

รายงานส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการให้บริการ
ประชาชนในรูปแบบ Infographics

จัดทำโดย นางสาวกริทธิพร หมื่นสม

ตำแหน่ง นักพัฒนาสังคมชำนาญการ
สังกัด ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตธนบุรี

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารมหานครระดับต้น รุ่นที่ ๔๓
สถาบันพัฒนาทรัพยากรบุคคลกรุงเทพมหานคร
สำนักงาน ก.ก.

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖

๑. หัวข้อ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการให้บริการประชาชนในรูปแบบ Infographics

๒. ความสำคัญของการศึกษา / ที่มาของการนำเสนอ

ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม มีภาระงานที่หลากหลายและแตกต่างกัน จำแนกการปฏิบัติงานออกเป็น ๘ กระบวนการหลัก ๒๕ กระบวนการย่อย ซึ่งการปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งด้านการพัฒนาชุมชน สวัสดิการสังคม การส่งเสริมวัฒนธรรม กีฬา การท่องเที่ยว การส่งเสริมการเกษตร และยังมีงานที่ได้รับผิดชอบเพิ่มมากขึ้นตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายใหม่ตามระเบียบ กฎหมาย เช่น กองทุนหลักประกันสุขภาพ โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ การพัฒนาคุณภาพชีวิตระดับพื้นที่ การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เป็นต้น รวมทั้งมีการใช้หลักเกณฑ์และระเบียบต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงทุก ๆ ปีและเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก อีกทั้งงานหลายส่วนมีกระบวนการที่มีความสลับซับซ้อนในการปฏิบัติและต้องมีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกพื้นที่โดยสรุปมีกระบวนการน้อยกว่า ๒๕ กระบวนการ

ในปี ๒๕๖๕ ที่ผ่านมา ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตธนบุรี มีประชาชนมาขอรับบริการในด้านต่าง ๆ เฉลี่ยเดือนละ ๒๐๐ - ๓๐๐ คน และมีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการประชาชนเฉลี่ยเดือนละ ๕ - ๑๐ เรื่อง โดยร้องเรียนผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ผ่านแอปพลิเคชัน Traffy Fondue และผ่านหมายเลขโทรศัพท์ ๐ ๒๕๖๕ ๐๐๒๕ ข้อร้องเรียนของประชาชนส่วนใหญ่เกี่ยวกับการขอรับความช่วยเหลือสงเคราะห์ด้านต่าง ๆ เนื่องจากกระบวนการให้ความช่วยเหลือสงเคราะห์ดังกล่าวมีขั้นตอนการดำเนินงานตั้งแต่รับคำร้องขอความช่วยเหลือ ตรวจสอบเอกสารและข้อเท็จจริง ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอรับเงินช่วยเหลือจนถึงการจ่ายเงินให้แก่ผู้ขอรับคำร้อง หรือประสานส่งต่อความช่วยเหลือให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้การบริการประชาชนในบางครั้งเกิดความล่าช้า ส่งผลให้ประชาชนที่มาติดต่อราชการกับฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ไม่เข้าใจในภารกิจขั้นตอนและกระบวนการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่จนเกิดเป็นประเด็นข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการประชาชนต่าง ๆ ของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมขึ้น

ผู้ศึกษาได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว ซึ่งอาจเกิดจากความสามารถในการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการติดต่อราชการของเจ้าหน้าที่และประชาชนที่ยังไม่ครอบคลุมทั่วถึงทุกกลุ่ม ทุกวัย และทันต่อสถานการณ์ จึงเห็นถึงความสำคัญของการสร้างการรับรู้ข้อมูลในการบริการประชาชนด้านต่าง ๆ ของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ในรูปแบบ Infographics เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจในรายละเอียดขั้นตอนและกระบวนการดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง ลดปัญหาความล่าช้าในการประสานงานระหว่างประชาชนกับเจ้าหน้าที่ และเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อราชการกับฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมได้มากยิ่งขึ้น

การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการให้บริการประชาชนในรูปแบบ Infographics สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) ซึ่งมุ่งประเด็นด้านการสร้างโอกาสการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความเท่าเทียมและความเสมอภาคทางสังคม ความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม การเข้าถึงการให้บริการของภาครัฐและสวัสดิการที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ในมิติด้านการบริหารจัดการภาครัฐ โดยมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพของการบริหารจัดการภาครัฐ การพัฒนาข้อมูลและบริการในรูปแบบดิจิทัล เพื่อให้ประชาชนและภาคธุรกิจสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกรวดเร็วและประหยัด เพื่อให้สามารถให้บริการสาธารณะที่มีคุณภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียม และเท่าทันต่อความต้องการและความคาดหวังของประชาชนและทุกภาคส่วน และสอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี ระยะที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

ยุทธศาสตร์ที่ ๗ การสร้างความเป็นมืออาชีพในการบริหารจัดการมหานคร ยุทธศาสตร์ย่อยที่ ๗.๕ เทคโนโลยีสารสนเทศ เป้าประสงค์ที่ ๗.๕.๑ การเพิ่มประสิทธิภาพ ระบบการให้บริการเพื่อขับเคลื่อนภารกิจของกรุงเทพมหานคร คือ การพัฒนาระบบการให้บริการ e-service และนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ขับเคลื่อนภารกิจสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อก่อให้เกิดระบบการบริการประชาชนที่มีความสะดวก คล่องตัว และรวดเร็ว ซึ่งจะเสริมสร้างความพึงพอใจของประชาชนในการเข้ามารับบริการ

๓. วัตถุประสงค์

๓.๑ เพื่อให้เจ้าหน้าที่และประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ในขั้นตอนการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ได้อย่างถูกต้อง เข้าถึงได้ง่าย

๓.๒ ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมมากขึ้น

๓.๓ ลดข้อร้องเรียนที่มีต่อการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม

๔. เป้าหมาย

๔.๑ รวบรวมและจัดทำสรุปข้อมูลขั้นตอนการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม จำนวน ๘ กระบวนงานหลัก ๒๕ กระบวนงานย่อย

๔.๒ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลและขั้นตอนในการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ในรูปแบบ Infographics จำนวน ๒๕ บริการ

๔.๓ เผยแพร่ Infographics การให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ผ่านสื่อ Social Media ทุกแพลตฟอร์มไม่น้อยกว่า ๓ สื่อ

๕. แนวคิด / หลักการที่ใช้ในการศึกษา

๕.๑ กรอบแนวคิด

การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ในรูปแบบ Infographics สามารถนำขั้นตอนการปฏิบัติงานและกระบวนงานที่มีความสำคัญ และเป็นไปตามระเบียบฯ กฎหมายที่กำหนด เป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินงาน ดังนี้



๕.๒ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร

การรับรู้ข่าวสาร คือการที่บุคคลเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางที่ หลากหลาย หากข่าวสาร มีประโยชน์ต่อผู้รับและผู้รับสนใจข่าวสารนั้นก็ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร เป็นกระบวนการ การเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับ ข่าวสารที่เปรียบเสมือนเครื่องกรองโดยแต่ละบุคคล การกลั่นกรองข่าวสาร สามารถกลั่นกรองได้ทั้งหมด ๔ ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (กิติมา สุรสนธิ, ๒๕๓๓)

๑) การเปิดรับ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสาร จากแหล่งข่าวสารที่ต่างกันออกไป

๒) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลจะเปิดรับข่าวสาร โดยเลือกตามความสนใจ เพื่อไปสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และมักจะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้อง กันหรือเป็นข่าวสารที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง

๓) การเลือกรับรู้และตีความ (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว บางครั้งผู้รับอาจไม่ได้ตีความข่าวสารนั้นเหมือนที่ผู้ส่งสาร จะสื่อออกไป ขึ้นอยู่ที่บุคคลจะตีความหมายของสารในการตีความหมายก็มาจากทัศนคติประสบการณ์ สถานการณ์ ณ ตอนนั้น

๔) การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลเลือกจดจำเฉพาะข่าวสาร ที่ตรงกับความต้องการ ความสนใจ ทัศนคติของตนเอง ข่าวสารที่บุคคลจดจำจะมีเนื้อหาที่ช่วยสนับสนุน ความคิดหรือความเชื่อเดิมที่บุคคลมีอยู่

กล่าวโดยสรุป ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารมาปรับใช้กับ งานศึกษาเรื่องการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและ สวัสดิการสังคม ในรูปแบบ Infographics เพื่อทำความเข้าใจในกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสาร หรือการเปิดรับ ข่าวสารผ่านช่องทางที่สะดวกและมีความหลากหลาย ซึ่งหากข้อมูลข่าวสารใดที่มีประโยชน์และได้รับความสนใจ จากประชาชนก็อาจส่งผลให้การศึกษาครั้งนี้ประสบผลสำเร็จได้

