว้าง เป็นเครือข่ายสังคม ใหม่ที่รวมตัวกันอย่างหลวมๆ แต่มีเนื้อหาสาระที่มีประเด็นให้ถกเถียงกันต่อเพื่อให้ประชาชน กลับเข้ามาใช้ได้อีกอย่างต่อเนื่อง

## คำจำกัดความของบริการ Social Network

หมายถึงบริการผ่านเว็บไซต์ ที่เป็นจุด เชื่อมโยงระหว่างบุคคลที่มีเครือข่ายสังคมของตนเองผ่านระบบเน็ตเวิร์ค (Internet) รวมทั้งเชื่อมโยงบริการต่างๆ เช่น แมสเซ็นเจอร์ เว็บบอร์ด บล็อก ฯลฯ เข้า ด้วยกัน โดยเว็บไซต์ เหล่านี้จะมีพื้นที่ให้ผู้คนเข้ามารู้จักกัน มีการให้พื้นที่ บริการ เครื่องมือต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่าย สร้างเนื้อหาตามความสนใจของผู้ใช้ โดย เชื่อมเครือข่ายสังคมและเครือข่ายมิตรภาพเข้าด้วยกัน ด้วยการแชร์รูป แชร์ไฟล์ ซึ่งเราจะเรียกเว็บไซต์ เหล่านี้ว่า SNS (Social Network Sites) นั่นคือบริการ Social Network จะถูกมองในรูปของเทคโนโลยีอีก อันหนึ่ง ที่สามารถช่วยให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันใเครือข่าย

### The nature of the social network service

ลักษณะโดยธรรมชาติของบริการ social network

- ๑ Instant มีความเป็นปัจจุบัน และสามารถตอบสนองได้ทันที สามารถตอบสนองประชาชนได้ทันที สิ่งที่น่ามาพูดคุยต้องทันสมัยและทันเหตุการณ์จึงจะสามารถจูงใจให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และเพิ่มจำนวนมากขึ้นอีกด้วย
- ๒ Interactive เป็นลักษณะของการสื่อสารสองทางไปมาตลอดเวลา เป็นการสื่อสารแบบสองทาง ที่ต้องมีปฏิภริยาระหว่างตัวหน่วยงานและประชาชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง
- ๓ สามารถตอบสนองได้ถึงในระดับบุคคล หมายถึงเป็นกิจกรรมที่สามารถให้ ประชาชนเลือกได้ และเป็นการสื่อสารระดับตัวต่อตัวหรือระดับบุคคลเลยทีเดียว
- ๔ Insight สามารถตอบใจห้ความต้องการของประชาชนได้ นอกจากนี้กิจกรรมที่เจ้าของหน่วยงานนำมาสรรค์สร้างในบริการ Social network ต้องมาจากความเข้าใจ Insight ของประชาชน ที่ผ่านการวิเคราะห์ถึงแรงจูงใจและความต้องการอย่างแท้จริงของประชาชนก่อนที่จะทำกิจกรรม จึงจะสามารถสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน ให้ประชาชนกลับเข้ามาติดต่อกับหน่วยงานอีกครั้ง และเป็นประจำได้
- ๕ Invisible ต้องทำให้ไม่เห็นเป็นการโฆษณาของหน่วยงานที่ชัดเจนเกินไป ประการที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งก็คือ หากมีการส่งเสริมการตลาดไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา หรือการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แจม เพื่อกระตุ้นยอดขาย ต้องทำให้ Invisible กล่าวคือ ต้องทำให้เนียน ไม่ให้รู้สึกว่าเป็นการยัดเหยียดหรือพยายามขายของมากเกินไป
- ๖ Integration ต้องมีความสอดคล้องกันกับสินค้า/บริการ จริง การใช้บริการ Social network ต้องมี การ Integration กับหน่วยงานที่มีอยู่จริงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่ขัดแย้งทั้งลักษณะของส่วนที่ จับต้องได้ เช่น ลักษณะการตกแต่งหน่วยงาน และส่วนที่จับต้องไม่ได้เช่น บุคลิกภาพหรือ Mood and Tone ต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อไม่ทำให้ประชาชนเกิดความสับสน

## Type of social network service

ประเภทของบริการ Social Network ในที่นี้จะแบ่งออกเป็น ๗ ประเภท ตามลักษณะของจุดประสงค์การใช้งาน **ได้ดังนี้**

