

การศึกษาความเป็นไปได้
ของโครงการตามยุทธศาสตร์ส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล
ภายใต้นโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย
The Possibility Study
of the Strategic Programs of the Service Infrastructure
Promotions from Thailand's Digital Economy Policy

ขวัญ เพชรสว่าง¹
Kwan Phetsawang¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพการพัฒนาบริการภาครัฐสำหรับประชาชนของประเทศไทย และศึกษารูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและความเป็นไปได้ของโครงการตามยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัลภายใต้นโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การรวบรวมทฤษฎี เอกสารงานวิจัย บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เช่น คะแนนการจัดอันดับ e-Government Development Index ของประเทศไทยโดยองค์การสหประชาชาติ, (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล พ.ศ. 2559 – 2563 และข้อมูลงบประมาณรายจ่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล เป็นต้น

ผลศึกษาสถานภาพการพัฒนาบริการภาครัฐสำหรับประชาชนของประเทศไทย พบว่า ปัจจุบันภาครัฐมีบริการหลักจำนวน 63 บริการ โดยเมื่อพิจารณาระดับการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของประเทศ พบว่า ไทยมีอันดับต่ำที่ลดลงระหว่างปี 2555 - 2557 โดยส่วนใหญ่ภาครัฐจะมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลในระดับการให้บริการข้อมูลพื้นฐานค่อนข้างน้อย รวมถึง ยังไม่มีความพร้อมด้านการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์แบบบริการเบ็ดเสร็จ และการให้บริการผ่านบัตรสมาชิกการ์ด ผลการศึกษาจากการ

¹ อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

E-mail address: Ajarn.kwan@hotmail.com



วิเคราะห์โดยใช้โมเดล Business Canvas พบว่า แต่ละโครงการมีความสัมพันธ์สอดคล้องของแนวทางการดำเนินงานเพื่อก่อให้เกิดผลลัพธ์ตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์และนโยบายระดับชาติที่เกี่ยวข้อง และมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้รับบริการที่ชัดเจน

อย่างไรก็ตาม การดำเนินโครงการ ซึ่งถือเป็นระยะแรกนั้น พบว่า ยังไม่เกิดการบูรณาการบริการรัฐและช่องทางการให้บริการที่สมบูรณ์ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเกิดประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจทั้งต้นทุนและผลประโยชน์ทางเศรษฐศาสตร์อื่นๆ เนื่องจาก จำนวนบริการรัฐภายใต้โครงการที่ให้บริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางต่างๆ ยังไม่ครอบคลุมทุกบริการรัฐที่จำเป็นสำหรับประชาชน ซึ่งพบว่า บริการสำคัญส่วนใหญ่นั้น ประชาชนยังจำเป็นต้องใช้ช่องทางการใช้บริการในรูปแบบเดิม คือ การเดินทางไปยังสถานที่ของหน่วยงานเจ้าของบริการแต่ละแห่ง และบริการยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มประชาชน เช่น บริการสำหรับผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้ด้อยโอกาส โดยอาจเกิดจาก จำนวนพันธมิตรได้แก่ หน่วยงานภาครัฐเจ้าของบริการที่ร่วมพัฒนาบริการแก่ประชาชนยังไม่ครบทุกหน่วยงาน และระดับความพร้อมของหน่วยงานรัฐในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน รวมทั้ง ข้อจำกัดของจำนวนบุคลากรภาครัฐด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทรัพยากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และงบประมาณที่ได้รับจัดสรรสำหรับแผนงานพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล

ข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินโครงการ คือ การเร่งสร้างความพร้อมให้กับหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาบริการรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับประชาชนผ่านช่องทางที่หลากหลาย และพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยการสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น เช่น โครงสร้างพื้นฐานด้านอิเล็กทรอนิกส์ บุคลากรหรือหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงงบประมาณ เพื่อให้เกิดการขยายจำนวนบริการรัฐในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายช่องทางให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก และครอบคลุมทุกพื้นที่และทุกกลุ่มประชาชน

คำสำคัญ: บริการดิจิทัล, นโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, แบบจำลองธุรกิจ

Abstract

The purposes of this research are to figure out the situations of the development of Thailand's public services, and to examine the business strategies and possibility of the services infrastructure project of Thailand's digital economy policy. Qualitative methods are employed through reviewing theories, research papers, and related academic works, for example, Thailand's e-Government Development Index proposed by



the United Nations, the draft of Thailand's Digital Economy Plan 2016 - 2020, and the information of revenue and outlay on information technology and digital economy.

Regarding the situation of the development of Thailand's public services, it is found that there are 63 main services currently provided to citizens. With the measurement of the online services, Thailand ranked lower in this index between 2012 to 2014. Moreover, it is indicated that many official websites contain a limited emerging information while the one stop services/portal and the smart card is still not effectively available. According to the Business Canvas model, there is a correspondence among various projects in terms of their operational procedures aimed at achieving the related national strategies and policies and clearly defined target group of each customer segment.

However, it is suggested that there is no complete integration between the public services and its channel provided to citizens. It is an important issue as it leads to an economic efficiency in term of costs and benefits because the amount of public services provided through many channels at this time is inadequate to cover all necessary public services for citizens. Thus, they still have to practice as in the previous day to use those services, for example, they have to go to the places where public services are provided. Also, current public services do not cover all types of citizens, for example, the elderly and the disabled. The crucial reasons might be the limited number of cooperation among public services providers and the different readiness of each governmental offices in providing electronic services. Additionally, there is a restriction in the number of governmental officers working in information technology, information technology resources, and the revenue allocated for this digital economy plan.

For policy recommendations, Thailand should accelerate the readiness among governmental offices in improving their electronic services for citizens through various channels. Also, this policy could be run on the basis of sustainable growth through supporting the necessary resources, for example, electronic infrastructures, specialists in information technology, and also the sufficient revenue in order to efficiently expand the number of electronic services to citizens thoroughly.

คำสำคัญ: Service infrastructure, Digital economy, Business Canvas Model

บทนำ

นโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy) เป็นนโยบายสำคัญเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมที่จำเป็นต้องมุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล โดยมีเป้าหมายคือ การครอบคลุมทุกพื้นที่ การมีขนาดที่พอเพียงกับการใช้งาน มีเสถียรภาพที่มั่นคง ในราคาที่เหมาะสม เพื่อเป็นพื้นฐานไปสู่การต่อยอดกิจกรรมการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีประสิทธิภาพสูงสุด (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2558) ทั้งนี้ เป้าหมายสำคัญประการหนึ่งของกรอบยุทธศาสตร์ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ 1) การมีโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล มีขนาดเพียงพอและมีค่าบริการไม่สูงกว่าประเทศอื่นในภูมิภาค 2) การยกระดับคุณภาพชีวิต และการเข้าถึงบริการสาธารณะของประชาชนทุกคน ทุกกลุ่ม ทุกท้องถิ่น อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม และ 3) สร้างผู้ประกอบการและธุรกิจดิจิทัลและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยได้กำหนดแนวทางขับเคลื่อนกรอบยุทธศาสตร์ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 5 ยุทธศาสตร์ ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1: แนวทางขับเคลื่อนกรอบยุทธศาสตร์ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ที่มา: ทวีศักดิ์ กิจกาญจนารัตน์ (2558)

จากกรอบยุทธศาสตร์ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 5 ยุทธศาสตร์ข้างต้นนั้น พบว่า ยุทธศาสตร์สำคัญที่ส่งผลประโยชน์และสร้างคุณค่าจากภาครัฐถึงประชาชนโดยตรง ได้แก่ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล (Service Infrastructure) ซึ่งมีเป้าหมายสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิต



และการเข้าถึงบริการสาธารณะของประชาชนทุกคน ทุกกลุ่ม ทุกท้องถิ่น อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม โดยมุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลได้ในทุกพื้นที่และลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการที่จำเป็นต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และพัฒนาระบบการให้บริการเพื่อให้เกิดมาตรฐานในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลให้สอดคล้องกัน อันจะทำให้การทำงานระหว่างระบบต่างๆ ของหน่วยงานของรัฐสามารถเชื่อมโยงกันและส่งผลให้ประชาชนได้รับความสะดวกและปลอดภัยในการรับบริการจากหน่วยงานของรัฐมากยิ่งขึ้น

โดยระยะต่อมา คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2558 รับทราบแผนการดำเนินงาน และโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ต่างๆ รวมถึงยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล ตามมติคณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ในการประชุมครั้งที่ 1/2558 เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2558 (คณะรัฐมนตรี, 2558) และปัจจุบัน พบว่า มีการริเริ่มโครงการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิ โครงการลดสำเนากระดาษเพื่อบริการประชาชน โครงการพัฒนาระบบศูนย์กลางสารสนเทศข้อมูลบริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จ โครงการพัฒนาธุรกรรมออนไลน์สำหรับการลงทุนและการค้า โครงการ Document Exchange System และศูนย์กลางบริการภาครัฐสำหรับประชาชน (Government Access Channels: G-Channels) (มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2558) โดยพบว่าแต่ละโครงการมีลักษณะ แนวทางการดำเนินงาน และผลลัพธ์ที่ต้องการแตกต่างกัน จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัลและสถานการณ์การพัฒนาบริการภาครัฐสำหรับประชาชนของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การพัฒนาบริการภาครัฐสำหรับประชาชนของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษารูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและความเป็นไปได้ของโครงการยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัล

