

แบบการเสนอผลงาน
(ระดับชำนาญการพิเศษ)

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลบุคคล/ตำแหน่ง

ชื่อผู้ขอประเมิน นางสาวศิริลักษณ์ สิกขะบุรณะ

◆ ตำแหน่งปัจจุบัน นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ

หน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่งปัจจุบัน ปฏิบัติงานในฐานะหัวหน้างานบริการข้อมูลและบริหารงานทั่วไป ของกลุ่มสื่อสารองค์กร กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม โดยมีส่วนที่ความรับผิดชอบโดยสรุปคือ ปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ประสิทธิภาพ และความชำนาญงานสูงด้านการประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติงานที่ต้องตัดสินใจหรือแก้ปัญหาที่ยาก และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

หน้าที่ความรับผิดชอบ มีดังนี้

๑. ด้านการปฏิบัติการ

๑.๑ ปฏิบัติงานในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงาน นโยบาย ข่าวสาร และข้อมูลงานวิชาการด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมของกระทรวง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง พร้อมทั้งเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อกระทรวง

๑.๒ จัดกิจกรรมตามโครงการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ เช่น การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การเสวนา การแถลงข่าว การศึกษาดูงาน การจัดประชุมสัมมนา และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือเว็บไซต์ เป็นต้น โดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

๑.๓ ศึกษา วิเคราะห์ และวิจัยความคิดเห็นของประชาชนที่ได้จากการสำรวจ และจากการรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ พร้อมทั้งสรุปผลเพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินการประชาสัมพันธ์

๑.๔ ศึกษา ค้นคว้าข้อมูล วิเคราะห์ พร้อมทั้งติดตามผลการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาเทคนิคใหม่ในงานประชาสัมพันธ์ ในการผลิตและออกแบบสื่อประเภทต่าง ๆ ในการประมวลจัดทำข่าวสาร/บทความเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และในการดำเนินการตามโครงการ/กิจกรรมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้บรรลุตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ทันสมัย และตรงกับความต้องการ

๑.๕ ดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลงานวิชาการด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมของกระทรวง

๑.๖ ดำเนินงานตามแผนงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการจัดกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เพื่อเป็นไปตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

๑.๗ ศึกษาและติดตามเทคโนโลยีองค์ความรู้ใหม่ ๆ กฎหมาย และระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

๑.๘ สร้างและรักษาสัมพันธภาพที่ดีกับสื่อมวลชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างราบรื่น

๑.๙ ปฏิบัติงานและสนับสนุนงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายให้มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพสูงสุด

ศิริลักษณ์

๒. ด้านการวางแผน

๒.๑ ร่วมดำเนินการวางแผนการจัดทำยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ภารกิจสื่อสารสาธารณะและการสร้าง Social movement ที่มีประสิทธิภาพ ตอบสนองนโยบายการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของรัฐบาลและของกระทรวง

๒.๒ ร่วมดำเนินการวางแผนงานโครงการของหน่วยงานในระดับกอง มอบหมายงาน แก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานและติดตามประเมินผล เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

๓. ด้านการประสานงาน

๓.๑ ประสานการทำงานร่วมกันกับสมาชิกในทีมงานหรือหน่วยงานอื่น เพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนดไว้

๓.๒ ประสานงานด้านประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่นและเสร็จทันเวลาที่กำหนดไว้

๓.๓ ชี้แจง ให้ข้อคิดเห็นในที่ประชุมคณะกรรมการหรือคณะทำงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์และความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกัน

๔. ด้านการบริการ

ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่บุคคลผู้ที่มีความสนใจทั่วไป เพื่อให้มีความรู้ และความเข้าใจที่ถูกต้อง และสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง

◆ ตำแหน่งที่จะแต่งตั้ง นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ.....

หน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่งที่จะแต่งตั้ง ปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานที่มีประสบการณ์ โดยใช้ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และความชำนาญในงานสูงมากด้านประชาสัมพันธ์ ในการดำเนินการและแก้ปัญหาที่ยากในงานสื่อสารองค์กร และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

หน้าที่ความรับผิดชอบ มีดังนี้

๑. ด้านการปฏิบัติการ

๑.๑ ติดตามการปฏิบัติงานในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงาน นโยบาย ข่าวสารและข้อมูลงานวิชาการด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมของกระทรวง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องพร้อมทั้งเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อกระทรวง

๑.๒ ควบคุมและดูแลการจัดกิจกรรมตามโครงการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ เช่น การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การเสวนา การแถลงข่าว การศึกษาดูงาน การจัดประชุมสัมมนา และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือเว็บไซต์ เป็นต้น โดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

๑.๓ ศึกษา วิเคราะห์ และวิจัยความคิดเห็นของประชาชนที่ได้จากการสำรวจ และจากการรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ พร้อมทั้งสรุปผลเพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินการประชาสัมพันธ์

๑.๔ ศึกษา ค้นคว้าข้อมูล วิเคราะห์ พร้อมทั้งติดตามผลการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาเทคนิคใหม่ในงานประชาสัมพันธ์ ในการผลิตและออกแบบสื่อประเภทต่าง ๆ ในการประมวลจัดทำข่าวสาร/บทความเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และในการดำเนินการตามโครงการ/กิจกรรมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้บรรลุตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ทันสมัย และตรงกับความต้องการ

๑.๕ ติดตามการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลงานวิชาการด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมของกระทรวง

๑.๖ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานและแผนงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการจัดกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาและปรับปรุง

๑.๗ ศึกษาและติดตามเทคโนโลยีองค์ความรู้ใหม่ ๆ กฎหมาย และระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

๑.๘ ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงาน และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่เจ้าหน้าที่ในระดับรองลงมาในสายงาน ผู้ร่วมงาน หรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น

๑.๙ ปฏิบัติงานและสนับสนุนงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายให้มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพสูงสุด

๒. ด้านการวางแผน

๒.๑ วางแผนหรือร่วมดำเนินการวางแผนการจัดทำยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ภารกิจสื่อสารสาธารณะและการสร้าง Social movement ที่มีประสิทธิภาพ ตอบสนองนโยบายการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของรัฐบาลและของกระทรวง

๒.๒ วางแผนหรือร่วมดำเนินการวางแผนปฏิบัติการเสนออัตรากำลังและงบประมาณของหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๓ วางแผนหรือร่วมดำเนินการวางแผนงาน โครงการของหน่วยงานในระดับกอง มอบหมายงานแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานและติดตามประเมินผล เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

๓. ด้านการประสานงาน

๓.๑ ประสานการทำงานร่วมกันโดยมีบทบาทในการให้ความเห็นและคำแนะนำเบื้องต้นแก่สมาชิกในทีมงานหรือหน่วยงานอื่น เพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนดไว้

๓.๒ ประสานงานด้านประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่นและเสร็จทันเวลาที่กำหนดไว้

๓.๓ ชี้แจง ให้ข้อคิดเห็นในที่ประชุมคณะกรรมการหรือคณะทำงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์และความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกัน

๔. ด้านการบริการ

๔.๑ ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่ผู้ได้บังคับบัญชา และบุคคลผู้ที่มีความสนใจทั่วไป เพื่อให้มีความรู้ และความเข้าใจที่ถูกต้อง และสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริงให้เกิดประโยชน์

๔.๒ ให้การอบรมและเผยแพร่ความรู้ สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและวิธีการของงานประชาสัมพันธ์ในความรับผิดชอบ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ ๒ ผลงานที่เป็นผลการปฏิบัติงานหรือผลสำเร็จของงาน

๑. เรื่อง โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทและภารกิจของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok)

๒. ระยะเวลาการดำเนินการ กันยายน ๒๕๖๔ - สิงหาคม ๒๕๖๕

๓. ความรู้ ความชำนาญงาน หรือความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

๓.๑ ความรู้เกี่ยวกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ และแผนการดำเนินงานขับเคลื่อนกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

๓.๒ ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ การวางแผน และการกำหนดกลยุทธ์ การสื่อสาร

๓.๓ ความรู้เกี่ยวกับวิวัฒนาการของโลกดิจิทัล ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ และลักษณะการสื่อสารของสื่อสังคมออนไลน์

๓.๔ ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อและการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมในแต่ละแพลตฟอร์มทั้งเฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และ ติ๊กต็อก (TikTok) รวมถึงจริยธรรมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์

๓.๕ ความรู้เกี่ยวกับระเบียบว่าด้วยการบริหารงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ และหลักเกณฑ์ว่าด้วยการใช้งบประมาณรายจ่าย การโอนเงินจัดสรรหรือการเปลี่ยนแปลงเงินจัดสรร พ.ศ. ๒๕๖๒

