

การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพ
การรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)

โดย

นางนิโลบล แว่วบศรี

เลขานุการกรม

กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๕๕

ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๕๕ – ๒๕๖๐

บทคัดย่อ

เรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับชำระเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย นางนิโลบล แววับศรี **หลักสูตร** วปอ. **รุ่นที่** ๕๕

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาให้ทราบถึงความรู้ ความเข้าใจของส่วนราชการ ผู้ปฏิบัติ และทราบถึงปัญหาหรือข้อขัดข้องทางการประชาสัมพันธ์โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับชำระเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เพื่อหาแนวทาง วิธีการมาส่งเสริมการประชาสัมพันธ์โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับชำระเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของกรมบัญชีกลางให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์จากแหล่งข้อมูลต่างๆ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้อำนวยการกองคลัง เจ้าหน้าที่การเงินการคลังของหน่วยงานของรัฐ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยใช้แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ได้ส่งแบบสอบถามทางอิเล็กทรอนิกส์ และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประมวลผล

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินการคลังของหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจโครงการฯ ในระดับปานกลางถึงระดับดี โดยทราบว่ามีการปรับเปลี่ยนวิธีการเบิกจ่ายเงิน การรับเงิน และการนำเงินส่งคลัง แต่ยังมีกลุ่มผู้ที่ไม่ได้ปฏิบัติงานด้านการเบิกจ่าย ยังไม่เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ซึ่งมีผลกระทบต่อตัวเจ้าหน้าที่ด้วย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถาม ได้รับความรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์จากหนังสือเวียนของกรมบัญชีกลาง และใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มาก รวมทั้งยังต้องการใช้การสื่อสาร ๒ ทาง และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลางถึงมากที่สุด และเจ้าหน้าที่ได้ถือปฏิบัติตามหนังสือเวียนของกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลังแล้ว โดยมีข้อเสนอแนะให้คงสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อประโยชน์ในการอ้างอิง ให้กรมบัญชีกลางปรับปรุงหรือเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์โครงการ จัดทำคู่มือ แผ่นพับ จัดบอร์ด สื่อวิทยุ โทรทัศน์ เพิ่มสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น SMS Line และ Off Line Mail ของหน่วยงานหรือ Mail ส่วนตัวของผู้ปฏิบัติงาน และควรมีการส่งสัญญาณเตือนก่อนมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง โดยเชิญหน่วยงานต่างๆ มาหารือ รับทราบข้อมูลความเปลี่ยนแปลงก่อนออกหนังสือเวียนสั่งการโครงการดังกล่าว ลดขั้นตอนบางขั้นตอน ลดจำนวนผู้ปฏิบัติงานที่เป็นข้าราชการ และขอให้กรมบัญชีกลางทำการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย แยกหนังสือสั่งการ วิธีปฏิบัติกับการทำความเข้าใจหรือการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ออกจากกันเพื่อให้ผู้ปฏิบัติทำความเข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น และแยกแยะระหว่างหลักการ วิธีปฏิบัติ และคำอธิบายกับการประชาสัมพันธ์โครงการฯ

คำนำ

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เล่มนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อเสนอวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักรโดยเป็นส่วนหนึ่งทางการศึกษาหลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๕๕

สืบเนื่องจากรัฐบาลมีแนวนโยบายในการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยการส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัล และวางรากฐานเศรษฐกิจดิจิทัล ให้เริ่มขับเคลื่อนโดยอย่างจริงจัง คณะรัฐมนตรีจึงมีมติ รับทราบข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ ป.ป.ช. เกี่ยวกับการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการบริการภาครัฐ เพื่อป้องกันการทุจริต และต่อมาก็มีมติเห็นชอบ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) ซึ่งมีแผนงานโครงการ e-Payment ภาครัฐเป็นโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว แต่เนื่องจากโครงการดังกล่าวเป็นเรื่องใหม่ และเป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่จะผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติ ซึ่งกรมบัญชีกลางได้มีหนังสือแจ้งเวียนหลักเกณฑ์การปฏิบัติงานในโครงการดังกล่าวหลายฉบับ รวมทั้งได้จัดฝึกอบรม ประชุมสัมมนาหลายครั้ง ผู้ปฏิบัติงานในส่วนราชการต่างๆ ก็ยังเกิดข้อคำถามและมีปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน อาจเกิดจากการประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจยังไม่เพียงพอ และไม่ทั่วถึง

การศึกษาวิจัยฉบับนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาให้ทราบถึงความรู้ความเข้าใจของผู้ปฏิบัติงานในส่วนราชการ และหน่วยงานของรัฐ ทราบถึงปัญหาหรือข้อขัดข้องของการประชาสัมพันธ์โครงการฯ หาแนวทาง วิธีการมาส่งเสริมการประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าว เพื่อให้สามารถปรับปรุง และพัฒนางานของกรมบัญชีกลางให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากที่สุดต่อไป ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านไม่มากนัก

(นางนิโลบล แวววัชรวิ)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๕๕

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญแผนภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	๑
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๓
ขอบเขตของการวิจัย	๓
วิธีดำเนินการวิจัย	๔
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	๔
บทที่ ๒ แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๕
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	๕
แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์	๑๒
ความหมายและหลักการของการเรียนรู้	๑๓
ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ	๑๕
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๒๒
รายละเอียดโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)	๒๓
กรอบความคิดของการวิจัย	๒๘
สรุป	๒๘

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ ๓ การเบิกจ่ายเงินจากคลัง การเก็บรักษาเงิน และการนำเงินส่งคลัง	๒๕
หลักการการเบิกจ่ายเงินจากคลัง	๒๕
วิธีการเบิกจ่ายเงิน	๓๐
ด้านการรับเงิน	๓๑
การนำเงินส่งคลัง	๓๒
หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการจ่ายเงินและการรับเงินและการนำส่งคลัง ของส่วนราชการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Corporate Online)	๓๕
ด้านการจ่าย	๓๕
ด้านการรับเงิน	๓๗
ด้านการนำเงินส่งคลัง	๓๘
สรุป	๔๐
บทที่ ๔ บทวิเคราะห์	๔๑
แบบสอบถามส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	๔๒
ส่วนที่ ๒ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	๔๔
ส่วนที่ ๓ ความพึงพอใจช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	๔๕
ส่วนที่ ๔ ความรู้ความเข้าใจโครงการการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)	๕๐
สรุป	๕๐
บทที่ ๕ สรุปและข้อเสนอแนะ	๕๕
สรุปและอภิปรายผล	๕๕
ข้อเสนอแนะ	๕๖
บรรณานุกรม	๕๗
ภาคผนวก	๖๑
แบบสอบถาม เรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพ การรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)	๖๒
ประวัติย่อผู้วิจัย	๕๕

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
๑ - ๒ แสดงกระบวนการและขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	๑๒
๓ - ๑ การรับ - จ่ายเงินภาครัฐ (ข้อมูลปี ๒๕๕๘)	๓๓
๓ - ๒ หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการจ่ายเงินของส่วนราชการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์	๓๗
๓ - ๓ หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการรับเงินของส่วนราชการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์	๓๘
๓ - ๔ หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการนำเงินส่งคลังของส่วนราชการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์	๓๙
๔ - ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	๔๓
๔ - ๒ ส่วนที่ ๒ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	๔๕
๔ - ๓ ส่วนที่ ๓ ความพึงพอใจช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	๔๗

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สืบเนื่องจากคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (คณะกรรมการ ป.ป.ช.) ได้เสนอแนะเกี่ยวกับการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในงานบริการภาครัฐ เพื่อป้องกันการทุจริต กอปรกับที่คณะรัฐมนตรี โดย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้แถลงนโยบาย ต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๕๗ ว่า รัฐบาลมีแนวนโยบายในการ เพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยการส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัลและวางรากฐาน เศรษฐกิจดิจิทัลให้เริ่มขับเคลื่อนได้อย่างจริงจัง คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติเมื่อวันที่ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๕๘ รับทราบข้อเสนอแนะของ คณะกรรมการ ป.ป.ช. เกี่ยวกับการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในการบริการภาครัฐเพื่อป้องกันการทุจริต และมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบ ราชการ (สำนักงาน ก.พ.ร.) และกระทรวงการคลัง โดยกรมบัญชีกลางเป็นหน่วยงานหลัก รับข้อเสนอของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ไปพิจารณาร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีข้อเสนอ มาตรการระยะยาวว่า รัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณในการนำระบบ อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการปรับปรุงงานบริการภาครัฐ โดยเฉพาะในระบบการชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ^๑

ต่อมาคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๕๘ เห็นชอบ แผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) ซึ่งมีแผนงาน โครงการ (e-Payment) ภาครัฐ เป็นโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ ดังกล่าว พร้อมทั้งให้ความเห็นชอบจัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ National e-Payment ซึ่งมีรองนายกรัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจเป็นประธาน เพื่อผลักดันการดำเนินงานของ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแผนยุทธศาสตร์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้ง แต่งตั้งคณะอนุกรรมการ (Working Committee) เป็นคณะทำงานย่อยที่รับผิดชอบแต่ละโครงการ

^๑ สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. “หนังสือด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๕/ว (ล)๒๕๑๐ เรื่อง ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในงานบริการภาครัฐเพื่อป้องกันการทุจริต”. ลงวันที่ ๒๒ กรกฎาคม ๒๕๕๘.

ในแผนยุทธศาสตร์ โดยมีผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทยทำหน้าที่เป็นประธานอนุกรรมการ ซึ่งประกอบไปด้วย ๕ โครงการดังนี้

๑. โครงการระบบการชำระเงิน Any ID: การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินกลางของประเทศไทยให้สามารถรองรับการโอนเงินระหว่างธนาคารโดยใช้หมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน เลขที่บัญชี หมายเลขกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet ID) หรืออีเมลแอดเดรส (e-Mail Address) ในการระบุผู้รับโอน

๒. โครงการขยายการใช้บัตร: การส่งเสริมการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้เงินสด และเป็นช่องทางในการจ่ายเงินสวัสดิการจากภาครัฐสู่ประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสนับสนุนการกระจายจุดรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้ทั่วถึง

๓. โครงการระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์: การส่งเสริมระบบภาษีอิเล็กทรอนิกส์และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำและนำส่งเอกสารภาษี

๔. โครงการ e-Payment ภาครัฐ: การส่งเสริมให้มีฐานข้อมูลกลางเกี่ยวกับผู้มีรายได้ และการจ่ายเงินให้แก่ประชาชน โดยใช้เลขที่บัตรประชาชน รวมทั้งส่งเสริมการรับจ่ายเงินของภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์

๕. โครงการการให้ความรู้และการส่งเสริมการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์: การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และออกมาตรการจูงใจเพื่อส่งเสริมการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์^๒

กรมบัญชีกลาง ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดกฎหมายและระเบียบรวมทั้งหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐมีความเข้าใจ เพื่อใช้ถือปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง แต่เนื่องจากโครงการดังกล่าวเป็นเรื่องใหม่และเป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่ผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติ แต่ปรากฏว่าเมื่อกรมบัญชีกลางออกหนังสือเวียนหลักเกณฑ์สั่งการเกี่ยวกับโครงการดังกล่าวหลายฉบับ และกรมบัญชีกลางมีการจัดฝึกอบรมให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการคลังของส่วนราชการมาแล้วจำนวน ๔ ครั้ง ผู้ปฏิบัติงานในส่วนราชการต่างๆ ก็ยังเกิดข้อคำถามและมีปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน อาจเป็นเพราะโครงการดังกล่าวเป็นเรื่องการใช้ระบบงานทางอิเล็กทรอนิกส์แบบใหม่ ผู้ปฏิบัติงานยังไม่เกิดความคุ้นเคย ซึ่งผู้ปฏิบัติงานต้องได้รับการอบรมโดยการฝึกปฏิบัติจริงหรืออาจเกิดจากการประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจยังไม่เพียงพอและไม่ทั่วถึง ดังนั้น จึงต้องให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงาน

^๒ สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. “หนังสือด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๕/๔๖๗๗๑ เรื่อง แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan)”. ลงวันที่ ๒๔ ธันวาคม ๒๕๕๘.

ในส่วนราชการมีความรู้ความเข้าใจในโครงการดังกล่าวอย่างถ่องแท้ อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการรับจ่ายเงินของหน่วยงานภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพลดความผิดพลาด และปัญหาการทุจริตจากการจ่ายเงินด้วยเงินสดและเช็ค ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการเงินของหน่วยงานภาครัฐอย่างครบวงจร ประกอบด้วย การจ่ายเงิน การรับเงิน ภาครัฐ และการนำเงินส่งคลัง

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจจะศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) แบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของกรมบัญชีกลาง โดยเป็นการศึกษาถึงกรอบแนวคิดหลัก และวิธีการประชาสัมพันธ์ แนวทางกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินโครงการ ซึ่งจะช่วยในการแก้ไขปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ให้ดีขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถปรับปรุง และพัฒนางานกรมบัญชีกลางให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลมากที่สุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาให้ทราบถึงความรู้ ความเข้าใจของส่วนราชการผู้ปฏิบัติเกี่ยวกับโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์
๒. เพื่อศึกษาปัญหาหรือข้อขัดข้องของการประชาสัมพันธ์โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)
๓. เพื่อหาแนวทาง และวิธีการในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของกรมบัญชีกลางให้เพิ่มมากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยในด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา โดยจะสอบถามกลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินการคลัง เช่น ผู้อำนวยการกองคลัง เจ้าหน้าที่การเงินการคลังของส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน ๑๐๐ คน ในช่วงตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน ๒๕๕๕ – เดือน มิถุนายน ๒๕๖๐

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

๑. ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ จากแหล่งข้อมูลต่างๆ (Document Research)

๒. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้อำนวยการกองคลัง เจ้าหน้าที่การเงินการคลังของหน่วยงานของรัฐทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

๓. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยจะสร้างขึ้นเอง โดยส่งแบบสอบถามจะใช้ช่องทางทางอิเล็กทรอนิกส์ และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประมวลผลตามจำนวนหน่วยงาน จำนวน ๑๐๐ ชุด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. ทราบถึงความรู้ความเข้าใจของหน่วยงานภาครัฐผู้ปฏิบัติ

๒. ทราบถึงปัญหาหรือข้อขัดข้องของการประชาสัมพันธ์โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)

๓. ทราบแนวทาง วิธีการ มาส่งเสริมการประชาสัมพันธ์โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของกรมบัญชีกลางให้เพิ่มมากขึ้น

บทที่ ๒

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) จำเป็นต้องอาศัยความรู้เกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับเรื่องที่กำลังศึกษาวิจัยหลายเรื่อง ซึ่งผู้วิจัยจะได้กล่าวตามลำดับ ดังนี้

๑. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
 - ๑.๑ ความหมายของการประชาสัมพันธ์
 - ๑.๒ หลักการประชาสัมพันธ์
 - ๑.๓ กระบวนการประชาสัมพันธ์
๒. แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์
๓. ความหมายและหลักการของการเรียนรู้
๔. ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ
 - ๔.๑ ความหมายของการจูงใจ
 - ๔.๒ ประเภทของการจูงใจ
 - ๔.๓ กระบวนการจูงใจ
 - ๔.๔ ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ
๕. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
๖. รายละเอียดโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาวิจัยค้นคว้ามีทฤษฎีและแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านที่ได้บันทึกไว้ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมายึดเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ดังนี้

- ๑.๑ ความหมายของการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕ หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน หากจะอธิบายให้เป็นรูปธรรมจะหมายถึงการวางแผนและการกระทำที่มีผลต่อความคิดและจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรม

บริการ หรือสินค้าของหน่วยงาน จนหน่วยงานได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชน ในระยะยาว^๑ มีนักคิดและตำราทางวิชาการต่าง ๆ ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

สก๊อต เอ็ม. คัทลิป (Scott M. Cutlip) และ แอนเลน เอช. เซ็นเตอร์ (Allen H. Center) ให้ความหมายว่า เป็นการพยายามในการวางแผนที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นต่อประชาชน ให้ยอมรับการดำเนินธุรกิจของสถาบันและเป็นการสื่อสาร ๒ ทาง^๒

วิลเลียม เจ สแตนตัน (William J. Stanton) ให้ความหมายว่า ความพยายามที่ได้ จัดเตรียมไว้ขององค์การเพื่อชักจูงบุคคลบางกลุ่มให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติในทางที่ดี ต่อองค์การตลาดเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์เป็นกลุ่มสาธารณะ (Publics) เช่น ประชาชนทั่วไป หน่วยงานของรัฐบาล บุคลากรหรือบุคคลที่อาศัยใกล้ชิดกับองค์การที่ให้ข่าวสาร^๓

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดี ต่อองค์การหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่ดี การสร้างภาพพจน์ที่ดี การเป็นบริษัทที่ดี (Good corporate image) โดยการสร้างเหตุการณ์ และเรื่องราวที่ดี^๔

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นจริงเป็นการกระตุ้น การเสนอซื้อโดยอาศัยชื่อเสียง ภาพพจน์ที่ดีของกิจการโดยการสร้างข่าวที่ใช้สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ฯ เป็นสื่อไปถึงผู้บริโภค การประชาสัมพันธ์ยังช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดี ของธุรกิจ ทั้งในสายตาของบุคคลภายนอกและบุคคลภายในองค์กรอีกด้วย^๕

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่าง องค์การหรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจาก

^๑ “ความหมายของการประชาสัมพันธ์”.(ออนไลน์).เข้าถึงได้จาก : <http://dca.rtaf.mi.th>, ๒๕๕๐.

^๒ “ความหมายของการประชาสัมพันธ์”.(ออนไลน์).เข้าถึงได้จาก : <http://dca.rtaf.mi.th>, ๒๕๕๐.

^๓ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ เจริญ โชไชย. ศัพท์การตลาดและคำศัพท์การขาย. (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิคอาร์ต, ๒๕๓๖). หน้า ๒๕๖.

^๔ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุกร เสรีรัตน์ และ งามอาจ ปทะวานิช, . การบริหารการตลาดยุคใหม่. (กรุงเทพฯ : บริษัท ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด, ๒๕๔๑). หน้า ๕๐๑.

^๕ สุชาติวง เรื่องรุจิระ และ ปราณิ พรรณวิเชียร. หลักการตลาด. (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ประกายพริก, ๒๕๓๖). หน้า ๒๓๕.

ประชาชนนั่นเอง ซึ่งความเข้าใจอันดีและความสัมพันธ์จะเกิดขึ้นได้ก็ต้องอาศัยการติดต่อสื่อสาร เป็นเครื่องมือเพื่อนำเข้าข้อมูลหรือเนื้อหาสาระจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง^๖

การประชาสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากหน่วยงานหรือจากผู้บริหารไปยังกลุ่มชนที่เกี่ยวข้องโดยการใช้สื่อต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของหน่วยงาน ให้กลุ่มชนเป้าหมายยอมรับต่อไป^๗

ความหมายของนักคิดและตำราทางวิชาการต่าง ๆ ดังกล่าว ผู้ศึกษาสามารถสรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การวางแผนหรือความพยายามในการติดต่อสื่อสาร เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง สร้างทัศนคติที่ดีหรือภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กรหรือระหว่างองค์กรกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายโดยการใช้สื่อต่าง ๆ เป็นเครื่องมือเพื่อหวังผลในการได้รับความร่วมมือหรือการสนับสนุนจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจเป็นบุคคลภายในและบุคคลภายนอกองค์กรและยอมรับฟังความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มเป้าหมายด้วย

๑.๒ หลักการประชาสัมพันธ์ ในอดีตการประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารทางเดียว ใช้สำหรับเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ ข่าวสารข้อมูล และเรื่องต่าง ๆ ขององค์กรไปสู่ประชาชน แต่ในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มีความหมายและความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการตลาดและการโฆษณา รวมทั้งมีบทบาทในการรักษาหรือแก้ภาพพจน์ให้แก่องค์กรสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชนให้ถูกต้อง โดยให้ความสำคัญกับความรู้ความคิดเห็นและความต้องการ ของประชาชนที่เกี่ยวข้องมากขึ้น ทำให้การประชาสัมพันธ์มีลักษณะของการสื่อสารแบบยูกิวิตี หรือการสื่อสาร ๒ ทาง ไป – กลับ (Two way communication) ที่สมบูรณ์ขึ้น^๘

๑.๓ กระบวนการประชาสัมพันธ์

สก็อต เอ็ม คัทลิป และพวก (Scott M. Cutlip & Others) ได้กล่าวไว้ว่ากระบวนการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย ๔ ขั้นตอนใหญ่ ๆ (The Four – step Process) ซึ่งจะหมุนเวียนต่อเนื่องกันอยู่ตลอดเวลา ดังนี้^๙

^๖ “การประชาสัมพันธ์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

http://www.angthongnews.com/news/content_detail.php?news_id=๐๐๕๐๘, ๒๕๕๑.

^๗ “ความหมายของการประชาสัมพันธ์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<http://dusithost.dusit.ac.th/~ranong๒/KM&R/ca๐๕.doc>, ๒๕๕๑.

^๘ “หลักการประชาสัมพันธ์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.dea.raf.mi.th>, ๒๕๕๐.

^๙ “กระบวนการประชาสัมพันธ์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

http://www.angthongnews.com/news/content_detail.php?news_id=๐๐๕๐๘, ๒๕๕๑.

๑. การสำรวจและการกำหนดปัญหา (Defining the Problem/Fact Finding)
๒. การวางแผนและกำหนดแผนงานการปฏิบัติ (Planning & Programming)
๓. การปฏิบัติการและการสื่อสาร (Taking Acting & Communicating)
๔. การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Evaluating the Program)

จากวัฏจักร ๔ ขั้นตอนดังกล่าว จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าการประชาสัมพันธ์ มีลักษณะสำคัญคือ การสื่อสารแบบสองทาง (Two – way Communication) ซึ่งจะให้ความสำคัญในขั้นตอน การแสวงหาข้อมูลเพื่อระบุปัญหาและการดำเนินการแก้ไข

การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดมีลำดับขั้นตอน ดังนี้^{๑๐}

๑. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะรับข่าวสาร [Determining target audience (Market)] → Market (ตลาด)

๒. การกำหนดวัตถุประสงค์ในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ [Publicity and public reactions (PR) objectives] → Mission (ภารกิจ)

๓. กำหนดงบประมาณในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ [Publicity and public reactions budget] → Money (เงิน)

๔. การเลือกข่าวสารและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations message and vehicles) → Message (ข่าวสาร)

๕. การปฏิบัติการตามแผนการให้ข่าวการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด [Implementing the publicity and Marketing Public Relations (MPR) plan] → Implementing (การปฏิบัติงาน)

๖. การประเมินผลการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด [Evaluating the publicity and Marketing Public Relations (MPR) plan] → Measurement (การวัดผล)

สก๊อต เอ็ม คัทลิป (Scott M. Cutlip) และแอลเลน เอช. เซ็นเตอร์ (Allen H. Center) ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพไว้ว่าควรมีขั้นตอน ดังนี้^{๑๑}

๑. การวิจัยการรับฟัง (Reserch-Listening) นักประชาสัมพันธ์จะต้องปฏิบัติโดยการสำรวจค้นหาปัญหาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความคิดเห็น ปฏิกริยา อคติ ท่าที ความรู้สึกของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานหรือนโยบายของหน่วยงานเพื่อประมวลข้อมูลที่ได้ รวมทั้ง

^{๑๐} ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, สุภร เสรีรัตน์ และ องอาจ ปทพานิช. การบริหารการตลาดยุคใหม่. (กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด, ๒๕๔๑). หน้า ๕๐๑.