Digital Economy หมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจและหลายภาคส่วนในระบบเศรษฐกิจ มีการใช้เทคโนโลยี



คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ต่างๆ เช่น การขนส่ง การค้าปลีก ภาคบริการทางการเงิน การศึกษา เป็นต้น หรือ เศรษฐกิจที่มีอินเทอร์เน็ต หรือ Digital Economy คือ การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสร้างเสริม เศรษฐกิจ หรือการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่ภาคผลิตจนถึงภาคการขาย ซึ่งเป็นการใช้เทคโนโลยีทั้ง ระบบ โดยเทคโนโลยีมีหลายรูปแบบตั้งแต่ เทคโนโลยีการสื่อสาร เทคโนโลยีการขนส่ง เทคโนโลยีการผลิต เป็นต้น (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2558; อนุสรฯ อนุวงศ์, 2558)

การพัฒนาเทคโนโลยีที่สูงขึ้นจึงมีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ มีการติดต่อสื่อสารที่ไร้พรมแดนทำให้ลดต้นทุนการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ลดต้นทุนในการขนส่งและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยการกล่าวถึง Digital Economy ในยุคแรก ๆ นั้นเริ่มต้นในปลายศตวรรษที่ 90 จากรายงานของกระทรวงพาณิชย์ของสหรัฐอเมริกาเรื่อง The Emerging Digital Economy 1 ที่ได้เป็นตัวอย่าง ประเด็นเกี่ยวกับ Digital Economy ทำให้เป็นที่รู้จักกันมากขึ้นหลังจากนั้น Digital Economy ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับประเทศไทยเดิมเคยมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในภาครัฐ โดยจัดตั้ง 10 หน่วยงานเพื่อรับผิดชอบภารกิจดังกล่าวเช่น สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) สำนักงานปลัดกระทรวงไอซีที สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และสำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

ประโยชน์ของ Digital Economy ที่ส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจ ดังนี้

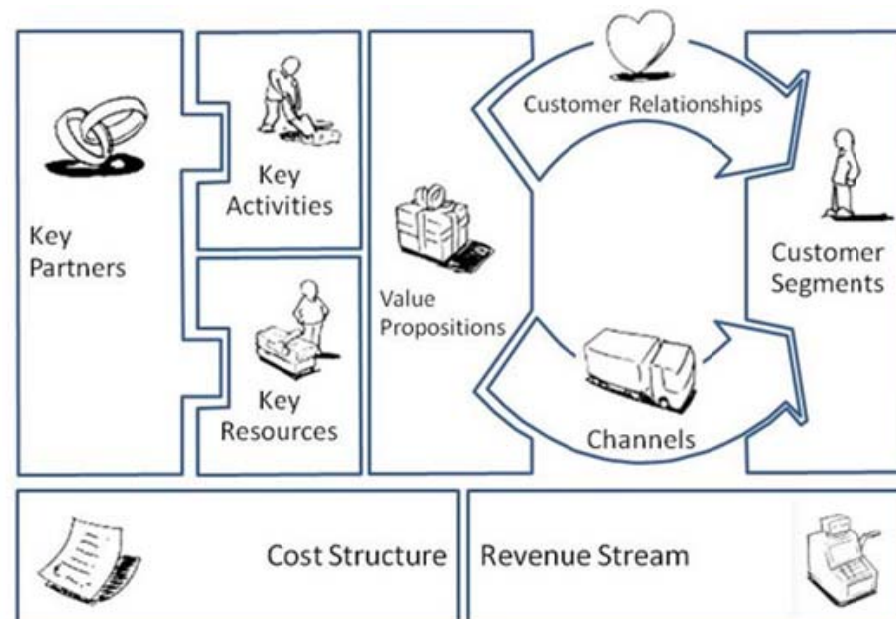
1. การเปิดกว้างการแข่งขันมากขึ้นจากการลดข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ ลดการกีดกันทางการค้าและเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ได้เข้ามาแข่งขันในตลาดมากขึ้น และขยายขนาดตลาด รวมถึงเพิ่มตลาดใหม่ที่เกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยี ตัวอย่างงานศึกษาที่กล่าวถึง เช่น European Commission (2014), Marzangou et al. (2014), และ Zekos (2005) เป็นต้น
2. เพิ่มผลิตภาพและนวัตกรรมในการผลิต และประสิทธิภาพในห่วงโซ่อุปทานต่าง ๆ ซึ่งส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เช่น European Commission (2014) และ Zekos (2005) เป็นต้น
3. ลดต้นทุนทางธุรกรรม Transaction Cost เช่น งานศึกษาของ Marzangou et al. (2014)
4. อื่นๆ เช่น สามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบได้มากยิ่งขึ้น ราคาสินค้าถูกลงและมีความหลากหลาย

ประเด็นสำคัญด้านเศรษฐกิจ

1. เนื่องจาก Digital Economy จะมีการใช้เทคโนโลยีที่สูงและมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องดังนั้นแรงงานที่อยู่ในระบบเศรษฐกิจลักษณะนี้จะต้องมีทักษะที่สูง และมีการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับเทคโนโลยีที่เพิ่มสูงขึ้น
2. การจัดเก็บภาษีทางการค้าและจากผู้บริโภคจะมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการค้าขายในระบบ Digital Economy มีการค้าที่เปิดกว้างไปทั่วทุกมุมโลกอย่างไร้พรมแดน และสินค้าก็มีลักษณะหลากหลายและสินค้าที่จับต้องไม่ได้มากยิ่งขึ้น ทำให้การคำนวณอัตราภาษีที่จัดเก็บต้องมีความซับซ้อนมากขึ้นด้วย
3. ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีภายในประเทศหากต้องการเปลี่ยนแปลงเป็น Digital Economy จะต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเกี่ยวกับระบบอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันสมัยและทั่วถึง
4. Digital Economy นั้นส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากสังคมเมือง การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีไปยังพื้นที่ชนบทที่มีพื้นที่ห่างไกลและจำนวนประชากรในเขตพื้นที่ชนบทมีจำนวนน้อยกว่าในเขตเมือง จึงทำให้มีต้นทุนที่สูงซึ่งไม่จูงใจต่อการพัฒนาเทคโนโลยีในชนบท ด้วยเหตุนี้อาจสร้างความแตกต่างทางด้านเทคโนโลยีระหว่างเขตเมืองและชนบท (Digital Gap) และอาจก่อให้เกิดปัญหาอื่นๆ ตามมาได้

แนวคิดเกี่ยวกับ Business Model Canvas

Business Model Canvas ถูกพัฒนาและคิดค้นโดยคุณ Alexander Osterwalder เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์และวางแผนธุรกิจ (สำนักประสานด้านการต่างประเทศ, 2557) ซึ่งช่วยในการกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ประเมินความสำเร็จของแผนงาน โดยแบ่งโครงสร้างออกเป็น 9 ก่ออง (Building Block) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2: Business Model Canvas

ที่มา: <http://www.businessmodelgeneration.com>

1. **กลุ่มเป้าหมายหลัก (Customer Segments)** กลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ต้องการเข้าถึง โดยระบุได้จากความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรม และคุณลักษณะอื่นๆ
2. **คุณค่าหลัก (Value Proposition)** ประโยชน์ใช้สอย (คุณค่า) ของโครงการที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นปัจจัยที่กลุ่มเป้าหมายเลือกบริการ คุณค่าของบริการ อาจเป็นนวัตกรรม หรือการนำเสนอสิ่งใหม่ หรือมีการเพิ่มคุณสมบัติพิเศษที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น
3. **ช่องทาง (Channels)** ช่องทาง/วิธีการในการสื่อสาร ช่องทางการตลาด ที่ใช้ในการสื่อสารและติดต่อกับกลุ่มเป้าหมาย
4. **โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)** ต้นทุนทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินการตามรูปแบบธุรกิจที่กำหนด
5. **ทรัพยากร (Key Resources)** ทรัพยากรที่สำคัญของโครงการมีความสำคัญต่อการทำให้แผนดำเนินงานสัมฤทธิ์ผล
6. **กิจกรรมหลัก (Key Activities)** กิจกรรมสำคัญที่โครงการต้องดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ กิจกรรมหลัก
7. **พันธมิตรหลัก (Key Partners)** ผู้ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการร่วมกัน โดยมีส่วนได้ส่วนเสียและเป้าหมายในการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน และความเพียงพอของปริมาณพันธมิตร
8. **ความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย (Customer Relationships)** รูปแบบของสัมพันธ์ภาพที่มีกับผู้รับบริการ ซึ่งมีระดับที่แตกต่างกัน ตามการให้ความสำคัญกับแต่ละกลุ่มผู้รับบริการ
9. **รายได้ (ผลสำเร็จ) (Revenue Stream)** เงินสดที่ได้รับหลังหักค่าใช้จ่ายแล้ว แต่ในที่นี้เนื่องจากเป็นโครงการรัฐที่ให้บริการโดยไม่คิดค่าบริการจากผู้ใช้บริการ จึงจะประเมินจากความสำเร็จของโครงการจากผลผลิตเป้าหมาย และยุทธศาสตร์ของภาครัฐ

