



Behavior, Knowledge and Digital Media Usage of The Royal Household's Civil Servants

Torchoke Buranapakdee^{1*}, Kamolrat Intaratat², & Hassaporn Thongdeang³

1 Faculty of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

2 Faculty of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

3 Faculty of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

** Corresponding author. torchoke@hotmail.com*

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the digital media use behavior of civil servants employed by the Royal Household; 2) their level of knowledge and digital media use skills; and 3) correlations between the Royal Household civil servants' digital media usage behavior and their digital media knowledge and skills. This study employed a quantitative research approach using the survey method. The sample population consisted of 382 civil servants employed by the Office of the Royal Household, selected through a multi-stage sampling process. The research instrument was a questionnaire. Data were statistically analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pearson's correlation coefficient. The results showed that 1) The samples surveyed used websites the most, followed by social media and news applications, in that order. They reported using digital media every day, most often in the morning before reporting to work. Their primary purpose was to stay informed about news and developments at the agency, follow global news, and remain up-to-date on current affairs, in that order. 2) Civil servants employed by the Royal Household had a high level of digital media knowledge and skills. The average scores for general digital media analysis skills were the highest, followed by the ability to creatively use and apply digital media in their work duties, evaluation of digital media in government work, and using discernment in accessing digital media/being aware of the importance and benefit of digital media, in that order. 3) The civil servants' digital media behavior was not correlated to the level of their digital media knowledge and skills.

Keywords: Behavior, Knowledge, Digital Media, Royal Household Civil Servants



พฤติกรรม ความรู้ และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง

ต่อโชค บุรณะภักดี^{1*}, กมลรัฐ อินทรทัศน์² และหัสพร ทองแดง³

1 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ประเทศไทย

2 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ประเทศไทย

3 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: torchoke@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง 2) ระดับความรู้ และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลกับระดับความรู้และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการสำนักพระราชวัง จำนวน 382 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัยพบ 1) พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวังใช้ผ่านช่องทางเว็บไซต์เป็นหลัก รองลงมาคือ สื่อสังคม และแอปพลิเคชันข่าว ตามลำดับ โดยมีความถี่ในการใช้สื่อดิจิทัลทุกวัน ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ในช่วงเช้านก่อนเริ่มงาน วัตถุประสงค์หลักเพื่อรับข่าวสารความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน ติดตามสถานการณ์ของโลก และรับรู้ข้อมูลข่าวสารเหตุการณ์ปัจจุบัน ตามลำดับ 2) ความรู้และทักษะในการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวังอยู่ในระดับมาก ในด้านการวิเคราะห์เกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลทั่วไป รองลงมาคือ ด้านความสามารถในการปรับประยุกต์ และสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน ด้านการประเมินการใช้สื่อดิจิทัลในงานราชการ และด้านการเข้าถึงสื่อดิจิทัลอย่างตระหนักรู้ โดยเฉพาะความตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญและประโยชน์ของสื่อดิจิทัล ตามลำดับ และ 3) พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และทักษะในการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง

คำสำคัญ: พฤติกรรม, ความรู้, สื่อดิจิทัล, ข้าราชการสำนักพระราชวัง

บทนำ

ในปัจจุบัน สังคมโลกกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี การเข้าสู่ยุคดิจิทัลที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูง ส่งผลให้เกิดการเชื่อมโยงของข้อมูลที่สะดวกและรวดเร็วขึ้น ธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงนี้ เนื่องจากการแข่งขันในตลาดมีลักษณะไร้พรมแดนมากขึ้น องค์กรธุรกิจจึงต้องเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญในการบริหารและดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็น การปรับโครงสร้างองค์กร ระบบการบริหารงาน การกำกับดูแล และการตรวจสอบให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายและกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม องค์กรจำนวนมากยังคงประสบปัญหาภายใน ซึ่งส่งผลให้ไม่สามารถมองเห็นภาพรวมขององค์กรได้อย่างชัดเจน และอาจลดทอนความสามารถในการตัดสินใจที่รวดเร็วและแม่นยำ เพื่อให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรจำเป็นต้องมีความสามารถในการปรับตัว การปรับตัวที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงแต่ช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป



แต่ยังช่วยเพิ่มโอกาสในการบรรลุวัตถุประสงค์และสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืน (จิรัชญา สุขเย็น และพรณทิพย์ อย่างกลั่น, 2566) การปฏิรูปด้านดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการธุรกิจและส่งผลกระทบต่อมูลค่าของสินค้า บริการ และโครงสร้างเศรษฐกิจ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยพัฒนาองค์กรและบุคลากรให้มีทักษะ สอดคล้องกับยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการทำงานในอนาคต (วิจิตา จันทรวารีเลขา, 2563) นอกจากนี้ การรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy) ยังเป็นทักษะจำเป็นที่ช่วยให้บุคคลใช้เทคโนโลยีอย่าง มีประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าในงาน ส่งผลให้สามารถพัฒนาตนเองและปรับตัวเข้ากับสังคมดิจิทัลได้อย่าง แท้จริง (นวพัฒน์ เก็มกาแมน, 2563)

ในปัจจุบัน การเข้าถึงสื่อเป็นเรื่องง่ายขึ้นมากจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ที่มีความหลากหลายและเพิ่มจำนวนมากขึ้น ขณะเดียวกัน สื่อดั้งเดิม เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และ สื่อสิ่งพิมพ์ ก็ปรับตัวนำเสนอเนื้อหาผ่านช่องทางออนไลน์ด้วย (รินทร์ภัส เกตุวิระพงศ์, 2564) การสื่อสารผ่าน สื่อดิจิทัลซึ่งผสมผสานข้อความ ภาพ กราฟิก เสียง และวิดีโอได้รับความนิยมนสูง เนื่องจากผู้ใช้สื่อสังคม ออนไลน์เพิ่มมากขึ้น และผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้ตลอดเวลาผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนหรือคอมพิวเตอร์ เช่น การสนทนาในแชทหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ (สันติสิทธิ์ บริวงษ์ตระกูล, 2563) ส่งผล ให้บทบาทของผู้รับสารเปลี่ยนจากผู้ตามมาเป็นผู้แสวงหาข้อมูลและผู้เลือกมากขึ้น สื่อดิจิทัลจึงเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้การสื่อสารมีความน่าสนใจและหลากหลายมากขึ้นในยุคปัจจุบัน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการ ปฏิบัติงานรูปแบบใหม่ มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อโครงสร้างองค์กรและการพัฒนาทักษะของบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งบุคลากรถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตาม ภาครัฐยังคงเผชิญปัญหาในการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงานในยุคดิจิทัล ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพและความสามารถในการปรับตัวขององค์กร ขณะเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยียัง ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างชัดเจน การใช้สื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้นทำให้พฤติกรรมตอบสนองและการตัดสินใจ ซื้อเปลี่ยนแปลง โดยแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดียและอีคอมเมิร์ซ กลายเป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร ระหว่างผู้บริโภคและแบรนด์ ส่งผลให้กลยุทธ์การตลาดต้องปรับตัวตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ การเข้าถึงข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็วและไร้ขีดจำกัด ทำให้เกิดการปฏิวัติวิธีที่ผู้บริโภค ได้ตอบกับแบรนด์และผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนในยุคดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงนี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อกล ยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจยุคใหม่ โดยที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อได้ง่ายและ รวดเร็ว ส่งผลให้กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคมีความสมบูรณ์และอิงกับข้อมูลมากขึ้น (ตรัยรัตน์ ปลื้มปิต ัยกุล, 2566)