- ๑ Identify Network ประเภทเผยแพร่ตนเอง สังคมเครือข่ายประเภทนี้ใช้สำหรับให้ผู้ใช้งาน ได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบน เว็บไซต์ และสามารถที่จะเผยแพร่เรื่องราวของตนผ่าน ทาง อินเทอร์เน็ต สามารถที่จะสร้างกลุ่มเพื่อนขึ้นมาได้อย่างมากมาย ไม่มีที่สิ้นสุด มีการ แสดงตัวตนและ ภาพลักษณ์ของตน แลกเปลี่ยน พูดคุย เรื่องราวได้ง่าย ต่อเนื่องอย่างไม่ จำกัด เช่น Facebook Myspace hi5 เป็นต้น
- ๒ Creative Network ประเภทเผยแพร่ผลงาน และนำเสนอผลงานของตนเองได้ในรูปแบบของ วีดิโอ ภาพ หรือเสียงเพลง เช่น Youtube Flickr Multiple เป็นต้น
- ๓ Interested Network ประเภทความสนใจตรงกัน เป็น เว็บไซต์ ที่ใช้บันทึกการเชื่อมโยงไปที่ยูอาร์แอล (URL) ใดๆ ในเบราว์เซอร์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อการจดจำตำแหน่งของหน้านั้นๆ โดยเก็บค่าคั่นหน้าไว้ในเครื่องของผู้ใช้ เปรียบเทียบเหมือนการสอดที่คั่นหนังสือในหน้าที่อ่าน ค้างไว้ โดยเก็บข้อมูลบนเว็บเพื่อสะดวกในการใช้ คั่นหน้าออนไลน์ (online bookmark) และ เชื่อมโยงระหว่างคั่นหน้าของผู้ใช้แต่ละบุคคล ซึ่งจะช่วยให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและอยาก ติดตามเข้ามาให้ เว็บไซต์ เหล่านั้น อีกที่หนึ่ง
- ๔ Collaboration Network ประเภทร่วมกันทำงาน เป็นลักษณะของ เว็บไซต์ ที่มีการทำงาน ร่วมกัน หรือมีการอนุญาตให้ผู้ใช้งานใช้งานร่วมกัน เช่น Wikipedia Google Maps เป็นต้น
- ๕ Game / Virtual Reality Network ประเภทโลกเสมือนจริง สามารถสร้างตัวละครโดยสมมุติ ให้เป็นตัวเราเองขึ้นมาได้ ใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนเสมือน (Virtual Community) สามารถซื้อขาย ที่ดิน และหารายได้จากการทำกิจกรรมต่างๆ ได้ เช่น zheza.com เป็นต้น
- ๖ Peer to Peer Network ประเภทการเชื่อมต่อกันระหว่างเครื่องผู้ใช้ด้วยกันเองโดยตรง จึงทำให้เกิด การสื่อสารหรือแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ได้ อย่างรวดเร็ว และตรงถึง ผู้ใช้ทันที ซึ่ง ผู้ให้บริการสังคม เครือข่ายประเภทนี้ ได้แก่ Skype BitTorrent เป็นต้น
- ๗ Professional Network ประเภทเครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ เป็นการนำประโยชน์ของ บริการ Social Network มาใช้ในการเผยแพร่ประวัติผลงาน หรือ Resume ของตน โดย สามารถสร้าง เครือข่ายกับเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย หรือคนรู้จัก นอกจากนี้บริษัทที่ต้องการ คนมาร่วมงาน ก็ สามารถเข้ามาหาจากประวัติที่อยู่ในสังคมเครือข่ายนี้ได้ ซึ่งผู้ให้บริการ สังคมเครือข่ายประเภทนี้ ได้แก่ Linkedin.com เป็นต้น

## How to benefit of using social network service

การนำ Social Network มาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างไร

- ๑ A channel to communicate to target groups with lower cost  
ใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร ตลอดจนประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่างๆไปยัง ประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ด้วยต้นทุนที่ต่ำ เครือข่ายชุมชนออนไลน์ตั้งอยู่บนพื้นฐานของ ความสมัครใจ ดังนั้นผู้ที่ติดตามบริการ Social Network ของหน่วยงาน ก็คือคนที่สนใจและสมัคร ใจติดตามจริงๆ เพราะหากไม่พอใจก็จะเลิกติดตามไปเอง ดังนั้นคนในชุมชนส่วนใหญ่คือคน กระตือรือร้นที่จะติดตามข่าวสารอยู่ตลอดเวลา
- ๒ Social network service can be applied to all types of the organization  
ประเด็นต่อมาก็คือ ความน่าสนใจของบริการ Social network ก็คือ การสามารถ ประยุกต์ใช้ได้กับทั้งหน่วยงานขนาดใหญ่จนถึงขนาดเล็ก เพราะการสื่อสารในปัจจุบันไม่ได้จบที่ การซื้อเท่านั้น แต่เป็นการจบที่คำว่า Share เพราะประชาชนสามารถแบ่งปันและแชร์ข้อมูลกันได้ ตลอดเวลา
- ๓ A tool for monitoring or tracking consumer  
ใช้เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการติดตามความเคลื่อนไหวของประชาชน (อาทิ ความต้องการ) เป็นการศึกษาลักษณะพฤติกรรมของประชาชน (customer insight) หาข้อมูล insight และวิจัย พฤติกรรมประชาชนได้ไปในตัวด้วย
- ๔ There are no costs to contract outsource to do the research consumer behavior  
สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสำรวจความเห็นที่แทบไม่ต้องเสียเงินจ้างบริษัทสำรวจ เพราะประชาชนที่เข้ามาใช้งานบ่อยๆ จะอาจจะเรียกกลุ่มนี้ว่าเป็นแฟนๆ พันธุ์แท้ทุกคนยินดีที่จะ ให้ความเห็น รวมถึงหน่วยงานยังจะได้รับ feed back กลับมาด้วยความรวดเร็วอีกด้วย
- ๕ A tool for customer relationship management (CRM)  
เป็นเครื่องมือในการบริหาร ความสัมพันธ์กับประชาชน ( CRM) ข้อดีอีกอย่างหนึ่งของบริการ Social Network ก็คือเป็นการสื่อสารหลายทางพร้อมๆ กัน ดังนั้น ประชาชนจึงสามารถโต้ตอบแสดงความคิดเห็น หาแนวร่วมในเครือข่ายได้ตลอดเวลา และ บริการ Social networking ยังเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการการจัดการประสบการณ์ของ ประชาชน (Customer Experience Management) และถือได้ว่าเป็น Touch Point ที่สำคัญที่จะ สามารถกำหนดให้เป็นตัวเสริมในการกำหนดประสบการณ์ในทางบวกได้
- ๖ Develop or Improve product/services  
หัวใจสำคัญของการสร้างแบรนด์หรือบริการให้ประทับใจ เพราะเกิดจากการที่ หน่วยงานรับรู้ insight รับฟังความคิดเห็นของประชาชน และนำเอาความคิดเห็นเหล่านั้นนำเสนอ ต่อผู้บริหาร เพื่อให้เกิดการปรับปรุง และเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ประชาชนต่อไปนั่นเอง
- ๗ Preparation of activities to achieve the objective goals  
ทำให้หน่วยงานสามารถจัดกิจกรรมได้ตรงกับความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้น