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การรวบรวมข้อเท็จจริงต่างๆโดยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีเอกสาร งานวิจัย บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เช่น ผลคะแนนการจัดอันดับ e-Government Development Index ของประเทศไทย โดยองค์การสหประชาชาติ (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล พ.ศ. 2559 – 2563 และข้อมูลงบประมาณรายจ่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล เป็นต้นซึ่งเป็นการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อทราบถึงสถานะของการพัฒนาบริการภาครัฐสำหรับประชาชนของประเทศไทย และ รูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจ และความเป็นไปได้ของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล

ในการศึกษาโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล ประกอบด้วย 5 โครงการสำคัญตามมติคณะรัฐมนตรีรับทราบแผนการดำเนินงานเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล ได้แก่

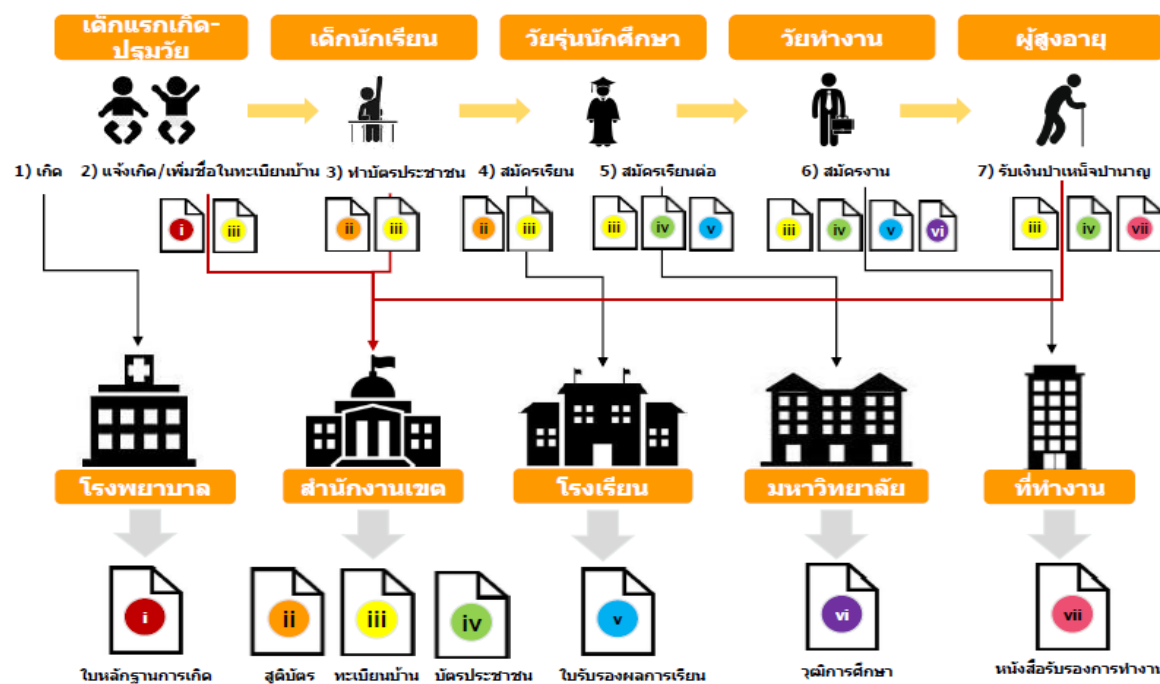
1. โครงการพัฒนาระบบศูนย์กลางสารสนเทศข้อมูลบริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จ
2. โครงการลดสำเนากระดาษเพื่อบริการประชาชน (Smart Services)
3. โครงการศูนย์กลางบริการภาครัฐสำหรับประชาชน (Government Access Channels: G-Channels) (มีมติคณะรัฐมนตรีเพิ่มเติม เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2558)
4. โครงการพัฒนารูขุมออนไลน์สำหรับการลงทุนและการค้า
5. โครงการ Document Exchange System

ทั้งนี้ เนื่องจากผลการดำเนินงานแต่ละกิจกรรมมีความก้าวหน้าในด้านตาม Business Canvas Model แตกต่างกัน ดังนั้น เพื่อให้ผลการวิเคราะห์สามารถสะท้อนภาพรวมของยุทธศาสตร์การส่งเสริมบริการดิจิทัลได้อย่างถูกต้อง จึงวิเคราะห์แต่ละประเด็นโดยเน้นกิจกรรมที่มีผลการดำเนินงานอย่างชัดเจน

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ศึกษาสถานภาพการพัฒนาบริการภาครัฐสำหรับประชาชนของประเทศไทย

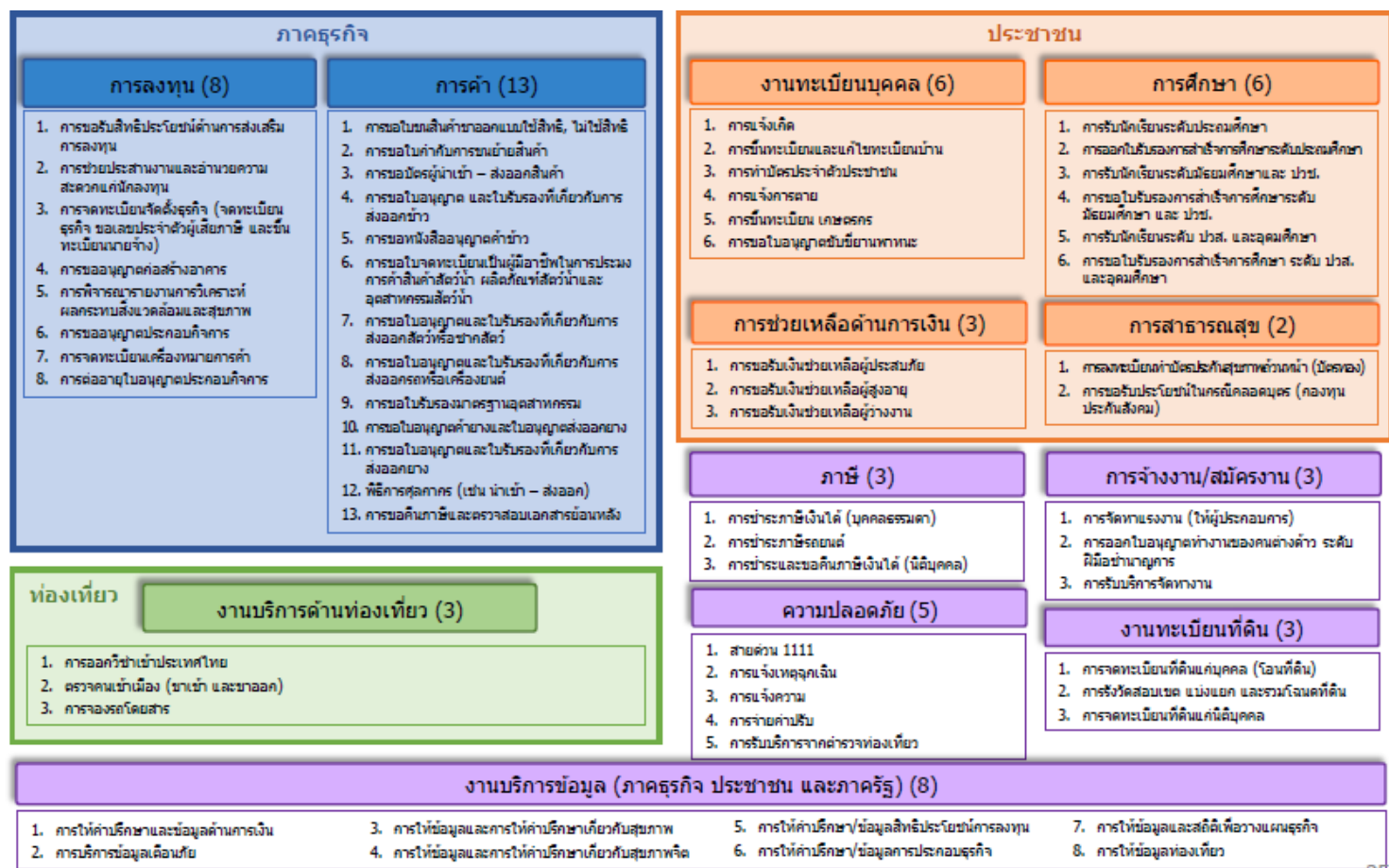
ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ประชาชนต้องใช้บริการภาครัฐตั้งแต่วัยเกิดจนถึงวันเกษียณ หรือตลอดช่วงชีวิต เช่น ขอหลักฐานรับรองตัวบุคคล เช่น สูติบัตร บัตรประจำตัวประชาชน หรือหลักฐานที่อยู่อาศัย เช่น ทะเบียนบ้าน หนังสือแสดงกรรมสิทธิ์ในที่ดิน รวมถึง การใช้บริการสาธารณูปโภคหรือสวัสดิการภาครัฐ เช่น ไฟฟ้า ประปา การขอรับเบี้ยยังชีพ หรือสิทธิประกันสุขภาพ เป็นต้น



ภาพที่ 3: การติดต่อขอรับบริการภาครัฐตลอดช่วงชีวิต

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2558)