ท่ามกลางกระแสข้อมูลข่าวสารที่ไหลบ่าเข้ามาจากทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะสื่อสังคม ออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถสร้างและเผยแพร่เนื้อหาได้อย่างเสรี การรู้เท่าทันสื่อจึงกลายเป็นทักษะ ที่จำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงชีวิตในยุคปัจจุบัน แม้ว่าการเปิดกว้างของสื่อออนไลน์จะช่วยให้เกิดการกระจาย ข้อมูลอย่างรวดเร็วและเข้าถึงได้ง่าย แต่ขณะเดียวกันก็เป็นช่องทางให้ข้อมูลที่ขาดการกลั่นกรอง หรือแม้แต่ข่าว ปลอมแพร่กระจายได้ง่ายยิ่งขึ้น การรู้เท่าทันสื่อช่วยให้บุคคลสามารถวิเคราะห์ ตีความ และตัดสินใจเกี่ยวกับ ข้อมูลที่ได้รับจากสื่อต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น ลดความ เสี่ยงจากการตกเป็นเหยื่อของข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจ ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีนัยสำคัญ (นภัทร น้อยนารถ และคณะ, 2565) ลักษณะของสื่อออนไลน์ในปัจจุบัน เอื้อให้ข้อมูลทุกประเภทสามารถเผยแพร่ได้โดยไม่ต้องผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานกลาง ทำให้ทั้งข้อมูลที่ ถูกต้องและข้อมูลที่ผิดพลาดถูกกระจายไปยังผู้คนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ การใช้ชื่อแฝงหรือ บัญชีปลอมในแพลตฟอร์มออนไลน์ยังทำให้การติดตามแหล่งที่มาของข้อมูลเป็นไปได้ยาก ส่งผลให้การ



แพร่กระจายของข้อมูลที่ผิดพลาดหรือเป็นเท็จเกิดขึ้นได้ง่ายยิ่งขึ้น ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นเหมือน “เข็มทิศดิจิทัล” ที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถถ่วงถ่วงข้อมูล เลือกบริโภคสื่ออย่างมีวิจารณญาณ และสร้างสรรค์เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม การพัฒนาทักษะนี้ไม่เพียงช่วยปกป้องบุคคลจากข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือน แต่ยังส่งเสริมให้เกิดสังคมที่มีคุณภาพในการบริโภคสื่อมากขึ้น (ศิริกาญจน์ จันทรวิน, 2564)

การรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะสำคัญที่ช่วยให้บุคคลสามารถรับรู้ วิเคราะห์ ประเมิน และสร้างสรรค์เนื้อหาสื่ออย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ถูกรบกวนจากสื่อ โดยเฉพาะในยุคสื่อดิจิทัลที่ข้อมูลแพร่กระจายรวดเร็วและหลากหลาย ทักษะนี้ประกอบด้วย 4 ด้านหลัก ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูล การวิเคราะห์เนื้อหา การประเมินคุณค่า และการสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ การพัฒนาทักษะรู้เท่าทันสื่อช่วยป้องกันการหลงเชื่อข้อมูลเท็จ ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อบุคคลและสังคม จึงจำเป็นต้องพัฒนาทักษะนี้เพื่อให้สามารถใช้สื่อดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมในชีวิตประจำวัน (ศิริพัชร บุญพิมพ์, 2564) การรู้เท่าทันสื่อไม่ใช่เพียงเครื่องมือปกป้องบุคคลจากภัยคุกคามทางข้อมูลเท่านั้น แต่ยังเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาสังคมให้มีคุณภาพ ส่งเสริมวัฒนธรรมการบริโภคสื่ออย่างมีวิจารณญาณ และสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์และมีความรับผิดชอบ ในภาครัฐ ข้าราชการมีบทบาทสำคัญในการบริหารและขับเคลื่อนประเทศ การเปลี่ยนสู่รัฐบาลดิจิทัลจึงจำเป็นต้องมีความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและบริการประชาชน เช่น การให้บริการออนไลน์และการชำระภาษีที่รวดเร็วและสะดวกขึ้น การเปลี่ยนแปลงนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชน และประชาชน โดยข้าราชการต้องพร้อมปรับตัวและพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง ขณะที่หน่วยงานรัฐควรส่งเสริมอบรมบุคลากร ส่วนภาคเอกชนสนับสนุนเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน ประชาชนต้องมีความสามารถใช้บริการดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินงานของภาครัฐตอบสนองประชาชนได้อย่างแท้จริง (วันชัย แผ่นทอง, 2562)

นอกจากบทบาทในการบริหารประเทศ ภาครัฐยังมีหน้าที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาสังคม เช่น ความขัดแย้งทางสังคม ความเหลื่อมล้ำ และการส่งเสริมการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ในบริบทนี้ การสื่อสารระหว่างรัฐและประชาชนเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคง เช่น กองทัพและหน่วยงานด้านความมั่นคง ซึ่งจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและได้รับความไว้วางใจจากประชาชน การสื่อสารที่ถูกต้อง โปร่งใส และเป็นธรรมช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าใจและรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับภาครัฐอย่างถูกต้อง ในยุคที่ข้อมูลสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะสำคัญที่ช่วยให้ประชาชนสามารถแยกแยะข้อมูลที่ถูกต้องจากข้อมูลที่บิดเบือนได้ การมีวิจารณญาณในการรับรู้ข่าวสาร ช่วยให้สังคมสามารถดำรงอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง และนำไปสู่การตัดสินใจที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นรากฐานของการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพ (กรทิพย์ ต่อบุญ, 2565)

สำนักพระราชวังซึ่งมีฐานะเทียบเท่ากรม มีหน้าที่หลักดูแลพระราชวังและทรัพย์สินของพระมหากษัตริย์ รวมถึงเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์อย่างถูกต้องและสร้างสรรค์ โดยเน้นการเตรียมความพร้อมบุคลากรให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการสื่อสารที่ชัดเจนและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ผู้บริหารมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางองค์กรและส่งเสริมการสื่อสารภายใน ทั้งนี้ การดำเนินงานต้องเป็นไปตามกฎระเบียบเพื่อให้บริหารราชการอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร (สุภรัตน์ รุ่งเรืองโชติสกุล, 2563) ข้าราชการสำนักพระราชวังมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนภารกิจของพระมหากษัตริย์ จำเป็นต้องพัฒนาความรู้และทักษะโดยเฉพาะด้านดิจิทัล เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ แม้จะคุ้นเคยกับสื่อดิจิทัลพื้นฐาน แต่ยังต้องพัฒนาทักษะขั้นสูง เช่น การทำงานร่วมกัน การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอออนไลน์ การเสริมความเข้าใจในการจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม จะช่วยให้



การสื่อสารและการทำงานร่วมกันมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อความสำเร็จระยะยาวของสำนักพระราชวัง (สำนักพระราชวัง, 2567)