๕.๓ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ทำให้ บุคคลทั่วไปมีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ สื่อเหล่านี้เป็นของบริษัท ต่าง ๆ ให้บริการผ่านเว็บไซต์ของตน เช่น เฟซบุ๊ก(Facebook) ไฮไฟฟ์ (Hi5) (อ่านว่า ไฮ-ไฟ) ทวิตเตอร์ (Twitter) วิกีพีเดีย (Wikipedia) ฯลฯ (ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๕๔)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ สื่อยุคใหม่ซึ่งเป็นเครื่องมือทางสังคม เพื่อใช้ ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันเครือข่ายทาง Social Network ผ่านทางเว็บไซต์ รวมทั้งโปรแกรมประยุกต์ ซึ่งมีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต รวมทั้งมุ่งเน้นให้ผู้ใช้งานทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมด้วยกัน อย่างสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหาขึ้นมาเอง ทั้งในรูปแบบของข้อมูล ภาพ และเสียงสื่อสังคมออนไลน์ ของมนุษย์ในปัจจุบันนี้มีความน่าสนใจมาก โดยการสื่อสารจัดเป็นส่วนหนึ่งของมนุษย์มาตั้งแต่ครั้งโบราณ จนกระทั่งถึงปัจจุบัน โดยเริ่มจากการสื่อสารข้อมูลอย่างง่าย ๆ ที่ไม่มีความซับซ้อนไปจนถึงยุคสมัยที่มี เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง อันเป็นตัวนำพาข้อมูลให้มีการสื่อสารถึงกันได้อย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพ

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) จัดเป็นรูปแบบการสื่อสารประเภทหนึ่ง ที่เข้าถึง ผู้คนทุกระดับ อีกทั้งยังมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย ภายใต้การพัฒนาของเทคโนโลยีทางด้าน คอมพิวเตอร์ ก่อนจะกลายเป็นสื่อหลักสำหรับผู้คนในอนาคต Media คือ เครื่องมือใช้สื่อสาร Social คือ สังคม เพราะฉะนั้น Social Network คือ การแบ่งปันทางสังคม ทั้งในเรื่องของเนื้อหาหรือ การปฏิสัมพันธ์ในสังคม จัดเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งทำให้ผู้ใช้งานแสดงความเป็นตัวตนของตนเอง

ออกมา โดยมีจุดประสงค์ในการมีปฏิสัมพันธ์กัน รวมทั้งการแบ่งปันข้อมูลให้กับผู้อื่น รูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ มีดังนี้

๑) Blog คือ การจัดระบบการจัดการเนื้อหา ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เขียนใช้ในการเผยแพร่และแบ่งปันบทความของตนเอง ซึ่งจุดเด่น คือ การสื่อสารระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านผ่านการแสดงความคิดเห็น

๒) Microblog เป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่จำกัดการโพสต์ในแต่ละครั้ง ไม่เกิน ๑๔๐ ตัวอักษร ได้รับความนิยมเพราะใช้งานง่าย อีกทั้งยังเป็นที่ยอมรับขององค์กรต่าง ๆ ใช้ในการแจ้งกิจกรรม และความเคลื่อนไหวของธุรกิจ

๓) Social Networking เป็นเว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนทั้งที่รู้จักมาก่อนได้ หรือจะใช้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนในชีวิตจริงก็ได้ เป็นสื่อสังคมที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน

๔) Media Sharing เป็นการแบ่งปันข้อมูลต่างๆ ทางสื่อทางออนไลน์ โดยเป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งาน สามารถ Upload ไฟล์สื่อผสม หรือ Multimedia สู่วีเบไซต์เพื่อแบ่งปันข้อมูลในวงกว้าง โดยปัจจุบันนี้ Media Sharing ได้รับความนิยมมาก เนื่องจากเป็นสื่อผสมอันน่าสนใจและมีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น รูปสไลด์หรือ VDO รวมทั้งการใช้งานก็ง่ายขึ้นอีกด้วย โดยเป็นเครื่องมือที่นำมาสู่การได้ไฟล์ Social Network ในรูปแบบต่าง ๆ ออกมา สำหรับเว็บไซต์ประเภทนี้ ได้รับความนิยม ก็คือ

- YouTube สำหรับแบ่งปันไฟล์
- Flickr สำหรับแบ่งปันไฟล์รูป
- Slide share สำหรับแบ่งปัน Presentation

เพราะฉะนั้น สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันนี้เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีความสำคัญมาก เพราะทำให้มนุษย์ติดต่อถึงกันได้อย่างสะดวกสบาย รวมถึงยังทำให้การดำเนินธุรกิจเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายอีกด้วย

การจัดแบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ สามารถออกเป็นหลายประเภท ได้แก่

๑) ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ (Publish) เช่น สารานุกรมออนไลน์ (Wikipedia), บล็อก (Blog)

๒) ประเภทสื่อแลกเปลี่ยน (Share) เช่น ยูทูบ (YouTube), ฟลิค (Flickr), สไลด์แชร์

(SlideShare)

๓) ประเภทสื่อสนทนา (Discuss) เช่น สไกป์ (Skype), กูเกิ้ล ทอล์ค (Google Talk)

๔) ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook),

ทวิตเตอร์ (Twitter)

๕) ประเภทบริการส่งข้อความ (SMS/Voice, Instant Messaging) เช่น ไลน์ (Line),

สไกป์ (Skype)

การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในปัจจุบันนี้สามารถนำมาใช้ในรูปแบบเส้นทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะพื้นฐานของการเรียนการสอน ด้วยการนำแหล่งข้อมูล ภาพ เสียง ตลอดจนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในเครือข่ายสังคมออนไลน์มาเป็นเครื่องมือ ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ตลอดเวลาและทุกสถานที่ ยกตัวอย่างการนำสื่อสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน จำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบในหลาย ๆ ด้าน ดังนี้

๑) ความร่วมมือ คือ การแบ่งกลุ่มผู้เรียนออกเป็นกลุ่มย่อยตามหัวข้อที่ผู้เรียนสนใจ อีกทั้งยังมีการกำหนดหน้าที่ที่แตกต่างกัน สมาชิกทุกคนในกลุ่มต้องร่วมมือกันอย่างเต็มที่ ด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือ

๒) สื่อสาร คือ การใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ติดต่อสื่อสารซึ่งเป็นเรื่องสำคัญของสังคมมนุษย์ ใช้ในการแลกเปลี่ยน พูดคุย สอบถาม ติดตาม รวมทั้งแสดงความคิดเห็น เพื่อแลกเปลี่ยนทัศนคติตลอดจนเรียนรู้ซึ่งกัน ในส่วนของเครื่องมือสื่อสารควรเลือกให้เหมาะสมกับผู้เรียนและกิจกรรม เช่น E-mail, WebBoard, Chat เป็นต้น

๓) บริบททางสังคม คือ องค์ประกอบทางด้านสิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์, สถานที่, เวลา และสถานการณ์ที่ให้ผู้เรียนเข้าไปร่วมทำกิจกรรมโดยใช้พื้นที่ของสื่อสังคมออนไลน์ และสมาชิกทุกคนต้องเข้าร่วมกลุ่มกันอย่างเป็นระเบียบ ถึงจะทำกิจกรรมได้อย่างราบรื่น

๔) เทคโนโลยี คือ การจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ ด้วยการใช้เทคโนโลยี สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นสื่อกลางติดต่อสื่อสาร ตลอดจนเพิ่มศักยภาพในการเรียนรู้ เช่น Facebook, Blog, YouTube, แบบทดสอบออนไลน์ เป็นต้น รวมไปถึงการเชื่อมโยงไปยังองค์ความรู้จากทรัพยากรสารสนเทศอื่นๆ

๕) แบ่งปัน คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งจัดเป็นขั้นตอนสำคัญในการจัดการองค์ความรู้ ข้อมูล แหล่งข้อมูล ภาพและเสียง รวมทั้งเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำมาเผยแพร่ให้แก่เพื่อนสมาชิกในกลุ่ม เช่น การแบ่งปันด้วยการใช้ Google Drive, Google Docs, Google Presentation และอื่นๆ

๖) ความสัมพันธ์ คือ การให้สมาชิกทุกคนได้มีส่วนร่วม ทั้งในส่วนของ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ช่วยเหลือซึ่งกันในเรื่องที่อีกคนไม่ถนัด ภายในกลุ่ม ก่อให้เกิดสายใยอันแข็งแกร่งในตัวทุกคนอย่างสม่ำเสมอ ในส่วนของกิจกรรมก็จะมุ่งเน้น ในเรื่องของการนำความรู้มาแลกเปลี่ยนกัน รวมทั้งร่วมแสดงความคิดเห็น ตั้งประเด็นการศึกษา ตามวัตถุประสงค์ของหัวข้อนั้นๆ