๓.๖ ความรู้เกี่ยวกับระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ รวมถึงความชำนาญและประสบการณ์ในการบริหารจัดการโครงการ การจัดทำขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้าง การประมาณการค่าใช้จ่าย การจัดจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) จนถึงการรายงานผลการตรวจรับพัสดุนำจ้าง

๓.๗ ความชำนาญและประสบการณ์ในการติดต่อประสานงานกับผู้บริหาร รวมถึงหน่วยงานในสังกัดทั้งสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่เป็นส่วนราชการและในกำกับ/สถาบันอุดมศึกษาเอกชน และหน่วยงานด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

๓.๘ ความชำนาญในการใช้เครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ เชื่อมต่อกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อการบริหารจัดการเฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) และตรวจสอบการดำเนินงานของผู้รับจ้าง

๔. สรุปสาระสำคัญ ขั้นตอนการดำเนินการ และเป้าหมายของงาน

๔.๑ สรุปสาระสำคัญ

ผู้เสนอผลงานมีหน้าที่ความรับผิดชอบในฐานะหัวหน้าโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทและภารกิจของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และ ติ๊กต็อก (TikTok) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ซึ่งมีหลักการและเหตุผลในการดำเนินโครงการคือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคมเพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันบนเครือข่ายทาง

สังคมผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหาในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง ซึ่งปัจจุบันบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการนำมาใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจหรือการสื่อสารของหน่วยงานราชการตลอดจนองค์กรต่าง ๆ มีลักษณะ เป็นการสื่อสารแบบสองทางที่มีรูปแบบการทำงานในลักษณะออนไลน์และสามารถที่จะใช้สร้างและเพิ่มเติมเนื้อหาได้ สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นช่องทางในการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานของเอกชนในทุกหน่วยงานสามารถจะนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ได้ เพื่อการเผยแพร่ข้อมูล ให้ความรู้ รวมทั้งการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และใช้ติดต่อสื่อสารกับสาธารณะ นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นสื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเป็นสื่อที่มีการปรับปรุงแก้ไขข้อมูลได้ตลอดเวลา จำเป็นที่จะต้องติดตามความเคลื่อนไหวของเนื้อหาสาระอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนตอบข้อสงสัยอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งต้องรักษาความเป็นกลาง และต้องไม่สร้างความแตกแยกในสังคมในการนำสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายชนิดมาประยุกต์ใช้เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณชน ด้วยความรู้สึที่เป็นมิตรและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน

ในปัจจุบันประเทศไทยกำลังพัฒนาเป็น “ประเทศไทย ๔.๐” องค์กรจึงจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันตามเทรนด์ พัฒนานวัตกรรมเพื่อต่อยอดการให้บริการบนการแข่งขันที่รวดเร็วและรอบด้าน และเพื่อให้บรรลุตามหน้าที่และอำนาจในการส่งเสริม สนับสนุน และกำกับดูแลการอุดมศึกษาให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยมีความเป็นอิสระทางวิชาการและการบริหารจัดการให้มีการพัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศ และให้ดำเนินการวิจัยและสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อพัฒนาชุมชน สังคม และประเทศทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และสหวิทยาการ รวมถึงส่งเสริม สนับสนุน และกำกับดูแลการวิจัยและการสร้างสรรค์นวัตกรรมของสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานในระบบวิจัยและนวัตกรรมที่อยู่ในสังกัดกระทรวงหรือกำกับดูแลของรัฐมนตรี รวมทั้งประสานงานกับหน่วยงานในระบบวิจัยและนวัตกรรมที่อยู่นอกกระทรวงเพื่อให้เกิดความร่วมมือและดำเนินการไปในทิศทางที่มีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนด้านวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรมของประเทศ อีกทั้งจัดให้มีระบบนิเวศและโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญเพื่อพัฒนาการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ตลอดจนส่งเสริมความร่วมมือเพื่อผลิตกำลังคนระดับสูงเฉพาะทาง และความร่วมมือในด้านการวิจัยและการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และบุคคลหรือหน่วยงานในต่างประเทศ ตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม (ฉบับที่ ๑๙) พ.ศ. ๒๕๖๒ ประกอบพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. ๒๕๖๒

จากบทบาทและภารกิจดังกล่าวข้างต้น ในการดำเนินงานมีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงานหลายภาคส่วน อีกทั้งกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมเป็นกระทรวงที่จัดตั้งขึ้นใหม่ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยม ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) โดยการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และกิจกรรม ที่มีความถูกต้อง ทันเหตุการณ์ ตอบสนองทุกช่วงวัยอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ สู่กลุ่มเป้าหมายทุกระดับและทุกภาคส่วน สร้างความมั่นใจและกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมแก่สาธารณชนในการขับเคลื่อนประเทศสู่ประเทศไทย ๔.๐

๔.๒ ขั้นตอนการดำเนินการ

โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทและภารกิจของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) มีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

๑) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ และแผนการดำเนินงานขับเคลื่อนกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ รวมถึงศึกษาแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ การวางแผน และการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินโครงการในภาพรวม นอกจากนี้ ยังต้องศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวิวัฒนาการของโลกดิจิทัล ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ ลักษณะการสื่อสารของสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ และการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมในแต่ละแพลตฟอร์มทั้งเฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) เพื่อนำมาวิเคราะห์สำหรับกำหนดทิศทางการดำเนินโครงการและจัดทำขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้าง

๒) นำข้อมูลตามข้อ ๑ ที่ผู้เสนอผลงานได้วิเคราะห์แล้ว รวบรวมเสนอผู้อำนวยการกลุ่มสื่อสารองค์กรและผู้บริหารที่กำกับดูแล เพื่อพิจารณาทิศทางการดำเนินโครงการ กำหนดขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้าง และวงเงินจัดจ้างและแหล่งที่มาของงบประมาณ รวมถึงกำหนดเจ้าหน้าที่เพื่อแต่งตั้งเป็นผู้จัดทำรายละเอียดขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้าง รวมทั้งกำหนดเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกและการจัดทำข้อเสนอ รวมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณา (ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๒๑) กำหนดคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๕๕-๕๘) และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานซื้อหรือจ้าง (ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๑๗๕)

๓) นำผลการพิจารณาจากข้อ ๒ มาร่างขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้าง ประกอบด้วย หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย ขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้าง ระยะเวลาดำเนินการ วงเงินในการจัดจ้าง การส่งมอบงานและการจ่ายเงินค่าจ้าง สถานที่ส่งมอบงานจ้าง คุณสมบัติผู้เสนอราคา เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกและการจัดทำข้อเสนอ กำหนดเงินรางวัล อัตราค่าปรับงานจ้าง การรับประกันความชำรุดบกพร่อง หน่วยงานรับผิดชอบโครงการ และสถานที่ติดต่อเพื่อขอทราบข้อมูลเพิ่มเติมและส่งข้อเสนอแนะวิจารณ์ หรือแสดงความคิดเห็น เสนอผู้อำนวยการกลุ่มสื่อสารองค์กรและผู้บริหารที่กำกับดูแลพิจารณา

๔) กำหนดราคากลางโดยสืบราคาจากท้องตลาด ซึ่งผู้เสนอผลงานได้ติดต่อไปยังบริษัทที่มีลักษณะการดำเนินงานตรงกับขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้าง จำนวน ๓ บริษัท ได้แก่ บริษัท เจนเนอร์ชั่น แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด บริษัท เอส ทู อินสตรูเมนต์ จำกัด และ บริษัท พีค็อกแพลทิน จำกัด โดยราคาจากท้องตลาดเสนอจัดจ้างในวงเงิน ๕,๕๘๐,๗๕๐ บาท (ห้าล้านห้าแสนเก้าหมื่นเจ็ดร้อยห้าสิบบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายทั้งหมดแล้ว

๕) จัดทำบันทึกข้อความขออนุมัติโอนเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ จากงบประมาณเหลือจ่ายของกองส่งเสริมและพัฒนากำลังคน แผนงานพื้นฐานด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ผลผลิตที่ ๒ มาตรฐานการพัฒนาอุดมศึกษา งบรายจ่ายอื่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว (สำหรับการเดินทางไปแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยของนิสิตนักศึกษา) จำนวน ๕,๖๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านหกแสนบาทถ้วน) เป็นงบประมาณของกลุ่มสื่อสารองค์กร แผนงานพื้นฐานด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ผลผลิตที่ ๒ มาตรฐานการพัฒนา