การบริหารจัดการอัตรากำลังในหน่วยงานภาครัฐเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อรองรับการปฏิรูปสู่รัฐบาลดิจิทัล นอกจากการปรับโครงสร้างองค์กรแล้ว การพัฒนาความสามารถของบุคลากรโดยส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นหัวใจสำคัญ เพื่อให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสังคมดิจิทัล โดยเฉพาะในหน่วยงานความมั่นคงที่ต้องใช้ระบบเครือข่ายเป็นศูนย์กลาง การเสริมสร้างทักษะ ความรู้ และความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ รวมถึงความสามารถในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานอย่างราบรื่น เป็นสิ่งจำเป็นต่อการปฏิบัติงานที่ทันสมัยและตอบสนองความต้องการขององค์กรและสังคม (ชบาโพธิ์มณี, 2563) ในขณะเดียวกัน การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวังถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร การสื่อสารผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานเท่านั้น แต่ยังเป็นช่องทางสำคัญในการเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กรในอนาคต ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม ความรู้ และทักษะในการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง เพื่อให้เข้าใจและสามารถปรับตัวให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของยุคดิจิทัล การพัฒนาองค์ความรู้และทักษะที่เหมาะสมจะช่วยให้ข้าราชการสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในการขับเคลื่อนภารกิจต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง
2. เพื่อศึกษาระดับความรู้ และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลกับระดับความรู้และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง

สมมติฐานการวิจัย

พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลกับระดับความรู้มีความสัมพันธ์กับทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อ

การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสารของสื่อแบบดั้งเดิมได้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ต่อเนื่อง ซึ่งนำพาสื่อสู่รูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์และเครือข่าย ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในวิถีชีวิตของคนในสังคม รวมถึงรูปแบบการสื่อสารทั้งหลายในแต่ละยุคสมัยของสังคม การอุบัติขึ้นของสื่อใหม่ (New Media) ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีผลส่งเสริมต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคม การพัฒนาทางเทคโนโลยีทำให้เกิดปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ที่มีผลกระทบทั้งในด้านองค์กร อาชีพ และวิถีชีวิต ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อและสังคมกล่าวถึงว่า "สื่อเปลี่ยนแปลง สังคมเปลี่ยนไป" สื่อในปัจจุบันมีอิทธิพลที่มีน้ำหนักมากในการเปลี่ยนแปลงโลกและสังคม มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านองค์กร การควบคุม และความหมายของสื่อใหม่ สื่อในปัจจุบันมีลักษณะเนื้อหาที่มีความเป็นอิสระในหลาย ๆ ด้าน (ณัฐวิโรจน์ มหายศ, 2563)



แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารยุคดิจิทัล

การสื่อสารยุคดิจิทัลคือกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้สึก และแนวคิดผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น สื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชันสนทนา และแพลตฟอร์มต่าง ๆ ซึ่งแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องช่วยอธิบายพฤติกรรมและการสื่อสารและอิทธิพลของเทคโนโลยีต่อผู้ใช้ ปัจจุบัน เทคโนโลยีได้ขยายขอบเขตการสื่อสาร ทำให้มนุษย์สามารถแสดงความคิดเห็น ความรู้สึก และเรื่องราวได้อย่างเสรีในพื้นที่ส่วนตัวหรือโลกเสมือนจริง (Virtual Reality) นอกจากนี้ การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์แบบทันที (Real-time Interaction) หรือแบบตอบกลับในภายหลัง การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีส่งผลต่อบทบาทของผู้รับสาร จากเดิมที่ผู้รับสารเป็นเพียงฝ่ายรับข้อมูล (Passive Receiver) ผ่านสื่อดั้งเดิมที่ต้องรอการเผยแพร่ สื่อดิจิทัลได้เปลี่ยนให้ผู้รับสารกลายเป็น "ผู้แสวงหาข้อมูล" (Active Seeker) ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตามเวลา สถานที่ และความสนใจ นอกจากนี้ การพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารยังส่งผลต่อพฤติกรรม วัฒนธรรม และค่านิยมของมนุษย์ ซึ่งเป็นพลวัตที่พัฒนาควบคู่กันไป การสื่อสารยุคดิจิทัลสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีและสังคม ทั้งในแง่ของช่องทาง รูปแบบ พฤติกรรม และวัฒนธรรมการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป สื่อดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่สร้างความผูกพันกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังเอื้อต่อการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่ผู้รับสารสามารถโต้ตอบและแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ แตกต่างจากสื่อแบบเดิมที่เป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) ด้วยเหตุนี้ การสื่อสารยุคดิจิทัลจึงไม่เพียงเปลี่ยนวิธีการรับสาร แต่ยังส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ในทุกมิติ (กรทิพย์ ต่อบุญ, 2565)

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัล

ศลินธร พึ่งเมือง (2565) กล่าวว่า สื่อดิจิทัล หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข้อความข้อมูลบันเทิงหรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยี นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้นนับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น

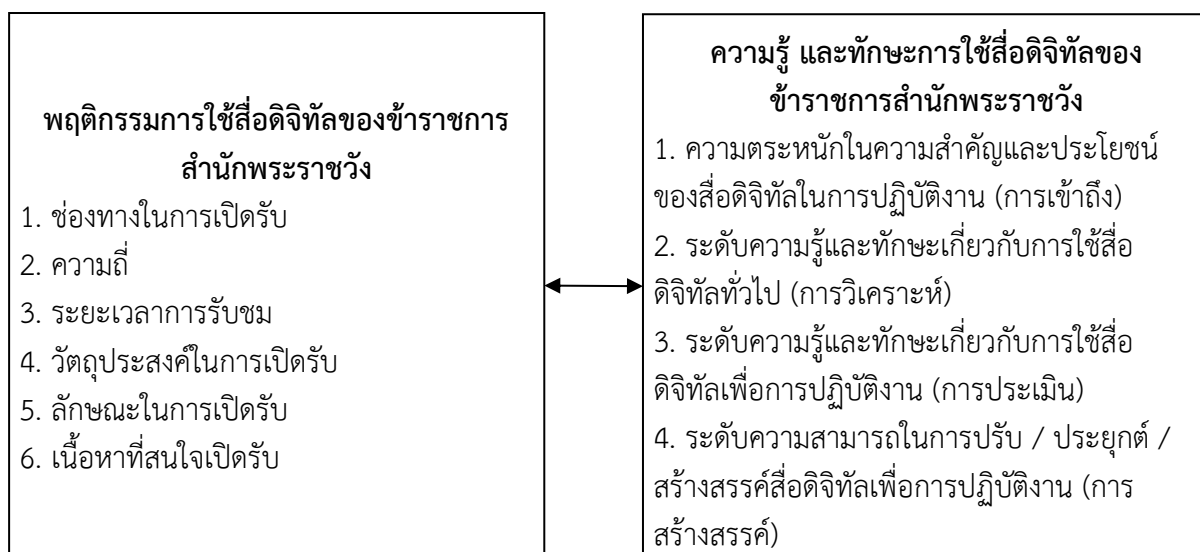
ภัทรนนท์ เมฆวิสัย (2565) กล่าวว่า สื่อดิจิทัล หมายถึง สื่อที่รวมข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง และวิดีโอ เพื่อใช้ประโยชน์ในการใช้งาน โดยการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และกราฟิกมาช่วยในการแปลงและเชื่อมโยงเนื้อหาเหล่านี้ให้สร้างเป็นสื่อที่มีประโยชน์มากยิ่งขึ้น

