รายงานสรุปการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้/ประชุมเชิงปฏิบัติการ/และเป็นวิทยากร
กองนโยบายและแผนการใช้ที่ดิน กรมพัฒนาที่ดิน

****

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ พิมพิลัย นามสกุล นวลละออง
ตำแหน่ง นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ กลุ่ม/ฝ่าย วางแผนกรจัดการที่ดินในพื้นที่เสี่ยงภัยทางการเกษตร
หลักสูตร/หัวข้อเรื่องอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้ฯสถานที่อบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้ฯ

หัวข้อเรื่อง "การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ"

หน่วยงานที่จัดฝึกอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้ฯ

สำนักงาน ก.พ.

ตั้งแต่วันที่ ๓๐ เมษายน ๒๕๖๓
เพื่อ ☑ อบรม ☐ สัมมนา ☐ อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ ๒ สิ่งที่ได้รับจากการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้

๒.๑ รายงานสรุปเนื้อหาสาระสำคัญในการอบรม/ สัมมนา/พัฒนาความรู้ฯ
อบรมการพัฒนาทางไกลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (HRD: e-learning) เรื่อง การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเรียนรู้ความหมาย ความสำคัญของการสื่อสารสามารถกำหนดแนวทางในการเสริมสร้างทักษะในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม

การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพผ่านสื่อใหม่ การสื่อ มีลักษณะเป็นกระบวนการ เป็นกระบวนการที่เราถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความเชื่อ รวมถึงวัฒนธรรมผ่านตัวกลาง เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยมีผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสาร ดังนั้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องเป็นการสื่อที่ ผู้ส่งสารจะต้องเข้าใจเนื้อหาสาระ หรือวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อสารได้อย่างถูกต้อง

สื่อใหม่ หรือเทคโนโลยีมีการพัฒนา วิวัฒนาการมาทุกยุคทุกสมัย ในอดีตเริ่มจากการใช้การสื่อสารแบบควันไฟ พัฒนามาเป็นพิราบสื่อสาร มาสู่ยุคโทรเลขในการสื่อการ และมาสู่ยุคโทรศัพท์ พัฒนามาตั้งแต่โทรศัพท์บ้าน จนมาถึงยุคโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือโทรศัพท์มือถือ โทรศัพท์มือถือในยุคแรกเราไม่สามารถนาติดตัวได้ เครื่องจะมีขนาดใหญ่และมีน้าหนักมากและราคาสูง จนปัจจุบันพัฒนามาเป็นโทรศัพท์สมาท์โฟน ที่สามารถใช้ติดต่อสื่อสารรวมใช้เล่น Application หลาย ๆ อย่างผ่านมือถือได้ นอกจากจะพัฒนาเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคลแล้ว เทคโนโลยียังพัฒนาทางการสื่อสารยังพัฒนาไปไกลถึงขั้นการสื่อสารกับตัวเอง เช่น เรื่องของนาฬิกา บางตัวที่สามารถใส่และออกไปวิ่ง เวลาที่เราวิ่งมีอัตราการเต้นของหัวใจเท่าไร ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้ทาให้เราสื่อสาร กับตัวเราเองได้ เนื่องจากสื่อมีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ ตามพัฒนาการหรือ

วิวัฒนาการของเทคโนโลยีที่ทันสมัย ดังนั้น Communication contents ก็ต้องปรับเปลี่ยนไปตามสื่อที่เปลี่ยนไปเช่นเดียวกัน

เมื่อพูดถึงเทรนในสื่อใหม่ ก็จะมี เรื่องของ Chat-board และเป็นที่นิยมใน startup หลาย ๆ องค์กรก็มีการพัฒนา Chat-board ขึ้นมาเพื่อสามารถตอบโต้กับผู้รับสาร ผู้บริโภค หรือกลุ่มลูกค้าได้ Chat-board เหล่านี้ก็จะมี การพัฒนาขึ้นมาเรื่อย ๆ ในปัจจุบันและในอนาคตจะมีประโยชน์อย่างมากในการสื่อสารอย่างทันท่วงที ๒๔ ชม และตอบโต้ได้ทันที และตอบตรงคำถามมากที่สุด ในอนาคตมีแนวโน้มว่าจะเกิดขึ้นได้ คือ Expert system เช่น เวลาที่จะเข้าไปรักษาพยาบาลก่อนที่จะไปหาหมออาจจะมีการปรึกษาคุณหมอหรือผู้เชี่ยวชาญผ่านทางระบบออนไลน์ หรือพัฒนาเรื่อง AI ให้ทำงานได้ดีมีประสิทธิภาพมากขึ้นให้ใกล้เคียงมนุษย์มากขึ้น พัฒนาในเรื่องของ Smart city ที่รัฐบาลต้องการพัฒนาให้เมืองมีการติดต่อเชื่อมโยงผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ส่วนสุดท้ายคือ การพัฒนา ระดับความเร็วของอินเทอร์เน็ต