ปัจจุบันพบว่า ภาครัฐมีบริการหลักจำนวน 63 บริการ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2558) หรือหากนับรวมถึงบริการย่อยภายใต้แต่ละบริการหลักนั้น จะมีจำนวนบริการรวมกันมากกว่า 3,000 บริการ โดยแบ่งเป็นกลุ่มบริการหลักสำหรับภาคธุรกิจ (21 งานบริการ), ภาคประชาชน (17 งานบริการ), นักท่องเที่ยว (3 งานบริการ), งานบริการร่วม (22 งานบริการ) ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4: งานบริการหลักภาครัฐสำหรับประชาชน

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2558)



จากนโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของรัฐบาลที่มีเป้าหมายสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิต และการเข้าถึงบริการสาธารณะของประชาชนทุกคน ทุกกลุ่ม ทุกท้องถิ่น อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม นั้น พบว่า ปัจจัยสำคัญสู่การเป็น Digital Economy จำเป็นต้องมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

- Digital Workplaceบุคลากรภาครัฐทุกระดับมีความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และหน่วยงานภาครัฐมีการบริหารที่โปร่งใส เป็นประชาธิปไตยแบบ Open Government
- Government Digital Servicesหน่วยงานภาครัฐมีการบริหารจัดการและให้บริการประชาชนผ่านช่องทางหลากหลาย (Multichannel Citizen Engagement) ซึ่งรวมถึง การติดต่อด้วยตนเองที่สถานที่ทำการ การติดต่อผ่านไปรษณีย์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ ซึ่งภาครัฐต้องออกแบบโมเดลการบริการโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการริเริ่ม และกระบวนการที่เน้นการทำงานร่วมกันของบุคคล
- Open Any Dataการใช้ประโยชน์ Open Datasets และ Web APIs ของภาครัฐที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องได้อย่างเต็มที่
- Shared Platform การใช้งานโครงสร้างพื้นฐานข้อมูล (Platform) เดียวกันเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและบริการระหว่างหน่วยงานในภาครัฐ ซึ่งช่วยให้เกิดมาตรฐานการเชื่อมโยงข้อมูลและบริการ รวมถึงลดต้นทุนดำเนินการ (Acquia, 2014)

โดยสามารถแสดงเป็นแผนภาพอธิบายความสอดคล้องบริการรัฐในแต่ละระดับชั้น (Layer) ได้ดังนี้

ภาพที่ 5: The Layers of Digital Services

ที่มา: Semanti community (2556)

จากปัจจัยสำคัญในการไปสู่ Digital Government ข้างต้นนั้น พบว่า สิ่งที่มีผลโดยตรงต่อประชาชน คือ การมีช่องทางบริการรัฐ (Government Digital Services) ที่หลากหลายให้แก่ประชาชน (Multichannel Citizen Engagement) แต่เมื่อพิจารณาผลคะแนนการจัดอันดับ e-Government Development Index ของประเทศไทย โดยองค์การสหประชาชาติ (พ.ศ. 2551 – 2557) ซึ่งในปี 2557 พบว่า ไทยมีอันดับต่ำลงจากปีก่อน โดยมีอันดับ e-Government ที่ 102 ซึ่งต่ำกว่าปี 2555 ที่มีอันดับ 92 และส่วนของ Online Service มีอันดับที่ 76 ซึ่งต่ำกว่าผลของปี 2555 ที่มีอันดับ 67 เช่นเดียวกันดังตารางแสดง

ตารางที่ 1: เปรียบเทียบระดับคะแนนและการจัดอันดับรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย (พ.ศ. 2546 – 2557)

Year (Rank)	e-Government (Rank)	Online Service x 1/3 (Rank)	Infrastructure x 1/3 (Rank)	Human Capital x 1/3 (Rank)	Countries
2557 (102)	0.4631	0.1470 (76)	0.0948 (107)	0.2213 (118)	193
2555 (92)	0.5093	0.1699 (67)	0.0787 (103)	0.2606 (104)	193
2553 (76)	0.4653	0.1133 (67)	0.0576 (94)	0.2943 (66)	192
2551 (64)	0.5031	0.1683	0.0503	0.2843	192
2548 (46)	0.5518	0.2218	0.0433	0.2867	191
2547 (50)	0.5096	0.178	0.039	0.293	191
2546 (56)	0.446	0.127	0.039	0.280	191

ที่มา: United Nations (2014)

เมื่อวิเคราะห์ระดับการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของประเทศไทยจากผลการจัดอันดับ e-Government Development Index โดยองค์การสหประชาชาติ พบว่า ส่วนใหญ่ภาครัฐจะมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลในระดับ 1 ระดับการให้บริการข้อมูลพื้นฐาน (Emerging Information) เช่น นโยบาย การกำกับดูแล กฎหมาย และเอกสารข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับบริการสาธารณะ และยังมีบริการอิเล็กทรอนิกส์ในระดับสูงกว่า (ระดับ 2 ระดับการให้ข้อมูลที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ (Enhanced Information Services), ระดับ 3 ระดับการให้บริการธุรกรรมออนไลน์ (Transactional Services) และระดับ 4 ระดับการเชื่อมโยงข้อมูลและทำธุรกรรมออนไลน์ข้ามหน่วยงาน (Connected Services)) ค่อนข้างน้อย

เมื่อประเมินความพร้อมด้านการบริการของหน่วยงานภาครัฐเพื่อไปสู่ Digital Economy ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ Accessibility, Usability, One Stop Services/Portal และ Continuous Improvement with Innovation พบว่า หน่วยงานภาครัฐมีความพร้อมด้าน Usability มากที่สุด ซึ่ง



หมายถึง ความพร้อมในการให้บริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ และการพัฒนาเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน เพื่อรองรับการใช้งานสำหรับกลุ่มผู้พิการและผู้สูงอายุ และมีความพร้อมด้านการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์แบบ One Stop Service/ Portal น้อยที่สุด โดยหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ยังไม่มี การให้บริการแบบ One Stop Service และหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ไม่มีการให้บริการผ่าน Smart Card

ดังนั้น จากข้อมูลข้างต้น ทำให้พบว่า หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่มีความพร้อมให้บริการ อิเล็กทรอนิกส์เพียงแค่การให้บริการข้อมูลพื้นฐาน (Emerging information) ผ่านทางเว็บไซต์ เท่านั้น แต่ยังไม่มีความพร้อมในการใช้ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้บริการแก่ประชาชนเช่นเดียวกับการให้บริการผ่านช่องทางติดต่อที่หน่วยงานราชการโดยตรงแบบปัจจุบัน ซึ่งถือเป็นประเด็นสำคัญ ต่อการกำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินงานจากคณะรัฐมนตรีและคณะกรรมการเตรียมการด้าน ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อขับเคลื่อนไปสู่การเป็น Digital Economy ที่สมบูรณ์แบบต่อไป

โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล

จากเป้าหมายสำคัญของยุทธศาสตร์ในการยกระดับคุณภาพชีวิต และการเข้าถึงบริการสาธารณะ ของประชาชนทุกคน ทุกกลุ่ม ทุกท้องถิ่น อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม นั้น จะประกอบด้วยโครงการที่เน้น ความสำคัญของแต่ละเป้าหมายที่แตกต่างกัน ซึ่งในการศึกษานี้จะมุ่งเน้นโครงการที่มีผลต่อการให้บริการ ภาครัฐของประชาชนต่อ เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการอย่างสะดวกสบาย ซึ่งได้แก่ **มาตรการที่ 3.1** **อำนวยความสะดวกในการรับบริการภาครัฐ** โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. โครงการพัฒนาระบบศูนย์กลางสารสนเทศข้อมูลบริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จ ซึ่งมีสำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) เป็นหน่วยงานหลักดำเนินงาน โดยใช้งบประมาณ จากเงินกู้เพื่อปรับโครงสร้างและปฏิรูประบบการเงิน (Financial Structural Adjustment Loans - SAL) โดยการพัฒนาระบบดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการบูรณาการงานบริการ ภาครัฐโดยมุ่งเน้นข้อมูล 63 งานบริการหลักตามประสบการณ์ผู้รับบริการ (Customer Lifecycle) ให้มีประสิทธิภาพ โดยเน้นผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง (Customer-Centric Services) ตามพระราชบัญญัติ การอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พ.ศ. 2558 ที่มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2558 ดังภาพที่ 6

ภาพที่ 6: การพัฒนาระบบศูนย์กลางสารสนเทศข้อมูลบริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จ
ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2558)

สถานะปัจจุบันของการพัฒนาระบบศูนย์กลางสารสนเทศข้อมูลบริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จ
ได้แก่