กัญญาวิรุ วุฒิศิริพรรณ (2565) กล่าวว่า สื่อดิจิทัล หมายถึง สื่อที่ตอบสนองความต้องการสารสนเทศได้ตามความต้องการ เปิดรับสารของผู้รับสารมากที่สุด เพราะสื่อดิจิทัลสามารถสร้างโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการบรรจุเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นระบบ มีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการง่าย อันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในงานเผยแพร่ และรวบรวมข้อมูลข่าวสารได้มากกว่า อีกทั้งยังใช้คุณสมบัติของระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผสมผสานสื่อต่าง ๆ ที่เรียกว่าสื่อผสมผสาน

สามารถสรุปได้ว่า สื่อดิจิทัล หมายถึง การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการแปลงข้อมูลทั้งข้อความ กราฟิก ภาพ เสียง และวิดีโอเป็นรูปแบบดิจิทัล เพื่อนำเสนอผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น โดยสื่อดิจิทัลมีความแตกต่างจากสื่อแบบดั้งเดิมที่ใช้รูปแบบอนาล็อกอย่างชัดเจน โดยการทำให้สามารถแก้ไข ปรับเปลี่ยน และแจกจ่ายข้อมูลได้สะดวกยิ่งขึ้น และมักมีประสิทธิภาพในการสื่อสารและการสร้างประสบการณ์ที่มีความสมจริงมากขึ้นด้วย



จากหลักการ แนวคิด ทฤษฎีดังกล่าวผู้วิจัยกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยที่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล กับความรู้และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวังดังแสดงในตารางที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรม ความรู้และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ ข้าราชการในสำนักพระราชวัง จำนวน 8,500 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้ คือ ข้าราชการในสำนักพระราชวัง จำนวน 8,500 คน โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 382 คน โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดี ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Size) โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (1973) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (ณัฐวิโรจน์ มหายศ, 2563)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางในการเปิดรับ ความถี่ ระยะเวลาการรับชม วัตถุประสงค์ในการเปิดรับ ลักษณะในการเปิดรับ และเนื้อหาที่สนใจเปิดรับ ส่วนที่ 3 ความรู้ และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.845

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยตรง โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามด้วยตนเองและรับกลับ จำนวน 382 คน



ในการดำเนินการตอบแบบสอบถามจำนวน 382 ชุด ตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา โดยตรวจสอบความถูกต้องความครบถ้วนของข้อมูล แล้วนำมากำหนดรหัสคำตอบเพื่อทำการวิเคราะห์ประมวลผลต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการหาข้อมูลด้วยการค้นคว้าจากเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทางในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น จำวิเคราะห์ภายหลังการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการตอบแบบสอบถามของประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 382 ชุด และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปด้วยวิธีการทางสถิติ ดังนี้

1. เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 มีอายุ 25-34 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 40.1 มีสถานภาพโสด จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 และมีสังกัดกรมกิจการพิเศษ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4

2. พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับผ่านช่องทางเว็บไซต์ จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 มีความถี่ทุกวัน จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 มีระยะเวลาการรับชมช่วงเช้าก่อนเข้าทำงาน จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6 มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามข่าวสารความคืบหน้าเกี่ยวกับหน่วยงานของตน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 มีลักษณะในการเปิดรับเข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 และมีความสนใจข่าวสารความคืบหน้าของงาน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0

3. ความรู้ และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง
ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความรู้ และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง ภาพรวม

ความรู้ และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความตระหนักในความสำคัญและประโยชน์ของสื่อดิจิทัลในการปฏิบัติงาน (การเข้าถึง)	3.92	0.84	มาก
2. ความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลทั่วไป (การวิเคราะห์)	3.97	0.82	มาก
3. ความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงาน (การประเมิน)	3.94	0.81	มาก
4. ความสามารถในการปรับ / ประยุกต์ / สร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงาน (การสร้างสรรค)	3.97	0.81	มาก
รวม	3.95	0.82	มาก



สมมติฐานย่อยที่ 3.4 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านระยะเวลาการรับชม ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความสามารถในการปรับ / ประยุกต์ / สร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงาน (การสร้างสรรค์)

สมมติฐานย่อยที่ 4 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านวัตถุประสงค์ในการเปิดรับ มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง

สมมติฐานย่อยที่ 4.1 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านวัตถุประสงค์ในการเปิดรับ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความตระหนักในความสำคัญและประโยชน์ของสื่อดิจิทัลในการปฏิบัติงาน (การเข้าถึง)

สมมติฐานย่อยที่ 4.2 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านวัตถุประสงค์ในการเปิดรับ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลทั่วไป (การวิเคราะห์)

สมมติฐานย่อยที่ 4.3 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านวัตถุประสงค์ในการเปิดรับ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงาน (การประเมิน)

สมมติฐานย่อยที่ 4.4 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านวัตถุประสงค์ในการเปิดรับ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความสามารถในการปรับ / ประยุกต์ / สร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงาน (การสร้างสรรค์)

สมมติฐานย่อยที่ 5 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านลักษณะในการเปิดรับ มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง

สมมติฐานย่อยที่ 5.1 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านลักษณะในการเปิดรับ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความตระหนักในความสำคัญและประโยชน์ของสื่อดิจิทัลในการปฏิบัติงาน (การเข้าถึง)

สมมติฐานย่อยที่ 5.2 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านลักษณะในการเปิดรับ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลทั่วไป (การวิเคราะห์)

สมมติฐานย่อยที่ 5.3 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านลักษณะในการเปิดรับ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงาน (การประเมิน)

สมมติฐานย่อยที่ 5.4 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านลักษณะในการเปิดรับ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความสามารถในการปรับ / ประยุกต์ / สร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงาน (การสร้างสรรค์)

สมมติฐานย่อยที่ 6 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านเนื้อหาที่สนใจเปิดรับ มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง

สมมติฐานย่อยที่ 6.1 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านเนื้อหาที่สนใจเปิดรับ มีความสัมพันธ์กับระดับความตระหนักในความสำคัญและประโยชน์ของสื่อดิจิทัลในการปฏิบัติงาน (การเข้าถึง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 6.2 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านเนื้อหาที่สนใจเปิดรับ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลทั่วไป (การวิเคราะห์)

สมมติฐานย่อยที่ 6.3 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านเนื้อหาที่สนใจเปิดรับ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงาน (การประเมิน)

สมมติฐานย่อยที่ 6.4 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านเนื้อหาที่สนใจเปิดรับ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความสามารถในการปรับ / ประยุกต์ / สร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงาน (การสร้างสรรค์)

อภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง

จากการศึกษา พบว่า ข้าราชการสำนักพระราชวังส่วนใหญ่มิ่พฤติกรรมการเปิดรับสื่อดิจิทัลผ่านช่องทางเว็บไซต์ โดยมีความถี่ในการใช้งานทุกวัน และนิยมรับชมในช่วงเช้ามืดก่อนเข้าทำงาน วัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับข้อมูลคือการติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์