อุดมศึกษา กิจกรรม ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานงบรายจ่ายอื่น ค่าใช้จ่ายโครงการส่งเสริมการบริหารงานด้านอุดมศึกษา โครงการผลิตสื่อเพื่อสร้างความเข้าใจอันดี (ปชส.) ตามระเบียบว่าด้วยการบริหารงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๒๕ ข้อ ๒๘ และข้อ ๒๙ และหลักเกณฑ์ว่าด้วยการใช้งบประมาณรายจ่ายการโอนเงินจัดสรรหรือการเปลี่ยนแปลงเงินจัดสรร พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๘ เมื่อหัวหน้าส่วนราชการอนุมัติให้โอนเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณฯ แล้ว จึงแจ้งให้กลุ่มคลัง กองกลาง ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง และส่งรายงานการโอนเปลี่ยนแปลงการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายของส่วนราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ จำนวน ๑ รายการ โดยอำนาจหัวหน้าส่วนราชการตามแบบฟอร์มการขอโอนเปลี่ยนแปลงงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ (แบบฟอร์ม ก.๗) ไปยังสำนักงบประมาณ ด้วยหนังสือประทับตรา

๖) จัดทำบันทึกข้อความขออนุมัติในหลักการจัดจ้างโครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) โดยอ้างเหตุผลความจำเป็น พร้อมเสนอแต่งตั้งผู้จัดทำรายละเอียดขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้าง รวมทั้งกำหนดเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกและการจัดทำข้อเสนอ รวมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณา (ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๒๑) พร้อมอนุมัติวงเงินจัดจ้าง จำนวน ๕,๕๙๐,๗๕๐ บาท (ห้าล้านห้าแสนเก้าหมื่นเจ็ดร้อยห้าสิบบาทถ้วน) โดยเบิกจ่ายจากแผนงานพื้นฐานด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ผลผลิตที่ ๒ มาตรฐานการพัฒนาอุดมศึกษา กิจกรรม ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน งบรายจ่ายอื่น ค่าใช้จ่ายโครงการส่งเสริมการบริหารงานด้านอุดมศึกษา โครงการผลิตสื่อเพื่อสร้างความเข้าใจอันดี (ปชส.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

๗) จัดทำบันทึกข้อความแจ้งกลุ่มทรัพย์สิน กองกลาง ดำเนินการตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ พร้อมแนบบันทึกข้อความขออนุมัติในหลักการจัดจ้างโครงการฯ ขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้าง ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่ายการจัดซื้อจัดจ้างที่มีชิ้นงานก่อสร้าง (แบบ บก.๐๖) และรายชื่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๕๕-๕๘) และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานซื้อหรือจ้าง (ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๑๗๕)

๘) กลุ่มทรัพย์สิน กองกลาง ดำเนินการตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ (จัดทำเอกสารซื้อหรือจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์)

๙) จัดทำบันทึกข้อความขออนุมัติจัดประชุมคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ตามคำสั่ง สป.อว. ที่ ๓๓๗/๒๕๖๔ ลงวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๔) พร้อมอนุมัติค่าตอบแทนพร้อมเบิกจ่ายให้กับคณะกรรมการฯ โดยเบิกจ่ายตามหนังสือกรมบัญชีกลาง ด่วนที่สุด ที่ กค ๐๔๐๒.๕/ว ๘๕ ลงวันที่ ๖ กันยายน ๒๕๖๑ เรื่อง หลักเกณฑ์การเบิกจ่ายค่าตอบแทนบุคคลหรือคณะกรรมการ และบันทึกที่ อว ๐๒๐๑.๓/๓๑๕๖ ลงวันที่ ๒ มีนาคม ๒๕๖๓ เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์การเบิกจ่ายค่าตอบแทนบุคคลหรือคณะกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งให้ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ จำนวน ๓ คน ประกอบด้วยประธานกรรมการ จำนวน ๑ คน อัตรา ๑,๕๐๐ บาท และกรรมการ จำนวน ๒ คน อัตราคนละ ๑,๒๐๐ บาท เป็นเงิน ๓,๙๐๐ บาท (สามพันเก้าร้อยบาทถ้วน) โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ผลผลิต การให้บริการเผยแพร่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม กิจกรรม การเผยแพร่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

อนุมัติ

งบดำเนินงาน รายการค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างความรู้และความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทั้งนี้ ได้จัดทำบันทึกข้อความขอเบิกจ่ายค่าตอบแทนให้กับคณะกรรมการฯ ไปยังกลุ่มคลัง กองกลาง เมื่อคณะกรรมการได้รายงานผลการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในงานจ้างโครงการฯ เรียบร้อยแล้ว

๑๐) จัดทำบันทึกข้อความขอให้ดำเนินการจัดจ้างโครงการด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ครั้งที่ ๒ พร้อมแนบรายชื่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๕๕-๕๘) และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานซื้อหรือจ้าง (ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๑๗๕) ไปยังหัวหน้าเจ้าหน้าที่ (กลุ่มทรัพย์สิน กองกลาง) เนื่องจากคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ พิจารณาเห็นว่า มีผู้ที่ยื่นข้อเสนอทางเทคนิคและข้อเสนออื่น ๆ ครบถ้วน ผ่านเข้าเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกเพียงรายเดียว ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๕๖ ระบุว่า ในกรณีที่ปรากฏว่ามีผู้ยื่นข้อเสนอเพียงรายเดียวหรือมีผู้ยื่นข้อเสนอ หลายรายแต่ถูกต้องตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์เพียงรายเดียว ให้คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์เสนอหัวหน้าหน่วยงานของรัฐผ่านหัวหน้าเจ้าหน้าที่เพื่อยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ครั้งนั้น คณะกรรมการฯ จึงเห็นควรให้ยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในงานจ้างโครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

๑๑) กลุ่มทรัพย์สิน กองกลาง ดำเนินการตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ (จัดทำเอกสารซื้อหรือจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์)

๑๒) จัดทำบันทึกข้อความรายงานผลการพิจารณารับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบการตามเอกสารประกวดราคาจ้างโครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ไปยังหัวหน้าเจ้าหน้าที่ (กลุ่มทรัพย์สิน กองกลาง) ตามที่ บริษัท Like me Co., Ltd. มีหนังสือลงวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๔ ขอแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับร่างขอบเขตของงานประกวดราคาจ้างโครงการในประเด็นคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ

๑๓) จัดทำบันทึกข้อความขออนุมัติจัดประชุมคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ตามคำสั่ง สป.อว. ที่ ๔๑๑/๒๕๖๔ ลงวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๔) พร้อมอนุมัติค่าตอบแทน พร้อมเบิกจ่ายให้กับคณะกรรมการฯ โดยเบิกจ่ายตามหนังสือกรมบัญชีกลาง ด่วนที่สุด ที่ กค ๐๔๐๒.๕/ว ๘๕ ลงวันที่ ๖ กันยายน ๒๕๖๑ เรื่อง หลักเกณฑ์การเบิกจ่ายค่าตอบแทนบุคคลหรือคณะกรรมการ และบันทึกที่ อว ๐๒๐๑.๓/๓๑๕๖ ลงวันที่ ๒ มีนาคม ๒๕๖๓ เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์การเบิกจ่ายค่าตอบแทนบุคคลหรือคณะกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งให้ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ จำนวน ๓ คน ประกอบด้วยประธานกรรมการ จำนวน ๑ คน อัตรา ๑,๕๐๐ บาท และกรรมการ จำนวน ๒ คน อัตราคนละ ๑,๒๐๐ บาท เป็นเงิน ๓,๙๐๐ บาท (สามพันเก้าร้อยบาทถ้วน) โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความรู้ความสามารถในการแข่งขัน ผลผลิต การให้บริการเผยแพร่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม กิจกรรม การเผยแพร่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม งบดำเนินงาน รายการค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างความรู้และความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทั้งนี้ ได้จัดทำบันทึกข้อความขอเบิกจ่ายค่าตอบแทนให้กับคณะกรรมการฯ ไปยังกลุ่มคลัง กองกลาง เมื่อคณะกรรมการได้รายงานผลการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในงานจ้างโครงการฯ เรียบร้อยแล้ว

๑๔) รายงานผลการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในจ้างโครงการฯ ไปยังกลุ่มทรัพย์สิน กองกลาง ดำเนินการตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ (จัดทำรายงานผลการพิจารณา เสนอขออนุมัติสั่งซื้อสิ่งจ้าง ประกาศผู้ชนะการเสนอราคา อุทธรณ์ จัดทำร่างสัญญา/หลักประกันสัญญา ลงนามสัญญา)