^{๑๑} “กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

ต้องศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริงต่าง ๆ อาจเป็นการรวบรวม เอกสาร หนังสือ ข่าวสาร หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสถาบัน หรือรวบรวมข้อมูลจากสภาพแวดล้อมหรือ ปรากฏิยาที่ประชาชนแสดงออกหรือมีต่อองค์กร นอกจากนี้ ยังใช้วิธีพบปะพูดคุยกับประชาชน ที่เป็นผู้นำทางประชามติ (Public Opinion Leader) และรับฟังความคิดเห็นจากบทความหรือ บทความวิจารณ์ทางวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ บทความวิจารณ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ คอลัมน์ต่าง ๆ ที่ เปิดโอกาสให้ประชาชนถามคำถาม แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ วิพากษ์วิจารณ์ คำชมต่าง ๆ ที่มี เข้ามายังองค์กร เป็นการรับฟังความคิดเห็นอย่างไม่เป็นทางการ

๒. การวางแผนตัดสินใจเตรียมการปฏิบัติงาน (Planning-Decision-Making) เป็น ขั้นตอนการนำเอาข้อมูลที่ได้จากขั้นที่หนึ่งมาเป็นตัวกำหนดนโยบายและโครงการของหน่วยงานซึ่ง ต้องใช้ความรู้ทางวิทยาการและวิจารณ์ญาณ วินิจฉัยเหตุการณ์ในอนาคต แล้วกำหนดวิธีการให้ ถูกต้องมีเหตุผล เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนเป็นไปโดยเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพที่สุด การวางแผนเป็นขั้นตอนที่ต่อจากการสำรวจวิจัย ค้นคว้าหาข้อมูล เริ่มมีความยุ่งยากซับซ้อนขึ้น ต้องใช้สติปัญญา ความรอบคอบ ตลอดจนวิจารณ์ญาณในการกำหนดวางแผน รวมทั้งการตัดสินใจ ร่วมด้วย การวางแผนที่ดีต้องอาศัยข้อมูลที่ใกล้เคียงเป็นความจริงที่สุด โดยการนำเอาข้อมูล ประชามติ ทศนคติ ความเห็น ฯลฯ ที่ได้มาวิเคราะห์ตัดสินใจว่า อะไรเป็นสิ่งที่ต้องแก้ไข และอะไร เป็นสิ่งที่ต้องทำต่อไป เพื่อประกอบในการกำหนดนโยบายและโครงการขององค์กรต่อไป

๒.๑ การวางแผนประชาสัมพันธ์

๒.๑.๑ ต้องระบุวัตถุประสงค์ไว้อย่างชัดเจนว่า เรามีวัตถุประสงค์ต้องการ สร้างสรรค์ความเข้าใจในเรื่องใด หรือต้องการแก้ปัญหาใด

๒.๑.๒ ต้องระบุให้ชัดว่ากลุ่มประชาชนเป้าหมายคือใครมีรายละเอียดพื้นฐาน การศึกษาหรือภูมิหลังอย่างไร

๒.๑.๓ กำหนดแนวหัวเรื่องว่าจะเน้นไปในทางใด ตลอดจนการกำหนด สัญลักษณ์หรือข้อความสั้น ๆ เป็นคำขวัญ ที่จะจดจำได้ง่ายหรือดึงดูดความสนใจได้ดี

๒.๑.๔ จะต้องกำหนดช่วงระยะเวลาหรือจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการ ปฏิบัติงานให้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เริ่มทำการเผยแพร่ล่วงหน้า (Advanced publicity) เพื่อ เป็นการอุ่นเครื่อง หรือปูพื้นเรียกความสนใจก่อนถึงวันรณรงค์เพื่อปฏิบัติงานอย่างเต็มที่

๒.๑.๕ กำหนดสื่อและเทคนิคต่าง ๆว่าจะใช้สื่อหรือเครื่องมือใดหรือเทคนิค อื่น ๆ อะไรบ้าง

๒.๑.๖ กำหนดงบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงานให้ชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิด ปัญหาภายหลัง

๒.๒ การเลือกใช้สื่อและเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เป็นกลยุทธ์ของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงประชาชนเป้าหมาย เมื่อทราบว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร การหาวิธีการและการวางแผนการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม โดยเฉพาะในกรณีที่จะต้องซื้อสื่อ ผู้วางแผนต้องคำนึงถึงความครอบคลุม (Coverage) ว่าสื่อที่เลือกเข้าถึงประชาชนได้มากน้อยเพียงใด เข้าถึงประชาชนเป้าหมายในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง รวมทั้งต้องคำนึงถึงความถี่ (Frequency) หมายถึงจำนวนครั้งภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ประชาชนได้รับข่าวสารนั้น และสิ่งสำคัญ คือ ความต่อเนื่อง (Continuity) หมายถึง การใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารออกไปในช่วงระยะเวลาที่กำหนดไว้ว่าจะใช้ระยะเวลานานเท่าไร และควรใช้สื่อประเภทใด

สื่อในการประชาสัมพันธ์มีหลายสื่อ บุคคล นับว่าเป็นสื่อ ที่มีความสำคัญมากต่อการโน้มน้าวทัศนคติต่อบุคคล ให้ถึงขั้นการยอมรับความคิดใหม่ สื่อบุคคลที่สำคัญ คือ ผู้นำความคิดที่มีโอกาสติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นและสังคมภายนอกทำให้ผู้นำความคิดถ่ายทอดความคิดใหม่ ๆ พร้อมกับถ่ายทอดทัศนคติต่อตนเองต่อเรื่องราวอื่นทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ฟังอื่น ๆ นอกจากการเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ แล้ว การเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายโดยการเข้าถึงตัวบุคคลก็เป็นวิธีหนึ่งที่มีประสิทธิภาพและนิยมกันมาก

๓. การติดต่อสื่อสาร-การปฏิบัติการ (Communication-Action) เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร นโยบาย ตลอดจนความรู้สึกและข้อเท็จจริงต่าง ๆ ไปยังกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องโดยดำเนินงานตามแผนหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ รวมทั้งการเลือกเครื่องมือและวิธีการสื่อสารเข้ามาช่วยดำเนินงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด ทำให้การติดต่อสื่อสารจากองค์กรไปยังประชาชนเป็นไปอย่างรวดเร็ว ฉับไว ประหยัด และสะดวกยิ่งขึ้น การสื่อสารจะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์และทันเหตุการณ์ จึงจะได้ผลตอบสนองที่น่าพอใจ การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการติดต่อสื่อสารแบบ ๒ ทาง คือ องค์กรสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชน ในขณะที่เดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นปฏิกิริยา ทำที่ของประชาชนที่มีต่อข่าวสารนั้น หรือ ต่อองค์กรด้วย

ประเภทของการติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารขององค์กรแบ่งออกได้ ๒ ประเภท คือ^{๑๒}

^{๑๒} “ประเภทของการติดต่อสื่อสาร”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

๑. การติดต่อสื่อสารภายใน (Internal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายในองค์กรบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งนับว่าเป็นหลักสำคัญแห่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สมัยใหม่

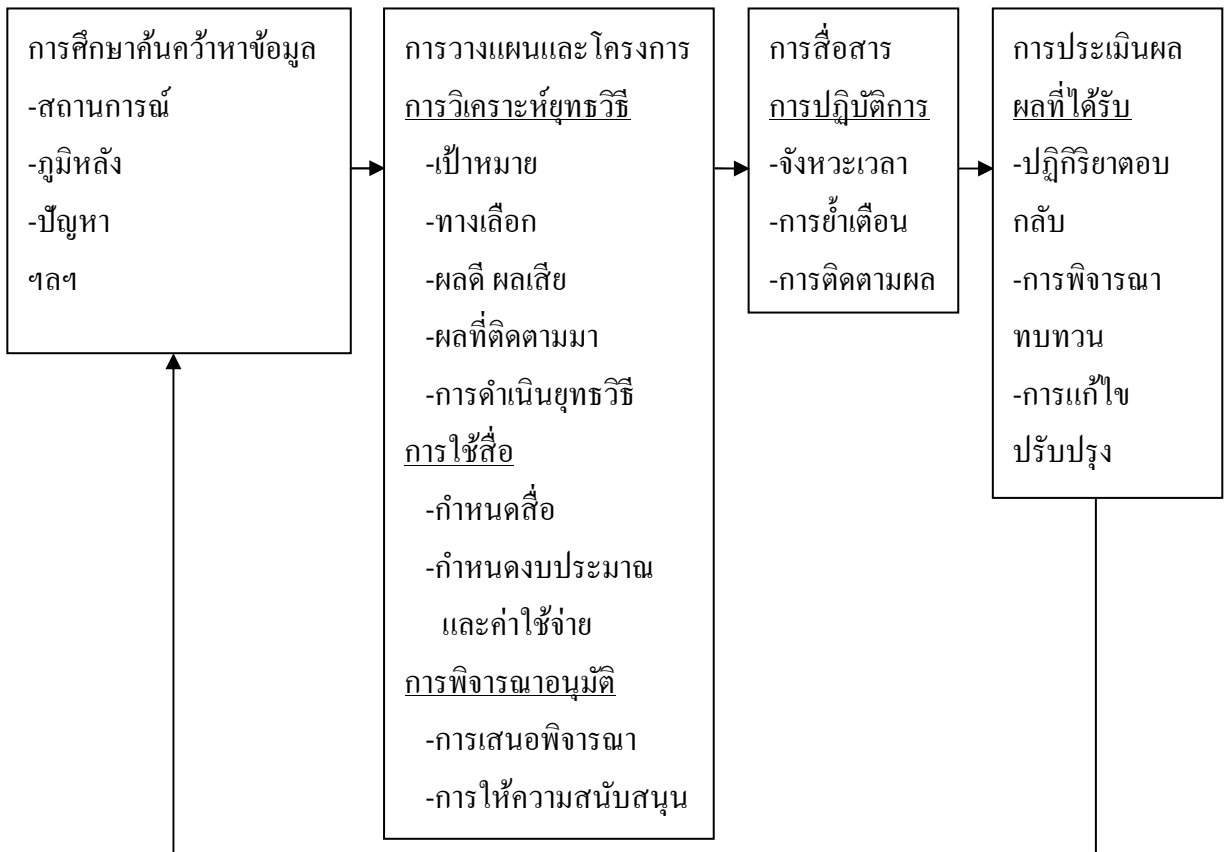
๒. การติดต่อสื่อสารภายนอก (External Communication) การเพิ่มจำนวนของประชากรที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ความซับซ้อนของสังคมทำให้เกิดปัญหาในด้านการติดต่อสื่อสารเพิ่มมากขึ้นประกอบกับค่าใช้จ่ายในการจ้างสื่อมวลชนต่าง ๆ ให้เผยแพร่ข่าวสารก็มีค่าใช้จ่ายสูง บริษัทหลายแห่งใช้วิธีการออกวารสาร จุลสารต่าง ๆ ของบริษัท พร้อมทั้งปรับปรุงเทคนิคการสื่อสารต่าง ๆ ภายนอกองค์กรให้ดีขึ้น นอกจากนี้ก็ยังใช้วิธีบอกกล่าวชี้แจงข่าวสารขององค์กรรวมทั้งนโยบายและการดำเนินงานขององค์กรให้พนักงานได้ทราบและเข้าใจ เพื่อให้พนักงานสามารถแพร่กระจายข่าวสารไปยังกลุ่มประชาชนภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔. การประเมินผล (Evaluation) เป็นการประเมินผลโครงการต่าง ๆ ตลอดจนเทคนิคที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อปรับปรุงแก้ไขในกรณีที่ไม่ได้ผลดีตามความหวังหรือใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เรื่องอื่น ๆ ต่อไป รวมถึงการวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นเพื่อสำรวจภาพของกลุ่มชนในด้านจำนวนเชื้อชาติ ศาสนา สถานะ ทางเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรมของชนกลุ่มนั้น ค้นหาที่ความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อนโยบายการบริหารกิจการขององค์กร ทำนายล่วงหน้าถึงปฏิกิริยาของประชาชนต่อนโยบายที่องค์กรจะนำออกใช้มาประกอบการพิจารณาของผู้บริหารขององค์กรต่อปัญหาหนึ่งปัญหาใดนั้น ค้นหาความเข้าใจผิดหรือความคิดที่ประชาชนมีต่อองค์กรเพื่อหาทางแก้ไขความเข้าใจผิดให้หมดสิ้นไป ดูปฏิกิริยาที่ประชาชนมีต่อองค์กรเมื่อมีสถานการณ์อันใดอันหนึ่งเกิดขึ้น

จากขั้นตอนต่าง ๆ ดังกล่าว อาจแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ ๒-๑

แสดงกระบวนการ และขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์



ที่มา : “ความหมายของการประชาสัมพันธ์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.dec.raf.mi.th>, ๒๕๕๐.

แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์^{๑๓}

๑. ความหมายของคำว่าภาพลักษณ์

เมื่อกล่าวถึงคำว่า ภาพลักษณ์ และภาพพจน์นั้น มาจากคำว่า Image ซึ่งเป็นความสับสนในการเทียบคำภาษาไทย จากการประชุมของราชบัณฑิตยสถาน เมื่อวันที่ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๑๕ คณะกรรมการบัญญัติศัพท์ภาษาไทย โดยพลตรี พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์

^{๑๓} พลโท สมชาย วัชรานาด. “การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความมั่นคง แบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของกระทรวงกลาโหม”. (เอกสารวิจัยส่วนบุคคล, วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, ๒๕๕๒-๒๕๕๓). หน้า ๒๔.

ประพันธ์ ที่ปรึกษาคณะกรรมการทรงชี้แจง คำว่า ภาพพจน์เทียบกับคำภาษาอังกฤษว่า Figure of Speech ส่วนคำว่า Image บัญญัติว่า ภาพ หรือจินตภาพ หรือที่ถูกต้องมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์^{๑๔}

ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ภาพที่คนรู้สึกนึกคิด หรือวาดขึ้นในใจ จะเป็นภาพของอะไรก็ได้ ทั้งที่มีชีวิต หรือไม่มีชีวิต เช่น ภาพของคน หน่วยงาน องค์กร สินค้า หรือผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งประสบการณ์ทางตรง หรือทางอ้อมบวกกับความรับรู้ที่นึกคิดที่เกิดขึ้นในจิตใจ หรือเป็นภาพในใจที่บุคคลรับรู้ต่อบุคคล วัตถุ สัตว์ สิ่งของ สถานที่ ฯลฯ

คำว่า ภาพลักษณ์ในด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Picture) ของคนเรา อาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิต หรือสิ่งไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (Person) องค์กร (Organization) สถาบัน (Institution) ฯลฯ และภาพเหล่านั้นอาจเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้นสร้างขึ้นกับจิตใจของเรา หรือเป็นภาพที่เราสร้างขึ้นเองได้

แฟรงค์ เจฟกินส์ (Frank Jefkins) กล่าวว่า ภาพลักษณ์นั้นเกิดขึ้นจากความประทับใจซึ่งได้มาจากการมีความรู้ ความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้น ๆ

ฟิลลิป อีสเล (Philip Isle) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจนี้มีรากฐานมาจากผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้น

คลาว โรบินสันและวอลเตอร์ บาร์โลว์ (Dr. Claude Robinson and Dr. Walter Barlow) ได้ให้ทัศนะไว้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจที่บุคคลมีความรู้ที่นึกคิดต่อองค์กร ภาพในใจดังกล่าวอาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรงและทางอ้อม เช่น การได้ยิน ได้ฟังมาจากผู้อื่น

มานิต รัตนสุวรรณ^{๑๕} กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นความประทับใจในสิ่งที่เราารู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือคนหนึ่งคนใด หรือองค์กรหนึ่งองค์กรใด จะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้

จากการให้ความหมายข้างต้น พบว่า ภาพลักษณ์นั้นอาจเป็นภาพที่เกิดขึ้นด้วยความประทับใจ หรือการรับรู้ หรือภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ จากการมีความรู้ในอดีต ซึ่งแตกต่างกันตาม

^{๑๔} ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕. (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ เจริญทัศน์, ๒๕๒๘). หน้า ๕๒๕.

^{๑๕} มานิต รัตนสุวรรณ. “โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์”. โลกของการประชาสัมพันธ์. (กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๒๕). หน้า ๒๐.

มุมมองของนักวิชาการแต่ละท่าน แต่อย่างไรก็ตามเราสามารถสรุปความหมายของคำว่าภาพลักษณ์
 อย่างเป็นรูปธรรมตามแนวคิดของประจวบ อินอ้อด^{๑๖} คือ

๑.๑ พลังแฝงที่จะนำไปสู่พฤติกรรม

๑.๒ เจตคติของบุคคล กลุ่มบุคคลที่มีต่อสถาบัน หรือเป้าหมาย ซึ่งอาจเป็นกรณี
 หรือบุคคล หรือสถาบันใด ๆ ก็ได้

๑.๓ ความคาดหวังของบุคคลต่อบุคคล กรณี หรือสถาบัน ที่มีต่อกรณีใดกรณีหนึ่ง
 ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับความเชื่อความรู้สึกรักของคนที่มีอยู่

๑.๔ สิ่งสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อกรณี หรือบุคคล หรือสถาบัน

๑.๕ คุณค่าที่เพิ่มขึ้น หรือความนิยมที่มีต่อสถาบัน บุคคล หรือกรณีเรื่องราวใด ๆ

๒. ความสำคัญของภาพลักษณ์

ดวงพร คำบุญวัฒน์^{๑๗} ให้ความสำคัญของภาพลักษณ์ไว้ ดังนี้

๒.๑ ความเจริญของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้คนในสังคมรับข่าวสาร และเหตุการณ์ที่
 เกิดขึ้นทั่วโลกในช่วงเวลาเดียว ซึ่งมีผลต่อการเกิดภาพลักษณ์อย่างมาก

๒.๒ องค์กรต่าง ๆ ได้รับความสนใจจากสาธารณชน และสื่อมวลชนมากขึ้น
 องค์กรใดก็ตามหากมีภาพลักษณ์ที่เป็นไปในทางที่เสื่อมแล้ว องค์กรนั้นก็ย่อมไม่ได้รับความ
 น่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัยต่อองค์กร รวมทั้งอาจ
 ไม่ได้รับความร่วมมือสนับสนุน ในทางตรงข้ามถ้าองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของ
 ประชาชนที่มีต่อองค์กรนั้น ก็เป็นภาพที่มีความน่าเชื่อถือและเลื่อมใสศรัทธาควรค่าแก่การไว้วางใจ

๒.๓ ภาพลักษณ์เป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร ถ้ามีภาพลักษณ์ที่ดี
 นับเป็นการเตรียมพร้อมขององค์กร แม้มีวิกฤตการณ์เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้อย่างทันท่วงที

๓. ประเภทของภาพลักษณ์

จากนิยามความหมายของภาพลักษณ์ดังกล่าว พบว่า ภาพลักษณ์ คือภาพความ
 ประทับใจของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ภาพลักษณ์อาจจำแนกออกเป็นประเภทสำคัญ ๆ ตามแนวคิด

^{๑๖} ประจวบ อินอ้อด. เขาทำการประชาสัมพันธ์กันอย่างไร. (กรุงเทพฯ : ศูนย์การพิมพ์
 พลชัย, ๒๕๓๒). หน้า ๕๖.

^{๑๗} ดวงพร คำบุญวัฒน์. “การประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์ภาพลักษณ์”, ใน การสื่อสารการ
 ประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : อินทิม้เทรด, ๒๕๓๖). หน้า ๘๒-๘๓.

ของ ดร.เสรี วงษ์มณฑา ได้ ๔ ประเภท ดังนี้^{๘๘}

๓.๑ ภาพลักษณ์ของหน่วยงาน หรือบริษัท ได้แก่ ใครเป็นเจ้าของปรัชญาในการบริหาร ปรัชญาในการบริหารคืออะไร ภาระหน้าที่ของหน่วยงาน หรือบริษัทที่มีต่อสังคมเป็นอย่างไร ซึ่งสิ่งเหล่านี้แต่ละหน่วยงาน หรือบริษัทมีเอกลักษณ์แตกต่างกันไป

๓.๒ ภาพลักษณ์ของสินค้า ได้แก่ ประวัติสินค้า เบื้องหลังการพัฒนาสินค้า ใครเป็นผู้คิดค้น ยอดขายปัจจุบัน การเจริญเติบโตของส่วนแบ่งตลาด บทบาทของสินค้าในสังคมช่วยผู้บริโภคอย่างไร ช่วยให้มีอาชีพอย่างไร พิจารณาความเป็นอยู่ของประชาชนอย่างไร ซึ่งเป็นภูมิหลังที่นำมาให้ประโยชน์ในการสร้างคุณค่าเพิ่มเติม (Added Value) ให้กับสินค้า

๓.๓ ภาพลักษณ์ของพนักงาน ได้แก่ ความรู้ ความสามารถของพนักงาน มนุษยสัมพันธ์ สัญลักษณ์บริการของพนักงาน วิธีการดำเนินชีวิตในสังคมของพนักงาน

๓.๔ ภาพลักษณ์อุปกรณ์การขาย ข้าราชการสัมพันธ์ กิจกรรมพิเศษ ลักษณะของตัวอาคารที่ทำการ บรรยากาศในสำนักงาน ตู้โชว์สินค้า แผ่นพับใบปลิวที่เราจัดส่งลูกค้า โบรชัวร์ที่เราทำขึ้นสนับสนุนการขาย สิ่งเหล่านี้จะทำให้คนมองสินค้าเราไปทางใดทางหนึ่งได้

๔. การเกิดภาพลักษณ์

การสร้างภาพลักษณ์ เป็นกิจกรรมที่ผสมผสานระหว่างการเผยแพร่ข่าวสารกับการดำเนินงานกิจกรรมเพื่อสังคม ภาพลักษณ์เป็นการสะท้อนความคิดของสาธารณะที่มีต่อองค์กร ซึ่งอาจจะสะท้อนมาในทางบวกหรือทางลบก็ได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการสัมผัสและรับรู้ของสาธารณชน ซึ่งภาพลักษณ์เกิดได้ ๓ รูปแบบ ตามแนวคิดของประจวบ อินอ้อด คือ^{๘๙}

๔.๑ ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการกระทำขององค์กร คือ ลักษณะแนวทางในการดำเนินงาน รวมทั้งพฤติกรรมต่าง ๆ ขององค์กรอันมีผลทำให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องเกิดความพอใจ ไม่พอใจ ซึ่งการกระทำนั้น ๆ อาจเป็นการเจตนาทำ หรือไม่เจตนาทำก็ตาม และสิ่งสำคัญ คือ ถ้าองค์กรใดเกิดภาพไม่ดีแล้ว ก็ยากที่จะประสบความสำเร็จเพราะการดำเนินการทางธุรกิจ จะต้องได้รับการสนับสนุนจากประชาชน ถ้าหากประชาชนไม่พอใจหรือเกิดภาพลักษณ์เชิงลบต่อองค์กรแล้ว เขาก็จะไม่สนับสนุน ซึ่งถ้าหากขาดการสนับสนุนจากประชาชน ธุรกิจนั้น อาจไม่ประสบความสำเร็จได้

^{๘๘} เสรี วงษ์มณฑา. “ภาพพจน์มิใช่เรื่องจืดจาง เพราะส่งผลต่อสินค้าระยะยาว” ใน เส้นทางประชาธิปไตยสัมพันธ์ กฟพ. (กองการพิมพ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กฟพ. มีนาคม ๒๕๕๕) หน้า ๓๘-๓๙.