อย่างต่อเนื่อง พฤติกรรมเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักและความใส่ใจในการติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกิจและหน้าที่ของตนเองอย่างใกล้ชิด การใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางหลักในการรับข้อมูลข่าวสาร แสดงถึงการเข้าถึงสื่อดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ และบ่งชี้ว่าสื่อดิจิทัลได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของข้าราชการไปแล้ว โดยเฉพาะการเลือกใช้เวลาร่วมเช้าก่อนเริ่มงานในการรับชมข้อมูลข่าวสาร เป็นการแสดงถึงการบริหารเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ และเห็นถึงความสำคัญของการเริ่มต้นวันทำงานด้วยข้อมูลที่ทันสมัยและถูกต้อง พฤติกรรมการติดตามข่าวสารหน่วยงานและการเข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์ยังสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร โดยแสดงให้เห็นว่าข้าราชการมีความต้องการที่จะรับรู้ความคืบหน้าเกี่ยวกับหน่วยงานและพร้อมที่จะมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมต่างๆ บนแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งสามารถนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านเว็บไซต์ในช่วงเช้าวางอย่างสม่ำเสมอของข้าราชการนั้น ไม่ได้เป็นเพียงการบริโภคข้อมูลข่าวสารทั่วไป แต่ยังสะท้อนถึงกระบวนการปรับตัวให้เข้ากับบริบทของ “การสื่อสารดิจิทัล” ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของสังคมในยุคปัจจุบัน ตามแนวคิดของศิริกาญจน์ จันทริวิชน (2564) ที่ระบุว่า เทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบันมีความสามารถในการส่งข้อมูลในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งข้อความ ภาพ เสียง และวิดีโอ ทำให้การสื่อสารมีความครอบคลุม รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น พฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อผ่านเว็บไซต์ จึงเป็นการแสดงถึงความสามารถในการเลือกสื่อที่ตอบโจทย์กับลักษณะงานและความต้องการของผู้ใช้งานในยุคดิจิทัล ขณะเดียวกัน การใช้เวลาร่วมในช่วงเช้าเพื่อรับข้อมูลข่าวสาร ยังสะท้อนถึง “ความสามารถในการจัดการเวลา” ซึ่งเป็นหนึ่งในทักษะที่จำเป็นของบุคลากรในยุคดิจิทัล โดยการจัดสรรเวลาเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารก่อนเริ่มงาน เป็นเครื่องชี้วัดถึงการวางแผนชีวิตประจำวันและการบริหารตนเองอย่างมีระบบ นำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานในภาพรวม นอกจากนี้ การเลือกใช้เว็บไซต์ในการรับข่าวสารยังบ่งชี้ถึง “ความเป็นอิสระจากข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่” ตามแนวคิดของ ณัฐวิโรจน์ มหายศ (2563) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า สื่อดิจิทัลเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา ไม่จำกัดเพียงแคในเวลาราชการหรือสถานที่ทำงานอีกต่อไป ความยืดหยุ่นดังกล่าวเป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้บุคลากรสามารถเรียนรู้และติดตามข่าวสารอย่างต่อเนื่องและไม่สะดุด ในอีกมิติหนึ่ง พฤติกรรมการติดตามข่าวสารและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมออนไลน์ อาจถือเป็น “การแสดงออกถึงความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน” และ “การมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร” โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนภาครัฐ การรู้เท่าทันและใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพจึงกลายเป็นคุณสมบัติสำคัญของบุคลากรในยุคนี้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล” ของศิริพัชร บุญพิมพ์ (2564) ที่ชี้ว่า บุคคลที่มีทักษะด้านนี้จะสามารถวิเคราะห์ ประเมิน และใช้ข้อมูลดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม พร้อมทั้งสื่อสารและพัฒนาตนเองเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

พฤติกรรมดังกล่าวยังสามารถเชื่อมโยงอย่างมีนัยสำคัญกับแนวคิด “การเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาลดิจิทัล” ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานของภาครัฐอย่างครอบคลุม ทั้งในด้านการให้บริการประชาชน การบริหารจัดการภายในหน่วยงาน และการเสริมสร้างธรรมาภิบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้าราชการซึ่งเป็นกลไกสำคัญของการขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐ ควรมีความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัลทั้งในแง่ของการเข้าถึงข้อมูล การสื่อสารภายในหน่วยงาน และการมีปฏิสัมพันธ์กับประชาชนอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ ดังที่วันชัย แผ่นทอง (2562) ได้กล่าวไว้ว่า การเข้าสู่รัฐบาลดิจิทัลจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัย “ทักษะดิจิทัล” ของข้าราชการในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ และเสริมสร้างความโปร่งใสในการปฏิบัติงานของภาครัฐ นอกจากนี้ พฤติกรรมของข้าราชการที่แสดงออกผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์ การติดตามข้อมูลข่าวสารขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ และการมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านช่องทางดิจิทัล ยังสะท้อนถึงการมี “ความรู้และทักษะในการใช้สื่อดิจิทัล” ซึ่งเป็นองค์ประกอบ



สำคัญที่ผู้วิจัยได้เลือกใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยเฉพาะในมิติของ การประเมินสื่อดิจิทัล ซึ่งเกี่ยวข้อง กับความสามารถในการกลั่นกรอง วิเคราะห์ และแยกแยะข้อมูลหรือข่าวสารบนสื่อดิจิทัลอย่างมีวิจารณญาณ และ การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล ซึ่งครอบคลุมถึงการผลิตเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ที่สามารถสนับสนุนการทำงาน และการสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับกนกนาถ ลิขิตไพรวัลย์ (2563) ได้ ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลข่าวสารผ่านเพชบุ๊กเพจในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า กลยุทธ์การ สื่อสารข้อมูลข่าวสารผ่านเพชบุ๊กเพจในจังหวัดพิษณุโลกนั้นต้องอาศัยการนำเสนอที่หลากหลายและเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด ด้วยการใช้ช่องทางที่สามารถโต้ตอบได้ และการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ สอดคล้องกับ ปกฤตณ์ หงษ์เทียมทอง (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับรายการให้ความรู้ เกี่ยวกับสุขภาพผ่านทางสื่อใหม่ กรณีศึกษา รายการปึกหมุดหยุดป่วย พบว่า ผู้ชมรายการสุขภาพบนเพชบุ๊ก แพนเพจมีพฤติกรรมการรับชมที่มีความถี่และมีส่วนร่วมในระดับสูง เช่น การกดไลค์ แชร และแสดงความ คิดเห็น ซึ่งล้วนเป็นพฤติกรรมที่สะท้อนถึงการมีส่วนร่วมอย่างจริงจังกับเนื้อหาดิจิทัล ข้าราชการสำนัก พระราชวังมีพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลที่สอดคล้องกับแนวคิดร่วมสมัยด้านการสื่อสาร เทคโนโลยี และการ พัฒนาทักษะในการทำงาน ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดสู่การวางแผนเชิงกลยุทธ์ด้านการสื่อสารและการจัดการ สารสนเทศภายในองค์กร เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานในยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