๑๕) ประชุมกับผู้รับจ้างเพื่อกำหนดแนวทางการจัดทำแผนการดำเนินงานของโครงการให้ เป็นไปตามขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้างของโครงการ โดยกำหนดรูปแบบการนำเสนอแต่ละสื่อสังคมออนไลน์ ให้เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละสื่อ ทั้งด้านการผลิตเนื้อหา การลงบทความ หรือการโพสต์เนื้อหาใน รูปแบบต่าง ๆ อาทิ รูปภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือคลิปวิดีโอ รวมถึงการจัดการเครื่องมือ Social listening tools การบริหารจัดการในการดูแลโต้ตอบ ตอบคำถาม ให้ข้อมูลกับผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ทาง Message Inbox และ Comment การโฆษณาสื่อสังคมออนไลน์ และการดูแลรักษาแอดเคาท์สื่อสังคมออนไลน์ตลอด ระยะเวลาจัดจ้าง และสร้างกลุ่มไลน์เพื่อใช้ในการประสานงาน รับ-ส่งข้อมูลสำหรับผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และอื่น ๆ

๑๖) จัดเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ และแผนการดำเนินงานขับเคลื่อน กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ รวมถึงข้อมูล กิจกรรมของผู้บริหารทั้งฝ่ายข้าราชการการเมืองและฝ่ายข้าราชการประจำ และกิจกรรมของหน่วยงานในสังกัด ทั้งสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ที่เป็นส่วนราชการและในกำกับ/สถาบันอุดมศึกษาเอกชน และหน่วยงานด้าน วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม นำมาวิเคราะห์ คัดเลือกข้อมูล เสนอผู้อำนวยการกลุ่มสื่อสารองค์กร ผู้บริหาร ที่กำกับดูแล และโฆษกกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ก่อนจัดส่งให้ผู้รับจ้างผลิต เนื้อหา บทความ หรือการโพสต์เนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ภาพกราฟิก ภาพอินโฟกราฟิก โค้ดคำพูด ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว ชุดภาพกราฟิก คลิปวิดีโอ ตามขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้างของโครงการ

๑๗) ตรวจสอบผลงาน พิจารณาปรับปรุงแก้ไข ทั้งส่วนของเนื้อหาและรูปแบบ โดยคำนึงถึง จริยธรรมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคม ออนไลน์ร่วมด้วย ก่อนนำส่งหน่วยงานเจ้าของข้อมูลตรวจทานความถูกต้อง และนำเสนอผู้อำนวยการ กลุ่มสื่อสารองค์กร หรือผู้บริหารที่กำกับดูแล หรือโฆษกกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม พิจารณาอนุมัติให้เผยแพร่ต่อไป

๑๘) จัดประชุมติดตามความก้าวหน้าของโครงการ รวมไปถึงรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง กับกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม รวมถึงกระแสสังคมที่กำลังเกิดขึ้น นำมาคัดเลือก ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบทบาท ภารกิจ หรือกิจกรรมของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานจ้าง ด้วยเครื่องมือ Social listening tools มาวิเคราะห์และ ประเมินผลสำหรับเป็นแนวทางจัดทำหัวข้อและเนื้อหาที่จะสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ มากที่สุดต่อไป โดยมีคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้าง ผู้อำนวยการกลุ่มสื่อสารองค์กร หรือผู้บริหารที่ กำกับดูแล หรือโฆษกกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และผู้รับจ้างเข้าร่วมประชุมใน รูปแบบ On-Site หรือ Online เป็นประจำทุกเดือน

๑๙) จัดอบรมให้ความรู้และแนะนำการใช้อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) ให้กับเจ้าหน้าที่กลุ่มสื่อสารองค์กร โดยทีมวิทยากรที่ผู้รับจ้างสรรหา เนื่องจากอินสตาแกรม (Instagram) และ ติ๊กต็อก (TikTok) เป็นแพลตฟอร์มที่สร้างขึ้นใหม่

ภาครัฐ เอกชน และประชาชนทั่วไป มีความรู้ความเข้าใจ เปิดโอกาสให้สามารถเข้าถึงงานบริการของกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมและสามารถปรับตัวให้เท่าทัน ต่อสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของประเทศและของโลก

๕. ผลสำเร็จของงาน (เชิงปริมาณ/คุณภาพ)

๕.๑ มีจำนวนผู้กดถูกใจหรือกดติดตาม (Follower) ช่องทางเฟซบุ๊กกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม จำนวน ๔๑,๗๓๒ ยูสเซอร์ ซึ่งมากกว่าขอบเขต การดำเนินงานจัดจ้างกำหนด จำนวน ๑๑,๗๓๒ ยูสเซอร์

๕.๒ มีจำนวนผู้กดถูกใจหรือกดติดตาม (Follower) ช่องทางทวิตเตอร์กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม จำนวน ๕,๑๕๘ แอคเคาท์ ซึ่งมากกว่าขอบเขต การดำเนินงานจัดจ้างกำหนด จำนวน ๑๕๘ แอคเคาท์

๕.๓ มีอินสตาแกรมในชื่อกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จำนวน ๑ แอคเคาท์ และมีจำนวนผู้กดถูกใจหรือกดติดตาม (Follower) จำนวน ๖,๐๒๒ แอคเคาท์ ซึ่งมากกว่าขอบเขต การดำเนินงานจัดจ้างกำหนด จำนวน ๑,๐๒๒ แอคเคาท์

๕.๔ มีติ๊กต็อกในชื่อกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จำนวน ๑ แอคเคาท์ และมีจำนวนผู้กดถูกใจหรือกดติดตาม (Follower) จำนวน ๑๓,๒๙๓ แอคเคาท์ ซึ่งมากกว่าขอบเขต การดำเนินงานจัดจ้างกำหนด จำนวน ๘,๒๙๓ แอคเคาท์

๕.๕ สามารถสร้างการรับรู้ในบทบาทและภารกิจของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม ด้วยสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาพกราฟิก ภาพอินโฟกราฟิก โค้ดคำพูด ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว และคลิปวิดีโอ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ไปยัง กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียน นิสิต นักศึกษา นักวิจัย บุคลากรของมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษา รวมถึง หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนทั่วไป รวมทั้งสิ้นจำนวน ๔,๓๒๕,๘๓๓ ครั้ง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- ๑) เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน ๒,๙๔๖,๑๕๑ ครั้ง
- ๒) ทวิตเตอร์ (Twitter) จำนวน ๙๙๑,๔๖๗ ครั้ง
- ๓) อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๒๓๒,๘๑๙ ครั้ง
- ๔) ติ๊กต็อก (TikTok) จำนวน ๑๕๕,๓๙๖ ครั้ง

๖. การนำไปใช้ประโยชน์/ผลกระทบ

๖.๑ ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลการวิเคราะห์ อาทิ การกำหนดประเภทของประเด็นและเนื้อหาหลักที่ จะใช้สื่อสาร การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงแผนและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทและภารกิจของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) ไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์ในโครงการ/กิจกรรมต่อไป

๖.๒ ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ ฝ่ายออกแบบกราฟิก ฝ่ายผลิตคลิป วิดีทัศน์ สามารถนำแนวคิด (Concept) ในการออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการฯ ไปใช้ในการ ปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนได้

๖.๓ ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) สามารถนำมาตรการการดูแลรักษา Account สื่อสังคมออนไลน์ของโครงการฯ ไปใช้ในการปฏิบัติงานในหน้าที่ ของตนได้

Amn

๖.๔ ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูลกับประชาชน เช่น เจ้าหน้าที่ศูนย์บริการร่วมกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สามารถนำแผนการโต้ตอบ ตอบคำถาม ให้ข้อมูลกับผู้ใช้งาน สื่อสังคมออนไลน์ของโครงการฯ ไปใช้ในการปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนได้

๖.๕ ผลจากการดำเนินโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทและภารกิจของ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - สิงหาคม ๒๕๖๕ ทำให้กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ติดอันดับที่ ๑๐ แปรนต์ที่ทำผลงานบน โซเชียลมีเดียในช่วงครึ่งปีแรกของปี ๒๕๖๕ สาขาหน่วยงานรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจ จากเวที Thailand Zocial Awards ซึ่งเป็นงานประกาศรางวัลโซเชียลที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของประเทศไทยที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี ๒๕๕๖ โดยจัดขึ้นเพื่อให้ความสำคัญแก่วงการโซเชียลที่เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศไทย นับว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความน่าเชื่อถือแก่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ในฐานะองค์กรที่ส่งเสริมการใช้โซเชียลมีเดียอย่างสร้างสรรค์