๗) ใช้เครื่องมือสร้างสรรค์เนื้อหา ด้วยการที่ให้สมาชิกภายในกลุ่ม – นอกกลุ่ม หากแต่อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลเนื้อหา พร้อมเปิดให้แสดงความคิดเห็นด้วยการโพสต์ และ Comment โต้ตอบกันอย่างง่ายดาย ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ทางด้านนักเรียนเองก็จะเป็นทั้งผู้รับและผู้ให้ เช่น แบ่งปันข้อมูล, การแสดงความคิดเห็น, โต้ตอบด้วยความมีสติ, นำเสนอแผนงานและทำแผนที่ความคิด รวมทั้งทำแบบจำลองการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ

ข้อดีของสื่อสังคมออนไลน์

- ๑) สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้
- ๒) เป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อม เพราะเราสามารถเสนอและแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนความรู้หรือตั้งคำถามในเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้บุคคลอื่นที่สนใจ หรือมีคำตอบได้ช่วยกันตอบ
- ๓) ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับคนอื่น สะดวกและรวดเร็ว
- ๔) เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตนเอง เช่น งานเขียน รูปภาพ วีดิโอต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้ามาชื่นชม และแสดงความคิดเห็น

๕) ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่าง ๆ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า

๖) ช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งาน เกิดการจ้างงานแบบใหม่ ๆ ขึ้น

๗) คลายเครียดได้สำหรับผู้ที่ใช้ที่ต้องการหาเพื่อนคุยเล่นสนุก ๆ

๘) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อนได้

กล่าวโดยสรุป ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ มาปรับใช้กับงานศึกษาเรื่องการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ในรูปแบบ Infographics เพื่อให้เข้าใจในการแนวทางการสร้างและพัฒนารูปแบบ

ของสื่อประชาสัมพันธ์ และใช้ช่องทางการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อสังคมต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย ให้สามารถเข้าถึงผู้คนทุกระดับ รวมทั้งนำไปประยุกต์ใช้กับงานด้านการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

๕.๔ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบอินโฟกราฟิก

การออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographics Design) Infographics มาจากคำว่า Information + graphics อินโฟกราฟิก (Infographics) หมายถึงการนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของกราฟิกที่ ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจนสามารถสื่อให้ผู้ชมเข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมดได้โดยไม่ต้องมีผู้นำเสนอมาช่วยขยายความเข้าใจอีก (จงรัก เทศนา, ๒๕๕๘)

หลักการสร้างอินโฟกราฟิก จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบที่สำคัญ หัวข้อที่น่าสนใจ ภาพและเสียง ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่างๆ ให้เพียงพอแล้วนำมาสรุปวิเคราะห์เรียบเรียงแสดงออกมาเป็นภาพ จึงจะดึงดูดความสนใจได้ดีช่วยลดเวลาในการอธิบายเพิ่มเติมกราฟิกที่ใช้อาจเป็นภาพลายเส้น สัญลักษณ์กราฟแผนภูมิไดอะแกรมตารางแผนที่ ฯลฯ จัดทำให้มีความสวยงามน่าสนใจเข้าใจง่ายสามารถจดจำได้นานทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถแบ่งออกได้เป็น ๒ ส่วน

๑) ด้านข้อมูล ข้อมูลที่จะนำมาเสนอในรูปแบบอินโฟกราฟิก จะต้องมีความน่าสนใจ เป็นเรื่องราวที่เป็นความจริงและมีความแม่นยำในข้อมูล

๒) ด้านการออกแบบ การออกแบบต้องมีรูปแบบ แบบแผน ความสวยงาม ที่เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากในการใช้งาน และสามารถใช้งานได้จริง

ประเภทของข้อมูล ปัจจุบันเรามี Data จำนวนมหาศาลที่ต้องถูกแปลงให้กลายเป็น Information ในรูปแบบแผนภูมิ แผนผัง กราฟ หรือ ไดอะแกรม ทั้งแบบที่เป็นภาพนิ่งและเคลื่อนไหว ซึ่งการนำเสนอข้อมูลนั้นก็มีความหลากหลายรูปแบบ สามารถแบ่งออกได้ ๔ ประเภท

๑) Data Visualization คือ ข้อมูลที่จินตนาการหรือสร้างภาพขึ้นในความคิด ซึ่งเป็นกระบวนการทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจสำหรับเรื่องที่จินตนาการยาก เข้าใจยาก วิธีการที่เป็นทางลัดก็คือการสร้างภาพ ให้เป็นบันไดความคิด ไปสู่การใช้ความคิดอีกระดับ บันไดนี้จะช่วยลดปริมาณข้อมูล ช่วยลดภาระการคำนวณหรือการนำไปผ่านหลากหลายกระบวนการความคิด เพื่อนำไปสู่คำตอบที่ต้องการได้โดยเร็วและถูกต้อง

๒) Information Visualization เป็นการแปลงข้อมูลเป็นภาพ โดยการรวบรวมข้อมูลที่เป็นคำหรือข้อมูลยาว ๆ เยอะ ๆ โดยที่ไม่จำเป็นต้องออกมาในรูปแบบของกราฟแบบที่เราเห็นอยู่ ทั่วไป

๓) Statistical Graphics ตัวเลขแทนปริมาณจำนวนข้อมูล หรือข้อเท็จจริงของสิ่งต่าง ๆ อีกชื่อหนึ่งที่ทราบดีกันดี คือ ข้อมูลทางสถิติ

๔) Information Design คือทักษะ ในการจัดเตรียมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อออกแบบ และ นำเสนอให้ทุกคนนำไปใช้งานได้ง่าย และเกิดประสิทธิภาพ

Hyperakt's Josh Smith ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ค้นพบกระบวนการที่ดีในการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) ๑๐ ขั้นตอน

๑) การรวบรวมข้อมูล (Gathering data) คัดเลือกข้อมูลดิบที่รวบรวมมาแต่ที่ยังไม่เป็นระเบียบ โดยอาจใช้โปรแกรม Microsoft Excel เขียนแหล่งอ้างอิงที่มาของข้อมูลที่เป็นต้นฉบับบันทึกภาพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ไม่ควรแยกภาพหรือแผนภาพกับข้อมูลออกจากกัน

๒) การอ่านข้อมูลทั้งหมด (Reading everything) การอ่านข้อมูลเฉพาะจุดเน้นหรืออ่านอย่างผิวเผินให้ผ่านไปอย่างรวดเร็วเพราะคิดว่าเสียเวลาจะทำให้ได้ข้อมูลไม่สมบูรณ์ข้อมูลต่าง ๆ

ที่เกี่ยวข้องจะช่วย ให้เรามองเห็นภาพรวมของประเด็นสำคัญ ผู้ออกแบบอินโฟกราฟิกต้องมีทักษะในการจัดการข้อมูลและ แน่ใจว่าข้อมูลที่สำคัญไม่ถูกละเลยที่จะมาสนับสนุนเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ

๓) การค้นหาวิธีการเล่าเรื่อง (Finding the narrative) การเล่าเรื่อง การบรรยาย การนำเสนอ ข้อมูลที่น่าเบื่อจะทำให้อินโฟกราฟิก (Infographic) น่าเบื่อ เว้นแต่ว่าจะค้นพบการนำเสนอเรื่องราวที่ ดึงดูดความสนใจอินโฟกราฟิกเริ่มที่จุดมุ่งหมายเดียว ขยายความข้อมูลที่ซับซ้อน อธิบายกระบวนการ เน้น ที่แนวโน้มหรือสนับสนุนข้อโต้แย้งการหาวิธีการเล่าเรื่องที่น่าสนใจอาจจะยุ่งยากในระยะแรก ถ้าเรา ค้นเคยกับข้อมูลที่มีอยู่จะทำให้สามารถเล่าเรื่องราวได้การใส่ใจกับเนื้อหาที่สำคัญที่จะช่วยให้การนำเสนอ ข้อมูลมีคุณค่า

๔) การระบุปัญหาและความต้องการ (Identifying problems) หาเอกลักษณ์ระบุชื่อ ชีต้ว แสดง ตัว เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วนำมาตรวจสอบความถูกต้องอาจมีข้อมูลที่ไม่สนับสนุนหัวข้อหรือประเด็นที่เรา ต้องการนำเสนอ ควรมีการอภิปรายหาข้อสรุปที่แท้จริงเพื่อระบุปัญหาและความต้องการผู้ชมต้องการ ข้อมูลที่มีการจัดการและมีการออกแบบที่ดี มิฉะนั้นจะกลายเป็นหลักฐานที่ไม่ถูกต้องข้อมูลต้องถูกต้อง และไม่ผิดพลาด ปรับปรุงข้อมูลและเรื่องราวให้มีเอกลักษณ์ตรงกับหัวข้อศึกษาทบทวนหลาย ๆ ครั้งหา วิธีการนำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้องและมีคุณค่า ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายในการออกแบบให้ชนะใจผู้ชมนักออกแบบ ที่ดีต้องมีมุมมองและเห็นคุณค่าในรายละเอียดของข้อมูลที่ชัดเจน