## How to use social network service for government agencies

หน่วยงานภาครัฐจะนำบริการ Social Network มาใช้ได้อย่างไร

### ๑) Up date new fact to public

รู้จักใช้บริการ Social Network ในการอัปเดตข้อเท็จจริงใหม่ๆ เมื่อปัญหาได้รับการ คลี่คลาย ความจริงเรื่องแบบนี้อาจจะใช้ เว็บไซต์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ก็ได้ แต่เรื่องที่เป็น ข่าวดี นั้น โดยพฤติกรรมคนส่วนใหญ่จะไม่เข้า เว็บไซต์ หากไม่มีปัญหาหรือต้องการข้อมูล เพราะฉะนั้นการใช้วิธีการ Push ข้อมูลจึงเป็นวิธีที่น่าสนใจและเป็นอีกทางเลือกที่จะสามารถ กระจายข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนได้อย่างรวดเร็ว

### ๒) Motivating people to participate in discussions to find a solution together

ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม เป็นการดึงให้ผู้ที่กำลังมีปัญหาเข้ามาพูดคุยและหาทางออก ร่วมกัน ประชาชนที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานมักต้องการระบายให้ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ ฟัง ซึ่งผู้ฟังที่ดีควรต้องเข้าใจ ความ เป็นมาเป็นไป ตลอดจนสามารถถ่ายทอดแนวทางแก้ไขที่จะ ดำเนินการด้วย หน่วยงานจึงควรเปิดโอกาสการ สื่อสารกับประชาชนที่มีปัญหา และคัดสรร บุคลากรที่จะตอบปัญหาของผู้บริโภคอย่างเหมาะสมด้วย

### ๓) Create a centralized hub to the problem

ใช้เป็นที่ยุบรวมศูนย์ เพื่อรวมศูนย์ของปัญหาไว้ให้จัดการได้สะดวกขึ้น เพื่อรวบรวมเอาข้อ ร้องเรียนต่างๆ ไม่ว่าจะ อยู่ในรูปวิดีโอ ภาพ หรือข้อความไว้ในที่เดียวกัน ช่วยให้หน่วยงานสามารถ จัดการกับปัญหาได้อย่างสะดวก ครอบคลุมยิ่งขึ้น หากประชาชนทราบว่ามีเครือข่าย (Community) นี้เกิดขึ้น จะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาดูแล ตอบปัญหา และให้ดำเนินการแก้ไขปัญหาย่างรวดเร็ว

๔) Be prepared before the crisis happens. Both in terms of personnel and channels of communication online

เป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้หน่วยงานเตรียมตัวก่อนวิกฤติจะเกิด ทั้งในแง่ของบุคลากร และช่องทางการสื่อสาร online แม้ว่าวิกฤติอาจเกิดขึ้นได้อย่างไม่ทันตั้งตัว แต่การเตรียมการ ล่วงหน้า จะช่วยให้หน่วยงานสามารถ แก้ไขสถานการณ์ได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นหน่วยงานจึงไม่ควรรื้อรอที่จะพัฒนาช่องทาง online หรือบุคลากรไว้ก่อนล่วงหน้า เพราะเมื่อ วิกฤติเกิดขึ้นแล้ว การริเริ่มพัฒนาสิ่งเหล่านี้ อาจใช้เวลามาก และทำให้ปัญหาบานปลายได้กว่าที่ ควรจะเป็น