ความหมายของสื่อใหม่

๑. สื่อที่ใช้ในการสื่อสารแบบใหม่เกิดจากการผสมผสารของระบบโทรคมนาคมเข้ากับระบบสารสนเทศ ปัจจุบันมักหมายถึงการสื่อสารที่มีลักษณะการจัดเก็บข้อมูลแบบดิจิทัล จะมีการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมาเป็นพื้นฐานสำคัญตลอดจนผู้รับสารของสื่อใหม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์หรือมีปฏิกิริยาตอบกลับได้ในทันทีทันใด สื่อใหม่สามารถทาให้เกิดปฏิกิริยาตอบกลับได้ทันที

๒. สื่อใหม่ คือสื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทาหน้าที่ส่งและรับสารพร้อมกันได้ในสองทางหรือ Two-way communication และสื่อทาหน้าทีได้หลายอย่างรวมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั่งเดิมผนวกเข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสารได้สองทางและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม สื่อที่สามารถทาหน้าที่ได้หลายอย่างเป็นสื่อแบบประสม สามารถแสดงผลได้ทั้งในเรื่องของภาพ ข้อความ กราฟิก เสียง ภาพเคลื่อนไหว หรือภาพยนตร์

๓. สื่อใหม่ คือสื่อที่สามารถเข้าถึงเนื้อหาตามความต้องการได้ทุกที่ทุกเวลาและทุกอุปกรณ์ดิจิทัล ซึ่งรวมไปถึงการป้อนกลับของผู้ใช้ที่ตอบโต้ระหว่างกัน การมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ การรวมตัวเป็นชุมชนที่แวดล้อม เนื้อหาสื่อนั้น

คุณลักษณะของสื่อใหม่ คือ

๑. สามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ตามต้องการได้ทุกที่ทุกเวลาทุกอุปกรณ์ดิจิทัล ถ้าหากมีอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ก็จะทาให้สามารถเข้าถึงเนื้อหาผ่านสื่อใหม่ได้ทุกที่บนโลกนี้

๒. Interactive User หรือผู้ใช้ที่มีลักษณะที่ตอบกลับหรือตอบโต้ได้ทันทีทันใด

๓. การมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์

ลักษณะและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อใหม่

๑. ผู้รับสารบนสื่อใหม่เป็นผู้รับสารที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเข้าถึงเนื้อหาได้ตลอดเวลา

๒. ผู้รับสารบนสื่อใหม่ในปัจจุบันมีลักษณะ Integrated social media มีการสื่อสารใช้ชีวิตบนโซเชียลมีเดียหลาย ๆ สื่อ

๓. มีลักษณะบริโภคข้อมูลผ่านโลกออนไลน์จานวนมาก เช่น การค้นหาสิ่งต่าง ๆ

๔. ชอบเปิดรับเนื้อหาที่เป็นรูปภาพและวิดีโอเป็นหลัก

๕. Smartphone uses ใช้สื่อสมาท์โฟนอย่างเข้มข้น

สื่อโซเชียลมีเดียหรือสังคมออนไลน์

ความหมายของสื่อ Social Media เป็นออนไลน์เทคโนโลยี เป็นเทคโนโลยีทางสื่อออนไลน์อย่างหนึ่ง ที่คนเข้าไปแชร์ความคิดเห็นความชื่นชอบประสบการณ์ มุมมอง มีเดียต่าง ๆ Social Media เป็นพื้นที่ที่เปิดให้คนเข้าไปแชร์เนื้อหาสาระ มุมมอง ประสบการณ์ ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับเทคโนโลยี Social Media เป็นเว็บไซต์ประเภทหนึ่ง เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี มีความเกี่ยวข้องกับ Social Interaction หรือ การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม Social Media ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมากมาย การเคลื่อนไหวทางสังคม ทาให้เกิด User Generated Content เนื้อหา ที่ถูกสร้างโดยผู้ใช้งานโดนทั่วไป Social Media เป็นสื่อสาธารณะ หรือกึ่งสาธารณะ ควรมีการระมัดวัง ในการเผยแพร่