กลุ่มหน่วยงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจ

10 อันดับแปรนต์ที่ทำผลงานบนโซเชียลมีเดียสูงสุดในช่วงครึ่งปี 2565



RANK	BRAND	BRAND SCORE	OWN SCORE	EARN SCORE	SENTIMENT SCORE
1	กรมควบคุมโรค	31.1	3.1	3.1	5.3
2	Amazing Thailand	26.0	2.2	4.1	9.6
3	กระทรวงสาธารณสุข	24.4	1.3	7.1	7.9
4	สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน	24.1	2.6	1.5	5.1
5	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	23.3	2.5	1.6	7.2
6	กระทรวงการต่างประเทศ	23.0	2.1	2.9	6.9
7	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	21.8	2.4	1.5	5.1
8	กรมประชาสัมพันธ์	20.2	2.1	1.9	5.9
9	การไฟฟ้าฯ	19.7	1.9	2.1	5.3
10	กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	19.3	2.1	1.3	7.7

<https://thailand.zocialawards.com>

รูปภาพ แสดงผลการจัดอันดับแปรนต์ที่ทำผลงานบนโซเชียลมีเดียในช่วงครึ่งปีแรกของปี ๒๕๖๕

สาขาหน่วยงานรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจ

โดยกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้อันดับที่ ๑๐

Summit

๗. ความยุ่งยากและซับซ้อนในการดำเนินการ

๗.๑ โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทและภารกิจของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) เป็นโครงการที่ผู้บริหารสั่งการให้กลุ่มสื่อสารองค์กร ดำเนินการเพิ่มเติมจากแผนงาน แต่ในขณะนั้นอยู่ในช่วงเดือนกันยายนซึ่งเป็นเดือนสุดท้ายของปีงบประมาณ ทำให้ผู้เสนอผลงานต้องดำเนินการทุกขั้นตอนให้แล้วเสร็จด้วยระยะเวลาที่จำกัด โดยมีเป้าหมายว่าจะต้อง ดำเนินการให้ถึงขั้นตอนนำร่างประกาศ/เอกสารเผยแพร่รับฟังความคิดเห็น ตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัด จ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ (มาตรา ๕๙) และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัด จ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ (ข้อ ๔๕-๔๗) ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๔ เพื่อที่จะใช้งบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ได้ และเนื่องจากกลุ่มสื่อสารองค์กรไม่มีงบประมาณเพียงพอ ที่จะจัดจ้างโครงการเพราะได้ดำเนินกิจกรรมตามแผนงานไว้ทั้งหมดแล้ว จึงต้องเพิ่มขั้นตอนขอรับการสนับสนุน งบประมาณจากกองงานอื่นในสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และขออนุมัติโอนเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ก่อน

๗.๒ การจัดทำขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้างต้องอาศัยองค์ความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ หลากหลายด้าน อาทิ วิทยุทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ แผนการดำเนินงานขับเคลื่อนกระทรวง ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กับการรับรู้ การวางแผน และการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร วิวัฒนาการของโลกดิจิทัล ประเภทของสื่อสังคม ออนไลน์ ลักษณะการสื่อสารของสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ และการเลือกใช้สื่อเพื่อ การประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม นอกจากนี้ยังมีลักษณะงานที่จัดทำขึ้นใหม่ นั่นคือ งานสร้างอินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ซึ่งถือเป็น ช่องทางใหม่ในการสื่อสารขององค์กร ผู้เสนอผลงานจึงนำเอาขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้างจากการดำเนิน โครงการในลักษณะที่ใกล้เคียงกันที่เคยดำเนินการมาปรับใช้คือ งานจัดจ้างโครงการสร้างการรับรู้บทบาทและ ภารกิจของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายของ ประเทศสู่ประชาชน ซึ่งมีขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้างในการสร้างทวิตเตอร์ (Twitter) ของกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม อีกทั้งผู้เสนอผลงานได้ศึกษาความรู้เพิ่มเติมในเรื่องของ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมในแต่ละแพลตฟอร์มทั้งอินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) เพื่อกำหนดขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้างให้ตรงกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของงานมากที่สุด

๗.๓ โครงการนี้จัดจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) วงเงิน ๕,๐๐๐,๐๐๐ แต่ไม่เกิน ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท มีขั้นตอนที่ยุ่งยากและซับซ้อนกว่าที่เคยดำเนินการคือ ขั้นตอนนำร่างประกาศ/ เอกสารเผยแพร่รับฟังความคิดเห็น ซึ่งมีบริษัทยื่นหนังสือขอแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับร่างขอบเขตของงาน ประกวดราคาจ้างโครงการในประเด็นคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เสนอผลงานในฐานะผู้จัดทำรายละเอียด ขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้าง รวมทั้งกำหนดเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกและการจัดทำข้อเสนอ (ตามระเบียบ กระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๒๑) และคณะ ไม่เคย ดำเนินการในขั้นตอนนี้มาก่อน ผู้เสนอผลงานในฐานะหัวหน้าโครงการจึงต้องเร่งหาความรู้และสอบถามไปยัง หัวหน้าเจ้าหน้าที่ (กลุ่มทรัพย์สิน กองกลาง) เพื่อรายงานผลการพิจารณารับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ ตามเอกสารประกวดราคาจ้างโครงการโดยเร็ว

๗.๔ โครงการนี้มีขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้างผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งภาพกราฟิก ภาพอินโฟกราฟิก ข้อความพูด ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว ชุดภาพกราฟิก และคลิปวิดีโอ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ถึง ๔ ช่องทาง คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) อีกทั้งมีการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ

นวัตกรรม รวมถึงกระแสสังคมที่กำลังเกิดขึ้น นำมาคัดเลือกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบทบาท ภารกิจ หรือ กิจกรรมของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานจ้าง ด้วยเครื่องมือ Social listening tools เป็นประจำทุกเดือน จึงเป็นงานที่ต้องมีการศึกษาข้อมูลหลายด้าน อาทิ ลักษณะการสื่อสารของสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ และการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมในแต่ละแพลตฟอร์ม รวมถึงจริยธรรมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการนำข้อมูลจำนวนมากมาวิเคราะห์และประเมินผล สำหรับเป็นแนวทางจัดทำหัวข้อและเนื้อหาที่จะสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมายและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ตลอดระยะเวลาจัดจ้าง ๒๐๐ วัน นอกจากนี้ ผู้เสนอผลงานยังได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานอื่นในระยะเวลาเดียวกัน เช่น งานจัดทำคำของบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ งานจัดจ้างทำสื่อสิ่งพิมพ์แนะนำกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม งานจัดจ้างทำหนังสือรายงานประจำปี ๒๕๖๔ (พร้อมจัดทำ e-book) งานจัดจ้างผลิตหนังสือเพื่อประชาสัมพันธ์ “อว. ครบ ๓ ปี แห่งความสำเร็จในการปฏิรูปการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม” งานจัดจ้างผลิตวีดิทัศน์ “อว. ครบ ๓ ปี แห่งความสำเร็จในการปฏิรูปการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม” และอื่น ๆ เป็นต้น ทำให้ผู้เสนอผลงานต้องใช้ความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์มาวางแผนการดำเนินงานเพื่อให้ทุกงานในความรับผิดชอบบรรลุตามวัตถุประสงค์และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

๗.๕ ขึ้นตอนตรวจรับพัสดุ งวดที่ ๒ (งวดสุดท้าย) มีหนึ่งในคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้รับอนุมัติให้โอนย้ายไปรับราชการสังกัดกรมการขนส่งทางราง ทำให้ผู้เสนอผลงานต้องสรรหาเจ้าหน้าที่ในกลุ่มสื่อสาร องค์กรมารับหน้าที่เป็นกรรมการตรวจรับพัสดุแทน โดยวิเคราะห์และคัดเลือกจากผู้ที่มีความชำนาญที่รับผิดชอบ คล้ายคลึงกับงานจ้างเพื่อให้เข้าใจงานได้อย่างรวดเร็ว เมื่อคัดเลือกได้แล้วจึงนำเสนอผู้อำนวยการกลุ่มสื่อสาร องค์กรพิจารณาความเหมาะสมและจัดทำบันทึกข้อความขอเปลี่ยนแปลงรายชื่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุใน งานจ้างโครงการไปยังหัวหน้าเจ้าหน้าที่ (กลุ่มทรัพย์สิน กองกลาง) พร้อมทั้งบรรยายลักษณะงาน ขอบเขต การดำเนินงานจัดจ้างให้กรรมการตรวจรับพัสดุนั้นใหม่รับทราบและเข้าใจเพื่อให้การตรวจรับงานเป็นไปตาม ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๑๗๕ ต่อไป