๕) การจัดลำดับโครงสร้างข้อมูล (Creating a hierarchy) การจัดลำดับชั้นของข้อมูลเป็นที่นิยมใน การสรุปข้อมูล เป็นการนำผู้ชมให้มองเห็นภาพรวมตั้งแต่ต้นจนจบเป็นวิธีการจัดการกับข้อมูลในการสร้าง อินโฟกราฟิกและตรึงผู้ชมตามโครงสร้างลำดับชั้นของข้อมูล การจัดรูปแบบข้อมูลตามลำดับจะส่งเสริมให้ ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลเป็นช่วงระยะเวลาของการเล่าเรื่อง ซึ่งกลายเป็นวิธีการที่แพร่หลายในการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographic Design)

๖) การออกแบบโครงสร้างข้อมูล (Building a wireframe) เมื่อพิจารณาตรวจสอบคัดเลือกข้อมูล อย่างละเอียดแล้ว จัดแบ่งข้อมูลเป็นลำดับชั้น และออกแบบโครงสร้างของข้อมูลผู้ออกแบบควรทำความเข้าใจกับภาพหรือกราฟิกที่เป็นตัวแทนของข้อมูลสำคัญ ที่จัดไว้เป็นลำดับชั้นแล้ว นำไปให้ผู้ชม วิพากษ์วิจารณ์ การออกแบบที่ผ่านการโต้เถียงจากบุคคลในหลายมุมมองที่ให้ข้อเสนอแนะแตกต่างกัน ออกไป จะเป็นข้อสรุปของการจัดทำโครงสร้างอินโฟกราฟิก (Infographic)

๗) การเลือกรูปแบบอินโฟกราฟิก (Choosing a format) เมื่อสิ้นสุดการกำหนดภาพหรือกราฟิกที่ เป็นตัวแทนของข้อมูลแล้ว วิธีจัดกระทำข้อมูลที่ดีที่สุดคือ การนำเสนอข้อมูลด้วยแผนผัง กราฟต่าง ๆ เช่น กราฟแท่ง กราฟเส้น กราฟวงกลม หรืออาจจะใช้ไดอะแกรม หรือผังงานเพื่ออธิบายกระบวนการทำงาน อาจนำแผนที่มาประกอบในการเล่าเรื่อง หรือบางทีการใช้ตัวเลขนำเสนอข้อมูลง่าย ๆ อาจเป็นวิธีที่ดีที่สุด

๘) การกำหนดภาพให้ตรงกับหัวข้อ (Determining a visual approach) การเลือกใช้ภาพในการ ทำให้อินโฟกราฟิก (Infographic) ให้ดูดีมีสองแนวคิด คือ ใช้ข้อมูลดิบมาจัดทำเป็นกราฟหรือแผนผังให้ น่าสนใจ ใช้สี การพิมพ์และการจัดโครงสร้างในการออกแบบงานให้มีศิลปะและใช้ลายเส้น วาดภาพหรือ คำอุปมาเปรียบเทียบ ไม่แสดงข้อมูลตัวเลขออกมาอย่างชัดเจน จะเห็นเป็นภาพแสดงแทนข้อมูลคล้ายกับ กราฟหรือแผนผังเท่านั้น เราไม่ควรติดยึดกับวิธีการใดวิธีการหนึ่ง ควรผสมผสานวิธีการใช้กราฟ แผนภาพ และแผนผัง ตกแต่งองค์ประกอบด้วยการวาดลายเส้นหรือนำภาพที่เป็นตัวแทนของข้อมูลมาจัดวางซ้อน กันอาจเสริมด้วยข้อมูล สื่อ ตราสัญลักษณ์ และเนื้อหาในการออกแบบให้ตรงกับหัวข้อ

๙) การตรวจสอบข้อมูลและทดลองใช้ (Refinement and testing) เมื่อออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographic Design) เสร็จแล้วเริ่มตรวจสอบข้อมูลอย่างละเอียด ผู้ชมจะดูทั้งข้อมูลและภาพที่เล่าเรื่องราว เพื่อให้แน่ใจว่าผลงานที่เสร็จแล้วมีคุณภาพตรงกับหัวข้อและเป้าหมาย ประเมินทั้งการออกแบบ และจุดเน้นจนกระทั่งผลงานชัดเจนและเข้าใจง่าย ทดลองให้กลุ่มตัวอย่างชมผลงาน และให้ข้อคิดเห็นว่าสามารถเข้าใจได้ง่ายหรือไม่ โดยเฉพาะผู้ที่ไม่เคยเห็นข้อมูลมาก่อน ประเมินกลับไปกลับมาระหว่างผู้ชม และกลุ่มตัวอย่างจนกระทั่งลงตัวได้ข้อยุติ จึงนำเสนอเผยแพร่สู่สาธารณะ

๑๐) การแบ่งปันความรู้ในอินเทอร์เน็ต (Releasing it into the world) อินโฟกราฟิก (Infographic) ส่วนใหญ่เผยแพร่แบ่งปันในอินเทอร์เน็ต มีแพร่หลายเป็นที่นิยม เป็นการทดสอบผลงานข้อมูลที่มีลักษณะที่น่าสนใจจะถูกอ่านโดยบุคคลทั่วไป ข้อมูลที่ถูกรวบรวมและพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ แล้วไม่ได้หมายความว่าเราจะเป็นผู้ค้นพบวิธีการเล่าเรื่องราวนั้น ถึงแม้ว่าผลงานจะเคยถูกเผยแพร่มาแล้ว การวิพากษ์วิจารณ์จากอินเทอร์เน็ตจะช่วยขยายข้อโต้แย้งและค้นพบวิธีการนำเสนอข้อมูลวิธีใหม่ได้ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ จะได้รับการปรับปรุงแก้ไข ผลงานที่ถูกวิจารณ์จากผู้เชี่ยวชาญมาสู่ตัวเราเหมือนเป็น รางวัลในการทำงาน การออกแบบที่ถูกกลั่นกรองอย่างเข้มข้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะสะกดผู้ชม

การสร้างอินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ (Designing Effective Infographics) (จรงค์ เทศนา, ๒๕๕๘)

อินโฟกราฟิกส์เป็นที่นิยมแพร่หลายในอินเทอร์เน็ต เพราะสามารถถ่ายทอดข้อมูลจากการออกแบบ ที่มีศิลปะอย่างแท้จริง เป็นภาษาสากลที่สามารถเล่าเรื่องราวแม้ว่าดูแค่ภาพที่นำเสนอ เราสามารถพูดได้ว่า อินโฟกราฟิกส์ไม่มีขอบเขตและขีดจำกัดในการเล่าเรื่องผ่านภาพ การใช้กราฟิกช่วยเพิ่มความสวยงาม แก่สิ่งต่าง ๆ ทำให้ข้อมูลน่าประทับใจมีคุณค่าอย่างมีนัยเพื่อที่จะเผยแพร่สู่สาธารณะ

๑) เน้นที่หัวข้อหลักหัวข้อเดียว (Focus on a single topic) สิ่งแรกที่ต้องพิจารณาคือหัวข้อหลักในการสร้างอินโฟกราฟิกส์ คุณจะมผลงานที่มีประสิทธิภาพ ถ้าพยายามตอบคำถามเดียวจะชัดเจนถ้ารู้ทิศทางของสิ่งที่จะทำสิ่งนี้จะขจัดความยุ่งยากสำหรับผู้อ่านและผู้ชม หลังจากกำหนดหัวข้อแล้วกำหนดคำถามเฉพาะที่ต้องการคำตอบในอินโฟกราฟิกส์

๒) ออกแบบให้เข้าใจง่าย (Keep it simple) ตั้งแต่เริ่มออกแบบข้อมูล คุณต้องแน่ใจว่าข้อมูลไม่อัดแน่นซับซ้อนสับสน เข้าใจได้ง่าย ไม่ทำให้ผู้อ่านและผู้ชมยุ่งยาก ภาพที่ซับซ้อนจะทำให้การตีความผิดพลาดไม่มีประสิทธิภาพ

๓) ข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ (Data is important) การสร้างอินโฟกราฟิกส์ต้องคำนึงถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อเป็นสำคัญ การออกแบบต้องไม่ทำเกิน ขอบเขตของหัวข้อซึ่งจะเป็นการทำลายข้อมูลที่จำเป็น ต้องแน่ใจว่าการออกแบบเน้นที่ข้อมูลและรูปแบบ ของอินโฟกราฟิกส์

๔) แน่ใจว่าข้อเท็จจริงถูกต้อง (Be sure facts are correct) การทำข้อมูลให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญถ้าไม่ถูกต้องจะลดความน่าเชื่อถือของอินโฟกราฟิกส์ ดังนั้น ก่อนที่จะสร้างอินโฟกราฟิกส์ต้องแน่ใจว่าข้อมูลถูกต้อง ศึกษาค้นคว้าหาข้อเท็จจริงและใช้ข้อมูลที่ถูกต้อง อย่าลืมนอ่านผลงานและตรวจสอบข้อเท็จจริงให้ถูกต้อง