- การจัดทำระบบศูนย์รวมข้อมูลคู่มือประชาชน เป็นศูนย์กลางรวบรวมคู่มือสำหรับประชาชนในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อความสะดวกของประชาชนในการติดต่อราชการ โดยเป็นคู่มือเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ในการยื่นคำขออนุญาต ขั้นตอนและระยะเวลาในการพิจารณาอนุญาต ปัจจุบันได้จัดให้มีคู่มือบริการประชาชน ตาม พ.ร.บ. อำนวยความสะดวก ที่เผยแพร่แล้วจำนวน 10,049 คู่มือ และอยู่ในระหว่างดำเนินการ จำนวน 635,439 คู่มือ
 - การจัดตั้งศูนย์บริการร่วม (G-Point) ในพื้นที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวสต์ และศูนย์การค้าเซ็นทรัลศาลายา โดยเป็นความร่วมมือระหว่างเอกชนและหน่วยงานของภาครัฐ อาทิ กรุงเทพมหานคร สำนักงานประกันสังคม กรมการขนส่งทางบก กรมการจัดหางาน สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ และบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด ที่จะอำนวยความสะดวกให้ประชาชน สำหรับบริการ อาทิ งานทะเบียนราษฎร ทำบัตรประจำตัวประชาชน จดทะเบียนสมรส ต่อใบอนุญาตขับขี่ รับชำระภาษีต่อทะเบียนรถ การยื่นขอมีบัตรประกันสังคม และบริการจัดหางาน เป็นต้น
2. **โครงการลดสำเนากระดาษเพื่อบริการประชาชน (Smart services)** โดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้ประชาชนได้รับความสะดวก รวดเร็วในการเข้าถึงบริการของหน่วยงานภาครัฐ โดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมอบหมายให้สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ดำเนินโครงการลดสำเนากระดาษเพื่อบริการประชาชน เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการภาครัฐโดยไม่ต้องใช้สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน สำเนาทะเบียนบ้าน



หรือเอกสารราชการอื่น ๆ ซึ่งในเบื้องต้นมีกระทรวงนำร่องดำเนินการ 7 กระทรวง ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงการคลัง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย และกระทรวงอุตสาหกรรมพบว่า มีบริการรวมทั้งสิ้นจำนวน 394 บริการ โดยเป็นบริการที่ประชาชนต้องใช้สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนหรือสำเนาทะเบียนบ้านอย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งสองอย่างในการขอรับบริการ จำนวน 384 บริการ

3. **โครงการศูนย์กลางบริการภาครัฐสำหรับประชาชน (Government Access Channels: G-Channels)** ดำเนินการโดยสำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ภายใต้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารซึ่งเป็นศูนย์กลางในการเข้าถึงข้อมูลและบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของหน่วยงานต่างๆ ได้จากจุดเดียว ซึ่งมีช่องทางในการให้บริการของศูนย์กลางบริการภาครัฐสำหรับประชาชน 3 ช่องทาง ได้แก่

- การให้บริการผ่านเว็บไซต์ โดยประชาชนสามารถใช้บริการจากเว็บไซต์กลางบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (<https://www.egov.go.th>) ศูนย์รวมข้อมูลเพื่อติดต่อราชการผ่านเว็บไซต์ (<https://info.go.th>) และศูนย์รวมข้อมูลเปิดภาครัฐ (<https://data.go.th>)
- การให้บริการผ่านโปรแกรมเข้าถึงจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile application) ซึ่งสามารถดาวน์โหลด Application ผ่านทางเว็บไซต์ <https://apps.go.th> และใช้ได้ทันที ปัจจุบันมีการบริการ จำนวน 108 บริการ
- ช่องทางอื่นๆ ได้แก่ การให้บริการผ่านจุดบริการข้อมูลประชาชนผ่านบัตรประชาชน Government Kiosk ซึ่งได้มีการติดตั้งแล้ว 2 แห่ง ณ ศูนย์ G-Point สาขาศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ และศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า และจุดบริการข้อมูลข่าวสาร Set Top Box หรือ Smart Box เป็นช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เช่น ข้อมูลเศรษฐกิจและข้อมูลทางการเกษตร เป็นต้น

นอกจาก 3 บริการข้างต้น ยังมี 2 โครงการ ซึ่งมุ่งเน้นการอำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ภาคการค้าและการลงทุน ได้แก่ โครงการพัฒนาธุรกรรมออนไลน์สำหรับการลงทุนและการค้าของกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการบูรณาการงานบริการธุรกิจ (Integrated licensing management) และ โครงการ Document Exchange System โดย สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งเป็นระบบที่เชื่อมโยงข้อมูลผ่านระบบ National Single Window (NSW)

ตอนที่ 2 เพื่อศึกษารูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและความเป็นไปได้ของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล

ในส่วนนี้ จะวิเคราะห์โดยใช้ Business Canvas Model ซึ่งประกอบด้วยผลการวิเคราะห์ 5 ด้าน ได้แก่

1. **กลุ่มเป้าหมายหลัก (Customer segments)** พบว่า มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย/กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ต้องการเข้าถึงอย่างชัดเจนโดยสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้เป็น 3 กลุ่มเป้าหมายได้แก่
 - **ภาครัฐ** ทำหน้าที่ในการพัฒนาระบบบริการแก่ประชาชน โดยพบว่าปัจจุบัน สามารถจำแนกระบบบริการรัฐ ได้ 2 ประเภท คือ 1. บริการภาครัฐ แบบเคาน์เตอร์บริการ (Counter services) โดยประชาชนต้องเดินทางมาใช้บริการที่เคาน์เตอร์บริการ ซึ่งส่วนใหญ่จะให้บริการ ณ สถานที่ราชการของหน่วยงานเจ้าของบริการ และ 2. บริการภาครัฐ แบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยประชาชนสามารถเข้าใช้บริการรัฐโดยไม่จำกัดสถานที่ ซึ่งเป็นการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงบริการรัฐผ่านอุปกรณ์ต่างๆ ทั้งรูปแบบเว็บไซต์ผ่านคอมพิวเตอร์, รูปแบบโมบายแอปพลิเคชันผ่านสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต รวมถึง รูปแบบบริการผ่านตู้เอนกประสงค์ (kiosk)
 - **ภาคประชาชน** ถือเป็นกลุ่มผู้รับบริการหลักสำหรับโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล พบว่า ปัจจุบัน บริการรัฐภายใต้โครงการสามารถให้บริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้เพียงบางส่วน ซึ่งยังไม่ครอบคลุมทุกบริการรัฐรวมทั้ง ยังไม่ครอบคลุมบริการสำหรับทุกกลุ่มประชาชน โดยกลุ่มผู้รับบริการส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไปและมีบริการเพียงส่วนน้อยที่ให้แก่ ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้ด้อยโอกาสเช่น ระบบตรวจสอบสิทธิการรับเบี้ยคนพิการ กรมส่งเสริมปกครองท้องถิ่น ซึ่งสามารถใช้งานผ่านตู้เอนกประสงค์ภาครัฐ (Kiosk) เป็นต้น
 - **ภาคธุรกิจและการค้า** ถือเป็นอีกกลุ่มผู้รับบริการจากภาครัฐ เช่น บริการจดทะเบียนนิติบุคคล, บริการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นต้น โดยเป็นกลุ่มผู้รับบริการหลักของ การพัฒนาธุรกรรมออนไลน์สำหรับการลงทุนและการค้า ของกระทรวงอุตสาหกรรม และ Document Exchange System

โดยสามารถจัดแบ่งกลุ่มเป้าหมายและประเภทบริการรัฐของแต่ละบริการภายใต้โครงการต่างๆ ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2: กลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล (Service Infrastructure)

ภาครัฐ	ภาคประชาชน	ภาคธุรกิจและการค้า	
บริการภาครัฐ แบบเคาน์เตอร์ บริการ (Counter Services)	เคาน์เตอร์บริการที่ หน่วยงานราชการ เคาน์เตอร์บริการนอก สถานที่หน่วยงาน ราชการ	โครงการลดสำเนากระดาษเพื่อบริการประชาชน (Smart Services) จำนวน 394 บริการ 7 กระทรวง โครงการพัฒนาระบบศูนย์กลาง สารสนเทศข้อมูลบริการภาครัฐ แบบเบ็ดเสร็จจำนวน 15 บริการ 6 หน่วยงาน	N/A
บริการภาครัฐแบบ ออนไลน์ (Online Service)	เว็บไซต์ โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile application) อื่นๆ	โครงการ G-Channels จำนวน 900 บริการ (โดยประมาณ) 444 หน่วยงาน โครงการ G-Channels โมบาย แอปพลิเคชัน จำนวน 98 บริการ 20กระทรวงและ 1 สำนัก นายกรัฐมนตรี เช่น คู่มือประชาชน กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร, DoctorMe กระทรวง สาธารณสุข, BMTA Traffic for iPad กระทรวงคมนาคม เป็นต้น โครงการ G-Channels (Kiosk และ Smart Box) จำนวน 9 บริการ 6 หน่วยงาน เช่น ระบบ ตรวจสอบสิทธิการรับเบี้ยคนพิการ กรมส่งเสริมปกครองท้องถิ่น และ บริการภาคเอกชน ได้แก่ ข้อมูล บัญชีสินเชื่อในเครดิตบูโรแบบสรุป บริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ	โครงการพัฒนาธุรกรรมออนไลน์ สำหรับการลงทุนและการค้า โครงการ Document Exchange System โครงการ G-Channels โมบาย แอปพลิเคชัน สำหรับหมวด การเงิน ภาษี ธุรกิจ จำนวน 10 บริการ 4 กระทรวง เช่น Tax Clinic กระทรวงการคลัง Post e-Mart กระทรวงเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร และ DBD e-Service กระทรวง พาณิชย์ เป็นต้น

ที่มา: จากการรวบรวม

2. **คุณค่าหลัก (Value proposition)** พบว่า ประโยชน์ใช้สอย (คุณค่า) ของโครงการมีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเนื่องจากรูปแบบบริการสามารถช่วยแก้ไขปัญหที่ประชาชนได้รับจากการใช้บริการรัฐผ่านช่องทางปัจจุบันเช่น ปัญหาความไม่สะดวกเพราะต้องติดต่อหลาย