๘. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

ช่องทางอินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นช่องทางใหม่ในการสื่อสารขององค์กร จึงยังไม่ได้มีการกำหนดเจ้าหน้าที่เป็นแอดมินดูแล ชัดเจน รวมถึงการมอบหมายงานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมเพื่อการปฏิบัติงานต่อเนื่องเมื่อสิ้นสุดระยะ สัญญาจ้าง รวมไปถึงเจ้าหน้าที่บางรายขาดความรู้ ความเข้าใจ ในอัลกอริทึม (Algorithm) และความชำนาญ ในการใช้งานพีเจอาร์ต่าง ๆ ของอินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) ซึ่งอาจส่งผลให้จำนวนผู้กด ถูกใจหรือติดตาม (Follower) และการมีส่วนร่วมของผู้รับสารโดยการกดถูกใจหรือแสดงความคิดเห็นหรือ แชรโพสท์ และสร้างการรับรู้ลดลง

๙. ข้อเสนอแนะ

มอบหมายเจ้าหน้าที่เป็นแอดมินดูแลอินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) ของกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมอย่างเป็นทางการ ทั้งในส่วนของแอดมินหลักผู้รับผิดชอบ ในภาพรวมและแอดมินรองผู้นำเข้าข้อมูล รวมถึงจัดอบรมให้ความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้อง อาทิ พฤติกรรมผู้บริโภค สื่อ การเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม อัลกอริทึม (Algorithm) และพีเจอาร์ต่าง ๆ ของแต่ละ แพลตฟอร์มให้กับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบดูแล นอกจากนี้ ควรกำหนดตัวชี้วัดประเมินผลการปฏิบัติราชการทั้ง ในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อให้งานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทและภารกิจของ

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ดำเนินการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าประสงค์ขององค์กร

๑๐. การเผยแพร่ผลงาน (ถ้ามี)

โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทและภารกิจของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม นอกจากการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาพกราฟิก ภาพอินโฟกราฟิก โค้ดคำพูด ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว และคลิปวิดีโอ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) แล้วนั้น สื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวยังได้รับความสนใจและถูกเผยแพร่ไปยัง Influencer ที่เป็นนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยและเว็บไซต์ข่าวมากมาย อาทิ คุณเม เมอิลินญ์ ศิริวัชรกิจโชติ Miss Tourism World Thailand 2022 คุณ Kaowpoon Sirinya Top 30 Miss Universe Thailand 2021 คุณ Pawida Meksrisuwan นางแบบ คุณ Nannapat Saksritanuwarn ครีเอเตอร์ดิจิทัล เว็บไซต์ Voice Tv เว็บไซต์สยามรัฐ เว็บไซต์ Bright Today เว็บไซต์ New 18 เว็บไซต์ชี้ช่วงรวย เว็บไซต์ Business Today เว็บไซต์ Smart SME เว็บไซต์ ๗๗ ข่าวเด็ด เป็นต้น

๑๑. ผู้มีส่วนร่วมในผลงาน (ถ้ามี)

- ๑) นางสาวศิริลักษณ์ สิกชะบุรณะ (ผู้เสนอผลงาน) สัดส่วนผลงาน ร้อยละ ๙๕
- ๒) นางสาวทิพวัลย์ เวชชการัญญ์ สัดส่วนผลงาน ร้อยละ ๕

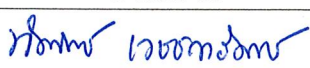
ขอรับรองว่าผลงานดังกล่าวข้างต้นเป็นความจริงทุกประการ

(ลงชื่อ).....

(นางสาวศิริลักษณ์ สิกชะบุรณะ)

ผู้ขอประเมิน

ขอรับรองว่าสัดส่วนการดำเนินการข้างต้นเป็นความจริงทุกประการ (ถ้ามี)

รายชื่อผู้มีส่วนร่วมในผลงาน	ลายมือชื่อ
นางสาวทิพวัลย์ เวชชการัญญ์	

ได้ตรวจสอบแล้วขอรับรองว่าผลงานดังกล่าวข้างต้นถูกต้องตรงกับความเป็นจริงทุกประการ

(ลงชื่อ).....

(นางสาวทิพวัลย์ เวชชการัญญ์)

ตำแหน่งปัจจุบัน นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ

อดีตเคยดำรงตำแหน่ง ผสอ. (อีกหน้าที่หนึ่ง)

สังกัด กปว.

วันที่ ...๒๒.../ธันวาคม/๒๕๖๖

ผู้บังคับบัญชาที่กำกับดูแล (การจัดทำผลงาน)

(ลงชื่อ).....

(นางสาวสุตฉานันท์ อวจำปา)

ตำแหน่ง ผสอ.

วันที่ ...๒๒.../ธันวาคม/๒๕๖๖

ผู้บังคับบัญชาคนปัจจุบัน (เหนือขึ้นไป ๑ ระดับ)



(ลงชื่อ).....*สุทนต์ อวจำปา*.....

(นางสาวสุทนต์ อวจำปา)

ตำแหน่ง ผสอ.

วันที่ *๒๒* / ธันวาคม / ๒๕๖๖

ผู้บังคับบัญชาระดับกองหรือเทียบเท่า

หมายเหตุ - คำรับรองจากผู้บังคับบัญชาอย่างน้อยสองระดับ คือ ๑. คำรับรองจากผู้บังคับบัญชาที่กำกับดูแลในช่วงระยะเวลาที่ทำผลงาน (ระดับผู้อำนวยการกลุ่ม / หัวหน้าฝ่าย) และเป็นผู้บังคับบัญชาคนปัจจุบันที่เหนือขึ้นไปอีกหนึ่งระดับ ๒. คำรับรองจากผู้บังคับบัญชาระดับกองหรือเทียบเท่า

- คำรับรองผู้บังคับบัญชาที่กำกับดูแล (ระดับผู้อำนวยการกลุ่ม/หัวหน้าฝ่าย) ให้ลงนาม

กรณีที่ผลงานนั้นเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ผู้ขอประเมินได้ดำรงตำแหน่งที่หน่วยงานสังกัดอื่นในอดีต ถ้าหากผู้บังคับบัญชาที่กำกับดูแลในอดีตไม่สามารถลงนามรับรองได้ ให้ระบุเหตุผล เช่น ย้าย/โอน ลาออก เกษียณอายุราชการ หรือถึงแก่กรรม ฯลฯ

กรณี ผู้บังคับบัญชาที่กำกับดูแล (การจัดทำผลงาน) และผู้บังคับบัญชาคนปัจจุบันที่เหนือขึ้นไปอีกหนึ่งระดับเป็นบุคคลคนเดียวกัน ก็ให้ลงนามในคำรับรองของผู้บังคับบัญชาที่กำกับดูแล (การจัดทำผลงาน) และผู้บังคับบัญชาคนปัจจุบัน เป็นคนเดียวกัน

สุทนต์

แบบการเสนอข้อเสนอแนวความคิดการพัฒนาหรือปรับปรุงงาน

๑. เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้บทบาทภารกิจ ข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงงานบริการของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในยุควิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ด้วยช่องทาง LINE Official Account

๒. หลักการและเหตุผล

ในยุคประเทศไทย ๔.๐ ทุกอย่างเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี รวมทั้งการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่ล้วนจะต้องมีการปรับตัว เพราะในยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงทุกคนล้วนต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว การที่สังคมมีความซับซ้อนผู้คนใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ การสื่อสารข้อมูลแบบเดิม ๆ อาจจะไม่สามารถรองรับความต้องการการสื่อสารของมนุษย์ได้ สื่อออนไลน์จึงเป็นทางเลือกของการสื่อสารข้อมูลที่ถูกนำมาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น การสื่อสารด้วยสื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารข้อมูลที่มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องมีรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของคนในยุคดิจิทัล และในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้มีการพัฒนาไปอย่างมาก มีรูปแบบการบริการใหม่ ๆ ที่สามารถทำผ่านอินเทอร์เน็ตได้ เช่น การทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกว่าธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เกิดขึ้นมากมาย และยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมในวงกว้างมากขึ้น อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญกับการใช้ชีวิตที่ช่วยให้ประชาชนมีความสุขสบาย มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สร้างโอกาสต่าง ๆ มากมาย ประเทศที่สามารถพัฒนาเรื่องการทำธุรกรรมออนไลน์ได้จะสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น ลดความเหลื่อมล้ำ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

นอกจากนี้ ผลการสำรวจในปี ๒๕๖๕ โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) ผู้ที่ใช้เวลาในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุด พบว่า ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด เมื่อเทียบกับอาชีพอื่นซึ่งใช้เวลาในการออนไลน์สูงถึง ๑๑ ชั่วโมง ๓๗ นาทีต่อวัน ส่วนหนึ่งเกิดจากผลของสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เกิดขึ้นตั้งแต่เมื่อปี ๒๕๖๓ ที่ผ่านมา ทำให้ทุกคนต้องปรับตัวไปสู่ยุควิถีชีวิตใหม่ (New Normal) เร็วขึ้น ต้องติดต่อผ่านทางออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งสถานการณ์นี้เองก็ได้ส่งผลกระทบต่อหน่วยงานภาครัฐเช่นกัน ทำให้รัฐบาลจำเป็นต้องเร่งปรับตัวให้ทันกับยุค New Normal อย่างรวดเร็ว ด้วยการเพิ่มช่องทางการให้บริการเป็นแบบออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกประชาชนได้อย่างทันท่วงที ส่งผลให้ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐต้องปรับตัวด้วยการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานมากยิ่งขึ้น

