

แนวทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม

The Guidelines for Digital Media Communication of The Social Security Office

ศลิษา โสตสถิตย์¹

ดร.มนต์ ขอเจริญ²

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมของผู้ประกันตนชาวไทย และศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารดิจิทัลและปัญหาที่พบในการใช้สื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม ในปัจจุบัน โดยทำการศึกษา กับผู้ประกันตนชาวไทย จำนวน 400 คน ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารสำนักงานประกันสังคม จำนวน 5 ท่าน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจุบันสำนักงานประกันสังคมมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลผ่านช่องทางหลัก 3 ช่องทาง คือ Facebook Fanpage สำนักงานประกันสังคม เว็บไซต์สำนักงานประกันสังคม (WWW.SSO.GO.TH) และ Application SSO Connect Mobile แต่ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมที่สามารถเข้าถึงผู้ประกันตนหรือผู้ใช้บริการได้ดีที่สุดในมุมมองของผู้บริหารคือ Facebook Fanpage สำนักงานประกันสังคม เนื่องจากสามารถสร้างการรับรู้และเข้าถึงผู้ใช้บริการได้อย่างสะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากที่สุด การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานประกันสังคมจะเน้นเรื่องการสร้าง การรับรู้ โดยมีเรื่องที่สำคัญทั้งหมด 4 เรื่องหลัก คือ การจัดเก็บเงินสมทบ การจ่ายสิทธิประโยชน์ทดแทน 7 กรณี หน้าที่นายจ้าง และหน้าที่และสิทธิประโยชน์ที่ลูกจ้างจะได้รับ โดยมีเนื้อหา การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่จะนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ ดังนี้ คือ เนื้อหาเกี่ยวกับการให้ความรู้และสิทธิประโยชน์ผู้ประกันตนมาตรา 39 , เนื้อหาเกี่ยวกับการให้ความรู้และสิทธิประโยชน์ผู้ประกันตนมาตรา 40 , เนื้อหาเกี่ยวกับการให้ความรู้เรื่องการส่งเสริมสุขภาพตามนโยบาย ของกระทรวงแรงงาน , เนื้อหาเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์กรณีการว่างงานและเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ของการบริการสายด่วน 1506 โดยศูนย์สารสนเทศซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานประกันสังคมได้มีการจัดตั้งคณะอนุกรรมการ การประชาสัมพันธ์ขึ้น เพื่อร่วมกันคิด ออกแบบเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ที่สร้างสรรค์ จัดจาง่าย ใช้ภาษาที่โดนใจ เพื่อให้

¹ นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

² อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เหมาะสมกับผู้ให้บริการในแต่ละกลุ่ม และทำให้ผู้ให้บริการมีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมได้อย่างถูกต้อง เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ให้บริการ

ในส่วนของผลการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกันตนจำนวน 400 คน สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมโดยรวมในระดับสูง โดยเมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารของสำนักงานประกันสังคมผ่านสื่อดิจิทัลแล้วสามารถจดจำข้อมูลเฉพาะที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี โดยมี ความคิดเห็นว่าการใช้วิดีโอเพื่ออธิบายข้อมูลทำให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดเห็นภาพชัดเจน ช่วยให้เข้าใจได้ง่าย และรวดเร็วมากขึ้น โดยเมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารของสำนักงานประกันสังคมในสื่อดิจิทัลแล้วทำให้ทราบถึงสิทธิประโยชน์ที่ควรได้รับอย่างครบถ้วน และสามารถวิเคราะห์ได้ว่า เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยกับข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ และสามารถสรุปเนื้อหาเป็นความเข้าใจของตนเองได้อย่างสั้น ๆ กระชับ และจดจำได้ รวมถึงสามารถประเมินได้ว่าเนื้อหาที่ถ่ายทอดออกมานั้น มีความเหมาะสมและนำเสนออย่างถูกต้องในด้านของเนื้อหาข้อมูลข่าวสารมากน้อยเพียงใด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. ผู้ประกันตนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมไม่แตกต่างกัน
2. ประเภทของผู้ประกันตนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. ผู้ประกันตนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและประเภทผู้ประกันตนแตกต่างกันมีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมไม่แตกต่างกัน
4. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของผู้ประกันตน มีความสัมพันธ์กับความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมของผู้ประกันตนชาวไทย โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นเชิงบวก

Abstract

The objective of this research is to study the Thai insured persons' behavior of information exposure, knowledge, understanding of information via digital media of the Social Security Office (SSO), and to study the digital communication strategy and problem currently found in use of SSO digital media. The study on both female and male Thai insured persons for 400 persons was conducted. The data was collected using questionnaire and in-depth interview with five SSO executives that have had corporate communication knowledge.