หน่วยงานและต้องมาด้วยตนเอง, ปัญหาการขอข้อมูล/เอกสารจำนวนมากที่ภาครัฐมีอยู่แล้ว, ปัญหาบริการใช้เวลานานและขาดกรอบเวลาที่ชัดเจน เป็นต้น (สำนักงาน ก.พ.ร., 2558) ซึ่งปัญหาดังกล่าวสามารถแก้ไขได้จากการบริการภายใต้โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัลซึ่งมีลักษณะบริการ ดังนี้

- 2.1. สามารถติดต่อขอรับบริการรัฐได้จากจุดเดียว ณ เคาน์เตอร์บริการศูนย์บริการร่วม ซึ่งให้บริการ ณ ศูนย์การค้า โดยช่วยลดระยะเวลาและความยุ่งยากในการเดินทางติดต่อหน่วยงานราชการหลายแห่ง
- 2.2. ลดการใช้สำเนาเอกสารราชการ ได้แก่ สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน สำหรับการใช้บริการ Smart Service ที่ประชาชนสามารถใช้บริการได้โดยเพียงใช้บัตรประจำตัวประชาชนอย่างเดียว
- 2.3. สามารถใช้บริการรัฐได้ด้วยตนเองซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้สามารถใช้บริการรัฐได้ทุกที่ทุกเวลา ผ่านทางช่องทางต่างๆ ทั้งเว็บไซต์, โฆษณาแอปพลิเคชัน และตู้ Kiosk

ในระยะยาวนั้น หากบริการรัฐสามารถปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และสามารถใช้งานผ่านช่องทางต่างๆ ในโครงการได้ทั้งหมด จะถือเป็นการสร้างประโยชน์ต่อเนื่องไปสู่ภาคประชาชนและภาคธุรกิจ ในทุกพื้นที่ ทุกวัย และทุกกลุ่มประชาชน ทั้งผู้พิการ และผู้ด้อยโอกาสในสังคม และต่อยอดไปสู่การสร้างโอกาสทางธุรกิจในการพัฒนาบริการรัฐจากข้อมูลและบริการที่สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและเปิดเผย เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันในการใช้บริการรัฐ รวมไปถึงการเชื่อมโยงบูรณาการบริการรัฐกับบริการรัฐของต่างประเทศ

3. ช่องทาง (Channels) โดยสามารถแบ่งผลการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วนได้แก่ ช่องทาง (Channels) การตลาดหรือการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการขอรับบริการของกลุ่มเป้าหมาย

- 3.1. ช่องทาง (Channels) การตลาดหรือการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายพบว่า มีการประชาสัมพันธ์หรือเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ เช่น
 - สื่อโทรทัศน์ ซึ่งสามารถเข้าถึงประชาชนผู้รับข้อมูลในวงกว้าง ผ่านรายการ “เดินหน้าประเทศไทย” เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม พ.ศ. 2558 โดยนำเสนอผลงานด้านการปฏิรูประบบราชการ ให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงบริการภาครัฐอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม รายการ “ประเทศไทยต้องไปต่อ : ลดใช้เอกสารติดต่อราชการ” เมื่อวันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2558 เป็นต้น
 - การจัดนิทรรศการหรืองานสัมมนาแก่ประชาชน เช่น จัดประชุมศูนย์กลางข้อมูลและบริการภาครัฐสำหรับประชาชน EGA สนองรับนโยบายดิจิทัล อีโคโนมี เพื่อนำเสนอนายกรัฐมนตรีและคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2558 จัดงาน “e-Gov Day



2015 by EGA : Digital Government : The Road to Digital Economy รัฐบาลดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจแห่งอนาคต" โดย สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2558 ณ ศูนย์การค้า Central World เป็นต้น ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งทำให้ประชาชนในต่างจังหวัดยังขาดโอกาสในการเข้าถึงนิทรรศการหรืองานสัมมนาของโครงการ

จากช่องทางการสื่อสารข้างต้น พบว่า เป็นการสร้างช่องทางสื่อสารขึ้นมาสำหรับโครงการ โดยเฉพาะ ทั้งการเผยแพร่ผ่านรายการของรัฐบาล การจัดนิทรรศการเพื่อเผยแพร่โครงการ และไม่พบการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของหน่วยงานรัฐเจ้าของบริการที่เข้าร่วมโครงการ เช่น การประชาสัมพันธ์บริการรัฐออนไลน์นั้น แต่หน่วยงานยังคงต่างประชาสัมพันธ์แยกเฉพาะบริการของตน จึงถือว่่ายังไม่มี การบูรณาการช่องทางการสื่อสารระหว่างหน่วยงานรัฐเท่าที่ควร

3.2. ช่องทางการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย พบว่าผู้ใช้บริการแต่ละบริการสามารถขอรับบริการได้แบบบูรณาการผ่านช่องทางเดียวซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ขอรับบริการได้ทั้งลดระยะเวลาเดินทางและระยะเวลาใช้บริการ ดังจะเห็นได้จาก

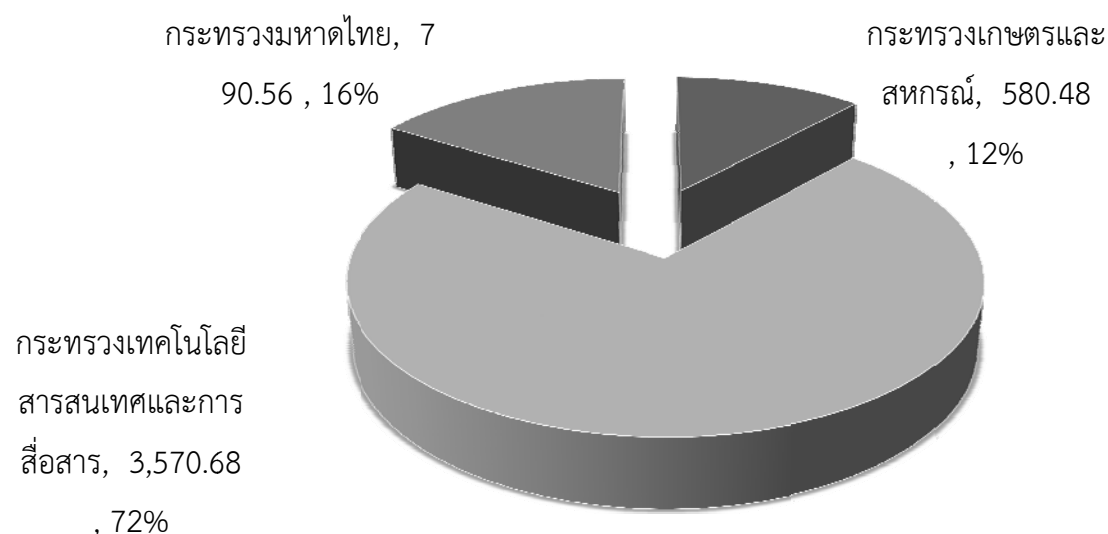
- โครงการการพัฒนาระบบศูนย์กลางสารสนเทศข้อมูลบริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จ ที่สามารถขอใช้บริการที่เข้าร่วมโครงการได้จากศูนย์บริการร่วม ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ได้จากจุดเดียว
- โครงการ G-Channels ซึ่งผู้ใช้งานสามารถลงชื่อเข้าใช้งานระบบ (Log in) เพียงครั้งเดียวผ่านบริการยืนยันตัวบุคคลกลาง (e-Authentication Service) ก็สามารถเข้าใช้งานระบบได้หลาย ๆ ระบบโดยไม่ต้องลงชื่อเข้าใช้งานซ้ำอีกและการใช้บริการต่างๆ ผ่านตู้ Kiosk โดยใช้บัตรประจำตัวประชาชน

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาช่องทางการเข้าใช้บริการโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล พบว่า แต่ละบริการรัฐยังไม่สามารถขอใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ได้ครบทุกช่องทาง หรือยังไม่เกิดการบูรณาการช่องทางการขอใช้บริการแบบเบ็ดเสร็จเช่นบริการระบบตรวจสอบสิทธิการรับเบี้ยคนพิการ กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งสามารถขอใช้บริการผ่าน kiosk และเคาน์เตอร์ที่หน่วยงานราชการเท่านั้น โดยไม่สามารถใช้งานผ่านเว็บไซต์หรือโมบายแอปพลิเคชัน เป็นต้น

4. โครงสร้างต้นทุน (Cost structure) พบว่า โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล ซึ่งถือเป็นโครงการที่ริเริ่มตามแผนการดำเนินงานเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลนั้นเพิ่งได้รับอนุมัติดำเนินโครงการในช่วงกลางปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 (เมื่อวันที่

18 มีนาคม พ.ศ. 2558) จึงจำเป็นต้องใช้งบประมาณที่แต่ละหน่วยงานได้รับจัดสรรในปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 เพื่อใช้ดำเนินการ

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 จึงมีการจัดสรรงบประมาณตามพระราชบัญญัติรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 เมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2558 สำหรับแผนงานพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล โดยมีงบประมาณรวมทั้งสิ้น 4,941.7207 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.18 (งบประมาณรายจ่ายทั้งสิ้น 2,720,000 ล้านบาท) จากงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2559 ซึ่งถือเป็นงบประมาณที่ค่อนข้างน้อยสำหรับการผลักดันโครงการสำคัญระดับประเทศ โดยแบ่งเป็นกระทรวงที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ 3 กระทรวง ได้แก่