๕) ให้อินโฟกราฟิกเป็นตัวเล่าเรื่อง (Let it tell a story) อินโฟกราฟิกส์ที่มีประสิทธิภาพสามารถเล่าเรื่องราวด้วยภาพวาดหรือกราฟิก ซึ่งสามารถบอกบางสิ่งบางอย่างและสามารถถ่ายทอดข้อมูลได้ถึงแม้ว่าผู้ชมจะไม่ได้อ่านข้อมูลมาก่อน

๖) การออกแบบที่ดีทำให้มีประสิทธิภาพ (Good design is effective) การบรรยายด้วยภาพถ้ามีการออกแบบที่ดีจะดึงดูดใจผู้ชม สิ่งสำคัญคือออกแบบอินโฟกราฟิกส์ให้เข้าใจง่ายใช้ความคิดสร้างสรรค์ออกแบบให้น่าสนใจ ภาพ กราฟิก สี ชนิด แบบ และช่องว่าง เป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบ

๗) ใช้สีที่ดึงดูดความสนใจ (Choose attractive colors) การใช้สีเป็นสิ่งจำเป็น ควรเลือกใช้สีที่กระตุ้นดึงดูดความสนใจผู้ชม ควรศึกษาทฤษฎีการใช้สีด้วยใช้สีให้ถูกต้องเหมาะสมกับหัวข้อว่าเราจะออกแบบอินโฟกราฟิกส์ให้ใครชม "ไม่จำเป็นต้องทำให้มีสีสันมาก อินโฟกราฟิกส์บางชิ้นมีสีเพียงเล็กน้อยก็มีประสิทธิภาพได้"

๘) ใช้คำพูดที่กระชับ (Use short texts) การออกแบบภาพที่ใช้ในการนำเสนอจำเป็นต้องสรุปข้อความให้สั้นกระชับตรงกับจุดหมายที่ต้องการนำเสนอ อาจใช้แผนผังหรือข้อมูลสั้น ๆ มาสนับสนุนภาพ การทำเรื่องราวให้ดึงดูดความสนใจอาจใช้ตัวเลขมาสรุปเปรียบเทียบข้อมูล และควรใช้ตัวหนังสือที่อ่านเข้าใจง่าย

๙) ตรวจสอบตัวเลขข้อมูล (Check your numbers) ถ้านำเสนอข้อมูลด้วยตัวเลขผ่านกราฟและแผนผัง ตรวจสอบความถูกต้องของตัวเลขและภาพวาด และต้องรู้ว่าตัวเลขไหนควรใช้และไม่ควรมีอยู่ ด้วยวิธีนี้จะทำให้อินโฟกราฟิกส์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

๑๐) ทำไฟล์อินโฟกราฟิกให้เล็ก (Make the file size small) ทำไฟล์อินโฟกราฟิกส์ให้เล็กเพื่อให้ผู้ชมเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่าย และนำไปใช้ต่อได้ดีตามจุดประสงค์ที่ต้องการดาวน์โหลดเร็วและใช้เวลาน้อยในการถ่ายโอนข้อมูลใส่แฟลชไดรฟ์ สามารถแนบไฟล์ส่งอีเมลไปให้ผู้อื่น แต่ไม่ควรลดคุณภาพของรูปภาพควรใช้ไฟล์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อที่จะดึงดูดผู้ชม

สิ่งที่ไม่ควรทำในการออกแบบอินโฟกราฟิกส์ ปัจจุบันการใช้อินเทอร์เน็ตแพร่หลายมาก คนส่วนใหญ่จะรับข้อมูลที่เข้าถึงง่ายที่สุด ข้อมูลจำนวน มหาศาลที่แพร่หลายอยู่ในอินเทอร์เน็ต ข้อมูลบางส่วนออกแบบเป็นอินโฟกราฟิกส์ซึ่งถูกตีพิมพ์ออกมาใช้งานด้วย อินโฟกราฟิกส์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสอนวงการธุรกิจ เป็นแรงบันดาลใจที่มีอิทธิพลในการนำเสนอและการสื่อสารข้อมูลที่ยุ่งยากซับซ้อน ประสิทธิภาพของอินโฟกราฟิกส์นั้นต้องอาศัยวิธีการ ออกแบบที่มีพลังที่ยิ่งใหญ่ต่อไปนี้เป็นสิ่งที่ช่วยให้นักออกแบบคำนึงถึงว่าไม่ควรทำ ๑๐ อย่าง

๑) อย่าใช้ข้อมูลมากเกินไป (Don't use too much text) อินโฟกราฟิกส์เป็นการออกแบบโดยใช้ภาพ ควรมีตัวหนังสือน้อยกว่าภาพหรือแบ่งส่วนเท่า ๆ กัน ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ที่อ่านน้อยและขึ้นอยู่กับภาพข้อมูล ถ้าคุณยังคงใส่ตัวหนังสือมากและมีภาพน้อยก็ยังไม่ถึงวัตถุประสงค์ของอินโฟกราฟิกส์

๒) อย่าทำข้อมูลที่นำเสนอให้ยุ่งยากซับซ้อน (Don't make confusing data presentation) การนำเสนอข้อมูลที่ยุ่งยากซับซ้อนผิดวัตถุประสงค์ของการออกแบบอินโฟกราฟิกส์ อย่าเสียเวลานับข้อมูลที่จำเป็นและต้องแน่ใจว่าคุณจัดการกับข้อมูลให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย ซึ่งมักจะทำได้โดยใช้ กราฟ ภาพวาด และกราฟิกอื่น ๆ มองดูที่อินโฟกราฟิกส์เหมือนเป็นผู้ชมเองว่าสามารถตอบคำถามที่คุณ ต้องการบอกผู้ชมหรือไม่

๓) อย่าใช้สีมากเกินไป (Don't overuse color) การออกแบบอินโฟกราฟิกส์โดยใช้สีมากเกินไปจะทำให้ประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูลน้อยลง ผู้อ่านจะไม่สามารถอ่านและเข้าใจเนื้อหาได้ดี ควรศึกษาจิตวิทยาการใช้สีที่ตัดกันด้วยเพื่อคำนึงถึงสุขภาพของผู้ชม

๔) อย่าใส่ตัวเลขมากเกินไป (Don't place too much numbers) การใช้ตัวเลขช่วยให้การสร้างอินโฟกราฟิกส์มีประสิทธิภาพ แต่อย่าใช้ให้มากเกินไปจะทำให้ผลผลิตของคุณออกมาเหมือนเป็นใบงานวิชาคณิตศาสตร์ จำไว้ว่าคุณต้องใช้กราฟิกนำเสนอจำนวนต่าง ๆ อย่าใช้ตัวเลขทั้งหมด

ในการทำให้ข้อมูลยุ่งยากซับซ้อน ออกแบบตัวเลขให้ง่ายเท่าที่จะทำได้และแน่ใจว่าข้อมูลถูกต้องเหมาะสมเข้าใจง่าย

๕) อย่าละเลยข้อมูลที่ไม่สามารถระบุแยกแยะได้ (Don't leave figures unidentified) อินโฟกราฟิกส์บางเรื่องขาดตัวเลขไม่ได้ ข้อเท็จจริงบางอย่างต้องมีตัวเลขข้อมูลทางสถิติ แต่ผู้ชมอาจไม่เข้าใจทั้งหมด ถึงแม้จะมีความชำนาญในการออกแบบถ้าใส่ข้อมูลโดยไม่ระบุคำอธิบายลงไปด้วยก็จะเป็นตัวเลขที่ไม่มีประโยชน์ ดังนั้นต้องแน่ใจว่าใส่ป้ายระบุคำอธิบายของข้อมูลแต่ละชุด

๖) อย่าสร้างอินโฟกราฟิกส์ให้น่าเบื่อ (Don't make it boring) อินโฟกราฟิกส์ส่วนมากจะให้ความรู้ ประโยชน์ และความบันเทิง มีจุดมุ่งหมายที่การจัดการข้อมูลให้ผู้ชมเข้าใจง่าย ถ้าสร้างอินโฟกราฟิกส์ให้น่าเบื่อจะไม่ดึงดูดความสนใจของผู้ชม ต้องวางแผนสร้างแนวทางของเรื่องและการนำเสนอที่ดี จึงจะสามารถบอกเรื่องราวแก่ผู้ชมตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๗) อย่าใช้วิธีการพิมพ์ผิด (Don't misuse typography) หลักการพิมพ์มีบทบาทที่สำคัญในการออกแบบที่ช่วยให้อินโฟกราฟิกส์ดูดีขึ้นทำให้ง่ายในการถ่ายทอดข้อมูล แต่ถ้าใช้ผิดวิธีจะเป็นสิ่งที่เปื้อนผลเสียในการออกแบบ เราต้องรู้เทคนิคเพื่อที่จะใช้การพิมพ์ที่ดีที่สุดในการนำเสนอและจะไม่ทำให้การตีพิมพ์ผิดไป แน่ใจว่าใช้วิธีการพิมพ์ถูกต้องจะทำให้การตีความไม่ไขว่เขว สังเกตการใช้สีที่ดีและขนาดของ Fonts ด้วย