๓. บทวิเคราะห์/แนวความคิด/ข้อเสนอ และข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นและแนวทางแก้ไข

บทวิเคราะห์ จากข้อมูลของ We Are Social และ Meltwater ได้สำรวจข้อมูลพฤติกรรมทางดิจิทัลที่เจาะจงเฉพาะของ “คนไทย” ประจำปี ๒๕๖๖ (ซึ่งเป็นข้อมูลที่รวบรวมจากปี ๒๕๖๕) ด้าน Social Media ที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุด อันดับ ๑ ได้แก่ Facebook ๙๑% อันดับ ๒ LINE ๙๐.๗% อันดับ ๓ Facebook Messenger ๘๐.๘% อันดับ ๔ TikTok ๗๘.๒% อันดับ ๕ Instagram ๖๖.๔% และ อันดับ ๖ Twitter ๕๑.๒%



จากผลการสำรวจนี้วิเคราะห์ได้ว่า ผลงานเรื่อง โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ บทบาทและภารกิจของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) ผู้เสนอผลงาน เลือกใช้ช่องทาง Social Media ในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม เพียงแต่ยังดำเนินการไม่ครอบคลุมทุกสื่อ สังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมของคนไทย นั่นคือ แอปพลิเคชัน LINE ซึ่งคนไทยนิยมใช้งานมากที่สุดในอันดับ ๒ ด้วยสถิติผู้ใช้งานกว่า ๕๔ ล้านคน บ่งบอกถึงศักยภาพความเป็นเครื่องมือที่จะใช้เข้าถึงคนในประเทศจำนวนมาก ได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้ในช่วง ๑-๒ ปีที่ผ่านมา หลายหน่วยงานของภาครัฐได้เลือกใช้ประโยชน์จาก LINE เพื่อนำไปยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนคนหมู่มากได้ ไม่ว่าจะเป็นบริการสาธารณสุขไปรษณีย์ขั้นพื้นฐาน เช่น การไฟฟ้านครหลวง การประปาส่วนภูมิภาค เครือข่ายโทรคมนาคม การขนส่ง และผู้ให้บริการในกลุ่มบริการ สาธารณูปโภค (Public Utilities) หรือแม้กระทั่งการบริการด้านการแพทย์และสาธารณสุข (Public Healthcare) ทั้งโรงพยาบาลรัฐและเอกชน รวมถึงบริการข้อมูลสาธารณะเพื่อประชาชน (Public Information) ตลอดจนบริการด้านอื่น ๆ ซึ่งประชาชนให้ความสนใจใช้โดยทั่วไป (Public Services) อย่าง สลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นต้น เนื่องจาก LINE ใช้งานง่ายและสามารถส่งข้อมูลที่มีรูปแบบหลากหลายแตกต่างกันได้ เช่น ข้อความ รูปภาพ โพสต์เตอร์ ลิงก์เชื่อมต่อเว็บไซต์ภายนอก ข้อความเสียง คลิปวิดีโอ สติกเกอร์ โลโก้ เป็นต้น ทำให้ LINE แพร่หลายไปยังประชาชนทุกกลุ่ม ตั้งแต่เด็ก เยาวชน คนวัยทำงาน และผู้สูงอายุ

แนวความคิด ด้วยนโยบายของนางสาวศุภมาส อิศรภักดี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่มุ่งเน้นในการเป็นหน่วยงานหลักในการการสร้างคน สร้างความรู้ สร้าง นวัตกรรม และพัฒนาประเทศ เป็นกระทรวงเศรษฐกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนและกับประเทศ โดยใช้ความรู้และนวัตกรรม เป็นความหวังเป็นที่พึ่งของประชาชนในการพัฒนาเศรษฐกิจ แก้ไขปัญหาสำคัญ และทำให้คนไทยมีอนาคตที่ดีเพราะการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ งานวิจัยและนวัตกรรม โดยเฉพาะนวัตกรรมของคนไทยนั้น ถือเป็นการลงทุนที่ดีที่สุด ในขณะที่เยาวชนซึ่ง เป็น ความหวังและอนาคตของประเทศ ก็จะต้องทำให้นักศึกษาและผู้ปกครองมีความสุข อาจารย์และบุคลากรมี ความสุข สร้างโอกาสให้นักศึกษามีส่วนในการร่วมวางแผนอนาคต มีความยืดหยุ่นในการเลือกได้ว่า จะเรียนอะไร เมื่อไหร่ ตามความต้องการของตนเอง มหาวิทยาลัยต้องเป็นมหาวิทยาลัยสำหรับคนทุกช่วงวัยและเป็นพื้นที่เปิด หรือพื้นที่สำหรับโอกาสให้กับคนไทยทุกคนนั้น จะเห็นได้ว่านโยบายข้างต้นครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทุกช่วงวัย การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้บทบาท ภารกิจ ข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงงานบริการของกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม นอกจากจะใช้ช่องทางการสื่อสารเดิมที่มีอยู่แล้ว LINE Official Account อาจเป็นตัวเลือกที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารได้ตรงใจ อำนวยความสะดวกได้อย่าง ทันทีทันใดที่สามารถเข้าถึงงานบริการได้รวดเร็วแบบ One Stop Service สนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร ให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ที่ว่า “สานพลังการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมไทย พลิกโฉมให้ประเทศ มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและยั่งยืน ยกระดับความสามารถในการแข่งขันด้วยเศรษฐกิจสร้างคุณค่า และพร้อม ก้าวสู่ออนาคต”

ข้อเสนอ ผู้เสนอผลงานขอแนะนำเสนอการสร้างบัญชี LINE Official Account ให้เป็นช่องทางที่รวบรวม ข้อมูลบทบาท ภารกิจ ข้อมูลข่าวสาร และงานบริการของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม ไว้ในที่เดียวแบบ One Stop Service โดยประชาชนที่ต้องการรับรู้ข้อมูล ติดต่อสอบถาม ก็ทำได้ ง่าย ๆ เพียงการเพิ่มเพื่อน (Add friend) ไม่ต้องดาวน์โหลดแอปพลิเคชันอย่างอื่นเพิ่มเติม สามารถใช้บริการได้ ตลอดเวลา เมื่อกดเข้ามาในแชทไลน์ ก็จะพบกับเมนูลัดด้านล่าง เรียกว่า Rich Menu ซึ่งเป็นระบบที่ตั้งค่าปุ่ม

ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้ทันที เป็นฟีเจอร์สำคัญที่จะช่วยให้ประชาชนรู้จักบริการของหน่วยงานมากยิ่งขึ้น โดยกำหนดได้สูงสุด ๖ เมนู ผู้เสนอผลงานออกแบบมาให้ครอบคลุมทุกความต้องการ จากการวิเคราะห์ข้อมูลรายงานผลการปฏิบัติงานของศูนย์บริการร่วมกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ จึงขอเสนอ Rich Menu ดังนี้

๑. แนะนำหน่วยงาน (MHESI Intro) ลิงก์ไปยังเว็บไซต์กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (<https://www.mhesi.go.th/>) ที่แถบเมนูแนะนำหน่วยงาน แสดงข้อมูลความเป็นมา วิสัยทัศน์/พันธกิจ นโยบาย/ยุทธศาสตร์กระทรวง โครงสร้างหน่วยงาน คณะผู้บริหาร และสถานที่ตั้ง/ติดต่อหน่วยงาน

๒. ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ลิงก์ไปยังเว็บไซต์กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (<https://www.mhesi.go.th/>) ที่แถบเมนูภาพข่าวและกิจกรรม

๓. หน่วยงานในสังกัด (Quick Link) รวบรวมลิงก์เว็บไซต์หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม โดยแบ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่เป็นส่วนราชการและในกำกับ/สถาบันอุดมศึกษาเอกชน และหน่วยงานด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

๔. งานบริการด้านการอุดมศึกษา (Higher education services) นำเสนองานบริการที่ได้รับการติดต่อสอบถามมากที่สุด ๕ อันดับ ได้แก่

(๑) การเทียบคุณวุฒิผู้สำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษาจากต่างประเทศและการรับรองสถาบันการศึกษา (สถาบันอุดมศึกษาของไทย)