### ๕) Social Network Services can access much easier with lower costs

การที่จะเข้าถึงบริการ Social Network Services ต่างๆ ทำได้ง่ายขึ้นเรื่อยๆ ในต้นทุนที่ถูกลง เมื่อเทียบกับ สิ่งที่จะได้รับ (ROI – Return on Investment) ไม่ว่าจะเป็นตัวของ หน่วยงานเอง หรือตัวของกลุ่มเป้าหมาย ที่มี Life style ที่เอื้อต่อการเข้าถึงการใช้บริการ Social Network Services ประกอบกับมีสื่อมีราคาถูกลง แต่เทคโนโลยีกลับพัฒนาดีขึ้นเร็วกว่า ทำให้ ประชาชนมีโอกาสนในการเข้าถึงบริการ Social Network ได้มากขึ้นนั่นเอง

### Strategies to apply social network service efficiency

๑ ) What is the purpose of using your social networking?

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ก็เพื่อสร้างเครือข่ายและเพื่อการพูดคุย จะเริ่มต้นอย่างไร ต้องถามตัวเองก่อนว่า จุดประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของหน่วยงานคืออะไร

๒ ) Who'll be responsible for monitoring your online social network in the organization?

ใครในหน่วยงานจะรับผิดชอบในการควบคุม ดูแลเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของ หน่วยงาน? ควรเป็นคนมีไหวพริบขนาดไหน ติดตามข่าวสารต่างๆอย่างรวดเร็ว รู้ออบ สื่อสาร ภาษาต่างๆดี มีความรู้ด้านต่างๆที่จะคุยกับเครือข่ายของหน่วยงานมากน้อยขนาดไหน ใครเป็น ผู้รวบรวมข้อมูล ต้องการคนที่รับผิดชอบในเรื่องนี้ให้ชัดเจน การใช้บริการ Social Media ในระดับ หน่วยงานนั้น สำเร็จได้ยากมาก หากไม่ทำงานเป็นทีมที่มีการระบุน้ำที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน

๓ ) Looking for people or groups you want to build the network

หน่วยงานกำลังคุยกับ ใคร? ลองนึก ดูว่าหน่วยงานต้องการให้ ข้อความไปถึง กลุ่มเป้าหมายเป็นใครบ้าง ต้องไม่ลืมว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือการสื่อสาร “สองทาง” หน่วยงานต้องคุยกับประชาชนในเรื่องที่เค้ารู้เรื่อง และอยากจะรู้เรื่องด้วย หน่วยงานต้องทราบ ข้อมูลของสมาชิกก่อนว่าเค้าติดตามใครติดตามอะไรกันบ้าง ที่สำคัญยิ่งกว่าหน่วยงานต้องดู ข้อมูลเหล่านั้นบ่อย ถี่ และต่อเนื่อง เนื่องจากข้อมูลเหล่านี้เปลี่ยนทุกวินาที

๔ ) Do you need to decide which tools best meet goals?

จากนั้นหน่วยงานต้องมาเลือกว่าบริการ Social Network ที่หน่วยงานจะใช้คืออะไร? เพราะปัจจุบันนี้ทั้ง Facebook LinkedIn หรือ Twitter มันต่อเนื่องกันหมด คำถามคือต้องใช้มันทั้งหมดทุกตัวหรือไม่ เพื่ออะไร เนื่องจากข้อมูลที่ส่งเข้ามาอาจจะกลายเป็นเรื่องไร้สาระและ ตรวจสอบที่มาไม่ค่อยได้ เรื่องราวเริ่มคล้ายๆกันไปหมดทำให้ประชาชนเองก็จะได้รับข่าวสารที่ เข้าไปเข้ามาข้อมูลข่าวสารก็จะกลายเป็นขยะ

๕ ) Create a profile and write your description of your business properly

การสร้างชื่อโปรไฟล์ของหน่วยงานและเขียนคำอธิบายประเภทของหน่วยงานของคุณให้ เหมาะสม อย่าลืมนะว่าระบบติดตามของ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทุกตัวแม้จะดีขึ้นเรื่อยๆก็ยังเป็น แค่อัลกอริทึมที่มนุษย์ใส่ลงไป คีย์เวิร์ดบางคำในโปรไฟล์ของหน่วยงานทำให้ประชาชนหรือค้นหา หน่วยงานพบได้ง่ายๆ

๖ ) Writing or finding content that is the key to success

การหาเนื้อหา (Content) ต้องขยันหาเรื่องคุยหรือ issue ต่างๆที่ต่อเนื่อง อยู่ในกระแส หลักหรือกระแสรอง และควรออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสมกับ lifestyle ของสมาชิกที่ติดตาม ที่สำคัญต้องเกี่ยวข้องกับเกาะไปถึงวัตถุประสงค์ที่หน่วยงานตั้งไว้แต่แรก

๗ ) Create a schedule to implement and evaluate

ทุกอย่างต้องมีการวางแผนทั้งรูปของ time frame ที่จะนำเอาบริการ social network ที่ หน่วยงานเลือกแล้วไปใช้ จากนั้นก็ต้องติดตามคอยวัดผลสำเร็จที่เกิดขึ้นเป็นระยะด้วย เพื่อให้ สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบของ information ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุดและสำเร็จตาม วัตถุประสงค์ที่วางไว้