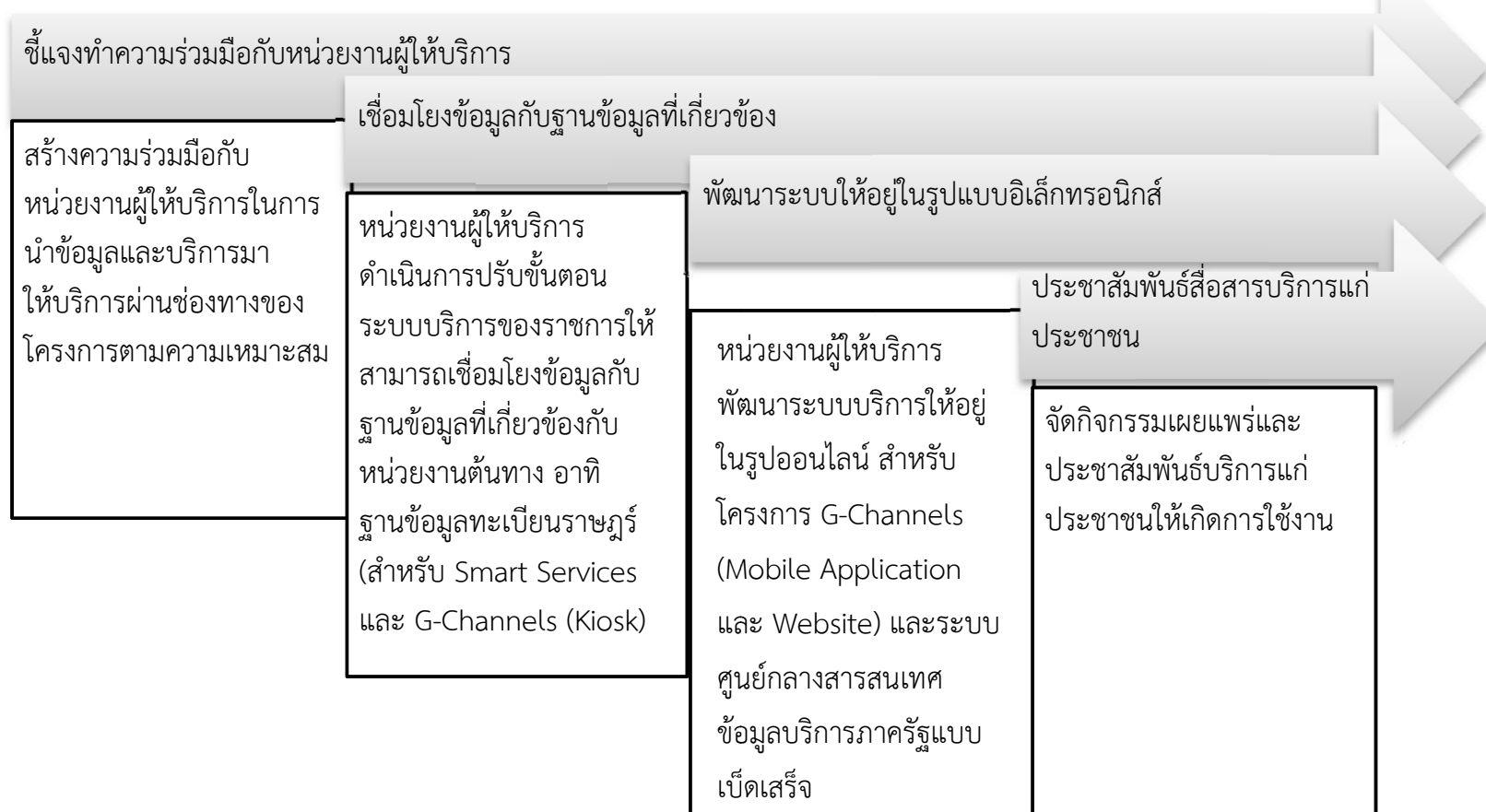
ภาพที่ 7: งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559
สำหรับแผนงานพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล
ที่มา: สำนักงบประมาณ (2558)

ทั้งนี้ เมื่อเทียบงบประมาณรายจ่ายของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งถือเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบแผนงานพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลนั้น พบว่า ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ได้รับการจัดสรรงบประมาณน้อยกว่าปีที่แล้ว ซึ่งได้รับงบประมาณรายจ่ายทั้งสิ้น 5,590,585,500 บาท คิดเป็นสัดส่วนงบประมาณที่ลดลง ร้อยละ 12 ดังนั้น จากข้อมูลงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ทำให้เห็นว่า งบประมาณรายจ่ายสำหรับดำเนินการไม่สอดคล้องกับความสำคัญของภารกิจตามแผนงานพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลระดับประเทศเท่าที่ควร อย่างไรก็ตาม ประเด็นดังกล่าวจะสามารถสรุปต้นทุนต่อหน่วยงานของโครงการเพื่อชี้วัดประสิทธิภาพด้านการเงินของโครงการได้นั้น จะต้องสรุปผลการเบิกจ่ายงบประมาณ ณ สิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 เพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

5. ทรัพยากร (Key resources) สามารถแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ด้าน ได้แก่

- 5.1. ทรัพยากรบุคคล สำหรับดำเนินโครงการดังกล่าวจำเป็นต้องใช้ทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมาก ทั้งการพัฒนาระบบ, การเชื่อมโยงบริการ และการใช้งานระบบ ซึ่งจากข้อมูลสถิติจำนวนข้าราชการพลเรือนสามัญ พบว่า อัตรากำลังข้าราชการด้านคอมพิวเตอร์ ในปี พ.ศ.2556 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) มีจำนวน 1,978 คน หรือคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับจำนวนข้าราชการพลเรือนสามัญทั้งหมดเท่านั้นซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความไม่เพียงพอของจำนวนทรัพยากรบุคคลที่เป็นทรัพยากรสำคัญในการขับเคลื่อนโครงการ ซึ่งปัญหาดังกล่าวถือเป็นปัญหาสำคัญของภาครัฐที่ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 5.2. ทรัพยากรอื่นๆ สำหรับการดำเนินโครงการ ได้แก่ เครื่องมือด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการใช้พัฒนาระบบบริการต่างๆ ทั้งซอฟต์แวร์ และฮาร์ดแวร์ โดยพบว่า บางโครงการยังมีข้อจำกัดของเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ในการพัฒนาบริการ เช่นตู้ Kiosk ซึ่งปัจจุบัน มีการติดตั้งให้บริการ เพียง 2 แห่ง ซึ่งถือว่าพื้นที่ติดตั้งยังไม่ครอบคลุมพื้นที่การใช้งานของประชาชน โดยประเด็นดังกล่าวอาจเกิดจากข้อจำกัดเรื่องการจัดสรรงบประมาณของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดหา หรืออาจเกิดจากข้อจำกัดของระยะเวลาในการพัฒนาอุปกรณ์ดังกล่าว

6. กิจกรรมหลัก (Key activities) พบว่าโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล มีกิจกรรมดำเนินงานสัมพันธ์และเชื่อมโยงในทิศทางเดียวกัน ได้แก่



ภาพที่ 8: กิจกรรมหลักภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล

ที่มา: จากการศึกษา



7. **พันธมิตรหลัก (Key partners)** ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ซึ่งมีบทบาททั้งเป็นผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ รวมถึงบทบาทการเป็นผู้กำหนดนโยบายและทิศทางของโครงการ โดยพบว่า หน่วยงานภาครัฐแต่ละกลุ่มดำเนินงานตามที่ได้รับผิดชอบในลักษณะบูรณาการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานเดียวกันโดยมีคณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นคณะทำงานหลักที่กำหนดนโยบายและโครงการด้านดิจิทัลและนำเสนอเพื่อขอความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี และมีกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบดำเนินโครงการ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงความเพียงพอของปริมาณพันธมิตรในการร่วมดำเนินโครงการนั้นพบว่า จำนวนหน่วยงานรัฐที่เข้าร่วมโครงการยังไม่ครอบคลุมจำนวนหน่วยงานของรัฐทั้งหมด เมื่อเทียบกับจำนวนหน่วยงานรัฐในกำกับของฝ่ายบริหารมีจำนวนทั้งสิ้น 353 หน่วยงาน (สำนักงาน ก.พ.ร., 2557) และหากรวมหน่วยงานในสังกัดของแต่ละส่วนราชการ จะมีจำนวนหน่วยงานรัฐมากกว่า 500 หน่วยงาน (ได้แก่ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน มหาวิทยาลัย และหน่วยบริการรูปแบบพิเศษ นั้น เป็นต้น) ทั้งนี้ อาจเนื่องจากเป็นโครงการขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับหลายส่วน จึงมีการแบ่งการดำเนินโครงการและจำนวนหน่วยงานรัฐที่เข้าร่วมโครงการเป็นแต่ละระยะ โดยปัจจุบันถือว่ายังดำเนินการอยู่ในช่วงระยะแรก (Phase 1)

8. **ความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย (Customer relationships)** พบว่า แต่ละบริการที่ให้แก่อกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางต่างๆ จะมีระดับสัมพันธภาพในการให้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อบริการของภาครัฐ (Engagement) ที่แตกต่างกัน เช่น