^{๘๙} ประจวบ อินอ้อด. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์. เอกสารการสอนหน่วยที่ ๑๐. (นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๓๐). หน้า ๒๑๕-๒๑๗.

๔.๒ ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการเผยแพร่การประชาสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจนั้น ไม่ควรปล่อยให้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เพราะอาจไม่เป็นไปตามที่เราต้องการ หรืออาจไม่เกิดประโยชน์อะไรต่อองค์กร ดังนั้น จึงต้องมีการประชาสัมพันธ์เป็นแนวทางในการที่จะคอยเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้ได้อย่างสม่ำเสมอ

๔.๓ ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการคาดหวังของประชาชน เพราะหากประชาชนตั้งความหวัง หรือคาดหวังไว้สูงกว่าที่องค์กรธุรกิจสามารถปฏิบัติได้ ก็จะเกิดภาพลักษณ์เชิงลบขึ้น หากประชาชนคาดหวังไว้ต่ำ และองค์กรธุรกิจสามารถ บรรลุเกิดความหมายได้ ก็จะเกิดภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นแก่องค์กรธุรกิจ

การสร้างภาพลักษณ์เป็นพื้นฐานที่องค์กรจะต้องให้ความสำคัญ เพราะการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี คือ การวางรากฐานให้แก่องค์กร

๕. หลักสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรนั้น นักประชาสัมพันธ์ และผู้ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ควรยึดหลัก ดังต่อไปนี้^{๒๐}

๕.๑ ค้นหาจุดดี และจุดบกพร่องแห่งภาพลักษณ์ที่หน่วยงานมีอยู่แล้วในปัจจุบัน ซึ่งจำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์อย่างจริงจัง ตลอดจนรวบรวมทัศนคติ ท่าที และความรู้สึกนึกคิดของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินงานขึ้นไป

๕.๒ วางแผนกำหนดขอบเขตภาพลักษณ์ที่องค์กร สถาบันจะสร้างให้เกิดขึ้นในใจของประชาชน เพื่อนำมาพิจารณาวางแผน และเพื่อดำเนินงานขึ้นไป

๕.๓ คิดหัวข้อต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้นในใจของประชาชน สิ่งสำคัญ ก็คือ หัวข้อเหล่านี้ต้องมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจ และมีอิทธิพลโน้มน้าวใจชักจูงใจประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่เราต้องการ

๕.๔ ใช้เครื่องมือสื่อสารในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวาง

คนทั่วไปมักคิดว่า การสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรนั้นเป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งก็มีส่วนถูกต้องอยู่บ้าง แต่แท้จริงแล้ว การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นหน้าที่รับผิดชอบร่วมกันของบุคคลภายในองค์กร ซึ่งต้องให้ความร่วมมือด้วยดี เพราะการสร้างภาพลักษณ์

^{๒๐} วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๒๖). หน้า ๘๑-๘๔.

ที่ดีแก่ประชาชนนั้น องค์กรจะไม่มีวันทำสำเร็จได้เลย หากปราศจากความร่วมมือจากบรรดาบุคคลภายในองค์กร

วิธีการสร้างภาพลักษณ์ให้มีประสิทธิภาพนั้น จึงจำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือ คือ วิธีการประชาสัมพันธ์ ซึ่งนับเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ โดยเฉพาะในองค์กรขนาดใหญ่ ถ้าปล่อยให้ภาพลักษณ์เกิดเองตามธรรมชาติอาจจะผิดพลาดจากความจริง การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการประชาสัมพันธ์ต้องอยู่บนพื้นฐานของความจริง จึงจะสร้างได้สำเร็จ

ความหมายและหลักการของการเรียนรู้

ความหมายของการเรียนรู้ การเรียนรู้ทำให้พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงได้และเป็นการเปลี่ยนแปลงในลักษณะค่อนข้างถาวรจนเรียกได้ว่าเป็นนิสัย อาจเกิดจากการฝึกฝนซ้ำ ๆ ซึ่งไม่อาจมองเห็นหรือสังเกตได้โดยตรง^{๒๑}

การเรียนรู้ หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากเดิมไปสู่พฤติกรรมใหม่ที่ค่อนข้างถาวรและพฤติกรรมใหม่นี้เป็นผลมาจากประสบการณ์หรือการฝึกฝน ไม่ได้เป็นผลจากการตอบสนองตามธรรมชาติหรือสัญชาตญาณ พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปจะต้องเปลี่ยนไปค่อนข้างถาวร หากเป็นการเปลี่ยนแปลงชั่วคราวยังไม่ถือเป็นการเรียนรู้^{๒๒}

การเรียนรู้ ตามความหมายทางจิตวิทยา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลค่อนข้างถาวร อันเป็นผลมาจากการฝึกฝนหรือการมีประสบการณ์ พฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้ต้องมีลักษณะ ดังนี้^{๒๓}

๑. พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปจะต้องเปลี่ยนไปอย่างค่อนข้างถาวร หากเป็นการเปลี่ยนแปลงชั่วคราวก็ยังไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้ เช่น ร่างกายได้รับสารเคมี ยาบางชนิด ทำให้มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมชั่วคราว ไม่ถือว่าพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปนั้นเกิดการเรียนรู้

^{๒๑} วุฒิชัย จ่านง. การเรียนรู้ทฤษฎีเบื้องต้นและประยุกต์. (กรุงเทพฯ : คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๒๑). หน้า ๖-๗.

^{๒๒} “ความหมายของการเรียนรู้”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://gotoknow.org/blog/useit/๔๔๕๓๔,๒๕๕๑>.

^{๒๓} “การเรียนรู้”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.school.obec.go.th/sup_br3/rm_05.html, ๒๕๕๑.

๒. เกิดจากการฝึกฝนหรือเคยมีประสบการณ์นั้น ๆ มาก่อน เช่น ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ ต้องได้รับการฝึกฝน และถ้าสามารถใช้เป็นแสดงว่าเกิดการเรียนรู้

๓. กระบวนการเรียนรู้โดยสังเกต ประกอบด้วย ๔ กระบวนการ คือ กระบวนการใส่ใจ กระบวนการเก็บจำ กระบวนการกระทำและกระบวนการจูงใจ^{๒๔}

๓.๑ กระบวนการใส่ใจ (Attentional processes) การเรียนรู้โดยการสังเกตจะเกิดขึ้นได้มากก็ต่อเมื่อบุคคลใส่ใจต่อพฤติกรรมของตัวแบบ

๓.๒ กระบวนการเก็บจำ (Retention process) เป็นขั้นที่ผู้สังเกตบันทึกสิ่งที่ตนสังเกตจากตัวแบบไปเก็บไว้ในความจำระยะยาว อาจเก็บจำในรูปภาพหรือคำพูดก็ได้ ผู้สังเกตจะระลึกถึงสิ่งที่สังเกตเป็นภาพพจน์ในใจ (Visual Imagery) หากมีรหัสคำพูดและถ้อยคำ (Verbal Coding) ก็จะแสดงพฤติกรรมเลียนแบบจากตัวแบบได้แม้เวลาจะผ่านไปนาน

๓.๔ กระบวนการกระทำ (Production process) เป็นกระบวนการที่ผู้สังเกตเอาสิ่งที่เก็บจำมาแปลงเป็นการกระทำ ผู้สังเกตจะต้องมีความพร้อมทางด้านร่างกายและทักษะที่จำเป็นในการเลียนแบบ การเรียนรู้โดยการสังเกตมีปัจจัยในเรื่องกระบวนการทางปัญญา (Cognitive Process) และความพร้อมทางด้านร่างกายของผู้สังเกต

๓.๕ กระบวนการจูงใจ (Motivation process) แบนดูราแยกความแตกต่างระหว่างการเรียนรู้ (Learning) ออกจากการกระทำ (Performance) เราจะทำหรือไม่ทำพฤติกรรม นั้น ๆ ก็ขึ้นอยู่กับว่าเรามีแรงจูงใจมากน้อยแค่ไหน เช่น เรียนรู้วิธีการเดินแอโรบิค แต่ไม่ยอมเดินจนกระทั่งถูกเพื่อนทักว่าอ้วน จึงลุกขึ้นมาเดินแอโรบิค จนสามารถลดความอ้วนได้สำเร็จ

๔. การเรียนรู้โดยการหยั่งรู้ (Insight Learning) โคทล์เลอร์ได้สรุปเกี่ยวกับการเรียนรู้โดยการหยั่งรู้ไว้ว่า^{๒๕} แนวทางการเรียนรู้ในการแก้ปัญหาของผู้เรียน มักจะเกิดขึ้นทันทีทันใดจึงเรียกว่า Insight โดยผู้เรียนจะต้องมีประสบการณ์ในการแก้ปัญหาทำนองเดียวกันมาก่อนจึงสามารถเรียนรู้และมองเห็นช่องทางในการแก้ปัญหาได้อย่างทันทีทันใด และผู้เรียนจะต้องมีระดับสติปัญญาดีพอมองเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่ช่วยให้ผู้เรียนมีการเรียนรู้ในการแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง

^{๒๔} “กระบวนการเรียนรู้โดยการสังเกต”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก

http://www.school.obec.go.th/sup_br๓/rn_0๕.html, ๒๕๕๑.

^{๒๕} “กระบวนการเรียนรู้โดยการสังเกต”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

http://www.school.obec.go.th/sup_br๓/rn_0๕.html, ๒๕๕๑.

ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ

๑. ความหมายของการจูงใจ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่จูงใจจะต้องนำเอาปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความต้องการ ความคาดหวัง ประสบการณ์ ความรู้ และทัศนคติในเรื่องนั้นของผู้ที่เขาต้องการจูงใจ มาเป็นแรงจูงใจ (Motive) ในการแสดงพฤติกรรมหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้นั้น^{๒๖}

มิทเชล (Nitchell) กล่าวว่า แรงจูงใจ (Motivation) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการทางจิตใจ ซึ่งทำให้เกิดความตื่นตัว ทุ่มเทเวลา และร่างกายแรงใจในการกระทำหรือ เลือกว่าจะทำสิ่งต่าง ๆ^{๒๗}

สมพงษ์ เกษมสิน ให้หมายความว่า ความพยายามที่จะทำให้ผู้อื่นแสดงออกหรือ ปฏิบัติตาม ต่อสิ่งจูงใจ สิ่งจูงใจอาจมีได้ทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคลนั่นเอง แต่มูลเหตุจูงใจอัน สำคัญของบุคคล คือ ความต้องการ^{๒๘}

๒. ประเภทของการจูงใจ

เฮอ์เบิร์ต จี ฮิคส์ (Herbert G. Hick) แบ่งการจูงใจโดยทั่วไปออกเป็น ๒ ประเภท คือ การจูงใจในแง่บวก บางทีเรียกว่า “การจูงใจแบบใช้ไม้แครอท” (Carrot Approach) การจูงใจในแง่นี้ บุคคลจะได้รับสิ่งที่มีคุณค่า เช่น การยกย่องสรรเสริญสำหรับการกระทำ หรือพฤติกรรมที่เป็นที่ ยอมรับ และการจูงใจในแง่ลบ บางครั้งเรียกว่า “การจูงใจแบบใช้ไม้แข็ง” (Stick Approach) มักเป็น การขู่ การลงโทษ การตำหนิตืดขย หากพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลนั้น ไม่เป็นที่ยอมรับ^{๒๙}

นักจิตวิทยาได้แบ่งการจูงใจออกเป็น ๒ ประเภท คือ^{๓๐}

๑. การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่มีความ ต้องการในการทำ การเรียนรู้ หรือแสวงหาบางอย่างด้วยตนเอง

^{๒๖} “การจูงใจ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.aec.chula.ac.th>, ๒๕๕๐.

^{๒๗} ชูชัย สมितिไกร. การฝึกอบรมบุคลากรในองค์การ. (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๔). หน้า ๑๒๑.

^{๒๘} สมพงษ์ เกษมสิน. การบริหารงานบุคคลแผนใหม่. (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทย วัฒนาพานิชย์, ๒๕๑๖). หน้า. ๔๑๔.

^{๒๙} คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชา. เอกสารการสอนชุดวิชาของค์การและการจัดการ. (นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, ๒๕๓๖). หน้า ๖๐.

^{๓๐} “ประเภทการจูงใจ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.aec.chula.ac.th>, ๒๕๕๐.

๒. การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่ได้รับแรงกระตุ้นมาจากภายนอกให้มองเห็นจุดหมายปลายทางและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหรือการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

๓. กระบวนการจูงใจ มีองค์ประกอบ ๓ ประการ คือ ความต้องการ (Needs) คือภาวะการขาดทางด้านร่างกายหรือขาดทางด้านจิตใจ แรงขับ (Drive) อาจเกิดจากภาวะตึงเครียดขึ้นภายในร่างกายจนกลายเป็นแรงขับหรือตัวกำหนดทิศทาง (Action Oriented) เพื่อไปสู่เป้าหมายเพื่อลดภาวะความตึงเครียด สิ่งล่อใจ (Incentive) หรือเป้าหมาย (Goal) จะเป็นตัวกระตุ้นหรือเป็นตัวล่อให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมตามที่คาดหวังหรือที่ต้องการ^{๓๑}

๔. ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจที่สามารถนำมาปรับใช้ในการศึกษานี้ คือ ทฤษฎีการจูงใจอีอาร์จี (ERG) ของอัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer) (Alderfer's ERG Theory) อัลเดอร์เฟอร์แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น ๓ กลุ่มใหญ่ ดังนี้^{๓๒}

๑. ความต้องการอยู่รอด (E-Existence) เป็นความต้องการทางร่างกาย สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ อาทิ อาหาร ที่อยู่อาศัย หรือในองค์กรจะเป็นค่าจ้าง โบนัส ผลประโยชน์ตอบแทน สภาพการทำงานที่ดี

๒. ความต้องการความสัมพันธ์ (R-Relatedness) เป็นความต้องการสัมพันธ์ที่มีต่อกันกับบุคคลในองค์กร เป็นความต้องการทุกชนิดในเชิงมนุษยสัมพันธ์

๓. ความต้องการการก้าวหน้าและเติบโต (G-Growth) เป็นความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาเปลี่ยนแปลงสภาพ และความเติบโตด้วยความรู้ความสามารถในองค์กร ก็เป็นความต้องการความรับผิดชอบเพิ่มขึ้น การทำกิจกรรมใหม่ที่มีโอกาสใช้ความรู้ความสามารถใหม่และการมีโอกาสสัมผัสงานใหม่หลายด้านด้วยกัน

ทฤษฎีการจูงใจ อีอาร์จี มีสมมติฐานที่สำคัญ ๓ ประการ คือ

๑. หากความต้องการระดับใดได้รับการตอบสนองน้อย ความต้องการประเภทนั้นจะมีอยู่สูง เช่น หากเงินเดือนน้อย ความต้องการด้านนี้จะสูง

^{๓๑} “กระบวนการจูงใจ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.aec.chula.ac.th>, ๒๕๕๐.

^{๓๒} ทวี มณีสาข, จารุรักษ์ วีระหงส์. การเพิ่มประสิทธิภาพในองค์กร. (กรุงเทพฯ :

๒. หากความต้องการประเภทที่อยู่ต่ำกว่าได้รับการตอบสนองมากพอแล้ว จะทำให้ความต้องการประเภทที่อยู่สูงขึ้นไปมีมากยิ่งขึ้น เช่น ได้รับค่าจ้างมากพอแล้ว ก็ต้องการความยอมรับจากเพื่อนร่วมงานมากขึ้น

๓. หากความต้องการประเภทที่อยู่สูงมีอุปสรรคติดขัด ได้รับการตอบสนองน้อย ก็จะทำให้ความต้องการประเภทที่ต่ำกว่าลงไป มีความสำคัญมากขึ้น เช่น ไม่มีโอกาสเปลี่ยนงานใหม่ที่ท้าทายมากขึ้น ก็จะหันมาสนใจและต้องการความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมากขึ้น จากสมมติฐานนี้จะเห็นได้ว่า สองประการแรกคล้ายคลึงกับทฤษฎีของ มาสโลว์ (Maslow) แต่ประการที่สามแตกต่างกัน กล่าวคือ มาสโลว์เน้นการได้รับการตอบสนองเป็นขั้น ๆ และก้าวหน้าเรื่อยไปแต่ อัลเดอร์เฟอร์สามารถจะถอยหลังได้โดยความต้องการใดไม่ได้รับการตอบสนองก็จะย้อนกลับไปหาความต้องการระดับต่ำกว่าทันที

ซึ่งทฤษฎีการจูงใจของอัลเดอร์เฟอร์ดังกล่าว มีตำราทางวิชาการอีกเล่มหนึ่งกล่าวไว้ว่า^{๓๓} ทฤษฎีการจูงใจ อีอาร์จี ของอัลเดอร์เฟอร์ ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น ๓ ประเภท ประกอบด้วย อี (E) หรือความต้องการอยู่รอด (existence) อาร์ (R) หรือความต้องการมีความสัมพันธ์ทางสังคม (relatedness) และ จี (G) หรือความต้องการก้าวหน้าและเติบโต (growth)

ทฤษฎีการจูงใจ อีอาร์จี นี้ มีข้อสมมติฐาน ๓ ประการ เป็นกลไกสำคัญ คือ

๑. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนอง (Need satisfaction) คือ ความต้องการระดับใด หากได้รับการตอบสนองน้อย ความต้องการประเภทนี้จะมียู่สูง

๒. ขนาดความต้องการ (Desire strength) หากความต้องการประเภทที่อยู่ต่ำกว่า เช่น ความต้องการด้านการอยู่รอดได้รับการตอบสนองมากพอแล้ว ความต้องการประเภทที่อยู่สูงกว่า เช่น ความต้องการก้าวหน้าและเติบโต ก็จะยังมีมากขึ้น

๓. ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนอง (Need frustration) หากความต้องการประเภทที่อยู่สูงมีอุปสรรค ได้รับการตอบสนองน้อย ก็จะทำให้ความต้องการประเภทที่อยู่ต่ำลงไปมีความสำคัญมากขึ้น

จะเห็นได้ว่า ทฤษฎีการจูงใจ อีอาร์จี จะมีการเคลื่อนตัวถอยหลัง หากประเภทความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการที่มีผลสูงก็จะถอยกลับไปสู่ประเภทความต้องการที่ต่ำกว่า เช่น หากความต้องการด้านความสัมพันธ์ไม่ได้รับการตอบสนองเมื่อใด เมื่อนั้นความต้องการอยู่รอดจะเพิ่มสำคัญขึ้นอย่างรวดเร็ว

^{๓๓} ธงชัย สันติวงษ์. องค์การและการบริหาร. (กรุงเทพฯ : บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์จำกัด, ๒๕๓๕). หน้า ๓๕๐-๓๕๒.

การศึกษาเรื่องการจูงใจช่วยให้เข้าใจถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล เนื่องจากแรงจูงใจจะเป็นตัวที่คอยกำหนดทิศทางต่าง ๆ ของการเกิดพฤติกรรมในตัวบุคคล นอกจากนี้ การจูงใจยังเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความพยายามในการเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้อาจไม่เป็นผลทันที ผลของการจูงใจจะเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด ความคิดเห็น การรับรู้ และการแสดงออก รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ด้วย^{๓๔}

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาของ พิรงรอง รามสูต รัตนันท์ (๒๕๔๗ : i) เรื่อง สื่อภาคประชาชน (โครงการ “การปฏิรูประบบสื่อ : การกำกับดูแลเนื้อหาโดยรัฐ การกำกับดูแลตนเอง และสื่อภาคประชาชน”) เป็นงานวิจัยที่ได้พยายามศึกษาสื่อภาคประชาชนในมิติต่างๆ โดยสำรวจจากมุมมอง ทฤษฎี และประสบการณ์จากประเทศต่างๆ ที่เกี่ยวกับสามแนวคิดที่มีความสัมพันธ์และทับซ้อนกัน ซึ่งประกอบไปด้วย สื่อทางเลือก สื่อชุมชน และสื่อภาคประชาชน ตามด้วยการศึกษาสื่อภาคประชาชนในประเทศไทย โดยใช้เกณฑ์ของสื่อ 4 ประเภท คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต^{๓๕}

การศึกษาของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เรื่อง การยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ โดยสำรวจการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงการใช้ง่าย การรับรู้ถึงความเสี่ยงและความไว้วางใจ ในระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ในแง่บวกต่อความตั้งใจที่จะนำระบบมาใช้ เพื่อให้เว็บไซต์ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จ^{๓๖}

^{๓๔} “ผลของการจูงใจ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://th.wikipedia.org/wiki>, ๒๕๕๐.

^{๓๕} อัมพวัน เจริญกุล. “ยุทธศาสตร์การใช้สื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ”.

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล, วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, ๒๕๕๑ – ๒๕๕๒). หน้า ๘

^{๓๖} ชลธิชา ศรีแสง. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. ๔(๑), ๒๕๕๕.

รายละเอียดโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)

โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาระบบการชำระเงินของประเทศไทยให้เข้าสู่ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) อย่างครบวงจร บูรณาการ และยั่งยืน สามารถรองรับธุรกรรมทางการเงินและกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ให้ดำเนินไปอย่างสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น อันเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของภาคธุรกิจของประเทศไทย ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างความมั่นคงให้กับระบบบริหารจัดการการเงินการคลังโดยพัฒนาระบบการรับจ่ายเงินงบประมาณแผ่นดินและบูรณาการระบบบริหารจัดการเก็บภาษี อันจะนำมาสู่การเพิ่มประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงิน (Payment Infrastructure Development) การเพิ่มประสิทธิภาพระบบภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax System) การลงทะเบียนผู้มีรายได้น้อย รวมทั้งบูรณาการระบบสวัสดิการสังคม (social Welfare) การส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงิน (Financial Inclusion) และการส่งเสริม e-payment ในทุกภาคส่วน (Cashless Society)

ซึ่งรัฐบาลมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (National e-Payment Master Plan) อันประกอบไปด้วย

๑. โครงการระบบการชำระเงินแบบ Any ID (ต่อมาใช้ชื่อว่า ระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay)
๒. โครงการการขยายการใช้บัตร
๓. โครงการระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์
๔. โครงการ e-Payment ภาครัฐ
 - ๔.๑ โครงการบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคม
 - ๔.๒ โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์
๕. โครงการส่งเสริมการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์
๖. โครงการระบบการชำระเงินแบบ Any ID ระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay)

เป็นการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินกลางของประเทศไทยให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย สามารถรองรับการโอนเงินระหว่างสถาบันการเงิน โดยใช้เลขบัตรประชาชน หมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่

๒. โครงการขยายการใช้บัตร

เป็นการส่งเสริมการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีค่าธรรมเนียมต่ำแทนการใช้เงินสด เพื่อส่งเสริม e-Payment ในทุกภาคส่วนและส่งเสริมเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชน โดยเฉพาะประชาชนในพื้นที่ห่างไกล อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มความสะดวกในภาคธุรกิจและเป็นช่องทางในการส่งข้อมูลภาษีให้กรมสรรพากรผ่านทางเครื่องรับบัตรหรือจุดรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ

๓. โครงการระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์

เป็นการบูรณาการระบบภาษีอิเล็กทรอนิกส์โดยการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax Invoice) และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (e-Receipt) เพื่ออำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนในการจัดทำธุรกรรมทางการเงินและนำส่งภาษีเมื่อมีการชำระเงินผ่านระบบ e-Payment อันประกอบด้วย ข้อมูลธุรกรรม ข้อมูลภาษีมูลค่าเพิ่ม และข้อมูลการหักภาษี ณ ที่จ่ายซึ่งจะทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินและการส่งข้อมูลภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นไปอย่างสมบูรณ์ครบวงจร

๔. โครงการ e-Payment ภาครัฐ

ประกอบด้วย ๒ โครงการย่อย

๔.๑ โครงการบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคม ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้มีฐานข้อมูลกลางเกี่ยวกับสวัสดิการภาครัฐ ควบคู่กับการจ่ายเงินให้แก่ประชาชน โดยผ่านระบบ Any ID โดยใช้เลขบัตรประจำตัวประชาชน รวมทั้งให้สถาบันการเงินเป็นช่องทางการจ่ายเงินและเก็บข้อมูลจากประชาชน

๔.๒ โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการส่งเสริมการรับจ่ายเงินของหน่วยงานภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพลดความผิดพลาดและปัญหาทางการทุจริตจากการจ่ายเงินด้วยเงินสดและเช็ค ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการเงินของหน่วยงานภาครัฐอย่างครบวงจร ทั้งการรับเงินภาครัฐอย่างครบวงจร

๕. โครงการส่งเสริมการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์

เป็นการเผยแพร่ความรู้ให้สอดคล้องกับโครงการในแผนยุทธศาสตร์ และการให้ความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างต่อเนื่องและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชน รวมถึงการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พร้อมกำหนดมาตรฐานการจูงใจเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเพิ่มปริมาณการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น

ประโยชน์ที่ได้รับ

๑. สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย เพิ่มช่องทางการให้บริการ เม็ดเงินเข้าคลังเร็วขึ้น ลด Human Error ลดต้นทุนการบริหารการคลัง

๒. ลดต้นทุนในการบริหารจัดการเงินสดและเช็ค ลดภาระงบประมาณ

๓. โปร่งใส ตรวจสอบได้ ลดปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน สนับสนุนนโยบาย digital economy

๔. มีข้อมูลการรับจ่ายเงินภาครัฐที่ถูกต้องครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน การจ่ายเงินสวัสดิการสังคมหรือผู้มีรายได้น้อยได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตรงตัว เต็มจำนวน ตรงเวลา GDP ของประเทศเพิ่มขึ้น

โดยในภาพรวมของโครงการ e-Payment จะประกอบไปด้วย ๓ ด้านที่สำคัญ คือ

๑. ด้านการจ่ายเงิน มีขั้นตอนดังนี้

๑.๑ ให้ส่วนราชการที่มีบัญชีเงินฝากธนาคารกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำหรับรับเงินงบประมาณที่ขอเบิกจากคลัง ตามระเบียบการเบิกจ่ายเงินจากคลัง การเก็บรักษาเงิน และการนำเงินส่งคลัง พ.ศ. ๒๕๕๑ ขอเปิดใช้บริการด้านการโอนเงิน (Bulk Payment) กับธนาคารกรุงไทยฯ ผ่านระบบ KTB Corporate Online

๑.๒ ในการโอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารของผู้มีสิทธิรับเงินที่เป็นข้าราชการ ลูกจ้าง พนักงานราชการ หรือบุคคลภายนอก

๑.๒.๑ การจ่ายเงินสวัสดิการ ค่าตอบแทน หรือกรณีอื่นใดที่กระทรวงการคลัง กำหนดตามระเบียบการเบิกจ่ายเงินจากคลังฯ ข้อ ๒๖

๑.๒.๒ การจ่ายเงินยืมราชการตามสัญญาการยืมเงิน

๑.๒.๓ การจ่ายเงินค่าซื้อทรัพย์สิน จ้างทำของหรือเช่าทรัพย์สินตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ ที่มีวงเงินต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท ตามระเบียบการเบิกจ่ายเงินจากคลังฯ ข้อ ๒๔

๑.๓ บัญชีเงินฝากธนาคารของผู้มีสิทธิรับเงิน

๑.๓.๑ กรณีเป็นข้าราชการ ลูกจ้าง พนักงานราชการในหน่วยงาน

๑.๓.๑.๑ บัญชีเงินฝากธนาคารสำหรับเงินเดือน ค่าจ้าง หรือค่าตอบแทน แล้วแต่กรณี หรือ

๑.๓.๑.๒ บัญชีเงินฝากธนาคารอื่นของผู้มีสิทธิรับเงิน ตามที่หัวหน้าส่วนราชการผู้เบิกอนุญาต

๑.๓.๒ กรณีเป็นบุคลากรต่างสังกัดหรือบุคคลภายนอก ให้โอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารตามที่มีสิทธิรับเงินแจ้งความประสงค์ไว้

ใช้แบบแจ้งข้อมูลการรับเงินโอนผ่านระบบ KTB Corporate

๑.๔ หลักฐานการจ่ายเงิน

ให้ใช้รายงานสรุปผลการโอนเงิน(Detail Report และ Summary Report/ Transaction History) ที่ได้จากระบบ KTB Corporate Online

๑. ทุกสิ้นวันทำการ

ให้ส่วนราชการจัดให้มีการตรวจสอบการจ่ายเงินโดยวิธีการโอนผ่านระบบ KTB Corporate Online เพื่อเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารของผู้มีสิทธิรับเงินแต่ละรายการจากรายงานสรุปผลการโอนเงิน (Detail Report และ Summary Report/Transaction History) รายการสรุปความเคลื่อนไหวทางบัญชี (E-Statement/Account Information) ที่เรียกจากระบบ KTB Corporate Online และข้อมูลในทะเบียนคุมการโอนเงินให้ถูกต้องตรงกัน

๒. ด้านการรับเงิน มีขั้นตอน ดังนี้

๒.๑ เปิดบัญชีเงินฝากธนาคารประเภทกระแสรายวันจำนวน ๑ บัญชีกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้ชื่อบัญชี “...ชื่อส่วนราชการ...เพื่อการรับเงินทางอิเล็กทรอนิกส์” พร้อมทั้งขอเปิดใช้บริการรับชำระเงิน (Bill Payment) ผ่านระบบ KTB Corporate Online

๒.๒ แบบใบแจ้งการชำระเงินเพื่อให้ผู้ชำระเงินใช้ในการรับชำระเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารดังกล่าว ซึ่งจะต้องมีข้อมูลประกอบด้วย

๒.๒.๑. ชื่อส่วนราชการผู้รับชำระเงิน

๒.๒.๒ วันที่รับชำระ

๒.๒.๓ ชื่อผู้ชำระเงิน

๒.๒.๔ รายการหรือประเภทของรายได้ที่รับชำระ

๒.๒.๕ จำนวนเงินที่รับชำระ โดยรูปแบบของรหัส (Company Code/Product Code) และข้อมูลอ้างอิง (Reference Code)

ใช้แบบแจ้งข้อมูลการรับโอนผ่านระบบ

๒.๓ ผู้ชำระเงินสามารถชำระเงินผ่านช่องทางการให้บริการของสาขาธนาคารกรุงไทยฯ ได้ทุกแห่งและทุกช่องทาง ได้แก่ เคาน์เตอร์ธนาคาร Teller.Payment, ATM.Payment, Internet.Banking และ Mobile Banking

๒.๔ ให้ส่วนราชการตรวจสอบข้อมูลการรับเงินแต่ละรายการจากรายงานการรับชำระหนี้ระหว่างวัน (Receivable Information Online) กับรายการสรุปความเคลื่อนไหวทางบัญชี (e-Statement/Account Information) ที่เรียกจากระบบ KTB Corporate Online ในวันทำการถัดไป

๒.๕ ในวันทำการถัดไป ให้ส่วนราชการตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งจากรายงานสรุปรายละเอียดการรับเงินของส่วนราชการ (Receivable Information Download)

๒.๖ รายงานสรุปรายละเอียดการรับเงินของส่วนราชการ (Receivable Information Download) เพื่อเป็นหลักฐานในการรับเงินและสำเนาใบเสร็จรับเงิน (ถ้ามี) ไว้ให้สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินตรวจสอบ

๓. การนำเงินส่งคลัง มีขั้นตอนดังนี้

๓.๑ บัญชีที่ขอเปิดให้บริการนำเงินส่งคลัง ผ่านระบบ KTB Corporate Online (GFMIS)

๓.๑.๑ บัญชีที่เปิดสำหรับรับเงินรายได้

๓.๑.๒ บัญชีรับเงินนอกงบประมาณที่ขอเบิกจากคลัง

๓.๑.๓ บัญชีเงินฝากธนาคารอื่นๆ ที่ส่วนราชการใช้ในการรับเงินตามที่กระทรวงการคลังกำหนดหรือที่ได้รับอนุมัติจากกระทรวงการคลัง

๓.๒ ประเภทรายได้การนำเงินส่งคลังหรือฝากคลังผ่านระบบ KTB Corporate Online

๓.๒.๑ การนำส่งเงินรายได้แผ่นดิน

๓.๒.๒ การนำส่งเงินรายได้แผ่นดินแทนกัน

๓.๒.๓ การนำเงินนอกงบประมาณฝากคลังและ

๓.๒.๔ การนำเงินนอกงบประมาณฝากคลังแทนกัน

๓.๓ การดำเนินการนำเงินส่งคลังหรือฝากคลังผ่านระบบ KTB Corporate Online

๓.๓.๑ เลือกลำดับบัญชีเงินฝากธนาคาร

๓.๓.๒ ระบุประเภทและจำนวนเงินที่จะนำส่งคลังหรือฝากคลัง

๓.๓.๓ เข้าบัญชีเงินฝากธนาคารของกรมบัญชีกลางหรือสำนักงานคลังจังหวัด เพื่อรับเงินของหน่วยงานภาครัฐ

๓.๓.๔ พิมพ์หน้าจอการทำรายการสำเร็จจากระบบ KTB Corporate Online

๓.๔ ทุกสิ้นวันทำการให้ตรวจสอบการนำเงินส่งคลังหรือฝากคลัง

๓.๔.๑ เอกสารที่พิมพ์จากหน้าจอการทำรายการสำเร็จ

๓.๔.๒ รายการสรุปความเคลื่อนไหวทางบัญชี (e-Statement/Account Information)

โดยในเรื่องที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยจะได้อธิบายขั้นตอนและวิธีการของโครงการ e-Payment ภาครัฐ โครงการที่ ๔.๒ โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์โดยละเอียดในบทที่ 3 ต่อไป

กรอบความคิดของการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ทำให้พบว่า การประชาสัมพันธ์มีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ซึ่งส่งผลให้ผู้รับสารขาดการรับรู้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ประกอบกับช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่อาศัยเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันมีมากขึ้น อย่างเช่นทางอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ในแง่บวกต่อความประสงค์ของภาครัฐที่จะนำมาใช้ประชาสัมพันธ์ในเรื่องของโครงการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) โดยมีกระบวนการให้บุคลากรในภาครัฐรับรู้เข้าใจถึงการนำระบบดังกล่าวมาใช้ จึงมุ่งเน้นความรู้ความเข้าใจ การยอมรับ การใช้งานของระบบดังกล่าว เพื่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้เกิดความเชื่อมั่นต่อไป

สรุป

จากหลักการ แนวคิด และทฤษฎีต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เป็นผลให้ผู้วิจัยได้นำแนวทางของหลักการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ หลักการของการเรียนรู้ ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ มาปรับใช้ในการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ดังจะได้กล่าวรายละเอียดในบทต่อไป

บทที่ ๓

การเบิกจ่ายเงินจากคลัง การเก็บรักษาเงิน และการนำเงินส่งคลัง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

๑. ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ จากแหล่งข้อมูลต่างๆ (Document Research)

๒. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้อำนวยการกองคลัง เจ้าหน้าที่การเงินการคลังของหน่วยงานภาครัฐ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

๓. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้สร้างขึ้นเอง โดยใช้ช่องทางทางอิเล็กทรอนิกส์ และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประมวลผล จำนวน ๑๐๐ ชุด

เนื่องจากปัจจุบันการเบิกจ่ายเงินภาครัฐ จะถือปฏิบัติตามระเบียบการเบิกจ่ายเงินจากคลัง การเก็บรักษาเงิน และการนำเงินส่งคลัง พ.ศ. ๒๕๕๑^๑ และการปฏิบัติการด้านการเงินการคลังจะใช้ระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Government Fiscal Management Information System) (GFMS) จึงควรทราบถึงหลักการเบิกจ่ายเงินภาครัฐ และวิธีการเบิกจ่ายในระบบดังกล่าวดังรายละเอียดต่อไปนี้

หลักการการเบิกจ่ายเงินจากคลัง

๑. ต้องระบุวัตถุประสงค์ที่จะนำเงินนั้นไปจ่าย เช่น ขอเบิกเพื่อจ่ายให้นาย ก เป็นเงินยืมไปราชการ

๒. ต้องเบิกเมื่อหนี้ถึงกำหนดชำระหรือใกล้จะถึงกำหนดชำระ

๓. เงินที่ขอเบิกมาเพื่อวัตถุประสงค์เรื่องใดต้องจ่ายเพื่อเรื่องนั้นเท่านั้น จะนำไปจ่ายเพื่อเรื่องอื่นไม่ได้

^๑ “ระเบียบการเบิกจ่ายเงินจากคลัง การเก็บรักษาเงิน และการนำเงินส่งคลัง พ.ศ. ๒๕๕๑”, ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม ๑๒๕, ตอนพิเศษ ๕๐ ง, ๗ มีนาคม ๒๕๕๑, หน้า ๑-๒๓.

วิธีการเบิกจ่ายเดิม

การเบิกจ่ายเงินจากคลัง หน่วยงานผู้เบิกต้องปฏิบัติ ดังนี้

๑. เปิดบัญชีเงินฝากกับธนาคารรัฐวิสาหกิจ 2 บัญชี คือ เงินงบประมาณ ๑ บัญชีและเงินนอกงบประมาณ 1 บัญชีไว้สำหรับกรณีหน่วยเบิกจ่ายขอเบิกเงินจากคลัง โดยโอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคาร ของส่วนราชการ

๒. สร้างข้อมูลหลักผู้ขายในระบบ GFMS

๒.๑ สำหรับหน่วยงานผู้เบิกตั้งใหม่ ให้นำข้อมูลตามข้อ 1 ส่งกรมบัญชีกลาง เพื่อสร้างข้อมูลหลักผู้ขาย

๒.๒ สำหรับเจ้าหน้าที่หรือผู้มีสิทธิรับเงินของส่วนราชการ ให้สร้างข้อมูลหลักผู้ขายในระบบและส่งกรมบัญชีกลางหรือสำนักงานคลังจังหวัดเพื่อทำการอนุมัติข้อมูลหลักผู้ขาย

๓. เมื่อหนี้ถึงกำหนดชำระให้หน่วยงานผู้เบิกบันทึกคำขอเบิกเงินและตรวจสอบความถูกต้องพร้อมทั้งอนุมัติรายการขอเบิกในระบบ GFMS แล้วส่งไปยังกรมบัญชีกลางหรือสำนักงานคลังจังหวัดเพื่อทำการอนุมัติการเบิกจ่าย

๔. ให้หน่วยงานผู้เบิกตรวจสอบรายการขอเบิกตามข้อ ๓ จากรายงานในระบบ GFMS ว่ากรมบัญชีกลางได้มีการจ่ายเงินให้หน่วยงานผู้เบิกหรือผู้มีสิทธิรับเงินตามคำขอเบิกแล้วหรือไม่

การขอเบิกเงินของส่วนราชการสำหรับการซื้อจ้างหรือเช่าทรัพย์สินตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. ๒๕๓๕ ให้ปฏิบัติดังนี้

๑. เมื่อส่วนราชการได้ก่อนนี้ผูกพันโดยการทำใบสั่งซื้อ ใบสั่งจ้าง สัญญาหรือบันทึกข้อตกลงตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. ๒๕๓๕ ซึ่งมีวงเงินตั้งแต่ ๕,๐๐๐ บาทขึ้นไป ให้บันทึกรายการสั่งซื้อ/ จ้าง/เช่า (PO) ในระบบ GFMS เพื่อทำการจองงบประมาณในระบบและเมื่อหนี้ถึงกำหนดชำระให้หน่วยงานผู้เบิกบันทึกคำขอเบิกเงินและตรวจสอบความถูกต้อง พร้อมทั้งอนุมัติรายการขอเบิกในระบบ GFMS แล้วส่งไปยังกรมบัญชีกลางหรือสำนักงานคลังจังหวัดเพื่อทำการอนุมัติการเบิกจ่าย โดยโอนเงินเข้าบัญชีให้กับเจ้าหน้าที่ หรือผู้มีสิทธิรับเงินของส่วนราชการโดยตรง

๒. เมื่อส่วนราชการก่อนนี้ผูกพันโดยการ ซื้อทรัพย์สิน จ้างทำของ หรือเช่าทรัพย์สิน และไม่มีใบสั่งซื้อใบสั่งจ้าง สัญญาหรือมีใบสั่งซื้อ สั่งจ้าง หรือสัญญาแต่วงเงินไม่ถึง ๕,๐๐๐ บาท ส่วนราชการ ไม่ต้องจัดทำใบสั่งซื้อ (PO) ในระบบ GFMS ซึ่งเมื่อมีการขอเบิกให้ดำเนินการ

ขอเบิกด้วย ให้กรมบัญชีกลางจ่ายเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารของส่วนราชการ หรือจ่ายเงินให้เจ้าหน้าที่หรือผู้มีสิทธิรับเงิน โดยตรงก็ได้

การขอเบิกเงินสำหรับเงินสวัสดิการ เงินค่าตอบแทน หรือกรณีอื่นใดที่กระทรวงการคลังกำหนดให้ส่วนราชการผู้เบิกขอเบิกเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารของส่วนราชการเพื่อให้ส่วนราชการจ่ายให้ผู้มีสิทธิรับเงินต่อไป

วิธีปฏิบัติในการจ่ายเงินของส่วนราชการ โดยหลัก ให้จ่ายเป็นเช็ค ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัย เว้นแต่กรณีต่อไปนี้ให้จ่ายเป็นเงินสดได้ ดังนี้

๑. กรณีจ่ายจากเงินทรองราชการที่เก็บรักษาไว้เป็นเงินสด โดยไม่จำกัดวงเงิน
๒. การจ่ายให้แก่ข้าราชการ ลูกจ้าง พนักงานราชการ ผู้รับบำนาญ หรือเบี้ยหวัดไม่จำกัดวงเงิน
๓. การจ่ายเงินให้แก่บุคคลภายนอกที่มีวงเงินต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท ส่วนราชการก็สามารถจ่ายเป็นเงินสดได้เว้นแต่ ส่วนราชการเห็นว่าการจ่ายเงินเป็นเงินสดจะไม่ปลอดภัย ก็ให้เป็นดุลยพินิจที่ส่วนราชการจะจ่ายเงินเป็นเช็คก็ได้

ด้านการรับเงิน

การรับเงินของส่วนราชการให้รับเป็นเงินสด ส่วนการรับเช็ค ดราฟต์ หรือตราสารอื่น ให้เป็นไปตามที่กระทรวงการคลังกำหนด กล่าวคือ การรับเช็ค ให้ส่วนราชการปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการรับเงิน ผลประโยชน์เป็นเช็ค พ.ศ. ๒๕๓๗ ซึ่งระเบียบกำหนดว่า ส่วนราชการผู้จัดเก็บสามารถรับเช็ค เงินผลประโยชน์ได้ ๔ ประเภทเท่านั้น ได้แก่

- ก. เช็คธนาคารแห่งประเทศไทย (เช็คประเภท ก.) หมายถึง เช็คที่ธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้สั่งจ่ายเงิน
- ข. เช็คที่มีธนาคารค้ำประกัน (เช็คประเภท ข.)
- ค. เช็คที่ธนาคารเซ็นสั่งจ่าย (เช็คประเภท ค.) หรือ แคชเชียร์ ๓ เช็ค
- ง. เช็คที่ผู้มีหน้าที่ชำระเงินผลประโยชน์เป็นผู้เซ็นสั่งจ่ายและใช้ชำระโดยตรง (เช็คประเภท ง.)

ทั้งนี้ ในกรณีรับเช็คประเภท ก. ข. ค. ที่เป็นการชำระเงินผลประโยชน์ในกรุงเทพมหานคร ให้สั่งจ่ายแก่“กระทรวงการคลัง” และในจังหวัดอื่นให้สั่งจ่ายแก่“กระทรวงการคลังผ่านสำนักงานคลัง...” สำหรับกรณีรับเช็คประเภท ง. ชำระเงินผลประโยชน์ไม่ว่าจะรับเงินในกรุงเทพมหานครหรือในจังหวัดอื่น ให้สั่งจ่ายในนามของส่วนราชการผู้จัดเก็บ เนื่องจากเป็นเช็ค

ส่วนบุคคล จึงมีโอกาที่ธนาคารจะปฏิเสธการจ่าย ได้ (เช็คเต็ง) ซึ่งถ้าสั่งจ่ายแก่“กระทรวงการคลัง ผ่านสำนักงานคลัง...” จะทำให้ยากแก่การตรวจสอบว่าเป็น การนำส่งเงินของสวนราชการใด ถ้าเกิดกรณีที่ธนาคารจะปฏิเสธการจ่าย การรับตราพดท์ หรือตราสารอื่น ให้ส่วนราชการปฏิบัติตาม หนังสือกระทรวงการคลัง ที่ กค ๐๕๒๖/ว ๕๖ ลงวันที่ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๔๑ เรื่อง การรับชำระเงิน เป็นตัวแลกเงินหรือตราพดท์ โดยให้ถือปฏิบัติเช่นเดียวกับการได้รับเช็คประเภท ค หรือแคชเชียร์เช็ค

การนำเงินส่งคลัง

ให้ส่วนราชการนำเงินที่อยู่ในความรับผิดชอบทั้งหมดส่งหรือนำฝากคลังภายใน กำหนดเวลา ดังต่อไปนี้

๑. เช็ค ตราพดท์ หรือตัวแลกเงินให้นำส่งหรือนำฝากในวันที่ได้รับหรืออย่างช้า ภายในวันทำการถัดไป ยกเว้นเช็คที่เป็นหลักประกันของสามารรถเก็บไว้ได้ ๗ วันถ้าเกิน ๗ วันต้อง นำฝากคลัง

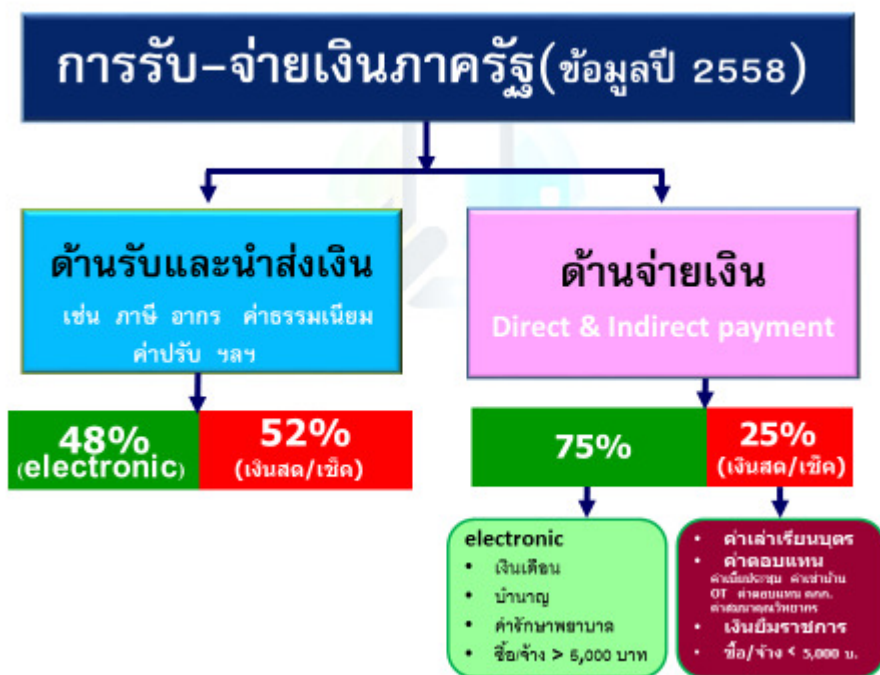
๒. เงินรายได้แผ่นดินให้นำส่งอย่างน้อยเดือนละ ๑ ครั้ง แต่ถ้ามีเงินรายได้แผ่นดิน เก็บรักษาในวันใดเกิน ๑๐,๐๐๐ บาทให้นำเงินส่งโดยด่วนอย่างช้าต้องไม่เกิน ๑ วันทำการถัดไป