๘) อย่านำเสนอข้อมูลที่ผิด (Don't present wrong information) ไม่มีใครอยากเห็นอินโฟกราฟิกส์เสนอข้อมูลผิด เพื่อให้แน่ใจควรตรวจสอบข้อมูลสองครั้ง โดยเฉพาะการใช้ข้อมูลทางสถิติถ้าข้อมูลผิดพลาดจะทำให้ผู้อ่านเข้าใจผิดเป็นสิ่งไม่ดี ข้อมูลในอินโฟกราฟิกส์จะต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือและถูกต้อง

๙) อย่าเน้นที่ การออกแบบ (Don't focus on design) อินโฟกราฟิกส์ไม่จำเป็นต้องเน้นที่การออกแบบให้สวยงาม ควรเน้นที่การนำเสนอข้อมูลที่ต้องการ การออกแบบอย่างสวยงามจะไม่มีประโยชน์ถ้ามีข้อมูลผิดพลาดหรือมีประโยชน์น้อย ดังนั้นก่อนสร้างอินโฟกราฟิกส์ควรมีข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดอย่างถูกต้อง การจัดการข้อมูลสามารถนำเสนอได้ชัดเจน แต่ไม่ได้หมายความว่าจะไม่สนใจการออกแบบแน่นอนมันสำคัญด้วยเพราะอินโฟกราฟิกส์เป็นการผสมผสานระหว่างข้อมูลและการออกแบบกราฟิกอย่างมีประสิทธิภาพ

๑๐) อย่าใช้แบบเป็นวงกลม (Don't use a circus layout) อินโฟกราฟิกส์ที่ดีจะสามารถชี้แนะผู้ชมดูและเข้าใจได้ทั้งหมด อย่าใส่องค์ประกอบทุกที่ที่เราคิดและอย่าออกแบบเป็นวงกลม ควรพิจารณาว่าผู้ชมจะสนใจจุดไหน ต้องแน่ใจว่าผู้ชมสามารถเข้าใจในวิธีการนำเสนอ ต้องไม่ให้ผู้อ่านยุ่งยากเพราะไม่ได้ใส่ข้อมูลที่ตีไว้

กล่าวโดยสรุป ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบอินโฟกราฟิก มาปรับใช้กับงานศึกษาเรื่องการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ในรูปแบบ Infographics เพื่อให้รับทราบถึงหลักการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบสำคัญ ประเภทของข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการสร้างงาน Infographics ให้สามารถอธิบายขั้นตอนและกระบวนการให้บริการต่าง ๆ มีความสวยงาม น่าสนใจและเข้าใจง่ายมากขึ้น

๕.๕ หลักการดำเนินงานที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรด้วย SWOT (SWOT Analysis) คือการวิเคราะห์สภาพองค์กร ณ ปัจจุบัน เพื่อค้นหา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำไปแยกแยะและหาวิธีพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบัน โดยสามารถแบ่งเป็น ๒ กลุ่มย่อย คือ

- Internal Origin: ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ Strengths และ Weaknesses
- External Origin: ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ Opportunities และ Threats

๑) SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมายดังนี้

- Strengths คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ
- Weaknesses คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ
- Opportunities คือ โอกาสที่ส่งเสริมให้มีโอกาสดำเนินการได้สำเร็จ
- Threats คือ อุปสรรค ข้อจำกัดหรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

SWOT ANALYSIS



๒) หลักการสำคัญของ SWOT คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ ๒ ด้าน คือ ๑) ปัจจัยภายในองค์กรและ ๒) ปัจจัยภายนอกองค์กร ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน วิเคราะห์โอกาส และวิเคราะห์อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วและมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กร จุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อองค์กร

๓) ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้แต่ละอย่างจะช่วยให้เข้าใจได้ว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างไร จุดแข็งขององค์กรจะเป็นความสามารถภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กรจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจจะทำลายผล

การดำเนินงาน โอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายองค์กร ในทางกลับกันอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้ องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม

๔) ขั้นตอน / วิธีการดำเนินการ SWOT Analysis การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุม ขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร ทำให้มีข้อมูลในการ กำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาบนจุดแข็งขององค์กร และแสวงหาประโยชน์จากโอกาส ทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนด กลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อน ขององค์กรให้มน้อยที่สุดได้ ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกองค์กร

ขั้นตอนการวิเคราะห์ SWOT Analysis มีดังนี้

๑) การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรจะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และ พิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร แหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูล เพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร ที่ครอบคลุมทุกด้านทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงานและ ทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ขององค์กรเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วย

- จุดแข็งขององค์กร (S - Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมอง ของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั่นเองว่า ปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กร ที่องค์กรควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร

- จุดอ่อนขององค์กร (W - Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจาก มุมมองของผู้ที่อยู่ใน จากมุมมองของผู้ที่อยู่ในองค์กรนั้น ๆ เอง ว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไปอันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

๒) การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรค ทางการทำงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่าง ประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบายการเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตราผู้หนึ่งสี่ของประชาชน การตั้ง ถิ่นฐานและการอพยพของประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและ วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรีและ สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึงกรรมวิธีใหม่ ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ

- โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O - Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัย ภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการ ขององค์กรในระดับมหภาค และองค์กรสามารถฉกฉวยข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็ง ขึ้นได้

- อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T - Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัย ภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหาย ทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งองค์กรจำต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะ เผชิญแรงกระทบดังกล่าวได้

๓) TOWS Matrix เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้วให้นำจุดแข็ง – จุดอ่อน ภายใน มาเปรียบเทียบกับ โอกาส - อุปสรรค จากภายนอกเพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและภายใต้ สถานการณ์เช่นนั้น องค์กรควรจะทำอย่างไร เพื่อนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ต่าง ๆ ดังนี้

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strength) 1 2 3	จุดอ่อน (Weakness) 1 2 3
	โอกาส (Opportunity) 1 2 3	SO ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส (กลยุทธ์เชิงรุก)
อุปสรรค (Threat) 1 2 3	ST ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรค (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)	WT แก้ไขจุดอ่อนและเลี่ยงอุปสรรค (กลยุทธ์เชิงรับ)

@theGREEDISGOODS | GreedisGoods.com

- กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่เกิดจากการจับคู่ระหว่างสภาพแวดล้อมภายในทางบวกคือจุดแข็ง (Strength) และสภาพแวดล้อมภายนอกทางบวกคือโอกาส (Opportunity) ซึ่งก็คือการใช้จุดแข็งข้อได้เปรียบของเราผสมกับ โอกาสที่ดีเพื่อนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์เชิงรุกสำหรับองค์กร

- กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่เกิดจากการจับคู่ระหว่างสภาพแวดล้อมภายในทางลบคือจุดอ่อน (Weakness) และสภาพแวดล้อมภายนอกทางบวก (Opportunity) ซึ่งก็คือการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่ดีเพื่อมาปิดจุดอ่อนจุด ต้อยขององค์กรหรือทำให้จุดอ่อนนั้นลดลง

- กลยุทธ์เชิงตั้งรับ (ST Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่เกิดจากการจับคู่ระหว่างสภาพแวดล้อมภายในทางบวกคือจุดแข็ง (Strength) และสภาพแวดล้อมภายนอกทางลบ (Threat) เป็นการนำจุดแข็งข้อได้เปรียบขององค์กรมาป้องกันอุปสรรคซึ่งก็คือ เป็นการจุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค

- กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่เกิดจากการจับคู่ระหว่างสภาพแวดล้อมภายในทางลบคือจุดอ่อน (Weakness) และสภาพแวดล้อมภายนอกทางลบคืออุปสรรค (Threat) เป็นกลยุทธ์เพื่อการลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม โดยมีเป้าหมายหลักคือการป้องกันหรือหลีกเลี่ยงให้สถานการณ์ขององค์กรนั้นไม่แย่ไปกว่าที่เป็นอยู่