The finding of the studying result indicated that SSO has currently publicized information via digital media through three main channels consisting of SSO Facebook

Fanpage, SSO website (WWW.SSO.GO.TH), and Application SSO Connect Mobile. However, SSO digital media communication which has been the best accessibility to the insured persons or the service users in the viewpoint of the executives has been SSO Facebook Fanpage due to its ability to most conveniently, rapidly and efficiently create perception and access to the service users. SSO public relations have emphasized on creation of perception. Four main important matters have consisted of contribution collection, payment of benefits for 7 cases, employer duty, and duty and privilege which will be acquired by the employee. The contents of the information public relations which will be proposed via media have included the content relating to knowledge provision and privilege of the insured person under Section 39, the content relating to knowledge provision and privilege of the insured person under Section 40, the content relating to knowledge provision on the matter of health promotion under the policy of the Ministry of Labour, the content relating to privilege in case of unemployment, and the content relating to creation of perception of Hotline Service 1506. The Information Center which is the key work unit in public relations of SSO information has established the Sub-Committee of Public Relations for mutual thinking, and designing the content of public relations which has been creative, easily memorized, and has used language that hit home to be suitable for each group of the service users, resulting in proper knowledge and understanding of information via SSO digital media for maximum interest of the service users.

In part of the studying result by collection of data from the samples that are 400 insured persons, it could be concluded that the samples had high level of the overall knowledge and understanding of SSO information via digital media. After exposure of SSO information via digital media, the related specific information could be well memorized. They commented that the use of video for information explanation could acquire the detailed and clearly illustrative information, and contribute to more easy and rapid understanding. After exposure of SSO information in digital media, the samples were informed of privileges which should be completely acquired. The agreement or disagreement with such information could be analyzed. The contents could be summarized into self-understanding in short and conciseness, and could be memorized. In addition, the transmitted contents could be assessed how more or less they were suitable and properly proposed in term of the information content. The finding of the hypothesis testing result included the following.

1. The insured persons with different gender, age, educational level, and monthly income had indifferent behavior of information exposure via SSO digital media.
2. Different type of the insured persons had different behavior of the information exposure via SSO digital media at statistical significance of 0.05.
3. The insured persons with different gender, age, educational level, monthly income, and type of the insured person, had indifferent knowledge and understanding on the information via SSO digital media.
4. The insured person's behavior of the information exposure via digital media of the insured was positively related to knowledge and understanding of the information via SSO digital media.

บทนำ

ปัจจุบันสื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสื่อสาร ทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล กับบุคคล และการสื่อสารระหว่างองค์กรกับบุคคล ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลเป็นการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ดังนั้นจึงไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่า กลยุทธ์และรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลที่ดี และเหมาะสมกับผู้รับสารถือเป็นกลไกแห่งความสำเร็จที่สำคัญประการหนึ่งขององค์กรทุกองค์กร ทั้งภาครัฐและเอกชน จากความง่าย และสะดวกรวดเร็วในการใช้สื่อออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารนั้น ทำให้หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการต่างหันมาให้ความสำคัญ และมีการดำเนินนโยบายในการใช้สื่อดิจิทัลมาเป็นตัวกลางในการสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายกันอย่างแพร่หลายเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค โดยจากความสำคัญของสื่อดิจิทัลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนทุกเพศทุกวัยนี้เองทำให้ผู้บริหารและผู้ประกอบการหน่วยงานต่างๆ ได้เปลี่ยนมุมมองในการบริหารการสื่อสารโดยหันมาให้ความสำคัญต่อการใช้สื่อดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งสำนักงานประกันสังคมถือเป็นหน่วยงานภาครัฐหน่วยงานหนึ่งที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการใช้สื่อดิจิทัลในการติดต่อสื่อสารถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มผู้ใช้บริการ

แต่อย่างไรก็ดี จากการศึกษาแผนยุทธศาสตร์สำนักงานประกันสังคม ระยะ 5 ปี (2558 – 2562) ได้สรุปได้ว่า ปัจจุบันการใช้สื่อดิจิทัลในการติดต่อถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของสำนักงานประกันสังคมยังไม่ประสบผลสำเร็จในการสื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เนื่องจากปัญหาที่เกี่ยวกับเนื้อหาด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กรขาดการสร้างความแตกต่างที่จดจำได้จากคุณค่าขององค์กรที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ และไม่มีการแยกหมวดหมู่ของเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับผู้ให้บริการแต่ละกลุ่ม ทำให้ในปัจจุบันการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของสำนักงานประกันสังคมยังเป็นข้อมูลข่าวสารที่เข้าใจยาก และเนื้อหาข่าวสารไม่สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงปัญหาเรื่องช่องทางการสื่อสาร

ประชาสัมพันธที่ยังไม่สามารถครอบคลุมผู้รับสารได้ทุกระดับขาดความถี่ในการสื่อสารและความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง ทำให้ผู้ประกันตนหลายๆ คนสูญเสียโอกาสในการได้รับสิทธิประโยชน์ที่ตนเองพึงจะได้รับจากการประกันตน (ยุทธศาสตร์สำนักงานประกันสังคม, 2557)