๓. เงินเบิกเกินส่งคืนหรือเงินเหลือจ่ายปีเก่าส่งคืนให้นำส่งภายใน ๑๕ วันทำการนับ จาก วันรับเงินจากคลังหรือนับจากวันที่ได้รับเงินคืน

๔. เงินนอกงบประมาณให้นำฝากคลังอย่างน้อยเดือนละ ๑ ครั้งแต่สำหรับเงินที่เบิก จากคลังเพื่อรอการจ่ายให้นำฝากคลังภายใน ๑๕ วันนับจากวันรับเงินจากคลัง

วิธีการนำเงินส่งคลังหรือฝากคลังให้หน่วยงานผู้เบิกจัดทำใบนำฝากเงิน พร้อมนำเงินสด เช็ค ตราพดท์ ตัวแลกเงิน ฝากเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารของกรมบัญชีกลาง สำหรับหน่วยงาน ผู้เบิก ในส่วนกลาง หรือฝากเข้าบัญชีเงินฝากของสำนักงานคลังจังหวัดสำหรับหน่วยงานผู้เบิกใน ส่วนภูมิภาค โดยปฏิบัติตามที่กระทรวงการคลังกำหนด ซึ่งอาจแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ ๓-๑



ที่มา : สุทธิรัตน์ รัตนโชติ, อธิบดีกรมบัญชีกลาง, ๒๕๖๐

จากข้อมูลปี ๒๕๕๘ การรับ - จ่ายเงินภาครัฐ แบ่งออกเป็น ๒ ด้าน ได้แก่ ด้านการรับและนำส่งเงิน ประกอบด้วย เงินภาษีอากร ค่าธรรมเนียม ค่าปรับ ฯลฯ ซึ่งมีการรับเงินและการนำเงินส่งคลังผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ ๔๘ และผ่านเงินสด/เช็ค ร้อยละ ๕๒ ด้านการจ่ายเงิน มีการจ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ ๗๕ ประกอบด้วย เงินเดือน บำนาญ ค่ารักษาพยาบาล กรณีการซื้อ/จ้าง มูลค่ามากกว่า ๕,๐๐๐ บาท และการจ่ายเงินเป็นเงินสด/เช็ค ร้อยละ ๒๕ ประกอบด้วย ค่าเช่าเหมาบุตร ค่าตอบแทน เงินยืมราชการ และกรณีการซื้อ/จ้าง มูลค่าต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท

ต่อมาคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๕๘ รับทราบข้อเสนอของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ตามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในงานบริการภาครัฐ เพื่อป้องกันการทุจริตเพื่อให้มีการปรับปรุงการปฏิบัติราชการตามมาตรการระยะยาว โดยรัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณในการนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการปรับปรุงงานบริการภาครัฐ โดยเฉพาะในระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และเพิ่มความสะดวกให้แก่ประชาชนที่รับบริการ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มช่องทางในการติดตามตรวจสอบให้สามารถทำได้ง่ายขึ้น และลดความเสี่ยงต่อการเกิดทุจริต

กระทรวงการคลังได้มีคำสั่งกระทรวงการคลัง ที่ ๑๑55/๒๕๕๘ ลงวันที่ ๓ กันยายน ๒๕๕๘ แต่งตั้งคณะทำงานพัฒนาระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment) เพื่อศึกษาและจัดทำแนวทางการพัฒนาระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยให้ครอบคลุมการทำธุรกรรมของภาคธุรกิจและภาคเอกชน เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรม ลดต้นทุนการใช้จ่ายเงินสดของประเทศและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการจัดเก็บภาษี โดยเน้นการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๕๘ เห็นชอบแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) ดังนี้

๑. ให้ความเห็นชอบในหลักการของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) และมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละโครงการเร่งดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ พร้อมทั้งให้แต่ละโครงการดำเนินการขออนุมัติงบประมาณในแต่ละโครงการโดยตรง และดำเนินการแก้ไขกฎหมายกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องตามแผนยุทธศาสตร์ด้วย

๒. ให้ความเห็นชอบการจัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ National e-Payment ซึ่งมีรองนายกรัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจเป็นประธานเพื่อผลักดันการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแผนยุทธศาสตร์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตามวัตถุประสงค์ กรอบเวลา และตัวชี้วัดที่กำหนด รวมทั้งแต่งตั้งคณะกรรมการ (Working committee) เป็นคณะทำงานย่อยที่รับผิดชอบแต่ละโครงการตามแผนยุทธศาสตร์

๓. ให้กำหนดแนวทางการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละโครงการตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ในระยะยาวต่อไป

โครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาระบบการชำระเงินของประเทศไทยเข้าสู่ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) อย่างครบวงจร บูรณาการ และยั่งยืนสามารถรองรับธุรกรรมทางการเงินและกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ให้ดำเนินไปอย่างสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น อันเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของภาคธุรกิจของประเทศไทย ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างความมั่นคงให้กับระบบบริหารจัดการการเงินการคลัง โดยพัฒนาระบบการจ่ายเงินงบประมาณแผ่นดิน และบูรณาการระบบบริหารจัดการเก็บภาษี อันจะนำมาสู่การเพิ่มประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงิน (Payment Infrastructure Development) การเพิ่มประสิทธิภาพระบบภาษีอิเล็กทรอนิกส์

(e-Tax System) การลงทะเบียนผู้มีรายได้น้อย รวมทั้งบูรณาการระบบสวัสดิการสังคม (Social Welfare) การส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงิน (Financial Inclusion) และการส่งเสริม e-Payment ในทุกภาคส่วน (Cashless Society) ประกอบด้วยโครงการต่าง ๆ ดังนี้

๑. โครงการระบบการชำระเงิน Any ID หรือ โครงการ Prompt Pay : การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินกลางของประเทศไทยให้สามารถรองรับการโอนเงินระหว่างธนาคารโดยใช้หมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน เลขที่บัญชี หมายเลขกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet ID) หรืออีเมลแอดเดรส (e-Mail Address) ในการระบุผู้รับโอน

๒. โครงการขยายการใช้บัตร : การส่งเสริมการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้จ่ายเงินสดและเป็นช่องทางในการจ่ายเงินสวัสดิการจากภาครัฐสู่ประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสนับสนุนการกระจายจุดรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้ทั่วถึง

๓. โครงการระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ : การส่งเสริมระบบภาษีอิเล็กทรอนิกส์และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำและนำส่งเอกสารภาษี

๔. โครงการ e-Payment ภาครัฐ

๔.๑ โครงการบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคม

๔.๒ โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์

๕. โครงการการให้ความรู้และการส่งเสริมการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ : การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และออกมาตรการจูงใจเพื่อส่งเสริมการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้วิจัยจะเน้นศึกษาสำหรับโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งกระทรวงการคลังได้มีหนังสือขอความเข้าใจก่อนเริ่มดำเนินโครงการกับส่วนราชการเกี่ยวกับการจ่ายเงิน การรับเงินและการนำเงินส่งคลังหลายฉบับ และได้มีหนังสือกระทรวงการคลังด่วนที่สุด ที่ กค ๐๔๐๒.๒/ว ๑๐๓ ลงวันที่ ๑ กันยายน ๒๕๕๕ โดยได้กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติให้ส่วนราชการถือปฏิบัติ

หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการจ่ายเงิน การรับเงินและการนำเงินส่งคลังของส่วนราชการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Corporate Online)

ด้านการจ่าย

๑. ให้ส่วนราชการที่มีบัญชีเงินฝากธนาคารกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำหรับรับเงินงบประมาณที่ขอเบิกจากคลัง ตามระเบียบการเบิกจ่ายเงินจากคลัง การเก็บ

รักษาเงินและการนำเงินส่งคลัง พ.ศ. ๒๕๕๑ ขอเปิดให้บริการด้านการโอนเงิน (BulkPayment) กับธนาคารกรุงไทยฯ ผ่านระบบ KTB Corporate Online

๒. บัญชีเงินฝากธนาคารตามข้อ ๑ ใช้เพื่อการโอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารของผู้มีสิทธิรับเงินที่เป็นข้าราชการ ลูกจ้าง พนักงานราชการ หรือบุคคลภายนอก ในกรณีดังนี้

๒.๑ การจ่ายเงินสวัสดิการ ค่าตอบแทน หรือกรณีอื่นใดที่กระทรวงการคลังกำหนด ตามระเบียบการเบิกจ่ายเงินจากคลังฯ ข้อ ๒๖ เช่น ค่าเล่าเรียนบุตร ค่ารักษาพยาบาล ค่าเบี้ยประชุม กรรมการ ค่าเช่าบ้านข้าราชการ ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานนอกเวลาราชการ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการ ค่าตอบแทนคณะกรรมการ ค่าตอบแทนการสอบ ค่าสมนาคุณวิทยากร เป็นต้น

๒.๒ การจ่ายเงินยืมราชการตามสัญญาการยืมเงิน

๒.๓ การจ่ายเงินค่าซื้อทรัพย์สิน จ้างทำของหรือเช่าทรัพย์สินตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุฯ ที่มีวงเงินต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท ตามระเบียบการเบิกจ่ายเงินจากคลังฯ ข้อ ๒๔ (๒)

๓. บัญชีเงินฝากธนาคารของผู้มีสิทธิรับเงินตามข้อ ๑.๒ ให้ใช้บัญชีเงินฝากธนาคาร ดังนี้

๓.๑ กรณีเป็นข้าราชการ ลูกจ้าง พนักงานราชการในหน่วยงาน ให้โอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารที่ใช้สำหรับรับเงินเดือน ค่าจ้าง หรือค่าตอบแทน แล้วแต่กรณี หรือบัญชีเงินฝากธนาคารอื่นของผู้มีสิทธิรับเงิน ตามที่หัวหน้าส่วนราชการผู้เบิกอนุญาต

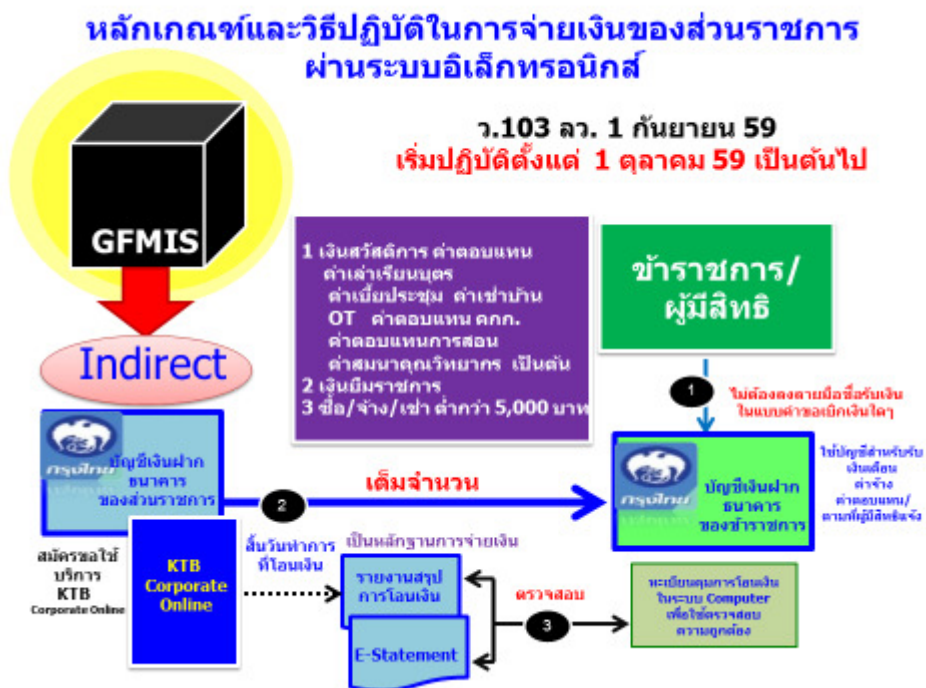
๓.๒ กรณีเป็นบุคลากรต่างสังกัดหรือบุคคลภายนอก ให้โอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารตามที่มีสิทธิรับเงินแจ้งความประสงค์ไว้

โดยกรอกข้อมูลในแบบแจ้งข้อมูลการรับเงินโอนผ่านระบบ KTB Corporate Online และนำรายละเอียดทั้งหมดของผู้มีสิทธิรับเงิน รวมทั้งเลขที่บัญชีเงินฝากธนาคาร ในแบบดังกล่าว มาจัดทำเป็นทะเบียนคุมการโอนเงินในระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลสำหรับการโอนเงินต่อไป

๔. เมื่อผู้มีสิทธิรับเงินแจ้งขอรับเงินจากส่วนราชการ ให้ส่วนราชการขอเบิกเงินจากคลังเพื่อเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารตามข้อ ๑ และให้ดำเนินการโอนเงินเต็มจำนวนตามสิทธิเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารของผู้มีสิทธิรับเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online เมื่อการโอนเงินสำเร็จ ระบบจะมีการส่งข้อความแจ้งเตือนผ่านโทรศัพท์มือถือ (SMS) หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ตามเบอร์โทรศัพท์ หรือ e-mail address ที่ผู้มีสิทธิรับเงินได้แจ้งไว้

สำหรับกรณีที่มีสิทธิรับเงินแจ้งขอรับเงินตามแบบคำขอเบิกเงินสวัสดิการ ค่าตอบแทน หรือสัญญาการยืมเงิน เมื่อได้รับเงินโอนเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารจากส่วนราชการ แล้ว ผู้มีสิทธิรับเงินไม่ต้องลงชื่อรับเงินในแบบคำขอเบิกเงินดังกล่าวอีก ซึ่งอาจแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ ๓-๒



ที่มา : สุทธิรัตน์ รัตนโชติ, อธิบดีกรมบัญชีกลาง, ๒๕๖๐

ด้านการรับเงิน

๑. ให้ส่วนราชการเปิดบัญชีเงินฝากธนาคารประเภทกระแสรายวันจำนวน ๑ บัญชีกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อรับเงินผ่านช่องทางบริการต่าง ๆ ของธนาคารกรุงไทยฯ โดยใช้ชื่อบัญชี “...ชื่อส่วนราชการ... เพื่อการรับเงินทางอิเล็กทรอนิกส์” พร้อมทั้งขอเปิดใช้บริการรับชำระเงิน (Bill Payment) ผ่านระบบ KTB Corporate Online

๒. การรับเงินผ่านบัญชีเงินฝากธนาคารตามข้อ ๑ ให้ส่วนราชการกำหนดแบบใบแจ้งการชำระเงินเพื่อให้ผู้ชำระเงินใช้ในการรับชำระเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารดังกล่าว ซึ่งจะต้องมีข้อมูลประกอบด้วย ชื่อส่วนราชการผู้รับชำระเงิน วันที่รับชำระ ชื่อผู้ชำระเงิน รายการหรือประเภท

ของรายได้ที่รับชำระ และจำนวนเงินที่รับชำระ โดยรูปแบบของรหัส (CompanyCode/ProductCode) และข้อมูลอ้างอิง (ReferenceCode) ที่จะระบุในแบบใบแจ้งการชำระเงินจะต้องมีความสอดคล้อง และสามารถแสดงข้อมูลดังกล่าวได้

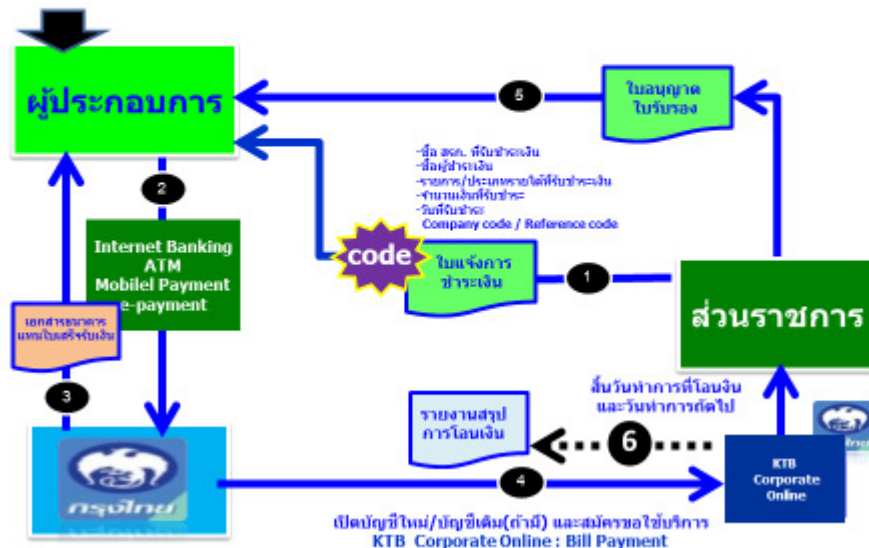
๓. ชำระเงินสามารถชำระเงินผ่านช่องทางการให้บริการของสาขา ธนาคารกรุงไทยฯ ได้ทุกแห่งและทุกช่องทาง ได้แก่ เคาน์เตอร์ธนาคาร Teller Payment ATM Payment Internet Banking และ Mobile Banking เพื่อเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารตามข้อ ๑ และจะได้เอกสารหลังจากการทำธุรกรรมชำระเงินกับธนาคารกรุงไทยฯ ในช่องทางต่าง ๆ ข้างต้น เป็นหลักฐานในการรับเงินของส่วนราชการ โดยส่วนราชการผู้รับเงินไม่ต้องออกไปเสิร์ฟรับเงิน เว้นแต่กรณีและผู้ชำระเงินต้องการใบเสิร์ฟรับเงินให้แจ้งความประสงค์มายังส่วนราชการเพื่อออกไปเสิร์ฟรับเงินและส่งให้ผู้ชำระเงินต่อไป

ซึ่งอาจแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ ๓-๓

หลักเกณฑ์วิธีปฏิบัติในการรับเงินของส่วนราชการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

ว.103 ลว. 1 กันยายน 59 เริ่มปฏิบัติตั้งแต่ 1 ตุลาคม 59 เป็นต้นไป



ที่มา : สุทธิรัตน์ รัตนโชติ, อธิบดีกรมบัญชีกลาง, ๒๕๖๐

ด้านการนำเงินส่งคลัง

๑. ให้ส่วนราชการขอเปิดใช้บริการนำเงินส่งคลัง ผ่านระบบ KTB Corporate Online

(GFMIS) สำหรับบัญชีเพื่อการรับเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ บัญชีรับเงินนอกงบประมาณที่ขอเบิกจากคลัง ตามระเบียบการเบิกจ่ายเงินจากคลัง การเก็บรักษาเงินและการนำเงินส่งคลัง พ.ศ. ๒๕๕๑ และบัญชีเงินฝากธนาคารอื่น ๆ ที่ส่วนราชการใช้ในการรับเงินตามที่กระทรวงการคลังกำหนด หรือที่ได้รับอนุมัติจากกระทรวงการคลัง

๒. การนำเงินส่งคลังหรือฝากคลังผ่านระบบ KTB Corporate Online ในระยะแรก ให้ใช้สำหรับการนำส่งเงินรายได้แผ่นดิน การนำส่งเงินรายได้แผ่นดินแทนกัน การนำเงินนอกงบประมาณฝากคลังและการนำเงินนอกงบประมาณฝากคลังแทนกัน

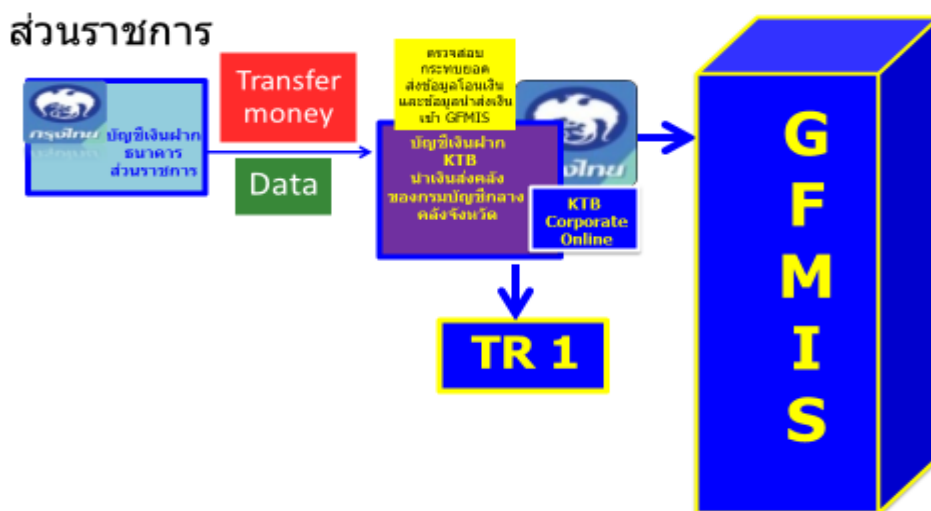
๓. ให้ส่วนราชการทำรายการนำเงินส่งคลังหรือฝากคลังผ่านระบบ KTB Corporate Online โดยเลือกหมายเลขบัญชีเงินฝากธนาคารของส่วนราชการตามข้อ ๑ พร้อมทั้งระบุประเภทและจำนวนเงินที่จะนำส่งคลังหรือฝากคลัง และโอนเงินจากบัญชีเงินฝากธนาคารดังกล่าวผ่านระบบ KTB Corporate Online เพื่อเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารของกรมบัญชีกลางหรือสำนักงานคลังจังหวัด เพื่อรับเงินของหน่วยงานภาครัฐ แล้วแต่กรณี และเมื่อทำการแล้วเสร็จ ให้พิมพ์หน้าจอการทำรายการสำเร็จจากระบบ KTB Corporate Online เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการนำเงินส่งคลังหรือฝากคลัง

ซึ่งอาจแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ ๓-๔

หลักเกณฑ์วิธีปฏิบัติในการนำเงินส่งคลังผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

ว.103 ลว. 1 กันยายน 59 เริ่มปฏิบัติตั้งแต่ 1 ตุลาคม 59 เป็นต้นไป



ที่มา : สุทธิรัตน์ รัตนโชติ, อธิบดีกรมบัญชีกลาง, ๒๕๖๐

ในการปฏิบัติก่อนและหลังจากที่กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลังจะกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการจ่ายเงิน การรับเงินและการนำเงินส่งคลังของส่วนราชการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Corporate Online) กรมบัญชีกลางได้ออกหนังสือเวียนข้อความเข้าใจไปแล้ว ๔ ฉบับและได้จัดการประชุมชี้แจงเพื่อรับฟังความคิดเห็นของส่วนราชการและหน่วยงานภาครัฐ ๑ ครั้ง รวมทั้งจัดการฝึกอบรมสัมมนาหน่วยงานภายในสังกัด ได้แก่ ราชการส่วนกลาง สำนักงานคลังเขต สำนักงานคลังจังหวัด รวม ๓ ครั้ง มีข่าวประชาสัมพันธ์แจ้งสื่อมวลชนเป็นระยะ และลงข่าวประชาสัมพันธ์ความคืบหน้าการดำเนินการผ่านทางเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง

สรุป

เนื่องจากโครงการดังกล่าวเป็นเรื่องใหม่และเป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่ผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติและเป็นเรื่องการใช้ระบบงานทางอิเล็กทรอนิกส์แบบใหม่ ผู้ปฏิบัติงานยังไม่เกิดความคุ้นเคย ซึ่งผู้ปฏิบัติงานต้องได้รับการอบรมโดยการฝึกปฏิบัติจริงหรืออาจเกิดจากการประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจยังไม่เพียงพอและไม่ทั่วถึง ดังนั้น จึงต้องให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานในส่วนราชการมีความรู้ ความเข้าใจในโครงการดังกล่าวอย่างถ่องแท้ อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการรับจ่ายเงินของหน่วยงานภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาดและปัญหาการทุจริตจากการจ่ายเงินด้วยเงินสดและเช็ค ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการเงินของหน่วยงานภาครัฐอย่างครบวงจร ประกอบด้วย การจ่ายเงิน การรับเงินภาครัฐ การนำเงินส่งคลังและจากรายละเอียดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้อธิบายเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการจ่ายเงิน การรับเงิน และการนำเงินส่งคลังจากส่วนราชการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ในบทต่อไปจะได้วิเคราะห์ผลการศึกษาวิจัยที่ได้รับจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

บทที่ ๔

บทวิเคราะห์

ในบทนี้จะเป็นการนำเสนอการวิเคราะห์ผลการศึกษาจากทั้งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร ตำราต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และจากการสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้อำนวยการกองคลัง เจ้าหน้าที่การเงินการคลังของหน่วยงานของรัฐ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน ๑๐๐ ชุด ในช่วงตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๕ – เดือนมิถุนายน ๒๕๖๐ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามแบ่งเป็น ๔ ส่วน คือ

๑. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
๒. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
๓. ความพึงพอใจช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
๔. ความรู้ความเข้าใจโครงการการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)

โดยแบบสอบถามมีรายละเอียดในภาคผนวก

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)” จะได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแยกการวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น ๒ ส่วนดังนี้

ส่วนที่ ๑ เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับการศึกษาจากเอกสาร บทความ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในส่วนที่เกี่ยวกับการเบิกจ่ายเงินในภาครัฐ

ส่วนที่ ๒ เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับการศึกษาจากเอกสาร บทความ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ

๑. การประชาสัมพันธ์ การวางแผนประชาสัมพันธ์ การเลือกสื่อหรือวิธีการประชาสัมพันธ์รวมทั้งใช้วิธีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์โดยเปิดโอกาสหรือมีช่องทางให้ผู้ปฏิบัติงานได้รับข้อมูลข่าวสาร ซักถามปัญหาข้อขัดข้อง รวมทั้งมีช่องทางที่จะเสนอแนะประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น

๒. ประชาสัมพันธ์ให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเกิดความรู้ความเข้าใจในโครงการเบิกจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ทราบช่องทางในการประชาสัมพันธ์โครงการ รวมทั้งได้มีส่วนเสนอแนะในการประชาสัมพันธ์รายละเอียดในโครงการฯ รวมทั้งการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินการและเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์โครงการฯ

ส่วนที่ ๑ การเบิกจ่ายเงินภาครัฐ จะต้องถือปฏิบัติตามระเบียบเบิกจ่ายเงินจากคลัง การเก็บรักษาเงินและ การนำเงินส่งคลัง พ.ศ. ๒๕๕๑ ซึ่งมีหลักการการเบิกจ่าย คือ ต้องมีการระบุวัตถุประสงค์ในการจ่ายเงินและเบิกเงิน ได้เมื่อหนี้ถึงกำหนดต้องจ่ายหรือใกล้จะถึงกำหนดต้องจ่าย และเมื่อเบิกเงินมาจ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ใดต้องจ่ายเงินตามวัตถุประสงค์นั้น จะนำไปจ่ายเพื่อการอื่นไม่ได้ โดยมีการเบิกจ่ายเงินในระบบ GFMS ได้แบ่งระบบการเบิกจ่ายเงินจากคลัง เป็น ๓ ระบบ คือ ด้านการจ่ายเงิน ด้านการรับเงิน และด้านการนำเงินส่งคลัง

ส่วนที่ ๒

๑. การประชาสัมพันธ์ การวางแผนประชาสัมพันธ์ การเลือกสื่อหรือวิธีการประชาสัมพันธ์รวมทั้งใช้วิธีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ โดยเปิดโอกาสหรือมีช่องทางให้เจ้าหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติงานด้านการเบิกจ่ายเงินต่างๆ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐอื่นๆ ทราบข้อมูลข่าวสารมีช่องทางในการซักถามปัญหา ข้อขัดข้องรวมทั้งมีช่องทางที่จะเสนอแนวประเด็นปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริง

๒. ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ก็เพื่อต้องการทราบถึงความรู้ ความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ของส่วนราชการต่างๆ ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ปัญหาและข้อขัดข้องของการประชาสัมพันธ์โครงการฯ รวมทั้งเสนอแนวทางและวิธีการในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ของกรมบัญชีกลางให้เพิ่มมากขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาหาวิธีการเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยใช้การสื่อสาร ๒ ทาง ซึ่งต้องอาศัยทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวไว้แล้วในบทที่ ๒

จากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง ผู้วิจัยจะได้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจากคำตอบ ๑๐๑ ข้อ ซึ่งแสดงค่าทางสถิติได้ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- | |
|---|
| ๑. เป็นผู้ชายร้อยละ ๕.๕ เป็นผู้หญิง ร้อยละ ๙๐.๑ |
| ๒. มีอายุไม่เกิน ๒๐ ปี ร้อยละ ๑.๕ |
| ๒๑ – ๒๐ ปี ร้อยละ ๑๒.๕ |
| ๓๑ – ๔๐ ปี ร้อยละ ๔๒.๖ |
| ๔๑ – ๕๐ ปี ร้อยละ ๒๘.๓ |
| มากกว่า ๕๐ ปี ร้อยละ ๑๓.๕ |

๓. สถานภาพการรับราชการ เป็นข้าราชการร้อยละ ๘๑.๒ พนักงานราชการร้อยละ ๑๕.๘% ลูกจ้างประจำ ร้อยละ ๑ ลูกจ้างชั่วคราวร้อยละ ๒

๔. วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ ๕.๘ ปริญญาตรีร้อยละ ๖๐.๔ ปริญญาโท ๓๓.๗ ไม่มีปริญญาเอก

๕. ส่วนราชการที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นส่วนราชการทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาครายละเอียดปรากฏตามภาคผนวก

จากผลของการตอบแบบสอบถาม ผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินการคลังส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงร้อยละ ๙๐ เป็นผู้ชายเพียงร้อยละ ๑๐ มีอายุระหว่าง ๓๑ – ๔๐ ปี และ ๔๑ – ๕๐ ปี มีสถานภาพเป็นข้าราชการ และพนักงานราชการ มีวุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดคือ ปริญญาตรี และปริญญาโท

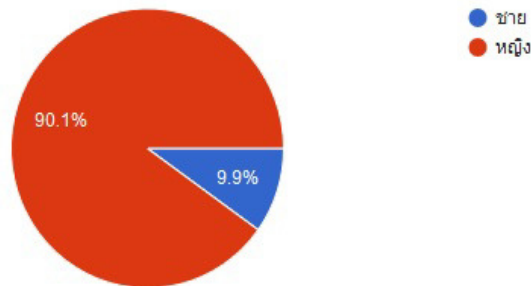
ซึ่งสามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ ๔-๑

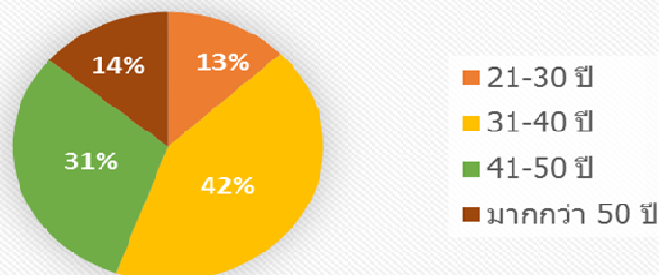
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

คำตอบ 101 ข้อ

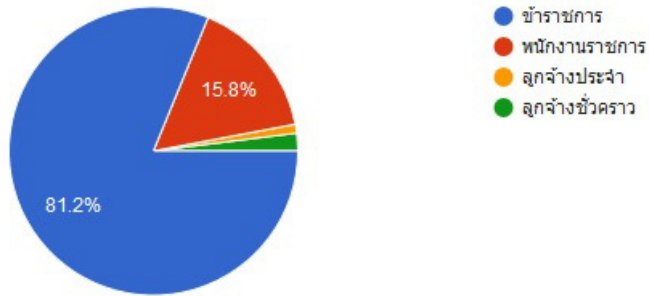


2. อายุ



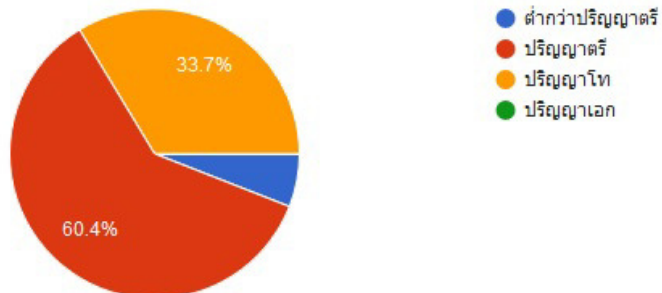
3.สถานภาพการรับราชการ

คำตอบ 101 ข้อ



4.วุฒิการศึกษาขั้นสูงสุด

คำตอบ 101 ข้อ



ส่วนที่ ๒ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ท่านรับทราบข้อมูลข่าวสาร โครงการการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e- Payment) ผ่านช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง จากช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ) มีผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

๑. เว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง (www.cgd.go.th) ร้อยละ ๖๕
๒. Facebook ของกรมบัญชีกลาง สำนักงานคลังเขต สำนักงานคลังจังหวัด ร้อยละ ๑๔
๓. หนังสือเวียนแจ้งส่วนราชการต่างๆ ของกรมบัญชีกลาง ร้อยละ ๘๒
๔. สื่อประชาสัมพันธ์ของกรมบัญชีกลาง สำนักงานคลังเขต สำนักงานคลังจังหวัด

ร้อยละ ๑๔

๕. การประชุมสัมมนาที่จัดประชาสัมพันธ์โครงการฯ โดยกรมบัญชีกลาง สำนักงานคลังเขต สำนักงานคลังจังหวัด ร้อยละ ๓๑

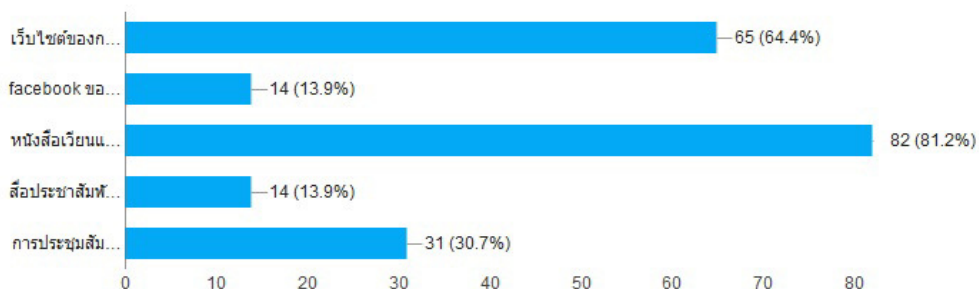
ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบคำถามได้มากกว่า ๑ ข้อ ผลของการตอบแบบสอบถามมีผู้ได้รับข้อมูลข่าวสารทางหนังสือเวียนที่กรมบัญชีกลางแจ้งเวียนส่วนราชการมากที่สุด ร้อยละ ๘๒ ทางเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลางรองลงมา ร้อยละ ๖๕ และการประชุมสัมมนาที่จัดประชาสัมพันธ์โครงการฯ ร้อยละ ๓๑ แสดงว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้การประชาสัมพันธ์โครงการฯ ได้จากหนังสือเวียนที่เป็นลายลักษณ์อักษร และใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มาก รวมทั้งยังต้องการรับรู้สองทางผ่านการประชุมสัมมนา ที่สามารถรับฟังและซักถามวิทยากรผู้ให้ความรู้ความเข้าใจได้ทันที โดยกรมบัญชีกลางอาจต้องเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ด้านอื่นๆ เช่น แผ่นพับ จดบอร์ด สื่อทางวิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ และเนื่องจากเป็นระบบราชการจะต้องคงการประชาสัมพันธ์ด้านลายลักษณ์อักษร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ไว้ เพราะมีผู้ใช้สื่อดังกล่าวมากที่สุด ซึ่งสามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ ๔-๒

การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ท่านรับทราบข้อมูลข่าวสารโครงการการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ผ่านช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ของกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลังจากช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

คำตอบ 101 ข้อ



ส่วนที่ ๓ ความพึงพอใจช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๑. เว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง www.cgd.go.th

๑.๑ ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับ โครงการฯ มีความถูกต้องครบถ้วนเป็นปัจจุบัน
ตามที่ต้องการ

๑.๒ การเข้าถึงข้อมูลและการดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว

๑.๓ การสืบค้นข้อมูลใช้งานง่ายและสะดวกในการค้นหาข้อมูล

๑.๔ มีช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ

๒. Facebook ของกรมบัญชีกลาง สำนักงานคลังเขต สำนักงานคลังจังหวัด

๒.๑ มีความครบถ้วน ถูกต้อง ของข้อมูลรายละเอียดของโครงการฯ ที่ต้องการ

๒.๒ จัดรูปแบบ ได้แก่ รูปภาพ ตัวอักษรและสีมีความเหมาะสม

๒.๓ การจัดลำดับขั้นตอนของเนื้อหาของโครงการฯ อ่านเข้าใจง่าย

๒.๔ มีช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ

๓. หนังสือเวียนแจ้งส่วนราชการต่างๆ ของกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

๓.๑ มีการแจ้งเนื้อหาของโครงการฯ ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน

๓.๒ การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน อ่านแล้วเข้าใจง่าย

๓.๓ มีช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ

๔. สื่อประชาสัมพันธ์ของกรมบัญชีกลาง สำนักงานคลังเขต สำนักงานคลังจังหวัด

๔.๑ ข่าวกกรมบัญชีกลางมีการแจ้งเนื้อหาของโครงการฯ ได้อย่างถูกต้องครบถ้วน

๔.๒ การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน อ่านแล้วเข้าใจง่าย

๔.๓ มีช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ

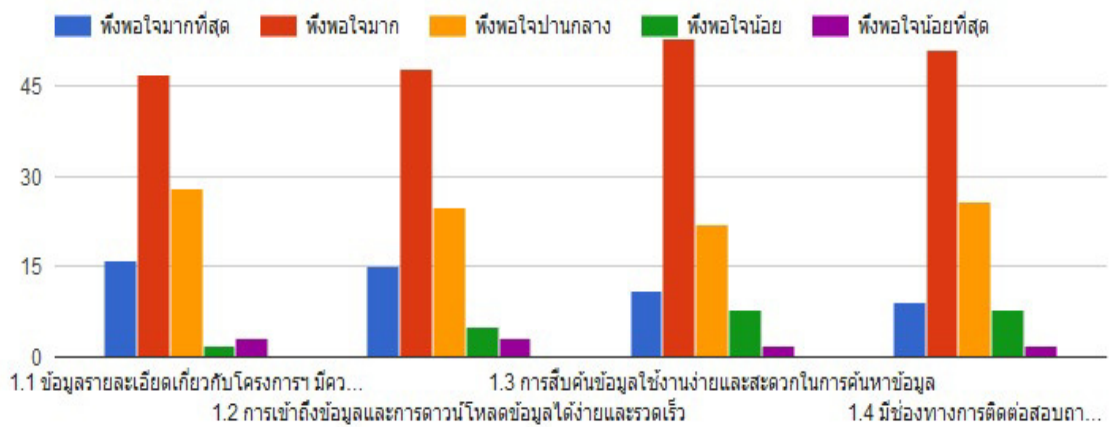
ผู้ตอบแบบสอบถามตอบเหมือนกันทั้ง ๔ หัวข้อว่า มีความพึงพอใจมาก เป็นลำดับ
แรก ลำดับที่ ๒ คือ พึงพอใจปานกลางและพึงพอใจมากที่สุดเป็นลำดับที่ ๓

ซึ่งสามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

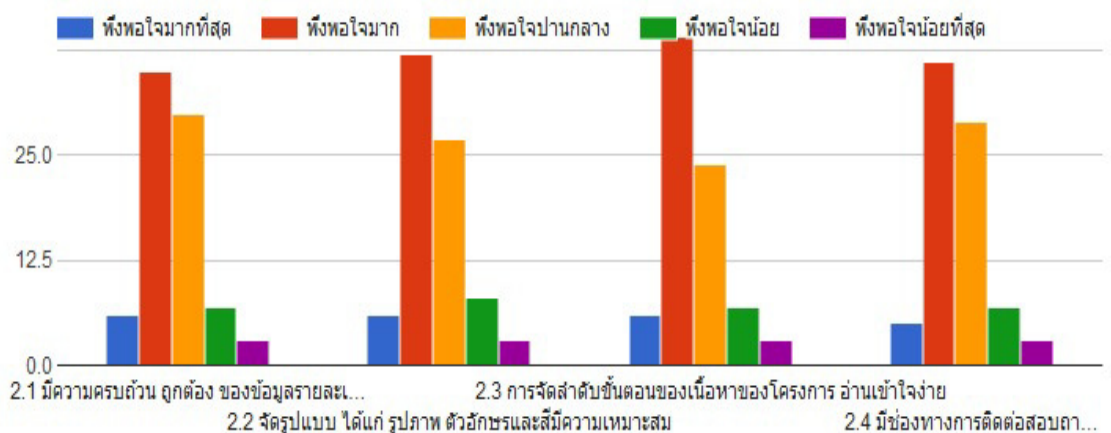
แผนภาพที่ ๔-๓

ความพึงพอใจของทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

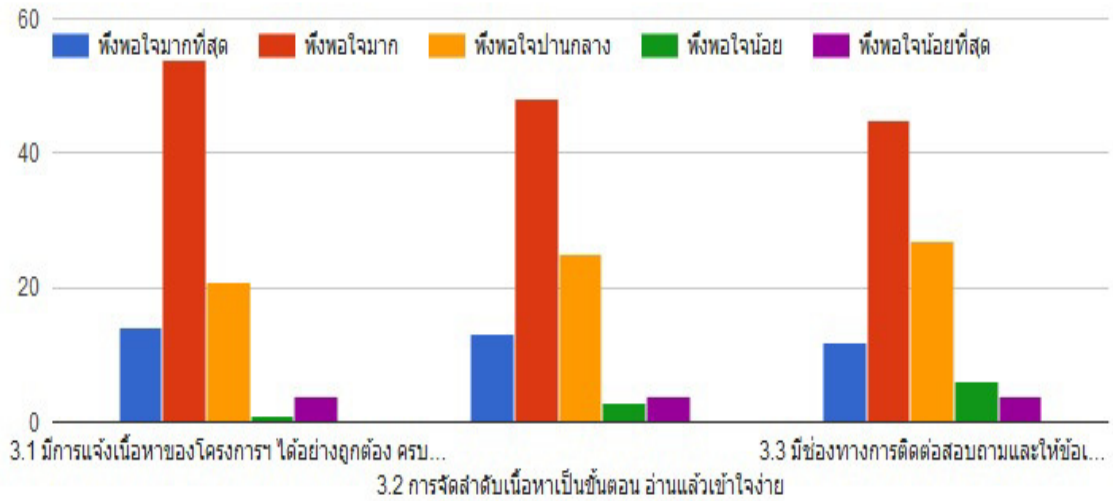
ส่วนที่ 1. เว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง www.cgd.go.th



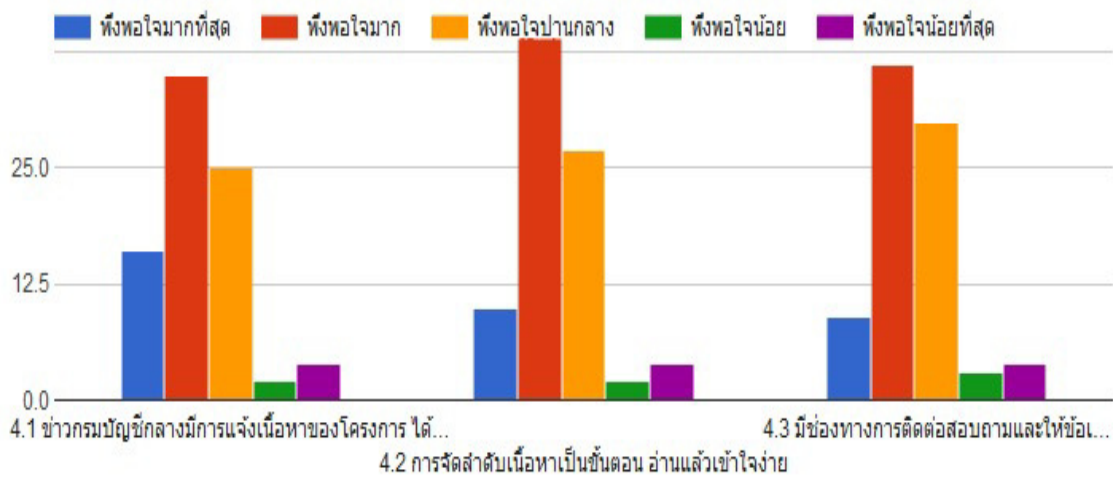
ส่วนที่ 2. Facebook ของกรมบัญชีกลาง สำนักงานคลังเขต สำนักงานคลังจังหวัด



ส่วนที่ 3. หนังสือเวียนแจ้งส่วนราชการต่างๆ ของกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง



ส่วนที่ 4. สื่อประชาสัมพันธ์ของกรมบัญชีกลาง สำนักงานคลังเขต สำนักงานคลังจังหวัด



๕. การประชุมสัมมนาที่จัดประชาสัมพันธ์โครงการฯ โดยกรมบัญชีกลาง สำนักงานคลังเขต สำนักงานคลังจังหวัด

๕.๑ มีการแจ้งข่าวการประชุมสัมมนาทั่วถึง ครบทุกส่วนราชการและหน่วยงานภาครัฐ

๕.๒ การจำกัดจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนา

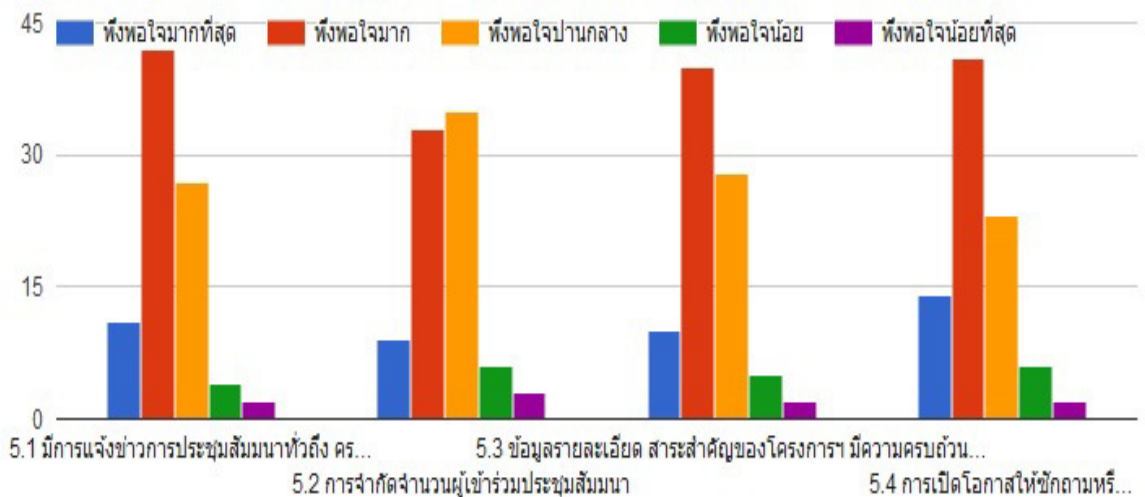
๕.๓ ข้อมูลรายละเอียดสาระสำคัญของโครงการฯ มีความครบถ้วนสมบูรณ์