กลยุทธ์ในการสร้างสื่อโซเชียล คือ Alarm

- A ตัวแรก คือ Analysis market การสร้างเพจขององค์กร ควรมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ตลาดในภาพรวมเป็นอย่างไรคนส่วนใหญ่สนใจเรื่องอะไร กลุ่มที่เป็นคู่แข่งเขาพูดถึงเรื่องอะไร และองค์กรเราควรพูดในเรื่องอะไรเพื่อให้คนสนใจ

- L ตัวที่สอง คือ Listening insight การรับฟังเสียงของผู้บริโภคบนโลกโซเชียลมีเดีย และโลกออนไลน์เพื่อทราบถึงความต้องการ เมื่อรับฟังแล้วเราจะสามารถรู้ได้ว่าผู้รับสารต้องการรู้เรื่องอะไร ทัศนคติที่เขามีต่อองค์กรเป็นอย่างไร

- A ตัวที่สาม คือ Action เทคนิคหรือวิธีการที่นาไปใช้อย่างเหมาะสมเพื่อให้ประสบผลสำเร็จ

- R ตัวที่สี่ คือ Realtime Trains เป็นส่วนที่สำคัญที่ต้องนาเสนอเนื้อหาที่กำลังสนใจของคนบนโลกออนไลน์

- M ตัวที่ห้า คือ Measurement การวัดผลการประเมินผลที่ถูกต้อง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของเรา

กลยุทธ์อีกอย่างที่ควรคำนึง คือ จะต้องหาจุดสมดุลในสิ่งที่ผู้รับสารอยากจะรู้ เรียนรู้จากพฤติกรรมการรับสาร ของผู้รับสาร และสร้างเนื้อหาเฉพาะกลุ่ม และนำเสนอได้อย่างถูกกลุ่มเป้าหมายและถูกเวลา กลยุทธอีกอย่างหนึ่งคือ User-Generated Content คุณลักษณะเด่นของโซเชียลมีเดีย คือ การมีส่วนร่วม ดังนั้นเราอาจจะมีการเชิญชวน มีส่วนร่วมในการแชร์ หรือให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนในการสร้างสรรเนื้อหา ปัจจัยที่สำคัญต่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพบนสื่อโซเชียลมีเดีย คือเราจะทำอย่างไรให้เนื้อหาของเราที่แชร์ ลงไปในหน่วยงานหรือประชาชน จะทำอย่างไรทำให้เนื้อหามีความโดดเด่น คนให้ความสนใจ คนเข้ามาอ่าน และแชร์

- เนื้อหาหรือข้อมูลที่ถูกแชร์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่เราสร้างสรรขึ้นมาควรที่จะสามารถที่จะสะกดความสนใจของกลุ่มผู้รับสารภายใน ๑ - ๓ วินาที

- เนื้อหาที่โดดเด่น โดยหน่วยงานควรที่จะสร้างเนื้อหาที่โดดเด่น มีเอกลักษณะ น่าจดจำ ให้ประโยชน์กับผู้อ่าน

การรับฟังเสียงผู้บริโภคหรือผู้รับสาร

Social listening คือ เครื่องมือรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภคบนโลกออนไลน์ ซึ่งหลักการทางาน คือ Social listening จะไปจับ Keyword ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานเรา ว่ามีคนพูดถึงหน่วยงานของเราว่าอย่างไ:. แล้ววิเคราะห์ข้อมูลส่งกลับมาให้หน่วยงาน จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการใช้วางแผนการสื่อสาร แก้ไขความเข้าใจผิดในเรื่องที่เป็นผลกระทบเชิงลบต่อหน่วยงาน

เทคนิคการบริหาร Customer Spec หรือ พื้นที่ของ Customer ก็จะมีเทคนิคสำคัญ เรียกว่า ๓F

- Find ต้องหาทัศนคติเชิงบวกและเชิงลบ

- Follow เมื่อหาเจอว่ามีคนพูดถึงหน่วยงานในเชิงลบ ก็จะมีการติดตามเพื่อไปปรับปรุงแก้ไขได้อย่างไร