## Problems of using social network service

ปัญหาที่ตามมากับการใช้บริการ Social Network

๑ ) Virus problems that come with social networking

ปัญหาของไวรัสที่จะตามมากับการใช้บริการ Social Network ไม่ว่าจะเป็นไวรัสจากการ ใช้ facebook การ Click link URL ต่างๆ ติดมากับ Clip และ File ต่างๆ

๒ ) Problem of penetration of personal information users social network

ปัญหาที่เกิดจากเว็บไซต์ให้บริการ Social Network บางแห่งอาจจะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว มากเกินไป หากผู้ใช้บริการไม่ระมัดระวังในการกรอกข้อมูล อาจถูกผู้ไม่หวังดีนำมาใช้ในทาง เสียหาย หรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้ เป็นช่องทางในการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ ขโมยผลงาน หรือ ถูกแอบอ้าง เพราะบริการ Social Network Service เป็นสื่อในการเผยแพร่ผลงานรูปภาพต่างๆ ของแต่ละบุคคลให้บุคคลอื่นได้ดู และแสดงความคิดเห็นได้

๓ ) Writing about the secrets of the organization revealed in the social network

ในโลกออนไลน์นั้น เมื่อผู้ใช้ได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นหรือใส่ตัวเนื้อหาของตนเองเข้าไป หลายๆ ครั้ง แทนที่จะเขียนเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ไป กลับนำความลับของหน่วยงานตนเองมาเปิดเผย หรือมีการนินทาว่าร้ายหน่วยงานหรือเจ้านายตนเองผ่านทางสังคมออนไลน์เหล่านี้ ผู้ที่ เสียหายก็จะกลายเป็นตัวหน่วยงานขึ้นมาทันที

๔ ) Other problems

- ไม่สามารถควบคุมข้อความ
- ต้องมีการจัดหาผู้ดูแล เพื่อดูแลเนื้อหาให้อยู่ใน Scope ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้
- ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี จึงอาจจะทำให้บริการ Social Network ที่ หน่วยงานเลือกใช้งานอยู่อาจจะล้าสมัยได้ในอนาคต
- ยังไม่มี SOPs Standard Operation Procedure คือ ขั้นตอนการปฏิบัติตาม มาตรฐาน ซึ่งต้องทำตามลำดับก่อนหลัง
- ความรู้ไม่เท่าไม่ถึงการณ์ของตัวพนักงาน

### **ข้อดี - ข้อเสีย ของ Social Network**

ในโลกไซเบอร์ก็เหมือนสังคมนอกข้างตัวเรา มีใส่น้ำกาก กัดกันข้างหลัง มีนิสัยดี นิสัยชั่ว มีการสงสัย การระแวงคนรอบข้าง มีหมดทุกอย่าง เพราะมันเป็นธรรมชาติของโลก แต่เราจะสามารถคัดกรองกลุ่มคนยังงี้ได้นั้น ก็ต้องใช้สติปัญญาในการวิเคราะห์ หรือพิจารณา คนที่เราคิดว่าน่าจะเป็นคนดี สักวันหนึ่งอาจจะกลับกลายเป็นคนชั่วไปก็เป็นได้ ในโลกนี้ไม่มีอะไรที่เป็นแน่นอน เพียงแต่เราจะมองโลกในแง่บวกหรือแง่ลบ เท่านั้นเอง เช่นเดียวกับเหรียญที่มี 2 ด้านเสมอก็เฉกเช่นเดียวกับคนที่มีความดีและคนชั่ว และใน Social Network ก็เช่นเดียวกัน ก็มีทั้งข้อดีและข้อเสีย

## ประโยชน์ของ Social Network

บริษัทต่างๆ เริ่มหันมาใช้ Blog ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการมากขึ้น เนื่องจากจัดการใช้งาน และอัปเดตให้ทันสมัยได้ง่าย อีกทั้งยังเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ดี เพราะ Blog ส่วนใหญ่จะสำรวจและแยกประเภทความสนใจของสมาชิกอยู่แล้ว นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายที่ถูก และสามารถติดต่อสื่อสารระหว่างบริษัทกับลูกค้าผ่านข้อความแสดงความคิดเห็นได้อีกด้วย

## ข้อดีของ Social Network

สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้

- เป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อมเพราะเราสามารถเสนอและแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ หรือตั้งคำถามในเรื่องต่างๆ เพื่อให้บุคคลอื่นที่สนใจหรือมีคำตอบได้ช่วยกันตอบ
- ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับคนอื่น สะดวกและรวดเร็ว
- เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตัวเอง เช่น งานเขียน รูปภาพ วิดีโอต่างๆ เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้ามารับชมและแสดงความคิดเห็น
- ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่างๆ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า
- ช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งาน เกิดการจ้างงานแบบใหม่ๆ ขึ้น
- คลายเครียดได้สำหรับผู้ที่ใช้ที่ต้องการหาเพื่อนคุยเล่นสนุกๆ
- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อนได้