๕.๔ การเปิดโอกาสให้ซักถามหรือเสนอแนะความคิดเห็น

ผู้ตอบแบบสอบถามตอบในข้อ ๕.๑ ๕.๓ และ ๕.๔ ว่า มีความพึงพอใจมากเป็นลำดับแรก และมีความพึงพอใจปานกลางเป็นลำดับที่ ๒ และมีความพึงพอใจมากที่สุดเป็นลำดับที่ ๓ ส่วนข้อ ๕.๒ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจปานกลางเป็นลำดับแรกและมีความพึงพอใจมากเป็นลำดับที่ ๒ และมีความพึงพอใจมากที่สุดเป็นลำดับที่ ๓

ซึ่งสามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

ส่วนที่ 5. การประชุมสัมมนาที่จัดประชาสัมพันธ์โครงการฯ โดยกรมบัญชีกลาง สำนักงานคลังเขต สำนักงานคลังจังหวัด



ส่วนที่ ๔ ความรู้ความเข้าใจโครงการการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e- Payment)

๑. จากแบบสอบถามสามารถวิเคราะห์ได้ว่า มีผู้เข้ามาตอบแบบสอบถามเป็นเจ้าหน้าที่ที่ต้องดำเนินการเบิกจ่ายเงินภาครัฐตามโครงการจำนวน ๔๖ คน ในขณะที่ผู้ที่ไม่ได้ทำหน้าที่เบิกจ่ายโดยตรงมีจำนวน ๕๕ คน อาจสรุปได้ว่ายังมีเจ้าหน้าที่ที่ไม่ได้ทำหน้าที่เบิกจ่ายเงินตามโครงการฯ โดยตรงก็ต้องการทำความเข้าใจ และสนใจรายละเอียดในโครงการด้วย จึงสนใจเข้ามาทำแบบสอบถาม

๒. ในส่วนของความรู้ ความเข้าใจรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการฯ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวน ๔๑ คน มีความรู้ความเข้าใจในโครงการว่าจะมีการปรับเปลี่ยนวิธีการเบิกจ่ายเงินในภาครัฐระดับปานกลาง และในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ๓๐ คน ตอบว่ามีความรู้ความเข้าใจในโครงการฯ และอีก ๓๐ คน ตอบว่า ยังไม่เข้าใจหรือมีความเข้าใจน้อย ดังนั้นพอจะสรุปได้ว่า โครงการรับจ่ายเงินภาครัฐมีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง แต่ก็ยังมีกลุ่มเจ้าหน้าที่ที่ยังไม่เกิดความเข้าใจ ซึ่งอาจเป็นเจ้าหน้าที่ที่ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่เบิกจ่ายเงินโดยตรง แต่โครงการดังกล่าวจะมีผลต่อตัวเจ้าหน้าที่ทุกคน จึงควรมีการวางแผนประชาสัมพันธ์สำหรับคนกลุ่มนี้

๓. ผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลรายละเอียดโครงการฯ จากแหล่งใด มีคำตอบหลากหลายมาก ที่มากที่สุดจำนวน ๔๘ คน ตอบว่าทราบจากหนังสือเวียนของกรมบัญชีกลาง และการประชุมสัมมนาที่กรมบัญชีกลางจัดขึ้น รองลงมาคือ ทราบจากเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง ๒๐ คน นอกนั้นก็ทราบจากการบอกเล่าจากเจ้าหน้าที่การเงิน ๑๐ คน จาก ข่าวของกรมบัญชีกลาง ๗ คน และอื่นๆ เช่น จากสำนักงานคลังเขต สำนักงานคลังจังหวัด กลุ่มมือ หน่วยงานภายในกรม. ธนาคารกรุงไทย และมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่เคยทราบ จำนวน ๑๑ คน ทำให้ทราบว่ากรมบัญชีกลางใช้หลักการประชาสัมพันธ์และกระบวนการในการประชาสัมพันธ์ตามทฤษฎีและแนวคิดในบทที่ ๒ แล้ว แต่อาจยังไม่มี การประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง เช่น ใช้สื่อสาธารณะทั่วไป ยังไม่ได้มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เช่น เจ้าหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติงานด้านการรับเงิน การเบิกจ่ายเงินและการนำเงินส่งคลัง และเลือกที่จะใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายยังไม่ครอบคลุมทุกสื่อ ซึ่งจากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม แหล่งข้อมูลที่ทราบข่าวประชาสัมพันธ์โครงการคือ จากหนังสือเวียน การประชุมสัมมนา เว็บไซต์ เป็นส่วนใหญ่ กรมบัญชีกลางจึงต้องมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ เพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์เช่น แผ่นพับ วารสารกรมบัญชีกลาง แอลงข่าวเป็นต้น เลือกสื่อให้ครอบคลุมทุกสื่ออย่างต่อเนื่อง และต้องมีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ว่าเกิดผล

ทำให้เจ้าหน้าที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการฯ เพิ่มขึ้นหรือไม่ เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องและเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ต่อไป

๔. หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามได้ปฏิบัติตามหนังสือเวียนของกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลังแล้วหรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ๖๓ คน ตอบว่าได้ปฏิบัติตามหนังสือเวียนสั่งการของกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลังแล้ว และ ๓๒ คน ตอบว่ายังไม่ได้ดำเนินการเนื่องจากเตรียมข้อมูลเบื้องต้นอยู่ หรือยังไม่ได้ปฏิบัติตามครบทุกกระบวนการ ทำให้ทราบว่าส่วนใหญ่ถือปฏิบัติตามนโยบายของทางราชการตามหนังสือสั่งการของกรมบัญชีกลาง แต่ก็ยังมีบางหน่วยยังไม่ได้ปฏิบัติตาม อาจติดขัดในบางประเด็นหรืออาจเกิดจากการไม่เห็นประโยชน์หรือผลดีของโครงการฯ จึงควรเร่งประชาสัมพันธ์ให้เกิดความรู้ความเข้าใจโครงการฯ มากยิ่งขึ้น รวมทั้งต้องสร้างแรงจูงใจ ให้กับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน โดยอาศัยทฤษฎีแรงจูงใจและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ ๒ เพื่อให้เจ้าหน้าที่เห็นประโยชน์ในการปฏิบัติงานในระบบว่าเป็นการลดขั้นตอนของการปฏิบัติงาน และทำให้เกิดความภาคภูมิใจว่าเจ้าหน้าที่มีส่วนร่วมในนโยบายของรัฐในการพัฒนาประเทศ

๕. ท่านเห็นว่าโครงการฯ มีขั้นตอนยุ่งยากหรือไม่ อย่างไร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวน ๓๒ คน ตอบว่าไม่ยุ่งยาก รองลงมา ๒๗ คน ตอบว่า ยังไม่ได้ปฏิบัติหรือยังไม่ทราบ ขั้นตอนที่ชัดเจนและมีความเห็นว่าย้อนตอนมีความยุ่งยาก ๑๕ คน และเห็นว่าขั้นตอนมีความยุ่งยากพอสมควร ๑๓ คน ดังนั้น พอสรุปได้ว่า เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่เห็นว่า โครงการฯ มีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก เป็นการลดภาระงาน สะดวก รวดเร็ว ส่วนผู้ที่เห็นว่าขั้นตอนมีความยุ่งยาก อาจเป็นเพราะ เป็นโครงการที่ต้องใช้งานในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ปฏิบัติงานยังไม่คุ้นเคย และมีข้อเสนอแนะเป็นไปในทางเดียวกันว่า ส่วนราชการมีข้อจำกัดด้านบุคลากร เพราะผู้ปฏิบัติงานต้องเป็นข้าราชการโดยเสนอให้มีการชักจูงความเข้าใจ เพื่อให้เกิดความพร้อมก่อนการปฏิบัติงานจริง รวมทั้งต้องมีระบบรักษามาตรฐานความปลอดภัยด้วย ซึ่งกรมบัญชีกลางจะต้องรับฟังและดำเนินการแก้ไขปรับปรุงต่อไป

๖. ท่านเห็นว่าควรมีการปรับปรุงขั้นตอนความยุ่งยากในการเบิกจ่าย การรับและการนำเงินส่งคลังในโครงการหรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถาม ๔๖ คน ตอบว่า ไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการโดยตรงและยังไม่มีความเห็น แต่อีก ๓๑ คน เห็นควรมีการปรับปรุงขั้นตอน โดยมีข้อเสนอแนะว่า ควรลดขั้นตอนการนำส่งเงิน เพิ่มการรับเงินและเบิกเงินส่งคืน ควรมีการทำความเข้าใจให้ชัดเจน สร้างความพร้อมก่อนการปฏิบัติงานจริง ควรขยายเวลาการเปิดระบบ GFMS ในการบันทึกการเบิกจ่ายเงินให้มากขึ้น และระยะเวลาการโอนเข้าบัญชีให้เร็วขึ้น ควรปรับความยุ่งยากในขั้นตอนการทำข้อมูลพื้นฐานในการจ่ายเงินให้กับผู้รับเงินเพราะทักษะที่ต้องใช้คือ การใช้งาน Computer

ที่ต้องผ่านระบบ Interface ซึ่งมีความซับซ้อน ควรอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้ละเอียดกว่านี้ มีการยกตัวอย่างในทางปฏิบัติและตอบข้อซักถาม ดังนั้น กรมบัญชีกลางต้องยอมรับข้อเสนอแนะไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป

๗. กระทรวงการคลังควรมีการปรับปรุงหรือเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์โครงการฯ หรือไม่ ในช่องทางใดผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ๔๔ คน เห็นว่าควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และอีก ๒๓ คน เห็นว่าไม่จำเป็นต้องเพิ่มแล้วเพราะ การประชาสัมพันธ์ปัจจุบันเหมาะสมเพียงพอแล้ว การประชาสัมพันธ์ครอบคลุมดีแล้ว ซึ่งส่วนใหญ่ที่เห็นว่าควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์มีข้อเสนอแนะว่า ควรเพิ่มการประชุมสัมมนาอบรมเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง อาจใช้สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ SMS Line Off Line Mail ของหน่วยงานหรือ Mail ของเจ้าหน้าที่โดยตรง และควรเพิ่มทุกช่องทางในการติดต่อสื่อสาร กรมบัญชีกลางต้องนำเอาข้อเสนอแนะนั้นไปพิจารณา

๘. ท่านต้องการทราบข้อมูลรายละเอียดหรือเรื่องอื่นๆ ที่ต้องปฏิบัติตามโครงการฯ หรือไม่ อย่างไร ๑๘ คน ตอบว่า ไม่ต้องการแล้ว เพราะทราบข้อมูลขั้นตอนดีแล้ว แต่มีอีก ๕๖ คน ตอบว่า ต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม เกี่ยวกับ การทำรายงานสำหรับกรมจังหวัด การแก้ไขระเบียบเบิกจ่ายเงินจากคลัง (ถ้ามี) หลักการ แนวทาง หลักเกณฑ์ ในทางปฏิบัติของแต่ละปี ให้รวดเร็วขึ้น รวมทั้งการเรียกรายงานผลการเบิกจ่ายเงินในระบบของกรมบัญชีกลาง และมีข้อเสนอแนะว่า ควรจัดทำเป็นคู่มือการปฏิบัติงาน ควรมีการจัดอบรมประชุมสัมมนาเพิ่มเติม มีการชี้แจงและติดตามการปฏิบัติงานสำหรับหน่วยงานที่มีปัญหา ควรมีหนังสือเวียนข้อความเข้าใจ และอบรมระบบ (e-Payment) เป็นประจำเพื่อสร้างความเข้าใจให้มากขึ้น

๙. ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะมาแล้วในแต่ละคำถาม แต่จะมีบางประเด็นที่นอกเหนือจากเดิม เช่น ควรมีการส่งข้อมูลเตือนเมื่อมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ควรรวบรวมปัญหาและมีการป้องกันความเสี่ยงในอนาคต งบประมาณของหน่วยงานมีมากแต่บุคลากรปฏิบัติงานมีน้อย ระบบ (e-Payment) ทำให้เพิ่มกระบวนการทำงานเพิ่มขึ้น จึงควรลดจำนวนผู้ปฏิบัติงานในระบบให้น้อยลง และต้องการให้มีการทบทวนในส่วนของการกำหนดสิทธิผู้ใช้งาน เนื่องจากหลายหน่วยงานมีปัญหาเรื่องตัวบุคลากรไม่เพียงพอตามที่กำหนดในหลักเกณฑ์

สรุป

จากแบบสอบถามพอจะสรุปได้ดังนี้

๑. ผู้อำนวยการกองคลัง เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านการเงินการคลังของหน่วยงานภาครัฐ ส่วนใหญ่ เป็นข้าราชการผู้หญิงอายุระหว่าง ๓๑ – ๕๐ ปี มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโท

๒. ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามได้รับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์จากหนังสือเวียนของกรมบัญชีกลางที่เป็นลายลักษณ์อักษร และใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มาก รวมทั้งยังต้องการใช้การสื่อสาร ๒ ทาง คือ การประชุม อบรม สัมมนา ที่จะสามารถรับฟัง และโต้ตอบกับวิทยากรได้ทันที เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และกรมบัญชีกลางก็ต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้มากกว่านี้ เช่น แผ่นพับ จัดบอร์ด อาจรวมไปถึงเสียงตามสาย สื่อวิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น และยังคงต้องคงประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความรู้ข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์อักษรและประชาสัมพันธ์ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพราะปัจจุบันมีผู้ใช้สื่อนี้มากที่สุด เพื่อให้เกิดความรู้ และนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง เพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ถึงมากที่สุดอยู่แล้ว

๓. เจ้าหน้าที่ที่ไม่ได้ปฏิบัติงานด้านการเบิกจ่ายเงินภาครัฐโดยตรง ก็ต้องการทำความเข้าใจและสนใจรายละเอียดในโครงการฯ ด้วย ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจโครงการฯ ระดับปานกลาง และระดับดี โดยทราบว่ามีการปรับเปลี่ยนวิธีการเบิกจ่ายเงิน การรับเงินและการนำเงินส่งคลัง แต่ยังมีอีกประมาณ ๑ ใน ๓ ที่ยังไม่เกิดความเข้าใจว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีผลกระทบต่อตัวเจ้าหน้าที่ด้วย ดังนั้น กรมบัญชีกลางจึงต้องเร่งวางแผนในการประชาสัมพันธ์สำหรับคนกลุ่มนี้

๔. ส่วนใหญ่ของเจ้าหน้าที่ได้มีการนำเอาหนังสือเวียนของกรมบัญชีกลางกระทรวงการคลัง ไปถือปฏิบัติแล้ว เนื่องจากเป็นนโยบายของรัฐ แต่ก็ยังมีบางหน่วยงานยังไม่ได้ถือปฏิบัติ ดังนั้น กรมบัญชีกลางต้องเร่งประชาสัมพันธ์และเปิดช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้ทราบปัญหาและรีบแก้ไขปัญหานี้ๆ

๕. การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์จะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินการคลังก่อน และเลือกใช้สื่อให้ครอบคลุมทุกสื่อ และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยยังคงต้องใช้สื่อที่เป็นลายลักษณ์อักษรไว้ เนื่องจากยังเป็นระบบราชการที่ต้องใช้หนังสือ สั่งการอ้างอิง

๖. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ขั้นตอนในการปฏิบัติตามโครงการฯ ไม่มีความยุ่งยากเพราะเป็นการลดภาระงาน สะดวก รวดเร็ว แต่ก็ยังมีบางส่วนยังไม่ได้ปฏิบัติงานจริง และเห็นว่ายังมีขั้นตอนบางอย่างที่ยุ่งยาก อาจเป็นเพราะเป็นระบบที่ต้องใช้งานในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นเรื่องใหม่ของท่านที่ไม่คุ้นเคย และมีข้อเสนอแนะเป็นไปในแนวทางเดียวกันว่า ควรลดขั้นตอนบางขั้นตอน เช่น ข้อมูลพื้นฐานในการจ่ายเงินให้กับผู้รับเงินควรมีการซักซ้อม ความรู้ความเข้าใจให้เกิดความพร้อมก่อนการปฏิบัติงานจริง และควรลดจำนวน

ผู้ปฏิบัติงานในระบบให้น้อยลง เพราะกรมบัญชีกลางกำหนดว่าต้องเป็นข้าราชการ เนื่องจากต้องมีความรับผิดชอบ และวงเงินงบประมาณของส่วนราชการมีจำนวนมาก แต่หน่วยงานมีจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เป็นข้าราชการน้อย ซึ่งกรมบัญชีกลางจะต้องรับข้อเสนอแนะดังกล่าวไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป

๗. เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานยังมีความต้องการทราบข้อมูลรายละเอียดหรือข้อมูลอื่นๆ ที่ต้องใช้ในการปฏิบัติงาน โดยเสนอแนะให้กรมบัญชีกลางปรับปรุงหรือเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์โครงการฯ โดยให้เพิ่มการประชุมสัมมนา อบรมเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น SMS Line และ Off Line Mail ของหน่วยงานหรือ Mail ส่วนตัวของผู้ปฏิบัติงาน

๘. ผู้ตอบแบบสอบถามยังมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ด้วย เช่น ควรมีการส่งสัญญาณเตือน ก่อนมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ควรรวบรวมปัญหาและมีการป้องกันความเสี่ยงจากการปฏิบัติงานในอนาคต

๙. เมื่อได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ประเด็นปัญหา ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในโครงการฯ จากแบบสอบถามแล้ว กรมบัญชีกลางควรรับเอาข้อเสนอแนะทุกๆ ข้อเสนอแนะมาพิจารณาความเป็นไปได้ในการดำเนินการปรับปรุงแก้ไขโครงการฯ ต่อไป

บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปและอภิปรายผล

โครงการการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e- Payment) เป็นเรื่องใหม่และเป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่ผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติ ซึ่งกรมบัญชีกลางได้มีการออกหนังสือเวียนสั่งการเกี่ยวกับโครงการดังกล่าวหลายฉบับ และมีการจัดโครงการฝึกอบรม สัมมนา ผู้ปฏิบัติงานด้านการรับการคลังหลายครั้ง แต่ผู้ปฏิบัติงานก็ยังคงเกิดข้อคำถาม และมีปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติอาจเป็นเพราะโครงการดังกล่าวเป็นเรื่องการใช้ระบบงานทางอิเล็กทรอนิกส์แบบใหม่ ผู้ปฏิบัติงานยังไม่เกิดความคุ้นเคย ซึ่งผู้ปฏิบัติงานต้องได้รับการอบรมโดยการฝึกปฏิบัติจริง หรืออาจเกิดจากการประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจ ยังไม่เพียงพอและไม่ทั่วถึง ดังนั้น จึงต้องให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการฯ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานในส่วนราชการมีความรู้ความเข้าใจในโครงการดังกล่าวอย่างถ่องแท้ ส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินของหน่วยงานภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ ลดความผิดพลาดและปัญหาการทุจริตจากการจ่ายเงินด้วยเงินสด หรือเช็ค เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการเงินของหน่วยงานภาครัฐอย่างครบวงจร แต่ปรากฏข้อเท็จจริงและข้อมูลที่ได้จากการสำรวจนี้พอจะสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

๑. ผู้อำนวยการกองคลัง เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านการเงินการคลังของหน่วยงานภาครัฐเป็นข้าราชการเป็นส่วนใหญ่ อายุระหว่าง ๓๐ – ๕๐ ปี มีวุฒิการศึกษาสูงในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท ถือได้ว่าเป็นผู้มีความรู้ประสบการณ์ และคุณวุฒิสูง การประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจน่าจะเรียนรู้ได้เร็ว และนำไปปฏิบัติได้ทันที

๒. การประชาสัมพันธ์โครงการฯ ของกรมบัญชีกลางใช้หลักการประชาสัมพันธ์และกระบวนการประชาสัมพันธ์ตามทฤษฎีและหลักการที่ถูกต้องแล้ว และต้องเร่งประชาสัมพันธ์กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านอื่นๆ ให้เกิดความรู้ความเข้าใจด้วย และใช้สื่อที่ประชาสัมพันธ์อยู่เดิมคือหนังสือเวียน การประชุมสัมมนาและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้มากกว่านี้ด้วย เช่น แผ่นพับ จดบอร์ด ลงในวารสารกรมบัญชีกลาง ออกเสียงตามสาย ใช้สื่อสาธารณะทั่วไป เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

๓. เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจโครงการฯ ในระดับปานกลางและระดับดี แต่ก็ยังมีผู้ที่ยังไม่ทราบและไม่เข้าใจโครงการฯ อาจด้วยไม่ใช่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานโดยตรง กรมบัญชีกลางจึงต้องเร่งประชาสัมพันธ์สำหรับคนกลุ่มนี้ สำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน โดยตรงก็ได้ถือปฏิบัติตามหนังสือสั่งการของกรมบัญชีกลางแล้ว และต้องการความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์รวมทั้งเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจ และต้องการใช้สื่อที่เป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อประโยชน์ในการอ้างอิง รวมทั้งขอให้มีการจัดทำคู่มือ รวบรวมคำถามคำตอบที่เป็นปัญหาบ่อยๆ

๔. ผู้ปฏิบัติงานเห็นว่าขั้นตอนการปฏิบัติงานของโครงการฯ ไม่มีความยุ่งยาก และเข้าใจว่าเป็นการลดภาระงาน สะดวก รวดเร็ว ป้องกันข้อผิดพลาดและการทุจริตจากการปฏิบัติงานการเงินได้ด้วย แต่ก็ยังมีเจ้าหน้าที่อีกจำนวนหนึ่ง ซึ่งเห็นว่าขั้นตอนยุ่งยาก อาจเป็นเพราะเป็นการปฏิบัติงานในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นเรื่องใหม่ของบางท่านที่ไม่คุ้นเคย

๕. เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานยังต้องการข้อมูลรายละเอียดหรือข้อมูลอื่นๆ และยังคงนิยมนการสื่อสาร ๒ ทางคือการประชุมสัมมนา ที่สามารถรับฟังซักถามและได้คำตอบจากวิทยากรทันที และเสนอให้มีการจัดประชุมสัมมนา อบรมเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง และเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะทางอิเล็กทรอนิกส์

กรมบัญชีกลางในฐานะผู้คุ้มกัน จึงควรรับทราบข้อมูล ความรู้ความเข้าใจ ประเด็นปัญหาและความคิดเห็นที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาพิจารณาความเป็นไปได้ในการดำเนินการปรับปรุงแก้ไขโครงการฯ ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e- Payment) ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

๑. กรมบัญชีกลางต้องเพิ่มช่องทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายกว่าที่ทำอยู่ เช่น แผ่นพับ จัดบอร์ด เสี่ยงตามสาย สื่อวิทยุ โทรทัศน์ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น SMS Line และ Off Line Maill ของส่วนราชการหรือ Mail ของผู้ปฏิบัติงานโดยตรงเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และตรงตัวผู้ปฏิบัติงานสามารถนำเอาความรู้ดังกล่าวไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