8.1. Smart Service ที่มีระดับสัมพันธภาพในลักษณะการจัดเจ้าหน้าที่รัฐช่วยเหลือแก่ผู้ขอใช้บริการ ณ เคาน์เตอร์บริการ และอำนวยความสะดวกโดยลดการจัดเตรียมสำเนาเอกสารบัตรประจำตัวประชาชน และการกรอกแบบฟอร์มขอใช้บริการ

8.2. G-Channels โดยให้ผู้ขอใช้บริการสามารถใช้งานได้ด้วยตนเองผ่านเว็บไซต์ โฆษณาแอปพลิเคชัน หรือตู้ kiosk

ทั้งนี้ ยังไม่มีข้อมูลแสดงเกี่ยวกับกิจกรรมหรือการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ใช้บริการ ในรูปแบบของการเปิดช่องทางรับเรื่องร้องเรียน หรือความคิดเห็นต่างๆ รวมทั้ง ผลการสำรวจความคิดเห็นหรือความพึงพอใจ

9. **รายได้ (ผลสำเร็จ) (Revenue stream)** เนื่องจากโครงการยังอยู่ระหว่างดำเนินการ ดังนั้น ในหัวข้อนี้ จึงเป็นการประเมินโอกาสความสำเร็จของโครงการ โดยวิเคราะห์จากความสำเร็จของ



ผลผลิตและคุณค่าที่ให้กับผู้รับบริการของโครงการกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลโดยพบว่า การดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล ซึ่งทุกโครงการมีเป้าหมายเพื่ออำนวยความสะดวกให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการภาครัฐได้จากหลายช่องทางมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผนและยุทธศาสตร์ระดับชาติ ดังนี้

- 9.1. กรอบนโยบาย ICT 2020 ยุทธศาสตร์ที่ 6 กลยุทธ์ที่ 6.5 “ส่งเสริมให้เกิดชุมชนหรือสังคมเรียนรู้ออนไลน์ และการรวมกลุ่มทางสังคมที่เข้มแข็ง” ได้มีการกล่าวถึง “การส่งเสริมและการพัฒนาการจัดทำเว็บไซต์ (Portal) ในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้หรือข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชนและสังคม โดยใช้ความร่วมมือและการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาการให้บริการ”
- 9.2. นโยบายรัฐบาล ของรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา เมื่อวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2557 นโยบายที่ 3 “การลดความเหลื่อมล้ำของสังคมและการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ”
- 9.3. (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล พ.ศ. 2559 – 2563 ยุทธศาสตร์ที่ 3 “การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล (Service Infrastructure)” โดยมีเป้าหมายสอดคล้องกับโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล ได้แก่ เกิดการบูรณาการข้อมูลและบริการระหว่างหน่วยงาน, เกิดการใช้ประโยชน์จากข้อมูลเปิดภาครัฐ และเพิ่มความโปร่งใสในกระบวนการทำงานภาครัฐ โดยมีมาตรการสำคัญ คือ 1. “อำนวยความสะดวกในการรับบริการภาครัฐ เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการอย่างสะดวกสบาย โดยกำหนดให้หน่วยงานภาครัฐปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการสู่บริการอิเล็กทรอนิกส์อันเกิดจากการบูรณาการข้อมูลและบริการระหว่างหน่วยงาน และเพิ่มช่องทางการเข้าถึงบริการภาครัฐ ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการด้วยตนเองได้หลากหลายช่องทาง เช่น ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทางแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผ่านตู้บริการตนเอง (Kiosk) หรือผ่านศูนย์บริการร่วมภาครัฐ

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษารูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและความเป็นไปได้ของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล (Service Infrastructure) ตามนโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy) เพื่ออำนวยความสะดวกในการรับบริการภาครัฐ ให้ประชาชนได้รับบริการอย่างสะดวกสบาย โดยภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ประกอบด้วยโครงการสำคัญที่ส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ ซึ่งจากการวิเคราะห์โดยใช้โมเดล Business Canvas และผลการศึกษาสถานภาพการพัฒนาบริการภาครัฐสำหรับประชาชนของประเทศไทย พบว่า โครงการต่างๆ มีความสัมพันธ์สอดคล้องของแนวทางการดำเนินงานเพื่อก่อให้เกิดผลลัพธ์ตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์และนโยบายระดับชาติที่เกี่ยวข้อง และมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้รับบริการและช่องทางการเข้าถึงบริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์



ที่หลากหลาย จึงทำให้สามารถสร้างประโยชน์ใช้สอย(คุณค่า)ของโครงการที่ตรงตามความต้องการหรือช่วยลดปัญหาที่กลุ่มเป้าหมายได้รับการใช้บริการรัฐผ่านช่องทางในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม การดำเนินโครงการ ซึ่งถือเป็นระยะแรกนั้น ยังไม่เกิดการบูรณาการบริการรัฐและช่องทางการให้บริการเพื่อไปสู่การเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล โดยพบว่า จำนวนบริการรัฐภายใต้โครงการที่ให้บริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางต่างๆ ยังไม่ครอบคลุมทุกบริการรัฐที่จำเป็นสำหรับประชาชน และยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มประชาชน ซึ่งอาจเกิดจากจำนวนพันธมิตร คือ หน่วยงานภาครัฐที่ร่วมพัฒนาบริการแก่ประชาชนยังไม่ครบทุกหน่วยงาน โดยสาเหตุสำคัญอาจเกิดจากความพร้อมของหน่วยงานรัฐในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่มีความพร้อมเพียงส่วนของการให้บริการข้อมูลพื้นฐานผ่านทางเว็บไซต์เท่านั้น แต่ยังไม่มีความพร้อมในการใช้ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้บริการแก่ประชาชน รวมทั้ง ข้อจำกัดของจำนวนบุคลากรภาครัฐด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและงบประมาณที่ได้รับจัดสรรสำหรับแผนงานพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล

โดยข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินโครงการ คือ การเร่งสร้างความพร้อมให้กับหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาบริการรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับประชาชนผ่านช่องทางที่หลากหลาย และพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น เช่น โครงสร้างพื้นฐานด้านอิเล็กทรอนิกส์ บุคลากรหรือหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงงบประมาณ เพื่อให้เกิดการขยายจำนวนบริการรัฐในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายช่องทางให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก และครอบคลุมทุกพื้นที่และทุกกลุ่มประชาชน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2558). *แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*.

ค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2559, จาก <http://www.mict.go.th/view/1/Digital%20Economy>

ทวีศักดิ์ กิจกาญจน์. (2558). *นโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy)*.

ค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2558, จาก

http://itc.drr.go.th/sites/itc.drr.go.th/files/DigitalEconomyPolicy_0.pdf

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2558). *มติคณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*

ครั้งที่ 1/2558. ค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2558, <http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program2->



3.jsp?top_serl=99313644

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2557). *กำลังคนภาครัฐ 2556: ข้าราชการพลเรือนสามัญ*.
ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2558.

[http://job3.ocsc.go.th/Main/FrmMainPage.aspx?TestTypeId=aWwL3JOSWZMSDA9
&Year=Y0UTDZJQm1VSFE9&PeriodNo=aWwL3JOSWZMSDA9](http://job3.ocsc.go.th/Main/FrmMainPage.aspx?TestTypeId=aWwL3JOSWZMSDA9&Year=Y0UTDZJQm1VSFE9&PeriodNo=aWwL3JOSWZMSDA9)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2558). *Government transformation master plan*.

ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2558, [http://egovernmentforum.com/wp-
content/uploads/2015/08/Civil-Service-Reform-Plan-7Aug2015.pdf](http://egovernmentforum.com/wp-content/uploads/2015/08/Civil-Service-Reform-Plan-7Aug2015.pdf)

สำนักงานประมาณ. (2558). *งบประมาณโดยสังเขป ฉบับปรับปรุง ตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่าย*

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559. ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2558, จาก <http://www.bb.go.th>

สำนักประสานงานด้านการต่างประเทศ. (2557). *การกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจด้วย the business model*

canvas. ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2558, <http://www.sme.go.th>

อนุสร อันวงศ์. (2558). *Digital economy สิ่งนี้สำคัญไฉน*. ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2559,

http://www.ertc.econ.tu.ac.th/images/Digital_economy.pdf

European Commission. (2014). *Working paper: Digital Economy - facts & figures*.

Marzangou, A. A., Ghorbani, M., Vandi, S. R., Khodami, S., Saadati, S., & Aminian, M. (2014).

E-commerce in a digital economy, the challenges and advantages. *International Journal of Social Sciences and Education*, Vol. 4, 1-7.

Semantic Community. (2013). *Building a digital government*. Retrieved October 15, 2016.

From

[http://semanticcommunity.info/AOL_Government/Building_a_Digital_Government#
Transcript_by_Moderator_and_Panelists](http://semanticcommunity.info/AOL_Government/Building_a_Digital_Government#Transcript_by_Moderator_and_Panelists)



United Nations. (2014). *United Nations e-government survey 2014*. Retrieved October 15, 2016. From https://publicadministration.un.org/egovkb/portals/egovkb/documents/un/2014-survey/e-gov_complete_survey-2014.pdf

Zekos, G. (2005). *Foreign direct investment in a digital economy*. *European Business Review* 17.