จากปัญหาการใช้สื่อดิจิทัลในการติดต่อสื่อสารกับผู้ประกันตนของสำนักงานประกันสังคมดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของผู้ประกันตน รวมถึงความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของผู้ประกันตน ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ประกอบด้วยงานวิจัยเชิงปริมาณและงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาในกลุ่มประชาชนที่เป็นผู้ประกันตนชาวไทย เนื่องจากกลุ่มผู้ประกันตนเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีจำนวนมากที่สุดและเป็นกลุ่มที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสาร และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ตนเองจะได้รับจากการประกันตนมากที่สุด เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของผู้ประกันตน และความรู้ ความเข้าใจของผู้ประกันตนที่มีต่อเนื้อหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับสำนักงานประกันสังคม นอกจากนี้ยังทำการวิจัยเชิงคุณภาพกับผู้บริหารของสำนักงานประกันสังคมที่รับผิดชอบเรื่องการสื่อสารองค์กรผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม และปัญหาที่พบในการใช้สื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมในปัจจุบัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยทั้ง 2 ส่วนมาทำการวิเคราะห์ และสรุปผลออกมาเป็นแนวทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ในการศึกษา เรื่องแนวทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม ของผู้ประกันตนชาวไทย
2. เพื่อศึกษาถึงความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมของผู้ประกันตนชาวไทย
3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม กับความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารของสำนักงานประกันสังคมผ่านสื่อดิจิทัลของผู้ประกันตนชาวไทย
4. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารดิจิทัลและปัญหาที่พบในการใช้สื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมในปัจจุบัน รวมทั้งศึกษาแนวทางการสื่อสารดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัล เพื่อ

สร้างความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม ให้ผู้ประกันตนชาวไทยมีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารของสำนักงานประกันสังคม เพิ่มมากขึ้น

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) ได้กล่าวถึงแนวความคิดเกี่ยวกับประชากรไว้ว่าเป็นแนวคิดที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์จะเกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอก มากระตุ้น โดยมีความเชื่อว่าหากคนเรามีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกันก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไปด้วย เช่น พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่างๆ ของบุคคล หรือลักษณะทางประชากร โดยเชื่อว่าบุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกันหรือในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกัน และบุคคลกลุ่มเดียวกันจะเลือกรับและตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในลักษณะเดียวกัน

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

คิวิช จันทนาสุภภรณ์ (2554 : หน้า 9) อ้างถึง Klapper J.T. (1960 : หน้า 19-25) กล่าวว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบไปด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคล จะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง 2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance) 3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ และ 4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ

บลูม และคณะ (Bloom, others, 1956) กล่าวว่า ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการขยายความรู้ ความจำให้ไกลออกไปจากเดิมอย่างสมเหตุสมผล แยกเป็น 3 ชั้นที่สำคัญ คือ การแปลความหมายของคำ ข้อความ สัญลักษณ์ในแง่มุมมองใหม่ตามเนื้อเรื่องและหลักวิชาการนั้น ๆ การตีความโดยเอาความหมายจากการแปลทั้งหมดมารวมกันแล้วสรุปหรือขยายความนั้นตามแนวใหม่ และทัศนะใหม่ มุมมองใหม่ เพื่อให้กว้างไกลออกไปจากข้อเท็จจริง โดยจะต้องให้ข้อมูลหรือมีแนวโน้มอย่างเพียงพอ และบลูมยังได้กล่าวถึงความรู้ในพฤติกรรมการเรียนรู้กลุ่มพุทธิพิสัย (Cognitive Domain) ไว้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความสามารถและทักษะทางด้านสมองในการคิดเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งสามารถแยกย่อยได้เป็น 6 ชั้น ดังนี้ 1. ความรู้ (Knowledge) เป็นความสามารถในการจำหรือระลึกได้ ซึ่งรวมประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เคยได้รับรู้มา 2. ความเข้าใจ (Comprehension) เป็นความสามารถในการแปลความหมาย ตีความหมายเพื่อขยายในเรื่องราวและเหตุการณ์ต่าง ๆ 3. การนำไปใช้ (Application) เป็นความสามารถในการนำสาระสำคัญต่าง ๆ ไปใช้ในสถานการณ์จริงหรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งเป็นการใช้ความเป็นนามธรรมในสถานการณ์รูปธรรม ซึ่งความเป็นนามธรรมอาจจะอยู่ในรูปแบบความคิดทั่วไป กฎเกณฑ์ เทคนิค และทฤษฎี ฯลฯ 4. การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นความสามารถในการแยกการสื่อความหมายไปสู่หน่วยย่อยเป็นองค์ประกอบสำคัญหรือส่วนเพื่อให้ได้ลำดับชั้นความคิดความสัมพันธ์ การวิเคราะห์เช่นนี้ก็เพื่อ มุ่งจะให้การสื่อสารความหมายมีความชัดเจนยิ่งขึ้น 5. การสังเคราะห์ (Synthesis) เป็นความสามารถในการนำหน่วยต่าง ๆ หรือส่วนต่าง ๆ รวมเข้าเป็นเรื่องเดียวกันจัดเรียง และรวบรวมเพื่อสร้างแบบแผนหรือโครงสร้าง 6. การประเมินค่า (Evaluation) เป็นความสามารถในการตัดสินคุณค่าของเนื้อหาวัสดุ อุปกรณ์ และวิธีการทั้งในเชิงปริมาณ และคุณภาพที่สอดคล้องกับสถานการณ์ซึ่งอาจกำหนดกฎเกณฑ์ขึ้นเองหรือผู้อื่นกำหนด