๒. ยังมีกลุ่มเจ้าหน้าที่ที่ไม่ได้ปฏิบัติงานด้านการเบิกจ่ายเงินภาครัฐโดยตรงแต่ก็ยังคงต้องการทราบและทำความเข้าใจรายละเอียดในโครงการด้วย กรมบัญชีกลางจึงต้องเร่งวางแผนการประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจสำหรับคนกลุ่มนี้ด้วย

๓. กรมบัญชีกลางต้องเร่งประชาสัมพันธ์ และเปิดช่องทางการสื่อสารเพื่อให้ทราบปัญหาและรีบแก้ไขปัญหสำหรับหน่วยงานที่ยังไม่เข้าใจ และยังไม่ปฏิบัติตามหนังสือสั่งการของกรมบัญชีกลาง เพราะเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ต้องปฏิบัติตาม

๔. การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์จะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินการคลังก่อน และเลือกใช้สื่อให้ครอบคลุมทุกสื่อ และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องโดยยังคงต้องใช้สื่อที่เป็นลายลักษณ์อักษรไว้ เนื่องจากยังเป็นระบบราชการที่ต้องใช้หนังสือสั่งการอ้างอิง

๕. สำหรับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ลดขั้นตอนบางขั้นตอน เช่น ข้อมูลพื้นฐานในการจ่ายเงินให้กับผู้รับเงิน หรือการลดจำนวนผู้ปฏิบัติงานในระบบให้น้อยลง เพราะกำหนดว่าต้องเป็นข้าราชการเท่านั้น คงต้องทำความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติงานว่าขั้นตอนใดจำเป็นต้องคงไว้ เพื่อความปลอดภัยหรือเรื่องความรับผิดชอบ รวมทั้งข้อเสนอแนะอื่นๆ เช่น ควรมีการส่งสัญญาณเตือนก่อนที่จะมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงาน และเร่งทำตามเข้าใจให้ผู้ปฏิบัติงานก่อนเริ่มปฏิบัติงานจริง โดยเชิญหน่วยงานต่างๆ มาหารือ รับทราบข้อมูล ความเปลี่ยนแปลงก่อนออกหนังสือเวียนสั่งการ เพื่อป้องกันปัญหาและความเสี่ยงจากการปฏิบัติงานในอนาคต ซึ่งกรมบัญชีกลางจะต้องรับข้อเสนอแนะดังกล่าวไปพิจารณาดำเนินการด้วย

๖. กรมบัญชีกลางควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย แยกหนังสือสั่งการวิธีปฏิบัติกับการทำความเข้าใจหรือการประชาสัมพันธ์ โครงการฯ ออกจากกันเพื่อให้ผู้ปฏิบัติทำความเข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น และแยกแยะระหว่างหลักการ วิธีปฏิบัติ และคำอธิบายกับการประชาสัมพันธ์โครงการฯ

๗. กรมบัญชีกลางในฐานะหน่วยงานกลางและเป็นผู้คุมกฎ จะต้องศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ข้อมูลจากข้อเท็จจริง รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินการคลัง เพื่อนำไปปรับปรุง แก้ไขระบบการเบิกจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ให้มีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง ป้องกันการทุจริตตามนโยบายของทางรัฐบาลได้อีกด้วย

บรรณานุกรม

หนังสือ

- ชูชัย สมितिไกร. การฝึกอบรมบุคลากรในองค์กร. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๔. หน้า ๑๒๑.
- ดวงพร คำบุญวัฒน์. “การประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์ภาพลักษณ์”, ใน การสื่อสารการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๒, กรุงเทพมหานคร : อินทิม์เทรด, ๒๕๓๖. หน้า ๘๒-๘๓.
- ทวี มณีสาย และ จาริรักษ์ วีระหงส์. การเพิ่มประสิทธิภาพในองค์กร. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, ๒๕๔๗. หน้า ๑๐๘-๑๐๙.
- ธงชัย สันติวงษ์, องค์การและการบริหาร. กรุงเทพฯ : บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์จำกัด, ๒๕๓๙. หน้า ๓๙๐-๓๙๒.
- ประจวบ อินอ้อด. เขาทำการประชาสัมพันธ์กันอย่างไร. กรุงเทพฯ : ศูนย์การพิมพ์ พลชัย, ๒๕๓๒. หน้า ๙๖.
- ประจวบ อินอ้อด. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์. เอกสารการสอนหน่วยที่ ๑๐. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๓๐. หน้า ๒๑๕-๒๑๗.
- มานิต รัตนสุวรรณ. “โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์”. โลกของการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๒๙. หน้า ๒๐.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เจริญทัศน์, ๒๕๒๘. หน้า ๕๒๕.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๒๖. หน้า ๘๓-๘๔.
- วุฒิชัย จำนง. การเรียนรู้ทฤษฎีเบื้องต้นและประยุกต์. กรุงเทพฯ : คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๒๑. หน้า ๖-๗.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ เจริญ โชไชย. ศัพท์การตลาดและคำศัพท์การขาย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิคอาร์ต, ๒๕๓๗. หน้า ๒๕๗.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลภีตานนท์, สุกร เสรีรัตน์ และ งามอาจ ปทะวานิช. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด, ๒๕๔๑. หน้า ๕๐๑.
- สมพงษ์ เกษมสิน. การบริหารงานบุคคลแผนใหม่. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์, ๒๕๑๖. หน้า ๔๑๔.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ และ ปราณิ พรรณวิเชียร. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพริก, ๒๕๓๓. หน้า ๒๓๙.
- เสรี วงษ์มณฑา. “ภาพพจน์มิใช่เรื่องจับจ๊อย เพราะส่งผลต่อสินค้าระยะยาว”. ใน เส้นทาง การประชาสัมพันธ์ กฝพ. กรุงเทพฯ : กองการพิมพ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กฝพ. มีนาคม ๒๕๓๙. หน้า ๓๘-๓๙.

วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย เอกสารวิจัย

คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชา. เอกสารการสอนชุดวิชาองค์การและการจัดการ. นนทบุรี :

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๓๖. หน้า ๖๐.

ชลธิชา ศรีแสง. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. ๔(๑) ๒๕๕๕. หน้า ๓๕ – ๕๑.

สมชาย วัชรานาด, พลโท. “การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความมั่นคง แบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของ
กระทรวงกลาโหม”. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล, วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, ๒๕๕๒-
๒๕๕๓. หน้า ๒๔.

อัมพวัน เจริญกุล. “ยุทธศาสตร์การใช้สื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ”. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล,
วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, ๒๕๕๑ – ๒๕๕๒. หน้า ๘.

กฎหมาย

“ระเบียบการเบิกจ่ายเงินจากคลัง การเก็บรักษาเงิน และการนำเงินส่งคลัง พ.ศ. ๒๕๕๑”,
ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ๑๒๕, ตอนพิเศษ ๕๐ ง, ๗ มีนาคม ๒๕๕๑. หน้า ๑-๒๓.

เอกสารไม่ตีพิมพ์

เลขาธิการคณะรัฐมนตรี, สำนัก. “หนังสือด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๕/ว (ล) ๒๕๑๐ เรื่อง ข้อเสนอแนะ
เกี่ยวกับการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในงานบริการภาครัฐเพื่อป้องกันการทุจริต”. ลงวันที่
๒๒ กรกฎาคม ๒๕๕๘.

เลขาธิการคณะรัฐมนตรี, สำนัก. “หนังสือด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๕/๔๖๗๑๑ เรื่อง แผนยุทธศาสตร์
การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National
e-Payment Master Plan)” ลงวันที่ ๒๔ ธันวาคม ๒๕๕๘.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

“กระบวนการประชาสัมพันธ์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

http://www.angthongnews.com/news/content_detail.php?news_id=๐๐๕๐๘, ๒๕๕๑.

“กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<http://www.dea.rtaf.mi.th>, ๒๕๕๐.

“กระบวนการเรียนรู้โดยการสังเกต”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก

http://www.school.obec.go.th/sup_br๑/rn_0๕.html, ๒๕๕๑.

“กระบวนการจูงใจ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.aec.chula.ac.th>, ๒๕๕๐.

“การประชาสัมพันธ์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

http://www.angthongnews.com/news/content_detail.php?news_id=๐๐๕๐๘, ๒๕๕๑.

“การเรียนรู้”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.school.obec.go.th/sup_br3/rn_05.html, ๒๕๕๑.

“การจูงใจ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.aec.chula.ac.th>, ๒๕๕๐.

“ความหมายของการประชาสัมพันธ์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://dca.rtaf.mi.th>, ๒๕๕๐.

“ความหมายของการประชาสัมพันธ์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<http://dusithost.dusit.ac.th/~ranong๒/KM&R/ca๑๕.doc>, ๒๕๕๑.

“ความหมายของการเรียนรู้”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<http://gotoknow.org/blog/useit/๔๔๕๓๔>, ๒๕๕๑.

“ประเภทของการติดต่อสื่อสาร”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.dca.rtaf.mi.th>, ๒๕๕๐.

“ประเภทการจูงใจ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.aec.chula.ac.th>, ๒๕๕๐.

“ผลของการจูงใจ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://th.wikipedia.org/wiki>, ๒๕๕๐.

“หลักการประชาสัมพันธ์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.dea.rtaf.mi.th>, ๒๕๕๐.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม เรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพ
การรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นางนิโลบล แวววัปศรี	
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 26 สิงหาคม 2504	
การศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาบริหารทั่วไป) นิติศาสตรบัณฑิต (สาขานิติศาสตร์) ประกาศนียบัตรบัณฑิตทางกฎหมายมหาชน รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารจัดการสาธารณะ)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ประวัติการทำงาน	เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี 1 กองบัญชีและสถิติ	กรมบัญชีกลาง
โดยย่อ	นักวิชาการคลัง 3 กองกฎหมายและระเบียบการคลัง นิติกร 5 กองกฎหมายและระเบียบการคลัง นิติกร 8 ว. สำนักกฎหมาย นิติกรเชี่ยวชาญ สำนักกฎหมาย ผู้อำนวยการสำนักความรับผิดชอบทางแพ่ง ผู้อำนวยการกองกฎหมาย	กรมบัญชีกลาง กรมบัญชีกลาง กรมบัญชีกลาง กรมบัญชีกลาง กรมบัญชีกลาง กรมบัญชีกลาง
ตำแหน่งปัจจุบัน	เลขานุการกรม	กรมบัญชีกลาง

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงิน
ภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)

ผู้วิจัย นางนิโลบล แวววัตรีย์ หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๕๕

ตำแหน่ง เลขานุการกรม กรมบัญชีกลาง

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สืบเนื่องจากคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (คณะกรรมการ ป.ป.ช.) ได้เสนอแนะเกี่ยวกับการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในงานบริการภาครัฐ เพื่อป้องกันการทุจริต กอปรกับที่คณะรัฐมนตรี โดย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๕๗ ว่า รัฐบาลมีแนวนโยบายในการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยการส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัลและวางรากฐานเศรษฐกิจดิจิทัลให้เริ่มขับเคลื่อนได้อย่างจริงจัง คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติเมื่อวันที่ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๕๘ รับทราบข้อเสนอแนะของ คณะกรรมการ ป.ป.ช. เกี่ยวกับการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการบริการภาครัฐ เพื่อป้องกันการทุจริต และมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (สำนักงาน ก.พ.ร.) และกระทรวงการคลัง โดยกรมบัญชีกลางเป็นหน่วยงานหลัก รับข้อเสนอของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ไปพิจารณาร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีข้อเสนอมาตรการระยะยาวว่า รัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณในการนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการปรับปรุงงานบริการภาครัฐ โดยเฉพาะในระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)

ต่อมาคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๕๘ เห็นชอบ แผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) ซึ่งมีแผนงาน โครงการ (e-Payment) ภาครัฐ เป็นโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว พร้อมทั้งให้ความเห็นชอบจัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ National e-Payment ซึ่งมีรองนายกรัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจเป็นประธาน เพื่อผลักดันการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในแผนยุทธศาสตร์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งแต่งตั้งคณะกรรมการ (Working Committee) เป็นคณะทำงานย่อยที่รับผิดชอบแต่ละโครงการในแผนยุทธศาสตร์ โดยมี

ผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทยทำหน้าที่เป็นประธานอนุกรรมการ ซึ่งประกอบไปด้วย ๕ โครงการดังนี้

๑. โครงการระบบการชำระเงิน Any ID: การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินกลางของประเทศไทยให้สามารถรองรับการโอนเงินระหว่างธนาคารโดยใช้หมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน เลขที่บัญชี หมายเลขกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet ID) หรืออีเมลแอดเดรส (e-Mail Address) ในการระบุผู้รับโอน

๒. โครงการขยายการใช้บัตร: การส่งเสริมการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้เงินสด และเป็นช่องทางในการจ่ายเงินสวัสดิการจากภาครัฐสู่ประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสนับสนุนการกระจายจุดรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้ทั่วถึง

๓. โครงการระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์: การส่งเสริมระบบภาษีอิเล็กทรอนิกส์และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำและนำส่งเอกสารพาณิชย์

๔. โครงการ e-Payment ภาครัฐ: การส่งเสริมให้มีฐานข้อมูลกลางเกี่ยวกับผู้มีรายได้ และการจ่ายเงินให้แก่ประชาชนโดยใช้เลขที่บัตรประชาชน รวมทั้งส่งเสริมการรับจ่ายเงินของภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์

๕. โครงการการให้ความรู้และการส่งเสริมการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์: การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และออกมาตรการจูงใจเพื่อส่งเสริมการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

กรมบัญชีกลาง ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดกฎหมายและระเบียบรวมทั้งหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐมีความเข้าใจ เพื่อใช้ถือปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง แต่เนื่องจากโครงการ e-Payment ภาครัฐเป็นเรื่องใหม่และเป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่ผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติ แต่ปรากฏว่า

เมื่อกรมบัญชีกลางออกหนังสือเวียนหลักเกณฑ์สั่งการเกี่ยวกับโครงการดังกล่าวหลายฉบับ และกรมบัญชีกลางมีการจัดฝึกอบรมให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการคลังของส่วนราชการมาแล้วจำนวน ๔ ครั้ง ผู้ปฏิบัติงานในส่วนราชการต่างๆ ก็ยังเกิดข้อคำถามและมีปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน อาจเป็นเพราะโครงการดังกล่าวเป็นเรื่องการใช้ระบบงานทางอิเล็กทรอนิกส์แบบใหม่ ผู้ปฏิบัติงานยังไม่เกิดความคุ้นเคย ซึ่งผู้ปฏิบัติงานต้องได้รับการอบรมโดยการฝึกปฏิบัติจริงหรืออาจเกิดจากการประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจยังไม่เพียงพอและไม่ทั่วถึง ดังนั้น จึงต้องให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานในส่วนราชการมีความรู้ความเข้าใจในโครงการดังกล่าวอย่างถ่องแท้ อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการรับจ่ายเงินของหน่วยงานภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาดและปัญหาการทุจริตจากการจ่ายเงินด้วยเงินสดและเช็ค

ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการเงินของหน่วยงานภาครัฐอย่างครบวงจร ประกอบด้วย การจ่ายเงิน การรับเงินภาครัฐ และการนำเงินส่งคลัง

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจจะศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) แบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของกรมบัญชีกลาง โดยเป็นการศึกษาถึงกรอบแนวคิดหลัก และวิธีการประชาสัมพันธ์ แนวทางกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินโครงการ ซึ่งจะช่วยในการแก้ไขปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ให้ดีขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถปรับปรุง และพัฒนางานกรมบัญชีกลางให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลมากที่สุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาให้ทราบถึงความรู้ ความเข้าใจของส่วนราชการผู้ปฏิบัติเกี่ยวกับโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์

๒. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อขัดข้องของการประชาสัมพันธ์โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)

๓. เพื่อเสนอแนวทาง และวิธีการในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของกรมบัญชีกลางให้เพิ่มมากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยในด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา โดยสอบถามกลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินการคลัง เช่น ผู้อำนวยการกองคลัง เจ้าหน้าที่การเงินการคลังของส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน ๑๐๐ คน ในช่วงตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน ๒๕๕๘ – เดือน มิถุนายน ๒๕๖๐

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

๑. ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ จากแหล่งข้อมูลต่างๆ (Document Research)

๒. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้อำนวยการกองคลัง เจ้าหน้าที่การเงินการคลังของหน่วยงานของรัฐทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

๓. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยจะสร้างขึ้นเอง โดยส่งแบบสอบถามจะใช้ช่องทางทางอิเล็กทรอนิกส์ และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประมวลผลตามจำนวนหน่วยงาน จำนวน ๑๐๐ ชุด

ผลการวิจัย

จากแบบสอบถามพอจะสรุปได้ดังนี้

๑. ผู้อำนวยการกองคลัง เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านการเงินการคลังของหน่วยงานภาครัฐเป็นข้าราชการเป็นส่วนใหญ่ อายุระหว่าง ๓๐ – ๕๑ ปี มีวุฒิการศึกษาสูงในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ถือได้ว่าเป็นผู้มีความรู้ประสบการณ์ และคุณวุฒิสูง การประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจน่าจะเรียนรู้ได้เร็ว และนำไปปฏิบัติได้ทันที

๒. การประชาสัมพันธ์โครงการฯ ของกรมบัญชีกลางใช้หลักการประชาสัมพันธ์ และกระบวนการประชาสัมพันธ์ตามทฤษฎีและหลักการที่ถูกต้องแล้ว และต้องเร่งประชาสัมพันธ์กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านอื่นๆ ให้เกิดความรู้ความเข้าใจด้วย และใช้สื่อที่ประชาสัมพันธ์อยู่เดิมคือหนังสือเวียน การประชุมสัมมนาและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้มากกว่านี้ด้วย เช่น แผ่นพับ จดบอร์ด ลงในวารสารกรมบัญชีกลาง ออกเสียงตามสาย ใช้สื่อสาธารณะทั่วไป เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

๓. เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจโครงการฯ ในระดับปานกลางและระดับดี แต่ก็ยังมีผู้ที่ยังไม่ทราบและไม่เข้าใจโครงการฯ อาจด้วยไม่ใช่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานโดยตรง กรมบัญชีกลาง จึงต้องเร่งประชาสัมพันธ์สำหรับคนกลุ่มนี้ สำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานโดยตรงก็ได้ถือปฏิบัติตามหนังสือสั่งการของกรมบัญชีกลางแล้ว และต้องการความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์รวมทั้งเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจ และต้องการใช้สื่อที่เป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อประโยชน์ในการอ้างอิง รวมทั้งขอให้มีการจัดทำคู่มือ รวบรวมคำถามคำตอบที่เป็นปัญหาบ่อยๆ

๔. ผู้ปฏิบัติงานเห็นว่าขั้นตอนการปฏิบัติงานของโครงการฯ ไม่มีความยุ่งยาก และเข้าใจว่าเป็นการลดภาระงาน สะดวก รวดเร็ว ป้องกันข้อผิดพลาดและการทุจริตจากการปฏิบัติงานการเงินได้ด้วย แต่ก็ยังมีเจ้าหน้าที่อีกจำนวนหนึ่ง ซึ่งเห็นว่าขั้นตอนยุ่งยาก อาจเป็นเพราะเป็นการปฏิบัติงานในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นเรื่องใหม่ของบางท่านที่ไม่คุ้นเคย

๕. เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานยังต้องการข้อมูลรายละเอียดหรือข้อมูลอื่นๆ และยังคงนิยมการสื่อสาร ๒ ทางคือการประชุมสัมมนา ที่สามารถรับฟังซักถามและได้คำตอบจากวิทยากรทันที

และเสนอให้มีการจัดประชุมสัมมนา อบรมเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง และเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะทางอิเล็กทรอนิกส์

กรมบัญชีกลางในฐานะผู้คุมกฎ จึงควรรับทราบข้อมูล ความรู้ความเข้าใจ ประเด็นปัญหาและความคิดเห็นที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาพิจารณาความเป็นไปได้ในการดำเนินการปรับปรุงแก้ไขโครงการฯ ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e- Payment) ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

๑. กรมบัญชีกลางต้องเพิ่มช่องทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายกว่าที่ทำอยู่ เช่น แผ่นพับ จดบอร์ด เสียงตามสาย สื่อวิทยุ โทรทัศน์ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น SMS Line และ Off Line Mail ของส่วนราชการหรือ Mail ของผู้ปฏิบัติงาน โดยตรงเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และตรงตัวผู้ปฏิบัติงานสามารถนำเอาความรู้ดังกล่าวไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

๒. ยังมีกลุ่มเจ้าหน้าที่ที่ไม่ได้ปฏิบัติงานด้านการเบิกจ่ายเงินภาครัฐโดยตรงแต่ก็ยังต้องการทราบและทำความเข้าใจรายละเอียดในโครงการด้วย กรมบัญชีกลางจึงต้องเร่งวางแผนการประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจสำหรับคนกลุ่มนี้ด้วย

๓. กรมบัญชีกลางต้องเร่งประชาสัมพันธ์ และเปิดช่องทางการสื่อสารเพื่อให้ทราบปัญหาและรับแก้ไขปัญหาสำหรับหน่วยงานที่ยังไม่เข้าใจ และยังไม่ปฏิบัติตามหนังสือสั่งการของกรมบัญชีกลาง เพราะเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ต้องปฏิบัติตาม

๔. การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์จะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินการคลังก่อน และเลือกใช้สื่อให้ครอบคลุมทุกสื่อ และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องโดยยังคงต้องใช้สื่อที่เป็นลายลักษณ์อักษรไว้ เนื่องจากยังเป็นระบบราชการที่ต้องใช้หนังสือสั่งการอ้างอิง

๕. สำหรับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ลดขั้นตอนบางขั้นตอน เช่น ข้อมูลพื้นฐานในการจ่ายเงินให้กับผู้รับเงิน หรือการลดจำนวนผู้ปฏิบัติงานในระบบให้น้อยลง เพราะกำหนดว่าต้องเป็นข้าราชการเท่านั้น คงต้องทำความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติงานว่าขั้นตอนใดจำเป็นต้องคงไว้ เพื่อความปลอดภัยหรือเรื่องความรับผิดชอบ รวมทั้งข้อเสนอแนะอื่นๆ เช่น ควรมีการส่งสัญญาณเตือนก่อนที่จะมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงาน และเร่งทำตามเข้าใจให้ผู้ปฏิบัติงานก่อนเริ่มปฏิบัติงานจริง โดยเชิญหน่วยงานต่างๆ มาหารือ รับทราบข้อมูล ความเปลี่ยนแปลง

ก่อนออกหนังสือเวียนสั่งการ เพื่อป้องกันปัญหาและความเสี่ยงจากการปฏิบัติงานในอนาคต ซึ่งกรมบัญชีกลางจะต้องรับข้อเสนอแนะดังกล่าวไปพิจารณาดำเนินการด้วย

๖. กรมบัญชีกลางควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย แยกหนังสือสั่งการ วิธีปฏิบัติกับการทำความเข้าใจหรือการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ออกจากกันเพื่อให้ผู้ปฏิบัติทำความเข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น และแยกแยะระหว่างหลักการ วิธีปฏิบัติ และคำอธิบายกับการประชาสัมพันธ์โครงการฯ

๗. กรมบัญชีกลางในฐานะหน่วยงานกลางและเป็นผู้คุมกฎ จะต้องศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ข้อมูลจากข้อเท็จจริง รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินการคลัง เพื่อนำไปปรับปรุง แก้ไขระบบการเบิกจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e- Payment) ให้มีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง ป้องกันการทุจริตตามนโยบายของทางรัฐบาลได้อีกด้วย