2. ระดับความรู้ และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง

จากการศึกษา พบว่า ข้าราชการสำนักพระราชวังมีระดับความรู้และทักษะในการใช้สื่อดิจิทัลอยู่ใน ระดับดีเยี่ยม โดยสามารถใช้งานสื่อดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านการวิเคราะห์ การประเมินผล และการสร้างสรรค์สื่อ ทั้งนี้ ข้าราชการยังตระหนักถึงความสำคัญของสื่อดิจิทัลในการ พัฒนาการทำงาน โดยเฉพาะในด้านการสร้างนวัตกรรมและการประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งสะท้อนให้เห็น ถึงการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลในระดับสูง อันอาจเป็นผลจากการได้รับการฝึกอบรมและการพัฒนาอย่าง ต่อเนื่อง อีกทั้ง ข้าราชการกลุ่มนี้มีการเข้าถึงทรัพยากรและเครื่องมือดิจิทัลที่ทันสมัยและเหมาะสมกับลักษณะ งาน ส่งผลให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และคิดค้นวิธีการใหม่ๆ อย่างสร้างสรรค์ องค์กรเองก็มีบทบาทสำคัญในการ สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยจัดหาเครื่องมือ ทรัพยากร และแนวทางปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อ บุคลากร ตลอดจนส่งเสริมให้ข้าราชการสามารถปรับตัวและเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

ทักษะดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “Digital Literacy” หรือ “การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล” ซึ่ง หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง เข้าใจ วิเคราะห์ ประเมิน และใช้สื่อดิจิทัลอย่างมีวิจารณญาณและ สร้างสรรค์ โดยแนวคิดนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน ได้แก่ การเข้าถึง (Access) หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีและแหล่งข้อมูลดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมและทั่วถึง การวิเคราะห์ (Analysis) คือ ความสามารถในการตีความข้อมูล แยกแยะข้อเท็จจริงจากความคิดเห็น และทำความเข้าใจ เนื้อหาที่ได้รับ การประเมิน (Evaluation) เป็นทักษะในการพิจารณาความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง และความ เหมาะสมของข้อมูลหรือสื่อที่พบเห็น และ การสร้างสรรค์ (Creation) หมายถึง ความสามารถในการผลิต เนื้อหาดิจิทัลที่มีคุณภาพ เช่น การออกแบบสื่อ การนำเสนอข้อมูล หรือการใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ อย่างมี ประสิทธิภาพและมีจริยธรรม (ศิริพัชร บุญพิมพ์, 2564) จากผลการศึกษา พบว่าข้าราชการสำนักพระราชวังมี ทักษะการใช้สื่อดิจิทัลที่ครอบคลุมทั้ง 4 ด้านข้างต้น โดยเฉพาะในด้าน “การสร้างสรรค์” ซึ่งถือเป็นระดับขั้น สูงสุดของทักษะ Digital Literacy ข้าราชการสามารถผลิตและออกแบบเนื้อหา รวมถึงการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีเพื่อสร้างนวัตกรรมในการทำงานราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถไม่ เพียงแต่ในการบริโภคข้อมูล แต่ยังสามารถผลิตเนื้อหาและสารสนเทศที่สอดคล้องกับบริบทการทำงานและ



วัตถุประสงค์ขององค์กร นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “การสื่อสารในยุคดิจิทัล” ที่ชี้ให้เห็นว่า ผู้ใช้งานเทคโนโลยีในปัจจุบันไม่ใช่เพียง “ผู้รับสาร” ที่บริโภคข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ แต่ยังเป็น “ผู้ผลิต ผู้ควบคุม และผู้กำกับทิศทางของสาร” ด้วยตนเอง (ณัฐวิโรจน์ มหายศ, 2563) ข้าราชการที่มีทักษะด้านดิจิทัลในระดับสูงจึงสามารถเลือกใช้แพลตฟอร์มหรือช่องทางสื่อสารที่เหมาะสม สร้างเนื้อหาที่มีเป้าหมายชัดเจน มีความเข้าใจในกลุ่มผู้รับสาร และสามารถสื่อสารได้อย่างตรงประเด็นและมีประสิทธิภาพ ทักษะเหล่านี้ส่งผลให้ข้าราชการสามารถปรับบทบาทจากผู้ปฏิบัติงานแบบดั้งเดิมไปสู่ “ผู้ริเริ่ม ผู้สื่อสาร และผู้กำหนดสาร” ที่สามารถขับเคลื่อนการปฏิรูปการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย

ในอีกมุมหนึ่ง ความสามารถของข้าราชการในการประยุกต์ใช้สื่อดิจิทัลในบริบทของงานราชการ ไม่ได้สะท้อนเพียงแค่ความชำนาญทางเทคนิคเท่านั้น หากแต่ยังเป็นเครื่องชี้วัดถึงการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการเรียนรู้ พัฒนางานเอง และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว บุคลากรภาครัฐที่สามารถเรียนรู้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนผ่านสู่รูปแบบการบริหารราชการสมัยใหม่ ความสามารถดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “รัฐบาลดิจิทัล” ซึ่งมุ่งเน้นให้หน่วยงานภาครัฐปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานจากระบบราชการแบบดั้งเดิม ไปสู่ระบบที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความโปร่งใส และการเข้าถึงบริการของประชาชน (วันชัย แผ่นทอง, 2562) ซึ่งในกรณีของ สำนักพระราชวัง ซึ่งเป็นหน่วยงานสำคัญที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระดับชาติ และภาพลักษณ์ของสถาบันพระมหากษัตริย์ ความสามารถของข้าราชการในการใช้สื่อดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงมีนัยสำคัญ ทั้งในด้านการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร การดำเนินงานพิธีการต่าง ๆ อย่างเท่าทันสถานการณ์ และการตอบสนองต่อความคาดหวังของประชาชนในยุคดิจิทัล ยิ่งไปกว่านั้น ความสำเร็จขององค์กรในการสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน ยังสัมพันธ์โดยตรงกับแนวคิด “การจัดการความรู้ในองค์กร” ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างระบบการจัดเก็บ แบ่งปัน และพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากรอย่างเป็นระบบ จุดเน้นสำคัญของแนวคิดนี้คือ การส่งเสริมให้บุคลากรสามารถเข้าถึงเครื่องมือและทรัพยากรดิจิทัลที่เหมาะสม ตลอดจนได้รับการฝึกอบรมที่สอดคล้องกับบริบทการทำงานจริงอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านทักษะทางเทคนิค เช่น การใช้โปรแกรมหรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ และในด้านทักษะเชิงวิคิด เช่น การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับภุภา ศิริพสุตา (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัย พบว่า ความรู้ของนักศึกษาในการค้นหาข้อมูลและสิ่งที่ต้องการผ่านสื่อใหม่เป็นไปอย่างรวดเร็วและหลากหลาย นักศึกษาใช้สื่อใหม่ในการสร้างกลุ่มเพื่อนที่มีความชอบคล้ายกัน และสื่อใหม่ช่วยให้นักศึกษาเข้าถึงข้อมูลด้านบันเทิงและแฟชั่นได้อย่างรวดเร็ว และสอดคล้องกับศิริกาญจน์ จันทวีวิโน (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีอยู่ในระดับปานกลาง โดยทักษะที่อยู่ในระดับต่ำมากคือด้านการวิเคราะห์ ด้านการสร้างสรรค์อยู่ในระดับดี ด้านการประเมินค่าอยู่ในระดับปานกลาง และด้านการเข้าถึงอยู่ในระดับน้อย

3. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลกับระดับความรู้และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง

จากการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการสำนักพระราชวัง ยกเว้น พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ด้านเนื้อหาที่สนใจเปิดรับ มีความสัมพันธ์กับระดับความตระหนักในความสำคัญและประโยชน์ของสื่อดิจิทัลในการปฏิบัติงาน (การเข้าถึง)



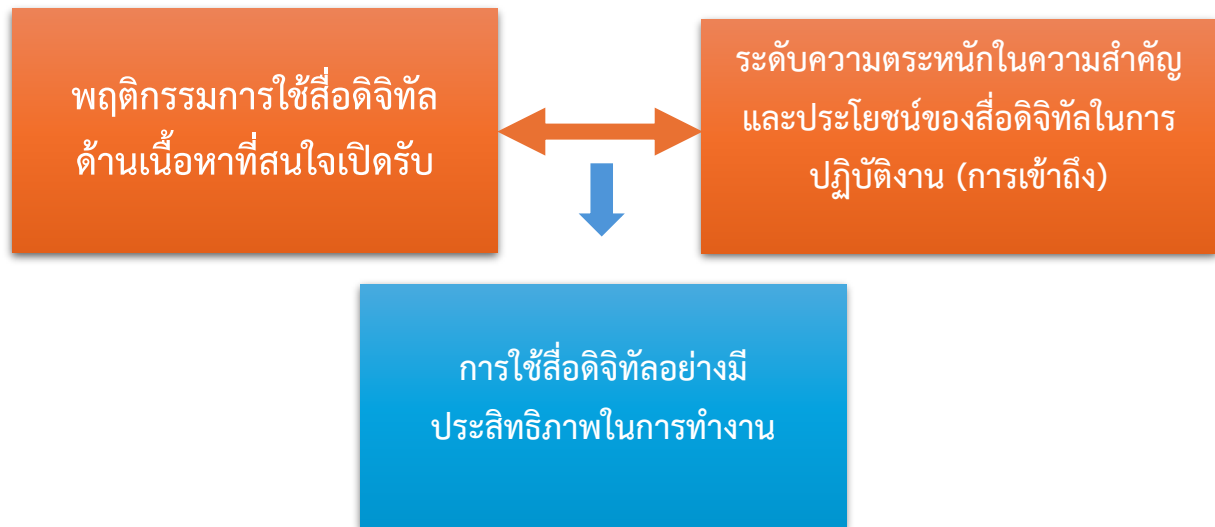
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะข้าราชการอาจใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการสนทนาหรือกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะและความรู้โดยตรง ทำให้ไม่สามารถสะท้อนถึงระดับความรู้และทักษะที่แท้จริงได้ ข้าราชการอาจมีพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลมาก แต่หากไม่ได้รับการฝึกอบรมที่เหมาะสม ความรู้และทักษะในการใช้สื่อดิจิทัลอาจยังไม่พัฒนาไปตามที่คาดหวัง การใช้สื่อดิจิทัลบางอย่างอาจไม่ช่วยในการเพิ่มพูนความรู้หรือทักษะ เช่น การใช้งานเฉพาะกิจหรือแพลตฟอร์มที่ไม่มีเนื้อหาสำคัญในการพัฒนา อาจมีปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการพัฒนาทักษะและความรู้การใช้สื่อดิจิทัล เช่น สภาพแวดล้อมการทำงาน หรือการสนับสนุนจากองค์กรที่ไม่เพียงพอ การประเมินระดับความรู้และทักษะอาจไม่ครอบคลุมถึงการใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ หรืออาจไม่เหมาะสมกับพฤติกรรมที่แสดงออกจริง

แนวคิดพื้นฐานของ Digital Literacy ชี้ว่า การใช้สื่อดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอและหลากหลายสามารถนำไปสู่การเพิ่มพูนความรู้และพัฒนาทักษะการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าความแพร่หลายของการใช้สื่อดิจิทัลของข้าราชการไม่ได้ส่งผลต่อระดับความรู้และทักษะเสมอไป ซึ่งอาจเนื่องมาจากผู้ใช้ไม่ได้มีเจตนาในการใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้โดยตรง สอดคล้องกับแนวคิดของ New Media (ณัฐวิโรจน์ มหายศ, 2563) ที่เน้นความเป็นอิสระของผู้ใช้ในการเลือกบริโภคเนื้อหาตามความสนใจ กล่าวคือ ข้าราชการอาจเลือกเปิดรับสื่อเพื่อความบันเทิงหรือวัตถุประสงค์ส่วนตัวมากกว่าการเพิ่มพูนความรู้ จึงไม่ส่งผลต่อคะแนนระดับความรู้ที่วัดได้จากเครื่องมือวิจัย อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ระหว่าง “เนื้อหาที่สนใจเปิดรับ” กับ “ความตระหนักในความสำคัญของสื่อดิจิทัลในการปฏิบัติงาน” สะท้อนให้เห็นว่า ความสนใจในเนื้อหาที่มีคุณค่าและเกี่ยวข้องกับงาน มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการตระหนักรู้ ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการพัฒนาทักษะดิจิทัลในระยะยาว สอดคล้องกับแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (ศิริกาญจน์ จันทรวีชน, 2564) ที่เน้นให้ผู้ใช้งานสามารถแยกแยะ วิเคราะห์ และประเมินเนื้อหาได้อย่างมีวิจารณญาณ