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงได้นำหลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรด้วย SWOT (SWOT Analysis) มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์องค์กร “ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตธนบุรี” สรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<p>S๑. ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ มีการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการปฏิบัติราชการให้เจ้าหน้าที่ทั้งที่เป็นข้าราชการ และลูกจ้างที่สอดคล้องกับภารกิจงาน</p> <p>S๒. มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์</p> <p>S๓. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ มีทักษะในการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกพื้นที่</p>	<p>W๑. ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ มีภารกิจงานหลายส่วนหลายขั้นตอน ทำให้มีความสลับซับซ้อนในการปฏิบัติงาน</p> <p>W๒. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ ยังขาดความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการทำงาน</p> <p>W๓. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ ขาดการประชาสัมพันธ์ขั้นตอน กระบวนการ รวมถึงหลักเกณฑ์และระเบียบต่าง ๆ ที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันให้แก่ประชาชนที่มารับบริการรับทราบและเข้าใจ</p>
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<p>O๑. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับหลักเกณฑ์และระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ อย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง</p> <p>O๒. มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน เช่น สำนักพัฒนาสังคม สำนักอนามัย สำนักวัฒนธรรมกีฬาและการท่องเที่ยว สำนักงานเขต ศูนย์บริการสาธารณสุข สถานีตำรวจนครบาล สถานศึกษา เป็นต้น</p> <p>O๓. มีเครือข่ายอาสาสมัครภาคประชาชนเป็นผู้ประสานงานในชุมชน เช่น กรรมการชุมชน อสส. อสท. อสย. เป็นต้น</p> <p>O๔. ปัจจุบันมีรูปแบบและช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านสื่อ Social Media ที่หลากหลาย</p>	<p>T๑. หลักเกณฑ์และระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลงทุก ๆ ปี</p> <p>T๒. ข้อมูลข่าวสารการให้บริการของฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ ยังไม่ทั่วถึงทำให้ประชาชนที่มารับบริการไม่เข้าใจในกระบวนการทำงาน</p> <p>T๓. ประชาชนกลุ่มผู้สูงอายุยังคงชินกับการเดินทางเข้ามาติดต่อราชการด้วยตนเองมากกว่าใช้เทคโนโลยีในการรับข้อมูลข่าวสาร</p> <p>T๔. ประชาชนบางกลุ่มยังขาดอุปกรณ์ที่สามารถรองรับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>T๕. การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกพื้นที่มีความล่าช้าทำให้เกิดข้อร้องเรียนของประชาชนในการให้บริการของฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ เป็นจำนวนมาก</p>

จากตารางการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรของ “ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตธนบุรี” ด้วย SWOT (SWOT Analysis) ดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงได้นำเอาจุดแข็ง – จุดอ่อน ภายในองค์กรมาจับคู่กับ โอกาส – อุปสรรค ภายนอกองค์กร เพื่อกำหนดกลยุทธ์ตามแนวทาง TOWS Matrix ได้ดังนี้

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
โอกาส (Opportunity)	<p>กลยุทธ์เชิงรุก (SO)</p> <p>๑. จัดอบรมพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ ในการให้บริการประชาชน (S๑,O๑)</p> <p>๒. พัฒนาศักยภาพอาสาสมัครภาคประชาชน ด้านการใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในพื้นที่ผ่านสื่อ Social Media (S๒,S๓,O๒,O๓,O๔)</p>	<p>กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)</p> <p>๑. เสริมสร้างความรู้เข้าใจความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการทำงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ (W๑,W๒,O๑)</p> <p>๒. ปรับปรุงกระบวนการประสานงานระหว่างหน่วยงานโดยใช้ช่องทางในการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น (W๑,W๒,W๓,O๒,O๓,O๔)</p> <p>๓. เพิ่มการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนหลักเกณฑ์และระเบียบต่าง ๆ ที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันให้แก่ประชาชนที่มารับบริการให้รับทราบและเข้าใจมากยิ่งขึ้น (W๑,W๓,O๔)</p> <p>๔. เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการให้บริการประชาชนในรูปแบบ Infographics ผ่านสื่อ Social Media ทุกแพลตฟอร์ม (W๒,W๓,O๓,O๔)</p>
อุปสรรค (Threat)	<p>กลยุทธ์เชิงตั้งรับ (ST)</p> <p>๑. ปรับปรุงข้อมูลหลักเกณฑ์และระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการให้บริการของฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ ให้ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน (S๑,T๑)</p> <p>๒. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายภาคประชาชน เพื่อเพิ่มศักยภาพการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ (S๒,S๓,T๒,T๓,T๔)</p> <p>๓. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการให้บริการประชาชนในรูปแบบ Infographics จำนวน ๘ กระบวนงานหลัก ๒๕ กระบวนงานย่อย (S๑,S๒,T๑,T๒,T๓,T๔,T๕)</p>	<p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT)</p> <p>๑. จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับหลักเกณฑ์และระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานแก่เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ (W๑,W๒,T๑)</p> <p>๒. ประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการให้บริการประชาชนให้ประชาชนที่มารับบริการ ณ ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ (W๑,W๒,W๓,T๑,T๒,T๓)</p>

โดยสรุปผู้ศึกษาได้เลือกใช้กลยุทธ์เชิงตั้งรับ (ST Strategies) และกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategies) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน “การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการให้บริการประชาชนในรูปแบบ Infographics” ต่อไป

๖. แนวทางการดำเนินการ / ระยะเวลา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ขั้นตอนดำเนินงาน	ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗												ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
๑. วางแผนการดำเนินงาน	↔													ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ
๒. ศึกษารายละเอียดขั้นตอนและกระบวนการทำงานตามคู่มือปฏิบัติงานของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม		↔												ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ
๓. ประสานข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		↔	↔											ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ สำนักพัฒนาสังคม สำนักอนามัย สำนักวัฒนธรรมกีฬาและการท่องเที่ยว
๔. จัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือในการจัดทำสื่อ			↔											ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ ฝ่ายปกครอง
๕. ดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ Infographics ขั้นตอนการให้บริการของฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ จำนวน ๘ กระบวนการหลัก ดังนี้ ๑) การปฏิบัติงานการพัฒนาชุมชน ๒) การปฏิบัติงานสวัสดิการสังคม ๓) การปฏิบัติงานให้ความช่วยเหลือสงเคราะห์ด้านต่างๆ ๔) การบริหารจัดการโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ๕) การปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัติหอพัก ๖) การปฏิบัติงานการบริหารโครงการ ๗) การปฏิบัติงานสนับสนุน ๘) การปฏิบัติงานการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพ				↔	↔	↔	↔	↔	↔					ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ
๖. ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ Infographics ผ่านสื่อ Social Media ทุกแพลตฟอร์ม										↔	↔			ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ กรรมการชุมชน อสท.และเครือข่าย ภาคประชาชนในพื้นที่
๗. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน										↔	↔	↔		ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ

๗. ประโยชน์จากการศึกษา

๖.๑ เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม มีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนการให้บริการประชาชนอย่างถูกต้องมากยิ่งขึ้น

๖.๒ ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม มีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์การให้บริการที่ทันสมัยและเข้าถึงประชาชนได้ง่าย

๖.๓ ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนการให้บริการประชาชนและมีความพึงพอใจในการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมมากยิ่งขึ้น

๖.๔ สามารถลดจำนวนข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการให้บริการประชาชนของสำนักงานเขตธนบุรีได้

๘. งบประมาณ

- ไม่ใช้งบประมาณในการดำเนินงาน

๙. แนวทางการติดตามและประเมินผล

๙.๑ ตัวชี้วัดความสำเร็จ ระดับผลผลิต (Output) และหรือระดับผลลัพธ์ (Outcome)

- ตัวชี้วัดความสำเร็จ ระดับผลผลิต (Output)

๑) ร้อยละความสำเร็จของการจัดทำข้อมูลขั้นตอนการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม จำนวน ๘ กระบวนงานหลัก ๒๕ กระบวนงานย่อย ค่าเป้าหมาย ร้อยละ ๑๐๐

๒) ร้อยละความสำเร็จในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ในรูปแบบ Infographics จำนวน ๒๕ งานบริการ ค่าเป้าหมาย ร้อยละ ๑๐๐

- ตัวชี้วัดความสำเร็จระดับผลลัพธ์ (Outcome)

๑) ร้อยละความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมมากขึ้น ค่าเป้าหมาย ร้อยละ ๘๐

๒) ร้อยละของข้อร้องเรียนประชาชนที่มีต่อการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมลดลง ค่าเป้าหมาย ร้อยละ ๒๐

๙.๒ วิธีการ / เครื่องมือที่ใช้ในการติดตามและการประเมินผล (สำเร็จ)

๑) ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อ Infographics ขั้นตอนการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ผ่านทาง Social Media ทุกแพลตฟอร์ม

๒) มอบหมายประธานชุมชน อาสาสมัครเทคโนโลยีชุมชน และเครือข่ายภาคประชาชนนำสื่อ Infographics เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในพื้นที่ชุมชน

๓) เก็บข้อมูลตามแบบสำรวจความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมทุกเดือน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุง

๔) จัดเก็บฐานข้อมูลเกี่ยวกับข้อร้องเรียนของประชาชน เพื่อเปรียบเทียบก่อนและหลังการดำเนินงาน ระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๖๗

๕) ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมสรุปและรายงานผลให้ผู้บริหารทราบตามลำดับ

๑๐. ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้กรอบการดำเนินการดังกล่าวสามารถดำเนินการเป็นไปด้วยความสำเร็จได้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอ ดังนี้

๑) กรุงเทพมหานคร สำนักพัฒนาสังคม สำนักงานเขต ควรเห็นความสำคัญของการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลขั้นตอน กระบวนการทำงานให้ประชาชนสามารถรับรู้และเข้าใจ ในกระบวนการให้บริการประชาชนของหน่วยงานในสังกัดกรุงเทพมหานคร

๒) สำนักงานเขต ควรนำเอานำรูปแบบการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวไปปรับใช้ กับส่วนราชการต่าง ๆ เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและเพื่อประโยชน์ในการบริการประชาชนในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพอย่างสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- กิติมา สุรสนธิ. (๒๕๓๓). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. (พิมพ์ครั้งที่ ๓). กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์ และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าใจง่าย**. (Online). สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๖, จาก <https://socialnetworkingtricks.com>
- คู่มือปฏิบัติงาน ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขต ปี ๒๕๖๔. จรุง เทศนา.(๒๕๕๘). *อินโฟกราฟิกส์ (Infographics)*. สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๖, จาก <http://www.krujongrak.com/infographics>
- แผนปฏิบัติการราชการกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๗.
- แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี ระยะที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐).
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐).
- ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐).
- ราชบัณฑิตยสถาน. (๒๕๕๔). **สื่อสังคม-เครือข่ายสังคม**. สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๗ กรกฎาคม ๒๕๖๖, จาก <http://www.royin.go.th/th/knowledge/detail.php?!D=๔๓๕๗>
- สื่อสังคมออนไลน์(Social Media)**. (Online). สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๗ กรกฎาคม ๒๕๖๖, จาก <https://cs.bru.ac.th/สื่อsocial-media/>
- หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ. (๒๕๕๔). *เรื่องจริงเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์*, หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ ๑๓ กันยายน ๒๕๕๔. สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๗ กรกฎาคม ๒๕๖๖ จาก https://www.etda.or.th/etda_website/mains/display/๑๖๖๗

ภาคผนวก

ตัวอย่างการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการให้บริการของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม
รูปแบบเดิม

เอกสารประกอบการยื่นคำขอรับเงินเบี้ยผู้สูงอายุ
ยื่นคำขอลงทะเบียน มกราคม - พฤศจิกายน ของทุกปี
เว้นวันหยุดราชการและวันนักขัตฤกษ์

▶ เกิดก่อน 2 กันยายน พ.ศ. ...2506...

เอกสารของผู้สูงอายุ

- บัตรประจำตัวประชาชน
- ทะเบียนบ้าน
- สมุดบัญชีธนาคาร ประเภทออมทรัพย์

เอกสารของผู้รับมอบอำนาจทำการแทน

- หนังสือ มอบอำนาจ
- บัตรประจำตัวประชาชน
- ทะเบียนบ้าน
- สมุดบัญชีธนาคาร ประเภทออมทรัพย์ (กรณีรับเบี้ยแทนผู้สูงอายุ)

ฉบับ
จริง
พร้อม
สำเนา
1 ชุด

เอกสารประกอบการยื่น
ขอรับเงินค่าสงเคราะห์ในการจัดการศพ

เอกสารของผู้เสียชีวิต

- ใบมรณบัตร
- บัตรประจำตัวประชาชน
- บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ
- ทะเบียนบ้าน (ปัมตายแล้ว)

เอกสารของผู้ยื่นคำขอ

- บัตรประจำตัวประชาชน
- ทะเบียนบ้าน
- สมุดบัญชีธนาคาร (สาขาใน กทม.)

เอกสารของผู้รับรอง (ประธานชุมชน)

- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน

พร้อมรับรองสำเนา จำนวน 1 ชุด

** ยื่นได้ภายใน 6 เดือน นับตั้งแต่วันที่ออกใบมรณบัตร**

ฉบับ
จริง
พร้อม
สำเนา
1 ชุด

ประชาสัมพันธ์การลงทะเบียนรับเงินเบี้ยความพิการ

คนพิการที่มีบัตรประจำตัวคนพิการแล้ว สามารถยื่นเอกสารหลักฐานดังต่อไปนี้ เพื่อสิทธิการรับเงินเบี้ยความพิการ

เอกสารของคนพิการ (ฉบับจริงพร้อมสำเนา 1 ชุด)

- บัตรประจำตัวประชาชนที่ยังไม่หมดอายุ
- บัตรประจำตัวคนพิการ
- ทะเบียนบ้าน
- สำเนาสมุดบัญชีธนาคาร ประเภทออมทรัพย์

เอกสารของผู้รับมอบอำนาจ (ผู้ดูแล) กรณีคนพิการไม่สามารถมาดำเนินการได้ด้วยตนเอง (ฉบับจริงพร้อมสำเนา 1 ชุด)

- เอกสารของคนพิการตามข้อ 1.
- หนังสือมอบอำนาจ กรณีใช้บัญชีธนาคารของผู้อื่นในการรับเงินเบี้ยความพิการ
- บัตรประจำตัวประชาชน
- สำเนาสมุดบัญชีธนาคาร ประเภทออมทรัพย์

*** เอกสารทุกฉบับให้ลงลายมือชื่อหรือพิมพ์ลายนิ้วหัวแม่มือขวาพร้อมรับรองสำเนาถูกต้องของเจ้าของเอกสารทุกฉบับ

****หมายเหตุ**** การลงทะเบียนเพื่อรับเงินเบี้ยความพิการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 โดยคนพิการที่ยื่นแบบคำขอลงทะเบียนคนพิการเรียบร้อยแล้ว จะได้รับเงินในเดือนถัดไป ภายในวันที่ 10 ของทุกเดือน

กรณีคนพิการรายเก่าที่รับเงินเบี้ยความพิการอยู่กับเขตรับผิดชอบมิใช่สำนักงานเขต
ทะเบียนบ้านไปอยู่ท้องถื่นอื่นระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 จะต้องไปยื่นคำขอรับเงินเบี้ย
ความพิการ ณ ที่ว่าการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นแห่งใหม่ตามภูมิลำเนาที่ตนเองย้ายไป ภายใน
เดือนนั้นๆ เพื่อรักษาสิทธิของคนและเพื่อให้ได้รับเงินเบี้ยความพิการอย่างต่อเนื่องในเดือนถัดไป
จากเดือนที่ย้าย

*** สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม (ชั้น 3) สำนักงานเขตธนบุรี
เบอร์โทรศัพท์ 02-4650025 ต่อ 5636-5638 (ในวันและเวลาดำเนินการ)

ตัวอย่างการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการให้บริการประชาชนของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม
ในรูปแบบ Infographics

* ประชาสัมพันธ์ *

ลงทะเบียนรับเบี้ยผู้สูงอายุ ปีงบประมาณ 2566

รอบที่ 1 เดือนตุลาคม 2565 - พฤศจิกายน 2565
รอบที่ 2 เดือนมกราคม 2566 - กันยายน 2566

เวลา 08.00 - 16.00 น.
ณ บริเวณจุด BFC ชั้น 1 ฝ่ายทะเบียน
ยกเว้นวันหยุดราชการและวันหยุดนักขัตฤกษ์



เอกสารของผู้สูงอายุ

- 1.บัตรประจำตัวประชาชน พร้อมสำเนา 1 ฉบับ
- 2.ทะเบียนบ้าน พร้อมสำเนา 1 ฉบับ
- 3.สมุดบัญชีธนาคาร (ประเภทออมทรัพย์)
พร้อมสำเนา 1 ฉบับ

เอกสารของผู้รับมอบอำนาจทำการแทน

- 1.หนังสือมอบอำนาจ
- 2.บัตรประจำตัวประชาชน พร้อมสำเนา 1 ฉบับ
- 3.ทะเบียนบ้าน พร้อมสำเนา 1 ฉบับ
- 4.สมุดบัญชีธนาคาร (ประเภทออมทรัพย์)
พร้อมสำเนา 1 ฉบับ ****กรณีรับเบี้ยแทนผู้สูงอายุ**

-คุณสมบัติ-

- มีสัญชาติไทย
- มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านเขตธนบุรี
- เป็นผู้ที่เกิดก่อนวันที่ 2 กันยายน 2507
- ไม่เป็นผู้รับบำนาญ สวัสดิการหรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นประจำจากรัฐ

ติดต่อ สอบถามข้อมูล เพิ่มเติม

ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ชั้น 3
สำนักงานเขตธนบุรี
โทร. 02 465 0025 ต่อ 5636 - 5637
ในวันและเวลาราชการ