## ข้อเสียของ Social Network

- เว็บไซต์ให้บริการบางแห่งอาจจะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากเกินไป หากผู้ใช้บริการไม่ระมัดระวังในการกรอกข้อมูล อาจถูกผู้ไม่หวังดีนำมาใช้ในทางเสียหาย หรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้
- Social Network เป็นสังคมออนไลน์ที่กว้าง หากผู้ใช้รู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือขาดวิจารณญาณ อาจโดนหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ต หรือการนัดเจอกันเพื่อจุดประสงค์ร้าย ตามที่เป็นข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์
- เป็นช่องทางในการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ โฆษณผลงาน หรือถูกแอบอ้าง เพราะ Social Network Service เป็นสื่อในการเผยแพร่ผลงาน รูปภาพต่างๆ ของเราให้บุคคลอื่นได้ดูและแสดงความคิดเห็น
- ข้อมูลที่ต้องกรอกเพื่อสมัครสมาชิกและแสดงบนเว็บไซต์ในรูปแบบ Social Network ยากแก่การตรวจสอบว่าจริงหรือไม่ ดังนั้นอาจเกิดปัญหาเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่กำหนดอายุการสมัครสมาชิก หรือการถูกหลอกโดยบุคคลที่ไม่มีตัวตนได้
- ผู้ใช้ที่เล่น social network และอยู่กับหน้าจอกอมพิวเตอร์เป็นเวลานานอาจสายตาเสียได้หรือบางคนอาจตาบอดได้
- ถ้าผู้ใช้หมกมุ่นอยู่กับ social network มากเกินไปอาจทำให้เสียการเรียนหรือผลการเรียนตกต่ำ
- จะทำให้เสียเวลาถ้าผู้ใช้ ใช้อย่างไรประโยชน์

## การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความต้องการ/ความคาดหวัง	วิธีดำเนินการ
ผู้บังคับบัญชา	-หน่วยงานมีผลงานเป็นที่ยอมรับของกรมที่ดิน -ขยายผลการดำเนินการให้ครอบคลุมมากขึ้น	-การดำเนินโครงการให้บรรลุเป้าหมายที่ผู้บริหารต้องการ -ค้นหา รวบรวม คำถามที่มีประเด็นอื่นๆเพิ่ม
ผู้รับบริการ(ประชาชน)	-สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ -เป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อม  -ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร-ใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ หรือบริการเพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่ประชาชน -สร้างความสัมพันธ์ที่ดีของประชาชนกับสำนักงานที่ดิน	-เปิดช่องทางให้มีการสื่อสารไปกลับ -มีการเก็บรวบรวมคำถามที่เป็นประโยชน์ -ใช้เครื่องมือสื่อสารที่มีอยู่แล้วให้เต็มประสิทธิภาพ -จัดทำสื่อที่มีเนื้อหาตรงตามความต้องการ ของประชาชน  -มีการติดต่อสอบถาม หรือแนะนำการบริการ
ผู้ร่วมงาน	มีความรู้และสามารถให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ	อบรมพัฒนาความรู้และวิธีปฏิบัติ

## วัตถุประสงค์

ด้วยกรมที่ดินได้มอบหมายกำหนดอำนาจหน้าที่และภารกิจให้แก่สำนักงานที่ดินมีภารกิจในหลายๆด้านเฉพาะด้านที่เกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิในที่ดินของประชาชนนั้น การเผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวกับที่ดินให้แก่ประชาชน ยังเข้าถึงได้ยากทำให้ขาดความเข้าใจและเชื่อมั่นในการให้บริการด้านที่ดินแก่ประชาชน ผู้รับบริการทั่วไปปัจจุบันการใช้ Social Media เป็นที่นิยมและแพร่หลายในวงกว้าง เช่น การใช้แอปพลิเคชัน Line Facebook Instagram เป็นต้น ซึ่งสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงประชาชนได้มาก กับทั้งสามารถส่งต่อหรือแชร์ข้อมูลนั้นๆ ไปยังบุคคลอื่นให้ได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึง ผู้ศึกษา(สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร) โดยได้นำระบบ IT ขึ้นมาเป็นเครื่องมือช่วยในการพัฒนาระบบงานบริการ จึงจัดทำโครงการ กลยุทธ์การใช้ Social Media ให้บริการเชิงรุก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการประชาชนของสำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร โดยกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินโครงการดังนี้

๑. เพื่อยกระดับการให้บริการประชาชน ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย
๒. เพื่อให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในระบบการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร
๓. เพื่อเสนอนโยบายประชารัฐของรัฐบาลในการให้ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นกับภาครัฐ และนโยบายของกรมที่ดินในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการประชาชน

## เป้าหมาย

- ๑ ประชาชน หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ที่มาติดต่อราชการได้รับความพึงพอใจสูงสุด เกิดทัศนคติที่ดีต่อเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร
- ๒ การให้บริการมีประสิทธิภาพ คล่องตัวมากยิ่งขึ้น
- ๓ บุคลากรของสำนักงานที่ดินได้รับการพัฒนาศักยภาพในการทำงาน มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ให้บริการประชาชนด้วยความจริงใจ เอาใจใส่ เท่าเทียม และเป็นธรรม

## ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

๑. บุคลากรในสำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร เห็นความสำคัญและให้ความร่วมมือในการพัฒนาระบบบริการสำหรับประชาชน
๒. ฝ่ายต่างๆในสำนักงานที่ดิน เห็นความสำคัญในการทำงานบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้ประชาชนได้รับประโยชน์สูงสุด

## แผนปฏิบัติการ ระยะเวลาดำเนินการและงบประมาณ

ระยะเวลาดำเนินการ ตุลาคม ๒๕๕๘ ถึง กันยายน ๒๕๕๙  
ไม่ใช้งบประมาณทางราชการ

## ขั้นตอนการปฏิบัติและผู้รับผิดชอบ

### ขั้นเตรียมการ

- ๑) ตั้งคณะทำงานในการรวบรวมประเด็นปัญหาและคำถาม ที่เกิดขึ้นบ่อย และคาดว่าประชาชนต้องการทราบ และอยู่ในความสนใจ ตลอดจนข้อมูลในการติดต่อกับสำนักงานที่ดิน ตลอดจนข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์แก่ผู้รับบริการ
- ๒) นำข้อมูลที่รวบรวมได้ เสนอต่อ หัวหน้าฝ่ายต่างๆ ให้ตอบคำถาม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเผยแพร่ต่อไป
- ๓) จัดทำเป็นสื่อ เช่น คลิปวีดีโอ ข่าวสาร
- ๔) ศึกษาช่องทางที่เหมาะสมในการเผยแพร่ สำหรับเนื้อหา/รูปแบบที่แตกต่างกัน

### ขั้นดำเนินการ

- ๑) ให้เจ้าหน้าที่นำสื่อที่จัดเตรียมไว้เผยแพร่ในสังคมออนไลน์ ในรูปแบบต่างๆ
- ๒) จัดให้มีเจ้าหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบ รวบรวม ข้อซักถาม เพื่อตอบสนองแก่ประชาชน
- ๓) รวบรวมคำถาม ข้อสงสัย ข้อเสนอแนะ เก็บเป็นฐานข้อมูล เพื่อใช้ในการประเมินและจัดทำสื่อ เพื่อเผยแพร่ต่อไป

### การติดตามผล

- ๑) ให้มีการสื่อสาร สอบถาม ผู้รับบริการ ตามช่องทางที่สามารถทำได้ เพื่อให้มีการสอบถามและประเมินความพึงพอใจ ตลอดจนข้อเสนอแนะ
- ๒) ติดตามอัตราการเพิ่มของจำนวนผู้เข้ารับบริการในช่องทางต่างๆ

แผนปฏิบัติการในการดำเนินโครงการกลยุทธ์การใช้ Social Media ให้บริการเชิงรุก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการประชาชนของสำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร

แผนปฏิบัติการ	ช่วงเวลาในการดำเนินโครงการ(กรกฎาคม ๒๕๕๘ ถึง กันยายน ๒๕๕๙)											
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
<b>ขั้นเตรียมการ</b>												
๑.๑รวบรวมคำถาม	←————→											
๑.๒ จัดประชุมบูรณาการการทำงานระหว่างฝ่ายต่างๆหาคำตอบ	←————→											
๑.๓ จัดทำสื่อ/หาช่องทางสื่อที่เหมาะสม	←————→											
๑.๔ อบรมให้ความรู้แก่บุคลากรในหน่วย	←————→											
<b>ขั้นดำเนินการ</b>												
๒.๑ จัดให้มีการเผยแพร่สื่อ												
๒.๒ ติดตาม ตรวจสอบ ตอบคำถาม					←————→							→
๒.๓ รวบรวมคำถาม ข้อสงสัย ข้อเสนอแนะเพื่อจัดทำสื่อต่อไป					←————→							→
<b>การติดตามผล</b>												
๓ติดตาม สอบถาม ประเมินผล ความพึงพอใจ												



## แนวทางในการบริหารความเสี่ยง

ประเด็นความเสี่ยง	สาเหตุ	ผลกระทบ	แนวทางแก้ไข
๑. การประชาสัมพันธ์โครงการฯ ไม่ทั่วถึง	ขาดการวางแผนพื้นที่ประชาสัมพันธ์โครงการฯ	ประชาชนไม่ได้รับข้อมูลโครงการฯ และไม่ใช้บริการ	- กระจายจุดแจกแผ่นพับ - ทำประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ต่างๆ
๒. ผู้รับบริการไม่สามารถได้รับคำตอบ ที่ชัดเจน ล่าช้า	สื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนวิธีการ ระเบียบ	ผู้รับบริการขาดความสนใจ	- จัดบุคลากรเสริมในการตอบคำถาม และรวบรวมประเด็น คำถาม
๓. โดรนหลุดลงผ่าน อินเทอร์เน็ต, อาจจะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว มากเกินไป	ขาดวิจารณญาณในการใช้สื่อ	ผู้รับบริการขาดความเชื่อมั่น	ชี้แจงและหมายเหตุให้ผู้รับบริการ ทำความเข้าใจ ในสื่อประชาสัมพันธ์