(๒) ทุนการศึกษา

(๓) การกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ

(๔) การรับรองหลักสูตรของสถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

(๕) ข้อมูลสถิติด้านการอุดมศึกษา เช่น จำนวนนักศึกษาและจำนวนสถาบันการศึกษา

๕. งานบริการด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (Scientific services) นำเสนองานบริการที่ได้รับการติดต่อสอบถามมากที่สุด ๑๐ อันดับ ได้แก่

(๑) งานบริการเกี่ยวกับการวิเคราะห์ ทดสอบ และสอบเทียบ

(๒) บริการขอรับเอกสารเผยแพร่ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

(๓) ข้อมูลผลงานวิจัยและเทคโนโลยี เช่น ข้อมูลยาอายุวัฒนะโมเลกุลมณีแดง เทคโนโลยีการแปรรูป เป็นต้น

(๔) ทุนการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

(๕) ข้อมูลกิจกรรมด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เช่น งานถนนสายวิทยาศาสตร์ รั้ววันเด็กแห่งชาติ งานมหกรรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

๖. ติดต่อสอบถาม (Contact) จัดเจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการร่วมกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม คอยให้ข้อมูล คำปรึกษา ตอบคำถาม และอื่น ๆ ถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งนอกเหนือจากช่องทาง Call Center 1313 และ Facebook Messenger



นอกจากนี้ LINE Official Account ยังมีฟีเจอร์ที่สามารถนำมาใช้เพื่อสร้างการรับรู้บทบาท ภารกิจ ข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงงานบริการของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการสื่อสาร เช่น

๑. ข้อความต้อนรับ (Greeting message) ข้อความทักทายอัตโนมัติ ฟีเจอร์นี้สามารถตั้งค่าวันและเวลาได้หากต้องการใช้งาน โดยข้อความจะแสดงเมื่อประชาชน Add friend เป็นครั้งแรก เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีตั้งแต่แรกพบ

๒. ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ (Auto message) ฟีเจอร์นี้สามารถตั้งค่าวันและเวลาได้หากต้องการใช้งาน สำหรับเจ้าหน้าที่ที่ยังไม่มีเวลาตอบหรือนอกเวลาทำการ นอกจากนี้ยังสามารถตั้งค่าข้อความอัตโนมัติแบบใช้คีย์เวิร์ดได้ หากพิมพ์ตรงข้อความคีย์เวิร์ดที่ตั้งไว้ระบบก็จะตอบกลับ เป็นอีกหนึ่งตัวช่วยที่ง่ายต่อการใช้งาน

๓. การส่งข้อความให้กับผู้ติดตามหลายคน (Broadcast) เป็นการส่งข้อความแบบกว้างให้กับคนที่ติดตามพร้อมกันทีเดียว เพื่อให้ผู้ติดตามได้รับรู้ข่าวสาร อัปเดตงานบริการใหม่ และอื่น ๆ นอกจากนี้ความพิเศษของการบรอดแคสต์คือ เราสามารถเลือกส่งข้อความโดยแบ่งตามกลุ่มผู้ติดตามเบื้องต้นได้เช่น เพศ ช่วงอายุ หรือระยะเวลาการเป็นผู้ติดตามของบัญชี

๔. Rich Message และ Rich Video ฟีเจอร์ที่ใช้สำหรับการส่งข้อความแบบรูปภาพและวิดีโอแบบเล่นอัตโนมัติ โดยสามารถฝังลิงก์ปลายทาง เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ได้อีกด้วย

ข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้น คือ ค่าใช้จ่ายสำหรับ Line Official Account ขึ้นอยู่กับแพคเกจที่สมัคร จะแบ่งออกเป็น ๓ รูปแบบ โดยจะสามารถใช้งานฟีเจอร์ได้เหมือนกันทั้งหมด แตกต่างที่จำนวนข้อความที่สามารถส่งออกไปได้จะถูกจำกัดแตกต่างกันออกไป ดังนี้

๑. Line Official Account แบบฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย เป็นรูปแบบการให้บริการที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย แต่จะมีข้อจำกัดในการใช้งาน ดังนี้

- บรอดแคสต์ข้อความได้สูงสุด ๑๐๐๐ ข้อความ/ต่อเดือน
- ไม่สามารถส่งข้อความเพิ่มเติมเกินจากข้อความฟรีได้ จำกัดอยู่ที่ ๑๐๐๐ ข้อความ

๒. Line Official Account แบบเบสิก มีราคาขั้นต่ำ อยู่ที่ ๑๒๐๐ บาท/ต่อเดือน และมีราคาที่เพิ่มขึ้นตามระยะเวลา

• ระยะเวลา ๓ เดือน อยู่ที่ ๓,๖๐๐ บาท ระยะเวลา ๖ เดือน ๗,๒๐๐ บาท และระยะเวลา ๑ ปี อยู่ที่ ๑๔,๔๐๐ บาท

• บรอดแคสต์ข้อความได้ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ ข้อความ และมีราคาต่อข้อความที่เกินจากข้อความฟรีอยู่ที่ ๐.๐๘ บาท/ข้อความ

๓. Line Official Account แบบโปร มีราคาขั้นต่ำอยู่ที่ ๑๕๐๐ บาท/ต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าแบบอื่น ๆ แต่สามารถส่งข้อความได้มากกว่า

• ระยะเวลา ๓ เดือน อยู่ที่ ๔,๕๐๐ บาท ระยะเวลา ๖ เดือนอยู่ที่ ๘,๐๐๐ บาท และระยะเวลา ๑ ปี อยู่ที่ ๑๘,๐๐๐ บาท

• บรอดแคสต์ข้อความได้ไม่เกิน ๓๕,๐๐๐ ข้อความ และมีราคาต่อข้อความที่เกินจากข้อความฟรีอยู่ที่ ๐.๐๔ บาท/ข้อความ

นอกจากนี้ ผู้เสนอผลงานได้สืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนของหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ที่ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของหน่วยงานผ่าน Line Official Account พบว่า มีค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อจัดจ้างราว ๑ ล้านบาทขึ้นไป เช่น จัดจ้างบริหารจัดการ LINE Official Account กระทรวงคมนาคม วงเงิน ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท จัดจ้างทำระบบ LINE Official Account BCRM โรงพยาบาลจุฬารัตน์ วงเงิน ๔,๙๐๐,๐๐๐ บาท จัดจ้างทำ Line Official Account เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารรัฐบาลเชิงรุกของสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี วงเงิน ๔,๖๙๘,๘๗๖.๔๓ บาท และจัดซื้อสิทธิ์ในการสื่อสารผ่าน LINE Official Account ของ กบข. วงเงิน ๒,๒๐๐,๐๐๐ บาท เป็นต้น ทั้งนี้ กลุ่มสื่อสารองค์กรได้รับการจัดสรรงบประมาณเป็นเงินจำนวน ๔,๐๗๒,๐๐๐ บาท สำหรับดำเนินงานใน ๙ กิจกรรมหลัก หากจะจัดซื้อจัดจ้างทำ LINE Official Account ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม อาจไม่มีงบประมาณเพียงพอ เมื่อเทียบกับหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ

แนวทางแก้ไข

๑. จัดทำค่าของงบประมาณโครงการใหม่เพื่อดำเนินการในเรื่องจัดซื้อจัดจ้างทำ LINE Official Account ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นการเฉพาะ
๒. ขอรับการสนับสนุนงบประมาณเหลือจ่ายจากหน่วยงานอื่นในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
๓. ปรับแผนงานประชาสัมพันธ์ของกลุ่มสื่อสารองค์กร โดยจัดทำขอบเขตงานสำหรับการจัดทำ LINE Official Account ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในระยะเริ่มต้น โดยตั้งวงเงินจัดซื้อจัดจ้างประมาณ ๕๐๐,๐๐๐ บาท

๔. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

LINE Official Account จะเป็นอีกหนึ่งวิธีที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้บทบาทภารกิจ ข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงงานบริการของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในยุควิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ทำให้องค์กรกลายเป็นที่รู้จักและกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียน นิสิต นักศึกษา นักวิจัย บุคลากรของมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษา รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงงานบริการได้มากยิ่งขึ้น

๕. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๕.๑ ความสำเร็จในการพัฒนา ^{จัดทำ} LINE Official Account ให้กลายเป็นช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้บทบาท ภารกิจ ข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงงานบริการของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ครั้ง

๕.๒ จำนวนผู้กด Add friend ไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐ บัญชีผู้ใช้งาน

๕.๓ ร้อยละ ๗๕ ของผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการให้บริการผ่านช่องทาง LINE Official Account

(ลงชื่อ).....

(นางสาวศิริลักษณ์ ลิกขะบุรณะ)

ผู้ขอประเมิน

(วันที่) ๒๕/ธันวาคม/๒๕๖๖