นอกจากนี้ แนวคิดเรื่องการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรภาครัฐ (วันชัย แผ่นทอง, 2562) ยังชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาทักษะดิจิทัลไม่สามารถเกิดขึ้นได้จากการใช้งานเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการฝึกอบรม การสนับสนุนจากองค์กร และการประเมินผลอย่างเป็นระบบ องค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมเนื้อหาที่มีคุณภาพและเกี่ยวข้องกับภารกิจ เพื่อสร้างผลลัพธ์ด้านความรู้ที่เป็นรูปธรรม ขณะเดียวกัน ยังต้องพิจารณาถึงข้อจำกัดของการวัดผล โดยการประเมินระดับความรู้และทักษะในครั้งนี้ อาจยังไม่สามารถครอบคลุมพฤติกรรมการใช้สื่อในทุกมิติ และอาจไม่สะท้อนถึง “การเรียนรู้ในรูปแบบไม่เป็นทางการ” ที่เกิดจากการใช้งานจริงได้อย่างครบถ้วน จึงควรนำไปพิจารณาในการพัฒนาเครื่องมือวิจัยในอนาคต สอดคล้องกับณัฐวิโรจน์ มหายศ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อใหม่ กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา และความสนใจในการเลือกศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยบูรพาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อใหม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและความสนใจในการเลือกศึกษาต่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปลาย โดยปัจจัยประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับศิริกาญจน์ จันทรวีชน (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามีความแตกต่างตามตัวแปรเพศ ระดับชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้ของผู้ปกครอง นักศึกษาที่มีเพศต่างกันไม่แตกต่างกันในทักษะการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ ขณะที่นักศึกษาที่อยู่ชั้นปีและเกรดเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันมีทักษะที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ การเปรียบเทียบรายได้ของผู้ปกครองก็พบความแตกต่างในทักษะการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์เช่นกัน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การใช้สื่อดิจิทัลในด้านเนื้อหาที่ผู้ปฏิบัติงานสนใจเปิดรับ มีความสัมพันธ์กับ “ระดับความตระหนักใน ความสำคัญและประโยชน์ของสื่อดิจิทัล” ในการปฏิบัติงาน กล่าวคือ หากผู้ปฏิบัติงานให้ความสนใจและเปิดรับ เนื้อหาสื่อดิจิทัลที่ตรงกับความต้องการหรือความสนใจของตน จะทำให้เกิดการตระหนักรู้ในคุณค่าและ ประโยชน์ของสื่อนั้นมากขึ้น การตระหนักรู้ในคุณค่าและประโยชน์นี้จะมีอิทธิพลกลับไปต่อพฤติกรรมการ เลือกใช้สื่อดิจิทัลในอนาคต ทำให้เลือกใช้สื่อที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการได้ดียิ่งขึ้น โดยสรุป องค์ ความรู้ใหม่คือการชี้ให้เห็น ความสัมพันธ์เชิงส่งผลกระทบ “ความสนใจและการเปิดรับเนื้อหา” กับ “การ ตระหนักรู้ถึงความสำคัญและประโยชน์ของสื่อดิจิทัล” ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกใช้สื่อดิจิทัลอย่างมี ประสิทธิภาพในการทำงาน ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรมีนโยบายและแนวปฏิบัติ (Guideline) ที่ชัดเจนเกี่ยวกับการเลือกใช้ช่องทางสื่อดิจิทัล รวมถึง การกำหนดมาตรฐานเนื้อหาที่เหมาะสมกับการทำงานในภาครัฐราชการ เพื่อให้การใช้สื่อเกิดประสิทธิผลต่อการ สื่อสารภายใน การเรียนรู้ และการให้บริการภาครัฐ
2. เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อระดับความรู้และ ทักษะดิจิทัล จึงควรออกแบบหลักสูตรหรือโปรแกรมฝึกอบรมที่เน้นเชิงบูรณาการ ให้ผู้เข้าอบรมสามารถเรียนรู้ จากการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ใช่เพียงใช้งานทั่วไปหรือเพื่อความบันเทิง
3. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาทักษะดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ ควรมีการจัดกิจกรรมอบรมเชิง ปฏิบัติการ (Workshop) ที่เน้นการฝึกใช้สื่อดิจิทัลที่จำเป็นต่อการทำงาน เช่น การสร้างสื่อมัลติมีเดียเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ การวิเคราะห์ข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และการใช้ระบบงานราชการอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government) อย่างมีประสิทธิภาพ



4. สร้างแรงจูงใจในการพัฒนาทักษะดิจิทัลด้วยระบบการประเมินและให้รางวัล ควรพัฒนาแนวทางการประเมินผลการใช้สื่อดิจิทัลของบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ และมีระบบการให้รางวัล เช่น การมอบเกียรติบัตร หรือประกาศเกียรติคุณแก่ผู้ที่มีพัฒนาการด้านดิจิทัลโดดเด่น เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย เช่น ข้าราชการจากหน่วยงานต่าง ๆ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเป็นตัวแทนที่ดีขึ้น
2. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล เช่น แรงจูงใจและอุปสรรคในการใช้ และพัฒนากลยุทธ์เพื่อเพิ่มการใช้สื่อดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ควรออกแบบหลักสูตรที่มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็น เช่น การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลและการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน
4. ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลกับความรู้และทักษะในการใช้งาน พร้อมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยที่อาจมีผลต่อผลลัพธ์เพื่อเข้าใจลึกซึ้งถึงความไม่สัมพันธ์ที่พบในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- กรทิพย์ ต่อบุญ. (2565). แนวทางการพัฒนาการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรของกองทัพบกในยุคดิจิทัล. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการทัพบก.
- กนกนาถ ลิขิตไพรวัลย์. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กเพจในจังหวัดพิษณุโลก. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- จิรัชญา สุขเย็น และพรรณทิพย์ อย่างกลิ่น. (2566). ปัจจัยด้านทักษะและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการปรับตัวของนักบัญชียุคดิจิทัลในภาคตะวันออก. *Journal of Social Science for Local Development Rajabhat Maha Sarakham University*, 7(4), 160-169.
- ชบา โพธิ์มณี. (2563). การศึกษาเชิงประจักษ์ด้านทักษะการรู้เท่าทันนวัตกรรมดิจิทัลของข้าราชการทหารอากาศ. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ณัฐวิโรจน์ มหายศ. (2563). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อใหม่ กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาและความสนใจในการเลือกศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยบูรพาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ตรัยรัตน์ ปลื้มปิตชัยกุล. (2566). พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลการรับรู้สื่อดิจิทัลที่ส่งผลต่อการรับรู้ อิทธิพลของสื่อดิจิทัลของประชาชน ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการ และวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(2), 269-283.
- นภัทร น้อยนารถ และคณะ. (2565). ทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นวพัฒน์ เก้มกาแมน. (2563). แนวทางการพัฒนาการรู้ดิจิทัล สำหรับครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา เขต 7. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปกฤต ณ หงส์เทียมทอง. (2563). พฤติกรรมการเปิดรับรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพผ่านทางสื่อใหม่ กรณีศึกษา รายการปัทมุดหยุดป่วย. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รินทร์ลภัส เกตุวีระพงศ์. (2564). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อ และการตระหนักรู้ การกลั่นแกล้งกันบนโลกออนไลน์ของเยาวชนในจังหวัดเชียงใหม่. *พิษเนศวร์สาร*, 17(2), 143-160.



- ลฎาภา ศรีสุตา. (2562). บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัย.
วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 7(2), 10-16.
- วันชัย แผ่นทอง. (2562). ข้าราชการกับการเปลี่ยนแปลงสู่รัฐบาลดิจิทัล. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการทัพบก.
- วิฑิตา จันทรวารีเลขา. (2563). แนวทางในการสนับสนุนการพัฒนาทักษะบุคลากรในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี
ดิจิทัล (Digital Savvy) ตามแผนงาน Digital Competency: กรณีสึกษา การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่ง
ประเทศไทย (กฟผ.). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริกาญจน์ จันทร์วิฑโน. (2564). ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริพัฑร บุญพิมพ์. (2564). การเปิดรับสื่อโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาที่ส่งผลต่อ
การตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องสำอางของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.
- สันดุสิตธิ์ บริวฑษ์ตระกูล. (2563). การสื่อสารดิจิทัลกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน
กรณีสึกษา คณะประณมบัณฑิตศิลป์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สำนักพระราชวัง. (2567). สำนักพระราชวัง: หน่วยราชการในพระองค์. สืบค้นจาก
<https://www.royaloffice.th/about-royaloffice/สำนักพระราชวัง/>
- สุภรฑ์ตัน รุ่งเรืองโชติสกุล. (2563). ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรฝ่ายตำรวจวัง กองวัง สำนัก
พระราชวัง. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 6(3), 235-247.