- Feed การให้นำเสนอเนื้อหาในเชิงบวกในเรื่องดี ๆ เกี่ยวกับองค์กร ให้กลุ่มประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้มากขึ้น

การสื่อสารในภาวะวิกฤต

วิกฤตบนโลกออนไลน์ เนื่องจาก Customer Spec บนโลกออนไลน์มีค่อนข้างมากทำให้มีโอกาศเกิด Crisis ได้ง่าย ซึ่งองค์กรไม่สามารถควบคุม เนื้อหาได้ตลอด ขั้นแรกที่จำเป็น

- Identify and Define crisis เราต้องตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ต้องระบุให้ได้ว่าวิกฤตที่เกิดขึ้นมีสาเหตุมาจากอะไร องค์กรมีส่วนเกี่ยวข้องกับความผิดพลาดหรือเรื่องที่เป็นเชิงลบนั้นมากน้อยเพียงใด เมื่อพบแล้วว่าองค์กรมีส่วนในข้อผิดพลาดนั้น ๆ สิ่งแรกที่ควรจะทำ คือ การขอโทษเพื่อจำกัดความเสียหาย หลังจาก ขอโทษจะต้องมีการแสดงถึงการแก้ไขอย่างไร และจะทำเสร็จสิ้นเมื่อใด

- การตอบคำถามผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ต้องพยายามทำให้ประเด็นคำถามให้แคบลงหรือเล็กลง ตัดประเด็ .1 ที่ไม่เกี่ยวข้องออกและไม่ควรเพิ่มประเด็นใหม่ ๆ ดังนั้น ในการกำหนด Key message ครั้งแรกที่จะพูดออกไป สู่สาธารณะควรจะพัฒนาให้ชัดเจนและครอบคลุมทุกข้อสงสัย

ข้อควรระมัดระวังที่จำเป็นที่จะต้องพิจารณาในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียหรือสื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารของหน่วยงานต่าง ๆ

๑. สื่อโซเชียลมีเดีย เป็นสื่อที่ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่เป็นสื่อที่ควบคุมได้ค่อนข้างยาก

๒. การเลือกสื่อโซเชียลมีเดียที่เหมาะสมกับหน่วยงาน ให้เหมาะสมกับทีมงาน

๓. การสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย เป็นงานที่ไม่รู้จบ ไม่จบสิ้น ต้องทำอย่างต่อเนื่อง

๔. การใช้งานสื่อโซเชียลมีเดียด้วยความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง

๕. สื่อโซเชียลมีเดียไม่ใช่ Solution เดียวในการสื่อสารำาหรับหน่วยงานต่าง ๆ

๖. ทุกคนล้วนเป็นจิ๊กซอว์สำคัญที่มีส่วนต่อการสื่อสารและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้หน่วยงาน ดังนั้น การแชร์ข้อมูลหรือข้อความใด ๆ ก็ตามต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นสื่อสาธารณะมากกว่าสื่อส่วนตัว

๒.๒ ประสบการณ์/ประโยชน์ที่ได้รับ /การประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน

☑ ต่อตนเอง

การนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาตนเองได้มากยิ่งขึ้น การแชร์ข้อมูลหรือข้อความใด ๆ จะต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นสื่อสาธารณะมากกว่าสื่อส่วนตัว

☑ ต่อหน่วยงาน / การนำมาประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน

การนำความรู้มาพัฒนาตนเอง เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาองค์กรให้ก้าวหน้าขึ้นไป การสื่อสารและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้หน่วยงาน จะต้องเลือกสื่อโซเชียลมีเดียที่เหมาะสมกับหน่วยงาน

๒.๓ ปัญหาและอุปสรรคในการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้ฯ

-

๒.๔ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

-

ลงชื่อ.....

(นางสาวพิมพิลัย นวลละออง)

ตำแหน่งนักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ

ผู้รายงาน

วันที่ ๒๐ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๓

ส่วนที่ ๓ ความเห็นของผู้บังคับบัญชา

(✓) ทราบ

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(นายสมศักดิ์ สุขจันทร์)

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองนโยบายและแผนการใช้ที่ดิน

วันที่ ๒๑ เดือน พ.ค. พ.ศ. ๒๕๖๓