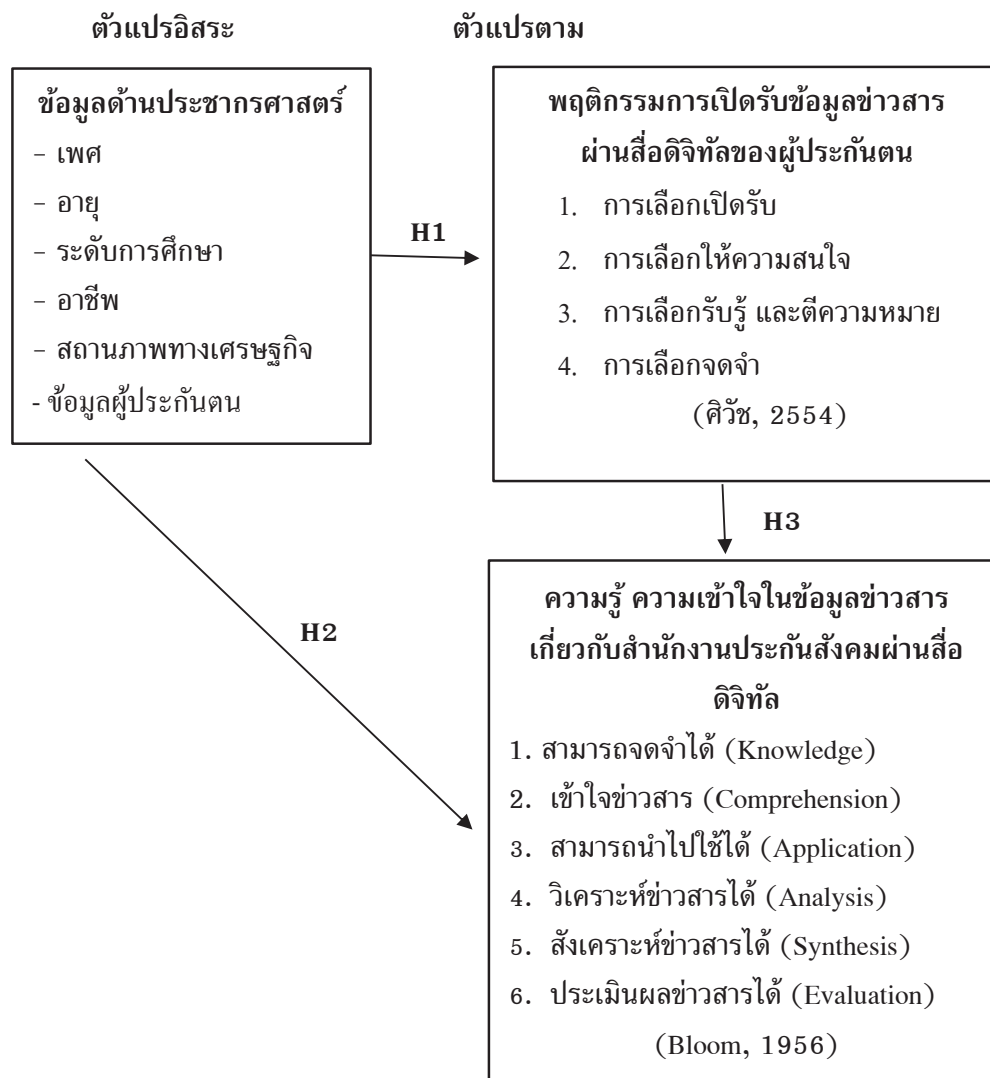
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล

สื่อดิจิทัล หมายถึงสื่อที่มีการนำเอาข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง และ วิดีโอ เป็นต้น โดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยให้ข้อมูลที่เป็นสื่อต่าง ๆ เหล่านั้นมาแปลงสภาพและเชื่อมโยงเข้าด้วยกันเพื่อประโยชน์ในการใช้งาน ภัทรวัตติ เจริญมณี (2558 : หน้า 9-10 อ้างถึง ชลธรา วิริยะพุทธิวง และคนอื่น ๆ ,2554) โดยธิดาพร ชนะชัย (2550 : หน้า 1-3) ได้สรุปความหมายของสื่อใหม่เป็น 3 ประเด็น ดังนี้ 1. ความเป็นสื่อดิจิทัล (Digital Media) เป็นการสื่อสารแบบไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติก มีการเชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม 2. เป็นสื่อที่เป็นสื่อใหม่นอกจากสื่อพื้นฐานเดิม หรือ สื่อแบบดั้งเดิม ที่มีอยู่ และ 3. เป็นสื่อที่สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อสนับสนุนงานที่เน้น Creativity Innovation)

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาเรื่อง แนวทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา สามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิด ในการศึกษาวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณประชากรที่ใช้ในการศึกษา ครั้งนี้ คือ ผู้ประกันตนชาวไทยทั้งเพศหญิงและเพศชายที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 12 เขต

รวมทั้งสิ้น 4,679,392 คน (ข้อมูลจากกระทรวงการพัฒนาสังคม) และความมั่นคงของมนุษย์ ณ วันที่ 30 กันยายน 2561) ใช้การคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณในการหาขนาดตัวอย่างของ Yamane (1970: 580-581) พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ 399 ตัวอย่าง และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมกับจำนวนประชากรมากขึ้น ผู้วิจัยจึง กำหนดให้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยกลุ่ม ตัวอย่างดังกล่าวจะต้องเป็นผู้ที่เคยเข้ามาใช้งานผ่านช่องทางสื่อดิจิทัล ของสำนักงานประกันสังคม ไม่ต่ำกว่า 1 ครั้ง ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งแบ่ง ออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกันตน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงาน ประกันสังคม ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัล ของสำนักงานประกันสังคม ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ประกันตนเกี่ยวกับการใช้งานผ่านสื่อ ดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม (Webpage สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน , Facebook Fanpage สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน , Application SSO Connect Mobile) และการสื่อสารดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลครบถ้วน ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง ของแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาลงรหัส (Coding) ตามวิธีการวิจัยทางสถิติ และ ดำเนินการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) และสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistical Analysis) ประกอบด้วย Chi-square / T-test One-way analysis of variance ANOVA และ Pearson's Correlation Coefficient

ในส่วนของการศึกษาวิจัยคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งได้กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริหารของสำนักงานประกันสังคมที่รับผิดชอบเรื่อง การสื่อสารองค์กรผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม จำนวน 5 ท่าน โดยผู้วิจัยทำการ คัดเลือกจากผู้บริหารที่รับผิดชอบ เรื่องการสื่อสารองค์กรผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงาน ประกันสังคมที่มีความยินดีที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบ กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่มีการวางแผน การสัมภาษณ์ไว้ก่อนล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอนแบบเข้มงวดพอประมาณ และข้อคำถามในการสัมภาษณ์ มีโครงสร้างแบบหลวม (Loosely Structure) หมายถึง ข้อคำถามสามารถปรับเปลี่ยนได้ตาม ความเหมาะสมของสถานการณ์ในขณะนั้น ๆ

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง แนวทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยและมีการอภิปรายผล ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยเมื่อต้องการทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ของสำนักงานประกันสังคม รองลงมา คือ เมื่อต้องการทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก Application SSO Connect Mobile ของสำนักงานประกันสังคม ทั้งนี้ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคมไม่ใช่ข้อมูลข่าวสารที่มีความจำเป็นกับชีวิตประจำวันของผู้ประกันตน ดังนั้น ผู้ประกันตนจึงมีพฤติกรรมในการเข้ามาเปิดรับข้อมูลข่าวสารเฉพาะในเวลาที่ต้องการทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม หรือในกรณีเกิดความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องการรับสิทธิประโยชน์เท่านั้น เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุฉุกเฉิน หรือกรณีเกิดการเจ็บป่วยแบบกะทันหัน เป็นต้น โดยกลุ่มตัวอย่างจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ของสำนักงานประกันสังคม ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ประกันตน ที่พบว่า ส่วนใหญ่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยมักจะเข้ามาดูข้อมูลข่าวสารของสำนักงานประกันสังคมผ่านสื่อดิจิทัลเฉพาะเวลาที่สงสัยหรือต้องการได้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับประกันสังคมในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น และสอดคล้องกับแนวคิดของคิวิซ จันทนาสุภาภรณ์ (2554) ที่กล่าวว่า คนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้อง กับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป ยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย โดยบุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทศนคติของตนเองและมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่เราเลือกจดจำไว้นั้นมักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป

2. กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยหลังจากเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมแล้ว เมื่อพบว่า ข่าวสารหรือข้อมูลใดที่ไม่เห็นด้วยจะเลิกให้ความสนใจในข่าวสารนั้นทันที ทั้งนี้ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้รับข่าวสารทั่วไป คือ จะเลือกเปิดรับข่าวสารที่ตรงกับความสนใจ ทศนคติ หรือความรู้เดิมของตน หากข่าวสารใดไม่ตรงกับทศนคติ หรือตนเองไม่เห็นด้วยก็มักจะจะไม่เปิดรับต่อ เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่สบายใจจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมที่พบว่า ผู้ประกันตนจะเลือกจดจำเนื้อหาข่าวสารที่สอดคล้องกับความสนใจเท่านั้น และสอดคล้องกับแนวคิดของคิวิซ จันทนาสุภาภรณ์ (2554) ที่กล่าวว่า ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็นความสนใจของตนเพื่อสนับสนุนทศนคติที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance) และสอดคล้องกับแนวคิดของ Todd Hunt and Brent d. Ruben (1993) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสาร คือ ทศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) โดยทศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกรู้สึกว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. ผู้ประกันตนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารประกันสังคมจะมีประโยชน์ หรือมีความสำคัญต่อผู้ประกันตนในกรณี ที่ผู้ประกันตน มีข้อสงสัยเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตนเองเท่านั้น ดังจะเห็นได้จาก การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคมในครั้งนี้ที่พบว่า ส่วนใหญ่ จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยมักจะเข้ามาดูข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม เฉพาะเวลาที่สงสัยหรือต้องการได้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับประกันสังคมในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงพบว่า ผู้ประกันตนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาที่ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดจากบทความ เรื่อง 5 กลยุทธ์การทำ Digital Marketing สำหรับธุรกิจ B2C (STEPS Academy , 2017) ได้สรุปกลยุทธ์การทำ Digital Marketing ไว้ว่า ผู้สื่อสารจะต้องเข้าใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี โดยก่อนที่จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มว่าที่ลูกค้า ของเรา โดยในขั้นแรกคุณจะต้องทำ Buyer Persona เพื่อให้ทีมงานทราบว่าใคร คือ กลุ่มเป้าหมายที่

แท้จริง โดยเริ่มจาก เริ่มต้นในการตั้งคำถามว่าพวกเขาเหล่านั้นมีพฤติกรรมอย่างไรเกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่ท่านทำอยู่ เช่น อะไรคือสิ่งที่พวกเขาสนใจ อะไรคือสิ่งที่พวกเขากำลังค้นหา ปัญหาของพวกเขาคืออะไร มีอะไรที่จะสามารถช่วยแก้ไขปัญหาของคนเหล่านั้นได้บ้าง ปกติแล้วพวกเขาเหล่านั้นค้นหาข้อมูลจากแหล่งใด อะไรบ้างที่มีคุณค่าต่อกลุ่มคนเหล่านี้ สินค้าหรือบริการที่พวกเขาใช้ในปัจจุบันมีอะไรบ้าง

4. ประเภทของผู้ประกันตนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมแตกต่างกัน โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกันตนมาตรา 33 จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมมากที่สุด รองลงมาคือผู้ประกันตนมาตรา 40 และน้อยที่สุด คือ ผู้ประกันตนมาตรา 39 ทั้งนี้ เนื่องจากจำนวนผู้ประกันตนมาตรา 33 ที่เป็นผู้ประกันตนใหม่เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลจาก Facebook Fanpage สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงานพบว่าในเดือนสิงหาคม 2562 มีจำนวนผู้ประกันตนมาตรา 33 จำนวน 11,679,220 คน จากจำนวน 11,629,684 คนในเดือนกรกฎาคม 2562 เพิ่มขึ้นถึง 49,536 คน ดังนั้นผู้ประกันตนมาตรา 33 ซึ่งเป็นลูกจ้างที่ทำงานอยู่ในสถานประกอบการและบริษัทเอกชน จึงมีความสนใจในข้อมูลข่าวสารและสิทธิประโยชน์ต่างๆ เกี่ยวกับประกันสังคม เนื่องจากเป็นสิทธิที่ตนพึงจะได้รับจากการประกันตน จึงมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมมากที่สุด สำหรับผู้ประกันตนมาตรา 40 ซึ่งเป็นผู้ประกันตนที่ประกอบอาชีพอิสระหรือแรงงานนอกระบบ เนื่องจากในปี.ศ.2561 ที่ผ่านมาทางสำนักงานประกันสังคมได้มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับการสมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 รวมถึงมีการเพิ่มสิทธิประโยชน์ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง จึงมีผู้สนใจสมัครเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 40 เพิ่มขึ้นทำให้มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลมากขึ้นตามไปด้วย และในส่วนของผู้ประกันตนมาตรา 39 ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลน้อยที่สุด เนื่องจากผู้ประกันตนมาตรา 39 หรือผู้ประกันตนภาคสมัครใจ เป็นผู้ที่เคยประกันตนตามมาตรา 33 หรือเคยเป็นผู้ประกันตนภาคบังคับมาแล้วแต่ได้ลาออกจากสถานประกอบการ จึงมีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารและสิทธิประโยชน์ต่างๆ บ้างแล้ว จึงมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมน้อยที่สุด นอกจากนี้ ผู้ประกันตนในแต่ละประเภทยังมีเงื่อนไขความเป็นผู้ประกันตนและสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับแตกต่างกันจึงทำให้มีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับ Wilbur Lang Schramm (1973) ที่กล่าวว่า การที่ผู้รับสารมีความแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจที่จะเลือกเปิดรับสื่อแตกต่างกัน โดยผู้รับสารจะประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนั้น เมื่อผู้รับสารมีความแตกต่างกันในด้านของความต้องการข่าวสาร หรือเนื้อหาข่าวสารจะส่งผลทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุกฤต กมลวัฒนา (2552) ที่ทำการศึกษ เรื่องการเปิดรับข่าวสารพฤติกรรม

การใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม: กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม ที่มีประเภทผู้ประกันตนที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานประกันสังคมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผู้ประกันตนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและประเภทผู้ประกันตนที่แตกต่างกัน มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เนื่องจากจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของสำนักงานประกันสังคม จะเห็นได้ว่า ปัจจุบันในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมนั้นไม่ได้มีการแบ่งรายละเอียดของเนื้อหาข่าวสารออกเป็นประเภทต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับผู้ประกันตนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและประเภทผู้ประกันตนที่แตกต่างกัน แต่จะเป็นการสื่อสารข้อมูลข่าวสารในภาพรวมด้านต่าง ๆ กล่าวคือ เนื้อหาการประชาสัมพันธ์จะต้องมาจากนโยบายของรัฐบาล และกระทรวงแรงงานเป็นหลักเพื่อเชื่อมโยงบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเข้าที่ประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม เพื่อวางแผนที่จะดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ให้ไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร ดังนั้น เนื้อหาข่าวสารที่ทำการสื่อสารให้กับผู้ประกันตนแต่ละกลุ่มจึงไม่ได้มีความแตกต่างกัน ส่งผลทำให้ผู้ประกันตนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและประเภทผู้ประกันตน ที่แตกต่างกัน มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า คณะผู้บริหารมีความคิดเห็นที่ตรงกันว่า ควรมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีความหลากหลาย ทั้งถึง ครอบคลุม เนื่องจากผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตนในปัจจุบัน มีความหลากหลาย ทั้งเพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ และควรเป็นการสื่อสารแบบสองทาง เพื่อที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ เกิดความใกล้ชิดระหว่างสำนักงานประกันสังคมกับผู้ประกันตนได้มากยิ่งขึ้น และควรดำเนินการให้มีการสำรวจความต้องการ ความพึงพอใจ และสำรวจพฤติกรรมของผู้ประกันตนและประชาชนทั่วไปว่ามีการใช้งานผ่านช่องทางสื่อดิจิทัลรูปแบบไหน เพื่อที่จะกำหนดเนื้อหาในรูปแบบการนำเสนอสื่อและช่องทางการใช้สื่อให้ตรงตามความต้องการ และความสนใจของผู้ประกันตนได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุกฤต กมลวัฒนา (2552) ที่ทำการศึกษา เรื่อง การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม: กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคมที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความรู้ และความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารและในการใช้บริการสำนักงานประกันสังคมแตกต่างกัน

6. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของผู้ประกันตน มีความสัมพันธ์กับความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมของผู้ประกันตนชาวไทยโดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นเชิงบวก กล่าวคือ เมื่อผู้ประกันตน มีพฤติกรรมการเปิดรับ

ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมมากขึ้น ก็จะมีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมมากขึ้นตามไปด้วย โดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับสูง โดยผลการศึกษาสอดคล้องกับบลูม และคณะ (Bloom, others, 1971) กล่าวว่า ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการขยายความรู้ ความจำให้ไกลออกไปจากเดิมอย่างสมเหตุสมผล แยกเป็น 3 ชั้นที่สำคัญ คือการแปลความหมายของคำ ข้อความ สัญลักษณ์ในแง่มุมใหม่ตามเนื้อเรื่องและหลักวิชาการนั้น ๆ การตีความโดยเอาความหมายจากการแปลทั้งหมดมารวมกันแล้วสรุปหรือขยายความนั้นตามแนวใหม่ และทัศนะใหม่ มุมมองใหม่ เพื่อให้กว้างไกลออกไปจากข้อเท็จจริง โดยจะต้องให้ข้อมูลหรือมีแนวโน้มอย่างเพียงพอ ดังนั้น หากผู้รับสารมีพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ ย่อมทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล ข่าวสารเรื่องนั้น ๆ เพิ่มมากขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 ช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม

- เห็นควรมีช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน ของ ผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคมักมีการใช้งานสื่อดิจิทัลที่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารสำนักงานประกันสังคมมีความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ Facebook Fanpage สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ของสำนักงานประกันสังคมมากที่สุด ดังนั้น เพื่อเป็นการเข้าถึงความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง กองวิจัยและพัฒนา ของสำนักงานประกันสังคมควรออกแบบสอบถามเพื่อทำการสำรวจความต้องการ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการว่ามีการใช้งานผ่านช่องทางใดมากที่สุด เพื่อที่จะสามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- เห็นควรปรับปรุงช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้เป็นการสื่อสารแบบเรียลไทม์ และการสื่อสารแบบสองทาง (Two – Way Communication) ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมได้ในทันที ตลอด 24 ชั่วโมง ในกรณีที่ผู้ใช้บริการต้องการสอบถามข้อมูลหรือมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการเบิกสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เกี่ยวกับประกันสังคม และควรมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารของสำนักงานประกันสังคมให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ

- เห็นควรปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ของสำนักงานประกันสังคม ให้สามารถรองรับการใช้งานของผู้ใช้บริการในทุกช่องทางการประชาสัมพันธ์ เช่น เว็บไซต์สำนักงานประกันสังคม แอปพลิเคชัน SSO Connect Mobile และ Facebook Fanpage ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงได้ง่ายและตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานของสำนักงานประกันสังคมมีประสิทธิภาพเป็นองค์กรที่มีการบริการที่ล้ำสมัย

1.2 เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม

- เห็นควรให้ศูนย์สารสนเทศออกแบบเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มีเนื้อหาโดนใจ จดจำง่าย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการ ความสนใจ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่มมากที่สุด โดยทำการแยกประเภทของเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้เหมาะสมกับผู้ให้บริการในแต่ละกลุ่ม ซึ่งจากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ประเภทผู้ประกันตนที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมแตกต่างกันจึงเห็นควรให้มีการออกแบบเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่เหมาะสมและตรงความต้องการของผู้ประกันตนแต่ละประเภทได้อย่างแท้จริง เพื่อให้ผู้บริภคามีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารของสำนักงานประกันสังคมได้อย่างถูกต้อง

1.3 การบริหารจัดการภายในองค์กรด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม

- เห็นควรจัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้งานด้านสื่อดิจิทัลให้กับเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการของศูนย์สารสนเทศและเจ้าหน้าที่ของสำนักบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญในการใช้งานด้านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมให้มีประสิทธิภาพทันต่อยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

- เห็นควรมีการประเมินผลและการติดตามผลการใช้งานผ่านสื่อดิจิทัลของผู้ใช้บริการในทุก 3 เดือนอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลมาปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอสื่อและช่องทางการใช้งานสื่อดิจิทัลให้ทันสมัยตรงตามความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริภค ในแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม เพื่อสนับสนุนให้ผู้บริหารและผู้บริหารระดับสูงสามารถตัดสินใจในการบริหารจัดการองค์กรและดำเนินงานต่าง ๆ ที่สำคัญได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพและทันต่อเหตุการณ์ โดยผ่านการใช้ข้อมูลและข้อเท็จจริง (Fact & Data) ที่มีความถูกต้อง แม่นยำ ทันเวลา

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่มีประโยชน์ต่อการปรับปรุงการดำเนินงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมมากขึ้น เช่น สำรวจความพึงพอใจและปัญหาที่พบเกี่ยวกับการใช้งานผ่านสื่อดิจิทัลในมุมมองของ

ผู้ประกันตน และปัญหาที่พบในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการด้านการสื่อสารองค์กรของสำนักงานประกันสังคม

2.2 เนื่องจากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ประเภทผู้ประกันตนมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมอย่างมีนัยสำคัญ จึงควรทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ประกันตนแต่ละประเภทว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลผ่านช่องทางใด และต้องการรูปแบบเนื้อหาข่าวสารอย่างไร เพื่อให้ได้ข้อมูลมาปรับปรุงการดำเนินงานด้าน การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมให้มีประสิทธิภาพต่อไป

2.3 ควรทำการศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้ได้แนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ธิดาพร ชนะชัย. (2550). *New media challenges: marketing communication through new media*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2561 เข้าถึงได้จาก http://commarts.hcu.ac.th/images/academic_article/nok/new_media_newchallenges.pdf.
- ยุทธศาสตร์สำนักงานประกันสังคม ระยะ 5 ปี (2558 – 2562). *กลุ่มปัญหาเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม*. กรุงเทพฯ : กองนโยบายและแผนงาน สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน
- ศิวิชัย จันทนาสุภาภรณ์. (2554). *ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. วิชาเอกสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุกฤต กมลวัฒน์. (2552). *การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม: กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- STEPS Academy. (2560). *5 กลยุทธ์การทำ Digital Marketing สำหรับธุรกิจ B2C*. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2561 เข้าถึงได้จาก <https://stepstraining.co/strategy/5-strategy-digital-marketing-for-b2c>.

ภาษาต่างประเทศ

- Todd Hunt and Brent d. Ruben. (1993). *Mass communication: Producers and consumers*. New York: HarperCollins.
- Bloom, B.S. (1971). *Taxonomy of Educational Objectives, Handbook I: Cognitive Domain*. New York: David McKay Co., Inc.
- Schramm, Wilbur. (1973). *Channels. And audiences. In Handbook of Communication*. Chicago: Rand Mean lly College Publishing.