## แนวทางการประเมินผล

### ตัวชี้วัด

๑. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการตามโครงการฯ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐
๒. จำนวนผู้ติดตามในช่องทางต่างๆ เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐

### ข้อเสนอแนะ

โครงการกลยุทธ์การใช้ Social Media ให้บริการเชิงรุก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการประชาชนของสำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร จะสามารถเผยแพร่ข้อมูล และประชาสัมพันธ์ ความรู้เรื่องที่ดินให้แก่ประชาชน เสริมสร้างการพัฒนารูปแบบการสื่อสารของหน่วยงานราชการ ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ อันเป็นประโยชน์ต่อประชาชน และทางราชการ จึงเป็นอีกโครงการหนึ่ง เพื่อยกระดับการให้บริการประชาชน ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในระบบการให้บริการของสำนักงานที่ดิน ทั้งสนองนโยบายพระราชรัฐของรัฐบาล ในการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นกับภาครัฐ และนโยบายของกรมที่ดินในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการประชาชน

ทั้งโครงการนี้สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และสามารถขยายผล เมื่อได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารกรมที่ดิน จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนในประเทศ เป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบและห่วงใยของกรมที่ดินต่อประชาชน ตามพันธกิจที่ ๑ และ ๔ เรื่องการคุ้มครองสิทธิด้านที่ดินให้แก่ประชาชนให้เป็นไปตามกฎหมาย และการให้บริการด้านการทะเบียนที่ดินของประเทศไทยที่มีความทันสมัยบริการออนไลน์ทั่วทั้งประเทศ

### บรรณานุกรม

โครงการบริการวิชาการ เรื่อง "กลยุทธ์การใช้ Social Media ของหน่วยงานภาครัฐกับการมีส่วนร่วมของประชาชน" ในวันพุธที่ 24 ธันวาคม 2557 ณ ห้อง Auditorium 1 ชั้น 14 อาคาร 11 มหาวิทยาลัยศรีปทุม บางเขน โดย อาจารย์อุดม ไพรเกษตร

โซเซียลมีเดีย กับสังคมไทย โดย หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับ พิมพ์ 16 เม.ย. 2558  
<http://www.thairath.co.th/content/493094>

ภาพรวมของการนำเอา Social network มาใช้ในหน่วยงานภาครัฐ โดย ศิริพร พงศ์วิญญู สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ

<http://www.slideshare.net/OnionHead/social-network-7711059>

## ประวัติผู้เขียนเอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคล

ชื่อ นายมนต์ชัย ประโชติรัตนกุล

วันเดือนปีเกิด ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๑๔

ตำแหน่งหน้าที่การงาน นายช่างรังวัดอาวุโส หัวหน้าฝ่ายรังวัด สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร

สถานที่ทำงานปัจจุบัน สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร ตำบล มหาชัย

อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

### ประวัติการศึกษา

พ.ศ. ๒๕๒๙ ปวช.(ช่างสำรวจ) วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา  
วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ

พ.ศ. ๒๕๓๒ ปวส.(ช่างสำรวจ) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล  
วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ

พ.ศ. ๒๕๔๒ ปริญญาตรี (วทบ.เทคโนโลยีก่อสร้าง) สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๕๖ ปริญญาโท (วศม.การจัดการทางวิศวกรรม) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

### ประวัติรับราชการ

พ.ศ. ๒๕๓๔ ช่างรังวัด ๑ สำนักงานที่ดินจังหวัดลพบุรี

พ.ศ. ๒๕๔๒ นายช่างรังวัด ๓ กองรังวัดและทำแผนที่ กรมที่ดิน

พ.ศ. ๒๕๔๗ นายช่างรังวัด ๕ สำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาหนองแขม

พ.ศ. ๒๕๕๑ นายช่างรังวัด ๖ สำนักงานที่ดินจังหวัดปทุมธานี

พ.ศ. ๒๕๕๑ นายช่างรังวัด ๖ สำนักงานที่ดินจังหวัดสุพรรณบุรี

พ.ศ. ๒๕๕๒ นายช่างรังวัดชำนาญงาน สำนักงานที่ดินจังหวัดนครปฐม

พ.ศ. ๒๕๕๔ นายช่างรังวัดชำนาญงาน สำนักงานที่ดินจังหวัดปทุมธานี

พ.ศ. ๒๕๕๕ นายช่างรังวัดอาวุโส สำนักงานที่ดินจังหวัดนครสวรรค์ สาขาบรรพตพิสัย

พ.ศ. ๒๕๕๕ นายช่างรังวัดอาวุโส สำนักงานที่ดินจังหวัดนครปฐม สาขาสามพราน

พ.ศ. ๒๕๕๖ นายช่างรังวัดอาวุโส สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร